
PELATIHAN MARKETING *EVENT ORGANIZER* UNTUK MAHASISWA KEWIRAUSAHAAN UNAIC

Gita Rahmadani¹

Unggul Rachman Hidayat²

Zuhra Cantika³

Universitas Al-Irsyad Cilacap^{1,2,3}

gita.rahmadani@universitasalirsyad.ac.id¹

unggulrh@gmail.com²

zuhracantika17@gmail.com³

ABSTRAK

Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas Al-Irsyad Cilacap (UNAIC) membutuhkan keterampilan praktis dalam perencanaan dan pemasaran acara agar mampu mengembangkan usaha berbasis event dan meningkatkan daya saing mahasiswa. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan teknis, dan kemampuan pemasaran mahasiswa sebagai *event organizer* melalui pelatihan terstruktur dan praktik langsung yang dilaksanakan di SMP Islam Al-Irsyad Cilacap. Pelatihan dilaksanakan dengan pendekatan perencanaan acara, praktik pembuatan rencana, serta pendampingan langsung. Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang konsep pemasaran *event organizer*, kemampuan menyusun proposal acara, strategi promosi digital, pengelolaan anggaran, dan kerja tim setelah mengikuti pelatihan ini. Hasil tugas praktik menunjukkan peningkatan kualitas rencana acara dan kesiapan pelaksanaan. Peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis event. Pelatihan terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa sebagai *event organizer*. Disarankan agar materi dilanjutkan melalui program lanjutan, integrasi modul praktikum ke kurikulum kewirausahaan, serta pembentukan unit *event organizer* mahasiswa untuk memfasilitasi pengalaman lapangan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Event Organizer*, Kewirausahaan, Marketing

ABSTRACT

Students of the Entrepreneurship Study Program at Al-Irsyad University Cilacap (UNAIC) need practical skills in event planning and marketing in order to develop event-based businesses and increase student competitiveness. This community service activity aims to improve students' knowledge, technical skills, and marketing abilities as event organizers through structured training and hands-on practice conducted at Al-Irsyad Islamic Junior High School in Cilacap. The training was conducted using an event planning approach, practical plan development, and direct mentoring. Participants demonstrated an increased understanding of event organizer marketing concepts, the ability to compile event proposals, digital promotion strategies, budget management, and teamwork after participating in this training. The results of the practical assignments showed an improvement in the quality of event plans and readiness for implementation. Participants reported increased confidence and motivation to develop event-based businesses. The training proved effective in improving students' competence as event organizers. It is recommended that the material be continued through advanced programs, the integration of practicum modules into the entrepreneurship curriculum, and the formation of a student event organizer unit to facilitate ongoing field experience.

Keywords: *Event Organizer*, Entrepreneurship, Marketing

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif dan meningkatnya permintaan layanan acara menciptakan peluang bisnis *Event Organizer* (EO) yang memerlukan strategi pemasaran khusus untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Yuwono *et al.*, 2026). Persaingan yang semakin ketat menuntut pengembangan keunggulan bersaing melalui sinergi inovasi, digitalisasi, dan strategi pemasaran yang tepat agar layanan EO dapat bertahan dan tumbuh berkembang (Novandari *et al.*, 2025). Peningkatan efektivitas pemasaran digital dan kompetensi khas juga menjadi salah satu kunci dalam mengoptimalkan kinerja pemasaran bagi pelaku usaha skala kecil termasuk EO, sehingga intervensi pelatihan menjadi relevan. Praktik pengemasan produk dan promosi terintegrasi terbukti meningkatkan daya saing dan penjualan pada sektor UMKM, sehingga pendekatan serupa diperlukan dalam pengembangan layanan acara mahasiswa. Pengabdian berupa pelatihan marketing untuk mahasiswa kewirausahaan yang fokus pada perencanaan acara, promosi, dan manajemen pemasaran dianggap penting untuk menjawab kebutuhan pasar dan memperkuat kapabilitas praktis mahasiswa sebagai calon pelaku EO (Triwibowo *et al.*, 2025).

Di lingkungan kampus, adopsi teknologi informasi dan komunikasi masih menghadapi hambatan yang mempengaruhi efektivitas usaha mahasiswa sehingga perlu dijumpai melalui program pengabdian yang tepat sasaran (Yuwono, Novandari, *et al.*, 2024). Pengalaman program pelatihan digital marketing dan pendampingan legalitas menunjukkan bahwa intervensi terstruktur dapat meningkatkan kemampuan operasional dan kesiapan usaha mahasiswa dalam menghadapi tantangan pasar nyata (Yuwono, Tajudin, *et al.*, 2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha mahasiswa juga menegaskan perlunya pendekatan pembelajaran yang menggabungkan teori dan praktik agar minat tersebut dapat diterjemahkan menjadi usaha yang berkelanjutan (Yuwono *et al.*, 2023). Pendekatan berpikir desain dan inovatif menjadi rekomendasi penting untuk merancang layanan acara yang responsif terhadap kebutuhan klien dan dinamika pasar (Suwandari *et al.*, 2026), sehingga layak dimasukkan dalam program pelatihan EO bagi mahasiswa UNAIC (Yuwono *et al.*, 2022).

Kegiatan pelatihan marketing EO bagi mahasiswa kewirausahaan UNAIC memberikan manfaat yang signifikan, baik bagi mahasiswa sebagai peserta pelatihan maupun bagi pengembangan ekosistem kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi. Pelatihan ini secara langsung membekali mahasiswa dengan kompetensi praktis di bidang pemasaran dan pengelolaan acara, sehingga mereka tidak hanya memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan terapan yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif. Perkembangan era revolusi industri 4.0 menjadikan tenaga kerja yang dibutuhkan saat ini lebih berorientasi pada skill dan kompetensi, sehingga pembekalan keterampilan praktis melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi sangat krusial bagi mahasiswa agar memiliki nilai lebih saat memasuki lapangan pekerjaan (Sanjoto *et al.*, 2023). Kegiatan pelatihan berbasis praktik yang diselenggarakan dalam kerangka pengabdian kepada masyarakat mampu menumbuhkan motivasi berwirausaha dan kreativitas peserta dalam mengembangkan produk atau layanan yang bernilai ekonomis (Solekha *et al.*, 2023). Manfaat pelatihan ini tidak hanya bersifat individual bagi mahasiswa, tetapi juga berkontribusi pada penguatan kapasitas sumber daya manusia yang siap bersaing di sektor industri kreatif dan kewirausahaan secara lebih luas. Pelatihan EO dan pemasaran yang terstruktur secara signifikan meningkatkan jiwa dan kompetensi kewirausahaan para peserta, termasuk kemampuan memanfaatkan strategi pemasaran digital yang lebih cepat, efektif, dan efisien dalam mendukung pengembangan bisnis (Hayati *et al.*, 2023).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan marketing *event organizer* ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dan kompetensi mahasiswa kewirausahaan UNAIC dalam bidang strategi pemasaran dan manajemen penyelenggaraan acara, sehingga mereka mampu

mengaplikasikan ilmu yang diperoleh secara nyata di tengah masyarakat maupun dunia usaha. Pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan dalam kerangka pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk menggali dan mengembangkan kemampuan berwirausaha peserta, termasuk penguasaan strategi pemasaran yang menjadi salah satu kebutuhan mendasar bagi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan (Setyowati *et al.*, 2023). Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman komprehensif kepada mahasiswa mengenai konsep dan praktik marketing dalam konteks *event organizer*, mulai dari perencanaan strategi pemasaran, pengelolaan promosi, hingga teknik membangun jaringan klien yang kuat. Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik dan diskusi interaktif, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu menghasilkan luaran berupa mahasiswa yang tidak hanya memahami teori pemasaran, tetapi juga memiliki kesiapan untuk terjun langsung ke dunia industri kreatif sebagai wirausahawan muda yang kompeten dan berdaya saing tinggi (Rachmawati *et al.*, 2022).

METODE

Tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pihak Sekolah Menengah Pertama (SMP) Islam Al-Irsyad Cilacap untuk memastikan izin lokasi, jadwal, dan kebutuhan fasilitas. Tim juga merekrut fasilitator dari dosen dan mahasiswa yang sudah berpengalaman mengelola *event organizer*. Sosialisasi kepada peserta, mahasiswa Program Studi Kewirausahaan UNAIC juga dilakukan pada tahap persiapan, untuk pengaturan logistik transportasi, konsumsi, serta kebutuhan untuk kegiatan di lokasi.

Pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu, 31 Januari 2026, bertempat di halaman SMP Islam Al-Irsyad Cilacap, Mahasiswa langsung mempraktikkan strategi promosi digital untuk mencari tenant yang berkenan bergabung dalam kegiatan bazar ini, mahasiswa juga belajar manajemen anggaran acara, dan penyusunan proposal, serta simulasi negosiasi tenant dan koordinasi tim. Metode yang digunakan adalah kerja kelompok, dan mentoring langsung oleh dosen, mahasiswa diminta menyusun proposal acara EO dan rencana pemasaran yang kemudian dipresentasikan untuk mendapatkan umpan balik. Panitia memastikan dokumentasi kegiatan, rekaman materi, serta pembagian rencana kerja kepada peserta.

Evaluasi dilakukan melalui tanya jawab, diskusi langsung dosen dengan mahasiswa untuk mengukur peningkatan pengetahuan, serta observasi perilaku kerja tim selama kegiatan EO untuk menilai kemampuan koordinasi dan manajemen. Hasil evaluasi dianalisis untuk menyusun laporan pengabdian, rekomendasi perbaikan, dan rencana tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan atau pembentukan unit EO mahasiswa sebagai upaya keberlanjutan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan *Marketing Event Organizer* (EO) untuk mahasiswa Kewirausahaan UNAIC yang dilaksanakan di SMP Islam Al-Irsyad Cilacap pada hari Sabtu, 31 Januari 2026, dihadiri oleh 5 mahasiswa sebagai peserta utama dan didukung oleh 7 fasilitator (6 dosen dan 1 praktisi EO). Tahap persiapan, tim pengabdian melakukan koordinasi lokasi, serta sosialisasi kepada peserta sehingga kehadiran dan kesiapan logistik terjamin, dokumen administrasi, dan materi cetak serta digital disiapkan untuk mendukung proses pembelajaran. Partisipasi aktif stakeholder, tenant, dan sekolah juga mempermudah akses ruang dan fasilitas, sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai jadwal yang direncanakan.

Selama pelaksanaan satu hari, rangkaian kegiatan dibagi menjadi sesi teori, dan praktik kelompok langsung di lapangan. Sesi teori membahas konsep pemasaran EO, strategi promosi digital, manajemen anggaran, dan penyusunan proposal, sementara sesi praktik menuntut setiap kelompok menyusun rencana acara lengkap dengan strategi pemasaran. Fasilitator praktisi memimpin simulasi negosiasi klien dengan tenant dan koordinasi tim, sedangkan dosen memberikan umpan balik teknis pada aspek perencanaan dan

evaluasi risiko. Metode pembelajaran yang digunakan meliputi ceramah interaktif, studi kasus, dan kerja kelompok, untuk mendorong transfer pengetahuan sekaligus pengembangan keterampilan aplikatif.



Gambar 1. Koordinasi sebelum pelaksanaan kegiatan

Hasil diskusi tanya jawab, menunjukkan peningkatan pengetahuan yang signifikan antara sebelum dan sesudah kegiatan *event organizer*. Pemahaman konsep pemasaran EO dan digital marketing meningkat secara substansial setelah pelatihan. Analisis mengindikasikan peningkatan terbesar pada topik strategi promosi dan penyusunan anggaran acara, sedangkan topik negosiasi harga dengan tenant dan aspek legalitas masih memerlukan pendalaman lebih lanjut. Keterampilan praktis, tugas kelompok berupa proposal acara dan paket promosi juga memperlihatkan peningkatan kemampuan komunikasi serta pembagian peran yang lebih jelas dibandingkan observasi awal.

Kendala yang muncul selama kegiatan meliputi keterbatasan waktu untuk praktik mendalam, variasi kemampuan awal peserta yang cukup lebar, serta gangguan teknis beberapa tenant yang tidak terdaftar. Diskusi dengan pihak SMP Al-Irsyad Cilacap juga menghasilkan kesepakatan untuk memfasilitasi akses ruang bagi kegiatan lanjutan kedepannya, sehingga hambatan logistik dapat diminimalkan pada tindak lanjut. Berdasarkan hasil evaluasi, pelatihan ini efektif meningkatkan kompetensi dasar pemasaran EO bagi mahasiswa Kewirausahaan UNAIC dan layak dikembangkan menjadi program berkelanjutan. Rekomendasi yang diajukan meliputi penyelenggaraan modul lanjutan tentang negosiasi dan aspek legalitas, program pendampingan pasca-pelatihan untuk membantu implementasi rencana acara nyata, serta pembentukan unit EO mahasiswa sebagai wadah praktik berkelanjutan.



Gambar 2. Praktek langsung pemasaran di dampingi dosen

SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pelatihan *Marketing Event Organizer* untuk Mahasiswa Kewirausahaan UNAIC yang dilaksanakan di SMP Islam Al-Irsyad Cilacap pada 31 Januari 2026 berhasil mencapai tujuan utama yaitu peningkatan kapasitas dasar pemasaran EO bagi peserta. Persiapan yang matang meliputi koordinasi lokasi, dan penyediaan fasilitator praktisi serta dosen berkontribusi pada kelancaran pelaksanaan sehingga kegiatan berjalan sesuai jadwal dan target peserta tercapai. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan yang signifikan, yang mengindikasikan pemahaman konsep pemasaran EO dan digital marketing meningkat secara substansial. Secara kualitatif, mayoritas peserta melaporkan peningkatan kepercayaan diri dan motivasi untuk menerapkan materi dalam proyek kewirausahaan mereka.

Peserta juga mampu menyusun proposal acara dan paket promosi yang layak menarik bagi para tenan, menunjukkan transfer pembelajaran dari teori ke praktik. Namun beberapa peserta masih memerlukan pendalaman pada aspek penganggaran, segmentasi pasar, dan negosiasi klien, sehingga kemampuan aplikatif belum merata di seluruh peserta. Kendala utama yang ditemukan adalah keterbatasan waktu untuk praktik mendalam, variasi kemampuan awal peserta, dan gangguan teknis jaringan internet pada sesi digital. Pembelajaran dari kendala ini menegaskan perlunya alokasi waktu lebih panjang untuk praktik, pra-seleksi atau pembagian kelompok berdasarkan tingkat kemampuan, serta persiapan teknis cadangan untuk sesi digital.

Berdasarkan temuan tersebut, saran jangka pendek meliputi penyelenggaraan modul lanjutan yang fokus pada negosiasi, dan manajemen anggaran, pelaksanaan sesi pendampingan pasca-pelatihan untuk membantu implementasi rencana acara nyata, serta penyediaan materi dan template digital untuk pembelajaran mandiri (Siregar *et al.*, 2022). Disarankan pula mengadakan workshop tambahan dengan

durasi lebih panjang agar praktik dapat lebih mendalam. Direkomendasikan pembentukan unit EO mahasiswa sebagai wadah praktik dan inkubasi usaha yang didukung fakultas dan mitra sekolah, integrasi modul praktikum EO ke dalam kurikulum Kewirausahaan UNAIC, serta penguatan jejaring dengan praktisi lokal untuk peluang magang dan kolaborasi acara (Dhameria *et al.*, 2021). Implementasi rekomendasi ini diharapkan memperkuat dampak pengabdian dan mendorong transformasi minat berwirausaha mahasiswa menjadi usaha berbasis *event* yang berkelanjutan (Suroso *et al.*, 2023).

DAFTAR PUSTAKA

- Dhameria, V., Ghozali, I., Hidayat, A. and Aryanto, V.D.W. (2021), "Networking capability, entrepreneurial marketing, competitive advantage, and marketing performance", *Uncertain Supply Chain Management*, Vol. 9 No. 4, pp. 941 – 948, doi: 10.5267/j.uscm.2021.7.007.
- Hayati, M., Nugroho, T.R.D.A. and Firdaus, M.W. (2023), "Peningkatan Kapasitas Manajemen dan Kewirausahaan Pengelola BUMDES Jaya Lestari Desa Pandebek Kecamatan Kamal", *Sewagati*, Vol. 7 No. 4, doi: 10.12962/j26139960.v7i4.582.
- Novandari, W., Wulandari, S.Z., Sulyanto, S., Purnomo, R. and Yuwono, T. (2025), *Membangun Keunggulan Bersaing UMKM: Sinergi Inovasi, Digitalisasi, Dan Strategi Pemasaran*, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Rachmawati, I., Yuwono, T. and Raihan, M. (2022), "DECISION ANALYSIS OF MSMEs INVESTMENT IN CILACAP REGENCY", *Jurnal Ekonomi*, Vol. 11 No. 03, pp. 1218–1221.
- Sanjoto, T.B., Husna, V.N. and Budi Nur Shidiq, W.A. (2023), "Penguatan Kompetensi Operator Sistem Informasi Geografis bagi Mahasiswa Jurusan Geografi Universitas Negeri Semarang", *Jurnal Dharma Indonesia*, Vol. 1 No. 01, pp. 20–27, doi: 10.15294/jdi.v1i01.68449.
- Setyowati, E., Mustofa, A.H., Yuliawan, D., Astuti, E.N. and Mahasti, H.S.G.D. (2023), "Optimalisasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Pelatihan Dasar Manajemen di Desa Duri Kecamatan Slahung Kabupaten Ponorogo", *Sewagati*, Vol. 8 No. 1, pp. 1173–1181, doi: 10.12962/j26139960.v8i1.806.
- Siregar, L.D., Mavilinda, H.F., Zunaidah, Z. and Farla, W. (2022), "PENINGKATAN KOMPETENSI MANAJEMEN SDM UMKM BERBASIS EKONOMI KREATIF PADA UMKM SONGKET DESA MUARA PENIMBUNG ILIR", *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, Vol. 6 No. 5, doi: 10.31764/jmm.v6i5.10553.
- Solekha, I., Fadillah, S. and Kurniawan, E. (2023), "Pemanfaatan Limbah Minyak Jelantah Menjadi Produk Pembersih Lantai sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat", *Jurnal Bina Desa*, Vol. 4 No. 3, pp. 350–354, doi: 10.15294/jbd.v4i3.39270.
- Suroso, A., Yuwono, T., Hasibuan, R.R., Adi, P.H., Rahardjo, B. and et al. (2023), *Perkembangan Teori Manajemen*, Universitas Jenderal Soedirman., Purwokerto.
- Suwandari, L., Yuwono, T., Pradisti, L., Afif, N.C. and Rosiana, M. (2026), "New Product Launch Proficiency to Improve New Product Performance MSMEs: The Mediation Role of Collaborative Capabilities", *TEM Journal*, p. 236, doi: 10.18421/TEM151-21.
- Triwibowo, R.Nur., Ernawati, Lia., Irawansah, Opi., Yuwono, Tri. and Rahmadani, Gita. (2025), *Manajemen Pemasaran Produk Perikanan*, CV. Malik Rizki Amanah, Banyumas.
- Yuwono, T., Novandari, W. and Suroso, A. (2026), *Mengoptimalkan Kinerja Pemasaran Digital UMKM Melalui Distinctive Competencies*, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto.
- Yuwono, T., Novandari, W., Suroso, A. and Sudarto. (2024), "Information and communication technology among MSMEs: Drivers and Barriers", *The Eastasouth Management and Business*, Vol. 3 No. 1, pp. 101–109.
- Yuwono, T., Rachmawati, I. and Ernawati, L. (2022), *Berpikir Desain Inovatif*, Penerbit Lakeisha.
- Yuwono, T., Tajudin, T., Triwibowo, R.N., Sefiani, H.N. and Anggaraksa, W. (2024), "Pelatihan Digital Marketing dan Pendampingan Legalitas Untuk Mengembangkan Usaha UMKM Entrepreneur Expo UNAIC", *Madani: Indonesian Journal of Civil Society*, Vol. 6 No. 1, pp. 36–42.

Yuwono, T., Wulansari, N., Wibowo, F.N., Anggaraksa, W. and Chermansyah, T.Y. (2023), “Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Al-Irsyad Cilacap”, *Postgraduate Management Journal*, Vol. 2 No. 2, pp. 66–72.