



## PROMOSI DESA WISATA PENGLIPURAN PASCA PANDEMI COVID-19 MELALUI FESTIVAL BUDAYA

### STUDI KASUS: PENGLIPURAN VILLAGE FESTIVAL IX

Ni Nyoman Arini<sup>1\*</sup>, I Made Bayu Wisnawa<sup>2</sup>, Putu Guntur Pramana Putra<sup>3</sup>,  
I Nengah Sandi Artha Putra<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Universitas Triatma Mulya, Badung, Email: [nyoman.arini@triatmamulya.ac.id](mailto:nyoman.arini@triatmamulya.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Triatma Mulya, Badung, Email: [bayu.wisnawa@triatmamulya.ac.id](mailto:bayu.wisnawa@triatmamulya.ac.id)

<sup>3</sup> Universitas Triatma Mulya, Badung, Email: [pramana.putra@triatmamulya.ac.id](mailto:pramana.putra@triatmamulya.ac.id)

<sup>4</sup> Universitas Triatma Mulya, Badung, Email: [artha.putra@triatmamulya.ac.id](mailto:artha.putra@triatmamulya.ac.id)

---

### ABSTRAK

Penglipuran Village Festival merupakan festival budaya yang diselenggarakan sebagai bentuk komitmen masyarakat untuk tetap melestarikan tradisi dan budaya di Desa Penglipuran. Penelitian ini menganalisis *event marketing process* dalam penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX dan bagaimana Penglipuran Village Festival IX menjadi media promosi Desa Wisata Penglipuran pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis berdasarkan *event marketing process* dan bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan event Penglipuran Village Festival IX sesuai dengan *event marketing process* berdasarkan model Lynn Van Der Wagen (2010). 7P sebagai elemen bauran pemasaran juga sudah terpenuhi dalam Penglipuran Village Festival IX. Sasaran utama penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX adalah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkualitas. Hadirnya event Penglipuran Village Festival IX dengan berbagai pogram-program menarik dapat menjadi titik balik pemulihan pariwisata pasca pandemi Covid-19.

**Kata Kunci:** Proses Pemasaran Event, Festival Budaya, Penglipuran Village Festival

---

### ABSTRACT

*Penglipuran Village Festival is a cultural festival held as a form of community commitment to preserve traditions and culture in Penglipuran Village. This study analyzes the event marketing process in organizing Penglipuran Village Festival IX and how Penglipuran Village Festival IX became a promotional medium for Penglipuran Tourism Village after the Covid-19 pandemic. This study used qualitative descriptive analysis. Data collection techniques carried out in this study are observation, interviews and documentation. Data is analyzed based on the event marketing process and 7P marketing mix, namely product, price, place, promotion, process, people, and physical evidence. The results of this study show that the implementation of the Penglipuran Village Festival IX event is in accordance with the event marketing process based on the model of Lynn Van Der Wagen (2010). 7P as an element of the marketing mix has also been fulfilled in Penglipuran Village Festival IX. The main target of Penglipuran Village*



*Festival IX is foreign tourists and quality domestic tourists. The presence of the Penglipuran Village Festival IX event with various interesting programs can be a turning point in tourism recovery after the Covid-19 pandemic.*

**Keywords :** *Event Marketing Process, Cultural Festival, Penglipuran Village Festival*

**Copyright ©2023. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved**

## I. PENDAHULUAN

Desa Penglipuran merupakan salah satu desa yang ditetapkan sebagai desa wisata di Kabupaten Bangli melalui Surat Keputusan (SK) Bupati Bangli Nomor 115 tanggal 29 April 1993 (kompas.com/2022). Desa Penglipuran sebagai salah satu desa wisata yang menerapkan konsep pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata. Nicole Hausler, 2005 (dalam Nurhidayati dan Fandeli, 2012:37) mendefinisikan *Community Based Tourism* sebagai bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Terdapat tiga aspek penting dalam *Community Based Tourism* seperti keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat, serta pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meletakkan masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan. *Community Based Tourism* juga didefinisikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya dalam komunitas (Suansri, 2003:14). Terdapat 5 (lima) prinsip yang dikembangkan sebagai aspek utama dalam pengembangan *Community Based Tourism* yaitu prinsip ekonomi, prinsip sosial, prinsip budaya, prinsip lingkungan, dan prinsip politik. Kelima prinsip tersebut sebagai wujud terlaksananya pariwisata yang berkelanjutan (Suansri, 2003:22).

Penerapan konsep *Community Based Tourism* memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata, sehingga manfaat kepariwisataan dapat dirasakan oleh masyarakat lokal. Selain masyarakat, peran desa adat juga diperlukan untuk mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism*) yang berbasis masyarakat. Desa Wisata Penglipuran dikelola oleh desa adat, dan dalam pengelolaannya melibatkan pengelola pariwisata dan partisipasi aktif masyarakat lokal. Potensi daya tarik wisata yang terdapat di Desa Wisata Penglipuran mencakup; a) tata ruang Desa Adat Penglipuran yang berlandaskan pada konsep *Tri Mandala* dan arsitektur bangunan tradisional Bali yang merupakan daya tarik utama bagi wisatawan, b) seni tari dan tabuh yang dipentaskan dalam upacara ritual *pujawali* maupun hiburan sebagai konsumsi wisatawan, c) masyarakat lokal yang melakukan perkawinan poligami akan dikenakan sanksi adat dengan tidak diperkenankan tinggal di rumah asalnya, dan diharuskan pindah ke sebuah pekarangan khusus yang disebut dengan “Karang Madu”, d) pelestarian hutan bambu sebagai wujud nyata dalam menjaga keseimbangan antara manusia dengan lingkungan, e) megibung di jalan desa (tradisi makan bersama–sama seperti dinner di area jalan utama desa wisata), f) keramah–tamahan masyarakat lokal dalam menerima kedatangan wisatawan (*hospitality*), g) *annual event*

“Penglipuran Village Festival” dengan rangkaian kegiatan yang berkaitan dengan tradisi dan budaya.

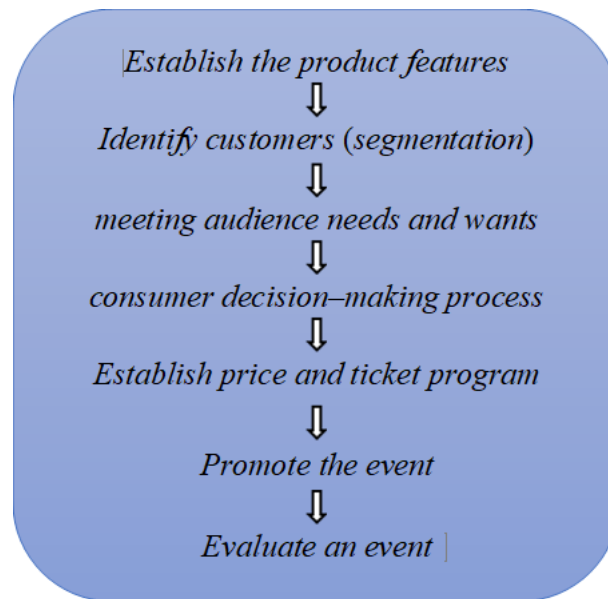
Penglipuran Village Festival merupakan *annual event* di Desa Wisata Penglipuran yang diselenggarakan sebagai salah satu bentuk rasa syukur masyarakat lokal karena Desa Wisata Penglipuran ramai dikunjungi wisatawan, dan sebagai bentuk komitmen masyarakat untuk tetap melestarikan tradisi dan budaya (kompas.com/2022). Konseptualisasi pengalaman festival adalah bagaimana pengunjung memperoleh produk *intangible* atau elemen yang tidak berwujud seperti aspek budaya dan interaksi sosial saat berkunjung dalam penyelenggaraan festival (Brown, 2019:15). Penglipuran Village Festival pertama kali diselenggarakan pada tahun 2013 dan rutin dilaksanakan setiap tahunnya, namun penyebaran *corona virus disease* 2019 (Covid-19) menyebabkan Penglipuran Village Festival pada tahun 2020 ditiadakan. Setelah sempat ditunda tahun 2020 karena pandemi Covid-19, perhelatan Penglipuran Village Festival kembali digelar pada tahun 2021. Menghadapi era tatanan normal baru diperlukan strategi hybrid dalam setiap kegiatan, sehingga Desa Penglipuran juga menerapkan strategi tersebut demi keberlangsungan event Penglipuran Village Festival. Pada tahun 2021, Penglipuran Village Festival kembali digelar secara hybrid dengan mengambil tema “Green Destination Berbasis CHSE” melalui Penglipuran Village Festival VIII. Penglipuran Village Festival VIII menyuguhkan berbagai program menarik seperti Parade Budaya Khas Penglipuran Berbusana Bali Tempo Dulu, Pameran Bonsai, Pameran Industri Kecil dan Kerajinan, Lomba Vlog Promosi Desa Wisata Penglipuran, Lomba Mesatua Bali (bercerita bahasa Bali) Lomba Tari Condong Legong Keraton, dan Lomba Storytelling. Melalui program-program tersebut diharapkan perekonomian masyarakat lokal kembali pulih dan pelaku usaha pariwisata serta seniman bisa bangkit di tengah pandemi Covid-19. Aktivitas pariwisata di Desa Wisata Penglipuran sempat ditutup selama bulan Maret – Oktober 2020 (Negarayana, 2021:146). Masyarakat lokal sangat merasakan dampak buruk pandemi Covid-19 seperti penurunan jumlah kunjungan wisatawan yang menyebabkan menurunnya pendapatan masyarakat lokal yang bekerja sebagai pedagang souvenir, makanan dan minuman, serta penyedia homestay di Desa Wisata Penglipuran.

Setelah pemerintah mengumumkan bahwa penularan Covid-19 menurun, Penglipuran Village Festival IX akhirnya digelar kembali secara tatap muka pada tahun 2022 dengan mengusung tema Kalpataru: “Resurrect the spirit of Environmental Conservation” yang bermakna membangkitkan semangat pelestarian lingkungan. Bambura dijadikan sebagai maskot Penglipuran Village Festival IX. Bambura memiliki makna bambu yang mulia atau bambu yang dimuliakan. Konsep Bambura terinspirasi dari nilai sosial masyarakat lokal Desa Adat Penglipuran yang teguh dalam komitmen konservasi Hutan Bambu. Kotler et al., (dalam Getz, 1997) mengidentifikasi bahwa event memberikan *added value* pada masyarakat di suatu daerah tujuan wisata dan menarik wisatawan. Menurut Getz (2012:46) terdapat beberapa faktor yang berkontribusi dalam membuat setiap event menjadi spesial seperti *uniqueness, hospitality, symbolism, festive spirit, theming, dan authenticity*. Penelitian ini menganalisis event marketing process dalam penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX dan bagaimana Penglipuran Village Festival IX menjadi media promosi Desa Wisata Penglipuran pasca pandemi Covid-19. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji event marketing process model Lynn Van Der Wagen (2010) dalam penyelenggaraan event Penglipuran Village Festival IX dan menganalisis

Penglipuran Village Festival sebagai media promosi pariwisata di Desa Penglipuran pasca pandemi Covid-19. Melalui event Penglipuran Village Festival IX diharapkan dapat menjadi titik balik pemulihan pariwisata pasca pandemi Covid-19 sebagai ajang promosi pariwisata (bali.antaraneews.com)

## LITERATUR REVIEW

*Event marketing process* dalam penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX dianalisis berdasarkan model Lynn Van Der Wagen pada gambar berikut :



Gambar 1. *Event Marketing Process*

Sumber: Wagen, 2006

Gambar 1 di atas menunjukkan proses pemasaran event yang efektif dengan menetapkan produk, menentukan segmentasi pasar dalam festival, memastikan kebutuhan pengunjung terpenuhi, dan memahami bahwa pengunjung membuat keputusan berdasarkan berbagai faktor seperti kualitas acara, harga tiket, serta program acara yang disuguhkan. Event dipromosikan agar diketahui oleh masyarakat luas, dan setelah event berakhir dilakukan proses penilaian dan analisis menyeluruh terhadap festival yang telah berlangsung untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan festival, serta untuk mendapatkan masukan yang berguna dalam memperbaiki dan meningkatkan festival di tahun berikutnya.

Promosi merupakan bagian dari proses pemasaran yang cukup efektif sehingga dapat dikategorikan sebagai bagian dalam bauran pemasaran (*marketing mix*). Evans dan Berman (1992 dalam Lestari, 2015:142) mendefinisikan promosi sebagai bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*), membujuk (*to persuade*), atau mengingatkan orang-orang tentang produk yang dihasilkan organisasi, dan individu. McCarthy *classified these tools into four broad groups that he called the four of marketing: product, price, place, and promotion* (Kotler et al., 1998:110). Dalam pemasaran terdapat beberapa alat pemasaran tambahan seperti *process* (proses), *people* (orang), dan *physical evidence* (lingkungan fisik), sehingga dikenal dengan istilah 7P yang digunakan untuk menganalisis Penglipuran Village Festival sebagai media promosi Desa Wisata Penglipuran pasca pandemi Covid-19.

## METODE

Penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2022–April 2023. Pendekatan yang relevan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan pada saat penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX 2022. Wawancara dilakukan dengan Bapak I Wayan Sumiarsa selaku *General Manager* Desa Wisata Penglipuran dan Ketua Panitia Penglipuran Village Festival IX 2022. Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai keseluruhan proses pelaksanaan event Penglipuran Village Festival IX. Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara terkait proses pelaksanaan event. Sumber data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari foto kegiatan pada saat pelaksanaan festival

## II. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. *Event Marketing Process Penglipuran Village Festival IX 2022*

#### a. *Establish the product features*

*Each event offers a range of potential benefits to the event audience. These may include one or more of the following: a novel experience, entertainmet, a learning experience, an exciting result, chance to purchase items, dining and drinking, inexpensive way to get out of the house, chance to see something unique* (Wagen, 2006). Seni, budaya, *special interest tourism*, UMKM, dan wisata edukasi lingkungan sebagai produk yang ditawarkan dalam event Penglipuran Village Festival IX. Penglipuran Village Festival IX merupakan salah satu event budaya di Bali yang lolos kurasi Kharisma Event Nusantara (KEN) 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meluncurkan program KEN sebagai upaya membangkitkan geliat event daerah dengan mempromosikan destinasi wisata, meningkatkan kunjungan wisatawan, dan memberdayakan potensi lokal sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi, sosial, dan lingkungan dengan prinsip berkelanjutan ([kemenparekraf.go.id/2022](http://kemenparekraf.go.id/2022)). Penglipuran Village Festival IX menyuguhkan keunikan seni, budaya, dan kearifan lokal di Desa Wisata Penglipuran. Pengunjung dapat menyaksikan pagelaran seni dan budaya, Musik Pelipur Lara, Penglipuran Night Ethnic Music, dan berbagai kelas aktivitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung dalam event Penglipuran Village Festival IX. Pengunjung dapat memesan paket kelas aktivitas yang dilaksanakan ketika event berlangsung. Panitia juga menyediakan produk–produk lokal seperti *handicraft* dan *stand* kuliner. Penglipuran Village Festival IX juga menyuguhkan acara talkshow yang memberikan edukasi pada masyarakat umum mengenai pariwisata berkelanjutan / *sustainable tourism* dan peran bambu dalam industri pariwisata.

Penglipuran Village Festival IX diselenggarakan selama 6 (enam) hari dari tanggal 9–14 Desember 2022 mulai dari peletakkan *Trophy* Kalpataru hingga parade budaya. Rangkaian kegiatan dalam event Penglipuran Village Festival IX adalah Seni Pertunjukan, Penglipuran *Fashion Show*, Lomba Tari Baris Tunggal, Lomba Tari Condong, Lomba Bapang Barong dan Mekendang Tunggal, Lomba Vlog, *Guiding Contest*, Lomba Fotografi, Lomba *Mebat*, Lomba *Mesatua* Bali, Lomba Akustik, Lomba Telanjakan dan Pekarangan, *Making Breakfast Contest*, Loloh Cem–Cem *Class*, *Rebung Cooking Class*, *Healing Class*, *Bamboo Handicraft Class*, *Bamboo Traditional Games*, Yoga Tertawa, *E–Bikes Bamboo Forest Tour*, *Megibung*, *Sightseeing with host*, Musik Pelipur Lara, Penglipuran *Night Ethnic Music*, *Talkshow Bamboo*



*and Tourism*. Penglipuran Village Festival IX mengusung tema Kalpataru: “*Resurrect the spirit of Environmental Conservation*” artinya membangkitkan semangat pelestarian lingkungan.

*Tagline Kalpataru: “Resurrect the spirit of Environmental Conservation” yang artinya membangkitkan kembali, agar generasi muda memahami bahwa Desa Adat Penglipuran memiliki nilai tentang konservasi lingkungan (Wawancara 19/01/2023).*

Pada tahun 1995, Desa Penglipuran mendapat penghargaan Kalpataru atas usahanya dalam melindungi Hutan Bambu. Hal tersebut menunjukkan bahwa *tetua/orang* yang dipandang tua atau berpengalaman dan dihormati oleh masyarakat di Desa Adat Penglipuran sudah konsisten atau berkomitmen melakukan konservasi lingkungan sejak tahun 1995. Hingga kini masyarakat lokal berkomitmen untuk tetap menjaga kelestarian Hutan Bambu. Hasil bambu dimanfaatkan oleh masyarakat lokal sebagai bahan utama untuk membuat atap angkul–angkul, dinding dapur masing–masing rumah, dan berbagai manfaat ekonomis lainnya (penglipuran.net/2022). Tema Kalpataru di Desa Penglipuran sudah ditanamkan nilai tentang pelestarian lingkungan. Kalpataru dijadikan terminologi tentang pohon kehidupan yang merujuk pada entitas bambu. Bambu memiliki fungsi yang sangat penting dalam keberlangsungan Desa Penglipuran dalam segi ekologi, dan kebudayaan.

Pelaksanaan event Penglipuran Village Festival IX dilaksanakan oleh seluruh masyarakat Desa Adat Penglipuran. Panitianya berjumlah 300 orang yang seluruhnya masyarakat lokal. Namun dalam pelaksanaan event, panitia melakukan pendekatan kolaboratif atau adanya kerjasama dengan *stakeholders* terkait seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Pemerintah Daerah Kabupaten Bangli, perusahaan swasta, Bank, masyarakat umum, wisatawan, akademisi dari Universitas Warmadewa, Institut Seni Indonesia (ISI) Denpasar, dan Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar. Pendekatan kolaboratif ini dikenal dengan pentahelix pariwisata yang memang seharusnya diterapkan untuk mensukseskan event Festival Penglipuran Village. Dalam pelaksanaan event, masyarakat lokal menghadapi berbagai kendala sebagai berikut :

*Kendala yang kami hadapi dalam pelaksanaan event adalah 1) sumber daya manusia yang memanfaatkan masyarakat desa, tentunya mereka memiliki kesibukan masing–masing. Weekend dijadikan alternatif untuk melakukan diskusi sehingga waktu yang dibutuhkan sangat lama. 2) Masyarakat desa masih saling sharing atau saling belajar terkait penyelenggaraan event, tetapi karena event ini sudah diselenggarakan sejak tahun 2013, tentu pembelajaran–pembelajaran pada event sebelumnya menjadi pengalaman untuk penyelenggaraan event yg lebih baik lagi (Wawancara 19/01/2023).*

Penyelenggaraan event dilaksanakan oleh seluruh masyarakat lokal tentu mengalami berbagai kendala dalam pelaksanaannya. Selain itu, masyarakat lokal juga tentunya memiliki latar belakang pendidikan dan pekerjaan yang berbeda–beda, tidak ada masyarakat yang berprofesi sebagai *event organizer*. Panitia hanya bekal pengalaman dari event–event sebelumnya dan adanya pendekatan kolaboratif dengan *stakeholders* terkait sehingga Penglipuran Village Festival dapat berjalan dengan sukses dan lancar.

b. *Identify customers (segmentation)*

*Identify customers planning is a cyclical process in which target market segments (customers) are identified, events are developed to suit their needs, and the event is competitively positioned (Wagen, 2006). Market segmentation is the process of analysing customers in groups (Wagen, 2006). Segmentasi pasar merupakan pembagian pasar yang berbeda-beda (heterogen) menjadi kelompok-kelompok pasar yang homogen, dimana setiap kelompoknya ditargetkan untuk memasarkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, ataupun karakteristik pembeli (Kotler dan Amstrong, 2012:312). Penyelenggara event Penglipuran Village Festival IX melakukan segmentasi pasar berdasarkan sasaran pengunjung.*

*Sasaran utama dari event ini tentu wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkualitas karena dari segi pengelolaan, kami ingin Penglipuran ini menjadi destinasi yang berkualitas, sehingga tentu yang berkunjung juga harus berkualitas. Maka dari segi program juga kita mencoba buat yang lebih berkualitas (Wawancara 19/01/2023).*

Segmentasi pasar dalam event Penglipuran Village Festival IX adalah wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkualitas mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua. Uang yang dikeluarkan wisatawan / *spending money* untuk biaya tiket masuk, biaya tiket mengikuti program kelas aktivitas, menikmati ragam kuliner khas Desa Penglipuran, belanja *handicraft*, menginap di Desa Wisata Penglipuran agar dapat merasakan suasana malam di Desa penglipuran, berinteraksi dengan masyarakat lokal, serta menyaksikan event secara menyeluruh. Begitu juga wisatawan yang ingin merasakan suasana pagi hari di Desa Penglipuran tentu harus menginap. Tingkat *spending money* wisatawan dipengaruhi oleh durasi *length of stay* atau lama tinggal wisatawan di Desa Penglipuran.

c. *Meeting Audience Needs and Wants*

*Once customer groupings have been identified, it is then necessary to ensure that all their needs are met (Wagen, 2006). Dalam penyelenggaraan event, setelah melakukan identifikasi kelompok pasar tentu langkah selanjutnya adalah memastikan bahwa semua kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi. Dengan adanya program-program menarik yang dikemas sedemikian rupa diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan yang berkunjung ke Penglipuran Village Festival IX. Masyarakat lokal menyediakan *homestay* bagi wisatawan yang ingin menginap dan menyaksikan event secara menyeluruh. Wisatawan yang menginap dengan menyewa *homestay* tentunya memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap peningkatan okupansi *homestay* di Desa Wisata Penglipuran. Selain *homestay*, Masyarakat lokal juga menyediakan makanan dan minuman tradisional (kuliner), dan berbagai hasil kerajinan dalam pelaksanaan event Penglipuran Village Festival IX. *Homestay*, kerajinan dan kuliner yang disediakan oleh masyarakat lokal mendapatkan *benefit* dengan adanya kunjungan wisatawan yang berkualitas. Penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX diharapkan dapat mensejahterakan seluruh masyarakat di Desa Adat Penglipuran.*

d. *Consumer decision-making process*

Menurut Mathieson dan Wall, 1982 (dalam Pitana dan Gayatri, 2004:70-71) pengambilan keputusan wisatawan umumnya dipengaruhi oleh produk/jasa, promosi, segmentasi pasar, keterbatasan waktu, dan dana, destinasi yang dikunjungi, serta perilaku wisatawan terhadap tempat yang dikunjungi. *The iterative process of analysing ticket prices or fees charged and the break-even point is part of the financial decision-making process* (Wagen, 2006). Identifikasi faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Penglipuran Village Festival IX adalah program-program yang ditampilkan dalam event, lokasi pelaksanaan event, *ticket price*, dan promosi dari berbagai media.

e. *Establish price and ticket program*

Dalam menentukan harga tiket dalam penyelenggaraan event Penglipuran Village Festival IX, pihak panitia sangat mempertimbangkan hal-hal terkait lokasi dan *guest star* yang akan menghadiri event musik sesuai dengan pernyataan sebagai berikut :

*Dari harga tiket sebesar Rp.125.000,- kami pertimbangkan tentang jarak/lokasi, artis atau guest star yang diundang. Dari segi harga, harga sangat kompetitif sekali pada Musik Pelipur Lara tentu kami compare dengan acara-acara yang sudah sempat berlangsung di Bali, kami sandingkan dengan guest star yang kami undang. Biaya tersebut kami rasa sangat value for money dengan guest star dalam event musik (Wawancara 19/01/2023).*

Wisatawan yang berkunjung ke Penglipuran Village Festival IX dikenakan tiket reguler yaitu wisatawan nusantara atau domestik sebesar Rp.25.000,- dan wisatawan mancanegara sebesar Rp.50.000,-. Namun, ketika wisatawan ingin menyaksikan konser musik modern seperti Musik Pelipur Lara dan Penglipuran *Night Ethnic Music* akan dikenakan biaya tiket tambahan sebesar Rp.125.000,-. Bintang tamu atau *guest star* yang turut serta memeriahkan event musik dalam Penglipuran Village Festival IX adalah musisi lokal hingga nasional.

f. *Promote the event*

Menurut Wagen (2010) terdapat 2 (dua) cara dalam proses *promote the event* yaitu *differentiation* dan *packaging for effective communication*. *Differentiation*, artinya bahwa pelaksanaan masing-masing event tentunya memiliki ciri khas yang berbeda-beda, sehingga setiap event memiliki sesuatu yang berbeda dengan event lainnya. Keunikan Penglipuran Village Festival IX adalah adanya kolaborasi antara pelestarian budaya dengan atraksi pariwisata seperti adanya pertunjukkan parade seni budaya, acara musik, *games*, lomba-lomba, kelas aktivitas, *workshop*, dan sebagainya.

*Seluruh program sangat spesial dan yang menjadi program special dari Penglipuran Village Festival untuk menarik kunjungan wisatawan adalah Musik Pelipur Lara, Penglipuran Night Ethnic Music, megibung masyarakat Penglipuran, dan Tari Pendet Kolosal. Program ini merupakan hal baru yang ada di Penglipuran Village Festival (Wawancara 19/01/2023).*

Program unggulan dalam event Penglipuran Village Festival IX yaitu Musik Pelipur Lara, Penglipuran Night Ethnic Music, *megibung* masyarakat Penglipuran, dan Tari Pendet Kolosal



tentunya memiliki tujuannya masing–masing. Pertama, Musik Pelipur Lara bertujuan untuk mengajak generasi muda agar memiliki kreativitas, meskipun jenis musik yang ditampilkan musik modern, tetapi lagu lagu–lagu yang dimainkan masih identik dengan alam, dan lingkungan yang tidak menyimpang dengan tema Penglipuran Village Festival IX. Kedua, Melalui Penglipuran Night Ethnic Music, masyarakat lokal ingin memperkenalkan suasana malam di Desa Wisata Penglipuran, dimana sebelumnya pihak desa sudah mengemas wisata malam hari dengan penataan lampu estetik di taman. Ketiga, *megibung* merupakan kegiatan yang dilakukan oleh kelompok masyarakat untuk duduk bersama dengan berbagi makanan, bertukar pikiran, dan bersendagurau satu sama lain. *Megibung* bertujuan untuk memberikan semangat kepada masyarakat desa agar saling bersyukur atas berkah pariwisata yang berkembang pesat di Desa Wisata Penglipuran. Keempat, Tari Pendet Kolosal bertujuan untuk memberikan warna baru di Desa Wisata Penglipuran dan tercapainya tujuan masyarakat desa, karena video saat pementasan Tari Pendet Kolosal di Penglipuran Village Festival IX tersebar luas. Wisatawan serta masyarakat umum banyak yang memperbincangkan, sehingga banyak wisatawan yang ingin menyaksikan kembali pertunjukkan Tari Pendet Kolosal di Desa Wisata penglipuran, karena sebelumnya hanya sempat menyaksikan Tari Pendet Kolosal melalui media sosial. Tari Pendet Kolosal mendapatkan atensi yang sangat luar biasa dari netizen di media sosial, sehingga banyak wisatawan yang ingin melihat kembali acara pagelaran Tari Pendet Kolosal. Hal tersebut menunjukkan bahwa program pertunjukkan Tari Pendet Kolosal dapat mencapai sasaran sesuai dengan tujuan terselenggaranya program tersebut dan mampu membujuk wisatawan untuk datang berkunjung ke Desa Wisata Penglipuran. Pertunjukkan Tari Pendet Kolosal dalam event Penglipuran Village Festival IX sebagai berikut :



Gambar 2. Pertunjukkan Tari Pendet Kolosal  
Sumber : Panitia Penglipuran Village Festival IX, 2022

Proses *promote the event* selanjutnya adalah *packaging for effective communication*. Komunikasi yang efektif dalam strategi promosi sebuah event diupayakan dapat meyakinkan seluruh segmentasi pasar untuk menghadiri event. Media promosi Penglipuran Village Festival IX meliputi website, Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, *personal selling*, *word of mouth*, poster, banner, iklan internet, dan *news*. Penggunaan media Instagram, dan Tiktok dengan menggunakan jasa *influencer* merupakan strategi pemasaran yang efektif. Dari segi promosi

dilakukan dengan media partner, *influencer* yang memiliki jumlah *followers* yang banyak memberikan *benefit* yang signifikan terhadap jumlah kunjungan ke Penglipuran Village Festival IX. Media partner juga memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap kepopuleran Penglipuran Village Festival IX. Selain itu, promosi juga dilakukan melalui media sosial berbasis partisipasi masyarakat. Seluruh masyarakat Desa Penglipuran dihimbau untuk turut berpartisipasi dalam mempromosikan Penglipuran Village Festival IX dengan menggunakan media sosialnya masing-masing. Promosi event Penglipuran Village Festival IX nampaknya tidak cukup lengkap tanpa banner dan poster. Promosi juga dilakukan dengan memasang poster dan banner di pintu masuk Desa Wisata Penglipuran, pusat kota, dan perbatasan Kabupaten Bangli dengan Kabupaten Gianyar yang bertujuan untuk memberikan informasi bagi masyarakat umum terkait adanya event sehingga dapat menarik perhatian lebih banyak orang untuk berkunjung ke Penglipuran Village Festival IX.

g. *Evaluate an event*

Menurut Natoradjo (2011) terdapat tiga tahapan dalam evaluasi event yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir. Evaluasi sebagai tahapan penentuan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan termasuk efektivitas program, implementasi perencanaan, hingga tercapai dan tidaknya tujuan kegiatan (Pudjiastuti 2010:69). Tahap evaluasi memiliki peranan penting dalam pelaksanaan event. Hasil evaluasi dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan ketika akan menyelenggarakan event Penglipuran Village Festival selanjutnya.

*Pada tahap persiapan event, panitia melakukan diskusi dengan Ketua Desa, media partner, media promosi, dan Pemerintah (Kementerian Pariwisata dan ekonomi kreatif, serta Pemerintah Daerah Kabupaten Bangli), kemudian membuat stage, mempersiapkan venue yang sangat memerlukan waktu dan tenaga, serta melakukan kolaborasi dengan Joint Taring (JoRing) Warmadewa dalam dekorasi dan gate festival (Wawancara 19/01/2023).*

Pada tahap persiapan meliputi kegiatan-kegiatan seperti membentuk panitia event, menentukan tujuan event dengan diskusi bersama, menggarap konsep dan tema yang menarik, merancang program event atau acara yang akan ditampilkan, mencari bintang tamu atau *guest star* dan pengisi acara untuk event musik, menentukan segmentasi pasar, mencari sponsor, melakukan distribusi tugas dan penjelasan tentang *job desk* panitia agar mampu bekerja secara efektif dan efisien, mempersiapkan *venue* dan vendor. Panitia juga menyebarkan undangan ke Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Menteri BUMN, Menteri Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Gubernur Bali, Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Dinas Kehutanan dan Lingkungan Hidup Provinsi Bali, Bupati Bangli, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pemerintah Kabupaten Bangli, Dinas Lingkungan Hidup Kabupaten Bangli, BPD, BI, Lurah, Camat, Forum Komunikasi Desa Wisata (Forkom Dewi), Institut Seni Indonesia Denpasar, Tokoh Puri di Bangli.

Evaluasi pada tahap pelaksanaan difokuskan pada teknis penyelenggaraan rangkaian event. Pada saat event berlangsung, tempat pelaksanaan *Guiding Contest* dipindahkan ke Tugu Pahlawan. *Guiding Contest* rencana awalnya akan dilaksanakan di Hutan Bambu, tetapi karena pada saat itu di area Hutan Bambu masih dalam proses pembangunan Monumen Kalpataru sehingga *Guiding Contest* dipindahkan ke Tugu Pahlawan. Selain itu, program *E-Bikes*

*Bamboo Forest Tour* dibatalkan oleh panitia dikarenakan proses pembangunan Monumen Kalpataru di area Hutan Bambu tersebut.

Evaluasi pasca event merupakan tahap akhir yang bertujuan untuk mengetahui dampak event dan bagaimana event ini selanjutnya dapat dilaksanakan lebih baik lagi. Masyarakat lokal tentunya dapat merasakan manfaat dari adanya pelaksanaan event. Dari segi manfaat, terjadi perputaran ekonomi, dignity masyarakat, promosi Desa Wisata Penglipuran, dan memberikan warna baru bagi Desa Wisata Penglipuran. Dari segi penyelenggaraan, masih banyak yang perlu ditingkatkan dan perlu dikembangkan dari segi kepanitiaan sehingga kedepannya dapat memanfaatkan ide-ide lebih banyak dari masyarakat, dan tentunya kolaborasi dengan *stakeholders* terkait juga perlu ditingkatkan lagi. Tanggapan wisatawan yang berkunjung juga sangat mengesankan dengan adanya program-program yang disuguhkan di Penglipuran Village Festival IX sebagai berikut :

*Komentar atau tanggapan dari pengunjung, mereka merasakan ada hal baru yang dirasakan di Penglipuran Village Festival yang ke IX seperti adanya program unggulan merupakan something to new atau sesuatu yang memberikan diferensiasi dan inovasi dari festival-festival sebelumnya. Banyak yang peduli dengan kami dan memberikan usul tentang bagaimana Penglipuran nanti dikembangkan, tentu kami selaku panitia harus melakukan diskusi terkait apakah usul yang diberikan penting, apakah usul ini perlu kami lakukan agar tetap selaras dengan identitas kami sebagai desa wisata (Wawancara 19/01/2023).*

Evaluasi kegiatan tahap akhir secara keseluruhan meliputi rangkaian acara yang telah berlangsung, penilaian wisatawan yang berkunjung, kritik dan saran dari berbagai pihak, evaluasi dari segi promosi event, dokumentasi, dan laporan anggaran dana. Adapun pihak yang dilibatkan dalam evaluasi adalah seluruh panitia, ketua adat, kepala lingkungan, pengelola desa wisata, dewan desa (desa pengarep). Perannya adalah untuk meninjau kembali event yang sudah berlangsung dengan melihat kekurangan dan kelebihannya, sehingga kedepannya mampu memaksimalkan kekurangan yang dihadapi tersebut.

## **2. Promosi Desa Wisata Penglipuran Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Penglipuran Village Festival IX**

Berdasarkan uraian *event marketing process* di atas, dapat disimpulkan bahwa 7P (*product, price, place, promotion, process, people, dan physical evidence*) sebagai elemen bauran pemasaran sudah terpenuhi dalam event Penglipuran Village Festival IX. Adapun 7P dalam event Penglipuran Village Festival IX diuraikan ke dalam bentuk *content mapping* sebagai berikut :

<b>No</b>	<b>Marketing Mix</b>	<b>Keterangan</b>
1	<i>Product</i>	Penglipuran <i>Fashion Show</i> , Lomba Tari Baris Tunggal, Lomba Tari Condong, Lomba Bapang Barong dan Mekendang Tunggal, Lomba Vlog, <i>Guiding Contest</i> , Lomba Fotografi, Lomba <i>Mebat</i> , Lomba <i>Mesatua</i> Bali, Lomba Akustik, Lomba Telanjakan dan Pekarangan, <i>Making</i>

	<i>Breakfast Contest, Loloh Cem–Cem Class, Rebung Cooking Class, Healing Class, Bamboo Handicraft Class, Bamboo Traditional Games, Yoga Tertawa, Megibung, Sightseeing with host, Musik Pelipur Lara, Penglipuran Night Ethnic Music, Talkshow Bamboo and Tourism.</i>
2 <i>Place</i>	Lokasi penyelenggaraan event Penglipuran Village Festival IX memanfaatkan seluruh <i>venue</i> yang ada di Desa Wisata Penglipuran.
3 <i>Price</i>	Wisatawan dikenakan tiket reguler yaitu wisatawan nusantara sebesar Rp.25.000,- dan wisatawan mancanegara sebesar Rp.50.000,- Tiket konser Musik Pelipur Lara/Penglipuran Night Ethnic Music masing–masing dikenakan biaya tiket tambahan sebesar Rp.125.000,-
4 <i>Promotion</i>	Media promosi Penglipuran Village Festival IX meliputi website, Facebook, Youtube, Instagram, Tiktok, <i>personal selling, word of mouth</i> , poster, banner, iklan internet, dan <i>news</i> .
5 <i>Process</i>	Proses perencanaan tahap awal dalam penyelenggaraan Penglipuran Village Festival IX melibatkan pemilihan tema, lokasi, tanggal, perencanaan anggaran, pemilihan vendor, tim yang akan terlibat, dan berbagai aspek lainnya yang akan menjadi dasar acara tersebut. Selanjutnya, proses promosi mencakup semua upaya untuk mempromosikan festival kepada target audiens dan penjualan tiket. Terakhir proses evaluasi untuk mengidentifikasi apakah event berjalan dengan baik dan apa yang perlu diperbaiki pada even selanjutnya.
6 <i>People</i>	Masyarakat lokal berpartisipasi secara aktif dalam event Penglipuran Village Festival IX dari segi kepanitiaan dan promosi event
7 <i>Physical Evidence</i>	Dari segi <i>brand image</i> , Penglipuran Village Festival sangat diuntungkan dengan terpilihnya Desa penglipuran sebagai desa terbersih ke-3 dunia versi Majalah Internasional Boombastic.

Gambar 3. *Mapping Marketing Mix* dalam event Penglipuran Village Festival IX

Penglipuran Village Festival yang dirancang sebagai event tahunan di Desa Wisata Penglipuran bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata penglipuran, dan sebagai ajang pelestarian seni, tradisi, serta budaya. Penglipuran Village Festival sebagai event seni budaya yang menyuguhkan berbagai kegiatan seperti lomba dan menampilkan parade budaya kearifan lokal Desa Penglipuran. Penglipuran Village Festival IX dapat dijadikan sebagai media

promosi Desa Wisata Penglipuran karena keunikan event dan nilai kearifan lokal sebagai daya tarik wisata. Dampak pandemi corona virus disease 2019 (Covid-19) menyebabkan terjadinya penurunan kunjungan wisatawan di sektor pariwisata. Penglipuran Village Festival IX sebagai upaya dalam pemulihan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Desa Wisata penglipuran pasca pandemi Covid-19. Dengan diselenggarakannya event Penglipuran Village Festival IX masyarakat lokal diharapkan mampu melestarikan seni, tradisi, dan budaya masyarakat lokal, serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat pasca pandemi Covid-19. Bupati Kabupaten Bangli, Bapak Sedana Arta berharap dengan diselenggarakannya event Penglipuran Village Festival IX dapat menjadi titik balik pemulihan pariwisata pasca pandemi Covid-19, sebagai ajang promosi pariwisata Bali khususnya Bangli (balijani.id/2022).

### III. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang menganalisis tentang promosi Desa Wisata Penglipuran pasca pandemi Covid-19 melalui Penglipuran Village Festival IX dapat disimpulkan bahwa dalam penyelenggaraan event Penglipuran Village Festival IX sesuai dengan *event marketing process* berdasarkan model Lynn Van Der Wagen (2010). 7P sebagai elemen bauran pemasaran juga sudah terpenuhi dalam Penglipuran Village Festival IX. Dalam penyelenggaraan event Penglipuran Village Festival IX, panitia hanya berbekal pengalaman dari event-event sebelumnya dan adanya pendekatan kolaboratif dengan *stakeholders* sehingga Penglipuran Village Festival dapat berjalan dengan sukses dan lancar. Penglipuran Village Festival IX juga menjadi salah satu event budaya di Bali yang lolos kurasi Kharisma Event Nusantara (KEN) 2022. KEN sebagai upaya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam pemulihan perekonomian masyarakat dengan menghadirkan event-event daerah yang berkualitas. Penglipuran Village Festival IX yang berhasil lolos dalam kurasi KEN juga menjadikan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara yang berkualitas sebagai sasaran utamanya. Hadirnya event Penglipuran Village Festival IX sebagai media promosi Desa Wisata Penglipuran pasca pandemi Covid-19 karena keunikan event dan nilai kearifan lokal sebagai daya tarik wisata. Program unggulan dalam event Penglipuran Village Festival IX seperti Musik Pelipur Lara, Penglipuran Night Ethnic Music, *megibung* masyarakat Penglipuran, dan Tari Pendet Kolosal dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata dalam event budaya tersebut.

### REFERENSI

- Amstrong, G & Kotler, P. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid I*. Alih Bahasa Alexander Sindoro & Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Bali.antaranews.com. 2022. 9-14 Desember, "Penglipuran Village Festival IX Tahun 2022" dimulai. Sumber: <https://bali.antaranews.com/berita/302215/9-14-desember-penglipuran-village-festival-ix-tahun-2022-dimulai>, diakses pada tanggal 12 Januari 2023.
- Balijani.id. 2022. Sepirit "Kalpataru" Warnai Pembukaan Penglipuran Village Festival IX Tahun 2022. Sumber: <https://balijani.id/2022/12/09/sepirt-kalpataru-warnai-pembukaan-penglipuran-village-festival-ix-tahun-2022/> diakses pada tanggal 27 Februari 2023.
- Brown, A.E. 2019. *Is it just the Music? Towards an Understanding of Festival-goers and their Experience at UK Music Festivals*. United Kingdom: University of Central Lancashire.
- Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. Canada: University of Calgary.



- Getz, D. 2012. "Event Studies: Discourses and Future Directions". *Journal Event Management*, Vol. 16, pp. 171–187.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. 2022. KEN 2022, Event Daerah Berkualitas Dorong Perekonomian Nasional. Sumber: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/ken-2022-event-daerah-berkualitas-dorong-perekonomian-nasional> diakses pada tanggal 12 Januari 2023.
- Kompas.com 2022. Desa Penglipuran di Bali, Asal-Usul dan Desa Wisata, sumber: <https://regional.kompas.com/read/2022/05/23/193501378/desa-penglipuran-di-bali-asal-usul-dan-desa-wisata?page=all> diakses pada tanggal 12 Januari 2023.
- Kompas.com 2022. Desa Penglipuran Bali Gelar Festival Budaya 9-14 Desember 2022. Sumber: <https://travel.kompas.com/read/2022/11/07/171025227/desa-penglipuran-bali-gelar-festival-budaya-9-14-desember-2022?page=all> diakses pada tanggal 12 Januari 2023.
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. 1998. *Principles of Marketing (2nd european edn)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lestari, S. P. 2016. Hubungan Komunikasi Pemasaran dan Promosi dengan Keputusan Memilih Jasa Layanan Kesehatan (Studi pada Rumah Sakit Islam Lumajang). *Majalah Ilmiah Inspiratif*, 2(2).
- Natoradjo, S. 2011. *Event Organizing: Dasar–Dasar Event Management*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Negarayana, I. B. P. 2021. Resiliensi Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Penglipuran di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Kepariwisata*, 20(2), 144-158.
- Nurhidayati, S. E., & Fandeli, S. 2012. Pengembangan Agrowisata Berkelanjutan Berbasis Komunitas di Kota Batu, Jawa Timur (*Doctoral dissertation*, Universitas Gadjah Mada).
- Pudjiastuti, W. 2010. *Special Event: Alternatif Jitu Membidik Pasar*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Suansri, P. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.
- Wagen, L.V.D., & White, L. 2010. *Event Management For Tourism, Cultural, Business, and Sporting events*. Australia: Pearson Higher Education..