

PELATIHAN MANAJEMEN EVEN UNTUK MENINGKATKAN BRANDING PRODUK UMKM DESA DUWET KECAMATAN TUMPANG KABUPATEN MALANG

Evi Suwarni.^{1*)}, Tiara Estu Amanda²⁾, Prima Beauty Kartikasari³⁾, Alvin Nouval⁴⁾, Cahyo Ramadhan Pratama⁵⁾

^{1,2,3,4,5}Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang
email: ¹evisuwarni@polinema.ac.id, ²tiaramanda@polinema.ac.id,
³primabeauty@polinema.ac.id, ⁴alvin.nouval@gmail.com,
⁵cahyo.ramadhan@polinema.ac.id.

Abstract

The purpose of this community service program is to enhance the event management skills of the SMEs (UMKM) in Desa Duwet, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang. The approach used includes a series of training and mentoring sessions focused on improving event planning, budgeting, marketing, communication, community engagement, crisis management, and sustainability. The goal is to empower the local community to manage events effectively and sustainably such as bazaars and exhibitions. The result of this program was an increase in the SMEs' capacity to independently manage local events, which in turn boosted local economic activity and promoted product branding.

Keywords: SMEs, Event Management, Product Branding

1. PENDAHULUAN

UMKM yang sudah ada di desa binaan Politeknik Negeri Malang yakni di desa Duwet Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang memiliki permasalahan antara lain : kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam merencanakan acara, keterbatasan infrastruktur dan anggaran, serta tantangan dalam pemasaran efektif dan keterlibatan komunitas. Pelatihan manajemen even dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan mengelola acara dan mengatasi hambatan lokal.

Manajemen even memainkan peran krusial dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi peserta. Sebuah acara yang sukses tidak hanya membutuhkan kreativitas, tetapi juga perencanaan yang matang dan eksekusi yang presisi. Seperti yang diungkapkan oleh Getz (2013), "*Event studies provide a unique lens for examining the complexities of planned events, their dynamic and often transient characteristics, and the multiple roles they play in contemporary society.*" Selain itu, Perencanaan acara dimulai dengan identifikasi tujuan yang jelas dan pemahaman mendalam tentang harapan peserta. Sebagaimana yang disampaikan oleh Bowdin et al. (2012), "*Effective event planning involves a meticulous consideration of details, from selecting the right*

venue to designing compelling visual communication that resonates with the target audience."

Pelaksanaan even melibatkan koordinasi tim, manajemen logistik, dan pengawasan teknis. Seperti yang diungkapkan Goldblatt (2014), "*Event managers need to be agile problem-solvers, navigating the complexities of unforeseen challenges with grace and efficiency.*" Evaluasi pasca-event menjadi fase kritis dalam siklus manajemen event. Dalam kata-kata Shone & Parry (2010), "*Post-event evaluation provides valuable insights that contribute to the continuous improvement of event management practices for future events.*" Dengan demikian, manajemen even bukan hanya tentang menyelenggarakan acara, tetapi juga merangkum keberhasilan dan memetakan arah untuk penyelenggaraan acara yang lebih baik di masa mendatang (Van der Wagen & White, 2019).

Dalam konteks lokal, beberapa studi juga menegaskan pentingnya pengembangan kapasitas manajerial masyarakat desa dalam menyelenggarakan acara. Misalnya, Mulyadi & Hermawan (2021) menunjukkan bahwa pelatihan berbasis potensi lokal berkontribusi terhadap kemandirian ekonomi desa. Rachmawati & Andini (2022) menyatakan

bahwa kegiatan even desa mampu meningkatkan branding dan nilai ekonomi produk UMKM setempat. Sementara itu, Handayani & Supriyanto (2023) menekankan bahwa keterampilan komunikasi dan manajemen acara sangat diperlukan dalam konteks promosi pariwisata berbasis komunitas. Penelitian oleh Widodo dan Santoso (2020) menyimpulkan bahwa partisipasi masyarakat dalam perencanaan even turut memperkuat kohesi sosial dan memperbesar peluang pemasaran produk lokal. Terakhir, Sari dan Lestari (2022) menyatakan bahwa pelatihan event management secara berkelanjutan mampu meningkatkan profesionalisme dan keberlanjutan even desa.

Dengan demikian, pelatihan manajemen even untuk Desa Duwet bertujuan meningkatkan keterampilan perencanaan acara, pemasaran, manajemen anggaran, komunikasi, keterlibatan komunitas, penanganan krisis, evaluasi acara, dan keberlanjutan. Tujuannya adalah memberdayakan masyarakat agar dapat mengelola acara lokal secara efektif, kreatif, dan berkelanjutan.

2. METODE

Pelatihan menggunakan metode kombinasi antara presentasi, diskusi interaktif, dan simulasi. Peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap sesi untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan penerapan yang efektif dari materi yang disampaikan. Adapun Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini terdiri dari beberapa antara lain yaitu :

1. Tahap Perencanaan yang meliputi menetapkan tujuan, riset dan persiapan produk, persiapan stand bazar
2. Tahap Pelaksanaan yang meliputi persiapan sebelum bazaar, pelayanan pelanggan, transaksi dan pencatatan
3. Tahap Evaluasi yang meliputi pengumpulan data, evaluasi internal dan tindak lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM di Desa Duwet menghadapi tantangan dalam mengelola acara, khususnya dalam perencanaan, pemasaran, dan keterlibatan komunitas. Keterbatasan infrastruktur dan anggaran juga menjadi kendala utama. Dalam upaya mengatasi tantangan ini, tim pengabdian dari Politeknik Negeri Malang melaksanakan pelatihan manajemen event yang difokuskan

pada peningkatan keterampilan UMKM dalam mempersiapkan dan mengelola event bazar, dengan harapan dapat memberdayakan masyarakat lokal dan meningkatkan ekonomi desa.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM Desa Duwet dalam berbagai aspek manajemen event, mulai dari perencanaan, pemasaran, hingga evaluasi pasca acara. Tujuan jangka panjangnya adalah agar UMKM mampu mengelola event lokal secara mandiri dan berkelanjutan, serta meningkatkan partisipasi aktif dalam kegiatan ekonomi lokal. Adapun tahapan dalam pelatihan terbagi menjadi 3 sesi yaitu :



Gambar 1. Tahapan Pelatihan

Tahap Persiapan

Tim pelaksana melakukan survei awal untuk memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di Desa Duwet. Berdasarkan hasil survei, materi pelatihan disusun dengan fokus pada aspek-aspek yang paling mendesak untuk ditingkatkan, seperti perencanaan acara, pemasaran efektif.



Gambar 1. Pembukaan Pelatihan Manajemen Even

Pelatihan dilaksanakan di aula desa dengan peserta yang terdiri dari pelaku UMKM di Desa Duwet. Kegiatan ini dibagi menjadi beberapa tahapan:



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Manajemen Even Sesi 1

Tahap 1: Perencanaan Event

Materi ini mencakup cara menetapkan tujuan partisipasi dalam bazar, riset dan persiapan produk, serta desain stand. Peserta diajarkan bagaimana melakukan analisis pasar untuk menentukan produk yang paling diminati, serta pentingnya pengemasan produk yang menarik. Desain stand yang menarik juga menjadi poin penting dalam menarik perhatian pengunjung.

Tahap 2: Pelaksanaan di Lokasi Bazar

Dalam sesi ini, peserta diberikan simulasi tentang persiapan sebelum bazar, termasuk setup stand dan briefing tim penjual. Fokus utama adalah bagaimana melayani pengunjung dengan sikap ramah dan proaktif, serta bagaimana memanfaatkan strategi promosi seperti diskon khusus atau bundling produk. Selain itu, peserta juga dilatih mengenai sistem pembayaran yang mudah diakses, seperti penggunaan QRIS, serta pencatatan penjualan untuk memudahkan evaluasi.

Tahap 3: Evaluasi Pasca Bazar

Sesi terakhir fokus pada pengumpulan data dan umpan balik dari pengunjung serta evaluasi internal kinerja tim. Peserta diajarkan cara meninjau pencapaian penjualan, mengumpulkan masukan dari pengunjung, dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk bazar berikutnya. Tindak lanjut dengan kontak potensial yang diperoleh selama bazar juga menjadi bagian penting dari materi ini.



Gambar 3. Sesi diskusi dengan peserta pelatihan

4. SIMPULAN

Pelatihan ini berhasil memberikan dampak positif terhadap kemampuan UMKM Desa Duwet dalam mengelola acara. Hasil utama yang dicapai meliputi:

1. Peningkatan Keterampilan Manajemen Event: UMKM peserta pelatihan menunjukkan peningkatan dalam merencanakan dan mengelola event bazar. Mereka lebih memahami pentingnya riset pasar, persiapan produk, dan desain stand yang menarik.

2. Kemampuan Pemasaran yang Lebih Baik: Peserta mampu menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk penggunaan promosi dan diskon untuk menarik pelanggan selama bazar. Mereka juga lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan pelanggan dan mempresentasikan produk.

3. Pencatatan Keuangan yang Lebih Teratur: Dengan pelatihan pencatatan transaksi yang diberikan, UMKM mulai melakukan pencatatan penjualan dengan lebih teratur, yang memudahkan evaluasi dan perencanaan keuangan untuk event-event berikutnya.

5. DAFTAR REFERENSI

- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2012). *Events Management* (3rd ed.). Routledge.
- Getz, D. (2013). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events* (2nd ed.). Routledge.
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration* (7th ed.). Wiley.
- Shone, A., & Parry, B. (2010). *Successful Event Management: A Practical Handbook* (3rd ed.). Cengage Learning.
- Van der Wagen, L., & White, L. (2019). *Event Management: For Tourism, Cultural, Business and Sporting Events* (5th ed.). Cengage.

- Handayani, R., & Supriyanto, A. (2023). Pengembangan event pariwisata desa berbasis partisipasi masyarakat. *Jurnal Pengembangan Pariwisata*, 12(1), 23–32.
- Mulyadi, R., & Hermawan, A. (2021). Pelatihan manajemen usaha berbasis potensi lokal di desa wisata. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(2), 54–63.
- Rachmawati, D., & Andini, P. (2022). Strategi promosi produk UMKM melalui even lokal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(1), 17–26.
- Sari, T. W., & Lestari, N. A. (2022). Peningkatan profesionalisme penyelenggaraan acara desa melalui pelatihan manajemen even. *Jurnal Pengabdian dan Inovasi Masyarakat*, 6(2), 40–48.
- Widodo, H., & Santoso, A. (2020). Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan even sebagai penguat identitas desa. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(3), 77–88.