

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh indikator *Key Performance Indicators* (KPI) terhadap persepsi efektivitas Event Organizer dari sudut pandang wisatawan pada pelaksanaan festival **Sounds of Downtown Vol. 6** di Surabaya. Melalui pendekatan kuantitatif menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis software SmartPLS 3.0, diperoleh kesimpulan utama mengenai peran dari masing-masing indikator KPI terhadap persepsi keberhasilan penyelenggaraan acara. Temuan utama penelitian ini dapat dijelaskan secara sistematis sebagai berikut:

- 5.1.1 Tingkat kehadiran pengunjung terbukti memiliki pengaruh positif terhadap persepsi efektivitas Event Organizer. Artinya, semakin tinggi partisipasi langsung dari audiens dalam menghadiri festival, semakin besar pula tingkat kepercayaan dan apresiasi yang diberikan kepada penyelenggara. Tingginya kehadiran menunjukkan bahwa strategi promosi dan pelaksanaan event telah mampu menarik minat publik, serta mencerminkan antusiasme masyarakat terhadap tema dan pengalaman yang ditawarkan oleh acara tersebut.
- 5.1.2 Kepuasan pengunjung juga berperan penting dalam membentuk persepsi efektivitas EO secara keseluruhan. Pengunjung yang merasa puas selama mengikuti rangkaian acara—baik dari sisi pelayanan, kenyamanan tempat, tata kelola kegiatan, hingga kualitas penampilan musik dan hiburan—cenderung memberikan penilaian yang lebih positif terhadap kinerja EO. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi kualitas pengalaman langsung memiliki nilai signifikan dalam membangun reputasi dan citra profesional penyelenggara event.

- 5.1.3 Eksposur media, di sisi lain, tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi efektivitas EO. Meskipun media promosi memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran publik sebelum acara berlangsung, namun kenyataannya persepsi audiens lebih banyak dibentuk dari pengalaman aktual di lapangan. Ketidaksesuaian antara ekspektasi yang dibangun melalui media dengan realitas saat acara bisa menjadi salah satu penyebab mengapa eksposur media tidak berdampak secara kuat terhadap penilaian akhir pengunjung terhadap EO.
- 5.1.4 Loyalitas pengunjung terbukti memiliki pengaruh positif terhadap persepsi efektivitas EO. Loyalitas ini tercermin dari keinginan untuk menghadiri kembali acara serupa di masa depan, serta dorongan untuk merekomendasikan festival ini kepada orang lain. Tingkat loyalitas yang tinggi menunjukkan bahwa EO berhasil menciptakan pengalaman yang berkesan dan membangun keterikatan emosional dengan audiens. Dalam konteks event berkelanjutan, loyalitas merupakan modal sosial yang penting untuk menjamin kontinuitas dan pertumbuhan acara dari waktu ke waktu.

Secara umum, hasil penelitian ini menegaskan bahwa indikator KPI seperti kehadiran, kepuasan, dan loyalitas memiliki kontribusi yang nyata dalam menciptakan persepsi positif terhadap efektivitas Event Organizer. Sebaliknya, eksposur media menunjukkan bahwa promosi saja tidak cukup apabila tidak diiringi dengan eksekusi yang konsisten dan berkualitas di lapangan. Oleh karena itu, pengelolaan event berbasis pariwisata seperti festival musik memerlukan pendekatan yang menitikberatkan pada kualitas pengalaman audiens, dan bukan semata-mata pada daya jangkau promosi. Penerapan KPI sebagai alat ukur yang terstruktur dan berbasis data terbukti relevan untuk digunakan dalam evaluasi maupun perencanaan event serupa di masa mendatang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang ditujukan bagi pihak-pihak terkait sebagai implikasi praktis dari hasil penelitian ini:

A. Saran Praktis untuk Event Organizer

1. Mengoptimalkan pengalaman langsung sebagai strategi utama dengan lebih memfokuskan strategi pemasaran pada *live experience*, seperti pengelolaan atmosfer, interaktivitas antara pengunjung dan performer, serta keberadaan elemen kejutan yang memorable. Hal ini akan meningkatkan *word-of-mouth* positif dan memperkuat kesan mendalam yang berpengaruh pada loyalitas jangka panjang.
2. Memprioritaskan aspek kepuasan pengunjung, melalui evaluasi sistem pelayanan, manajemen antrian, kenyamanan area acara, hingga kualitas hiburan yang diberikan.
3. Mengembangkan sistem monitoring loyalitas pengunjung, misalnya melalui pengumpulan data pengunjung tetap, membership program, atau diskon untuk partisipasi berulang, guna membangun basis audiens yang stabil dan mendukung keberlangsungan acara.
4. Mengevaluasi efektivitas eksposur media, khususnya dalam menyampaikan pesan yang relevan dan autentik, serta memastikan konsistensi narasi antara promosi pra-acara dan realisasi lapangan.

B. Saran Kebijakan untuk Pemerintah Daerah dan Dinas Pariwisata

1. Memberikan pelatihan berbasis KPI kepada pelaku EO lokal, agar mampu merancang dan mengevaluasi kinerja acara menggunakan pendekatan yang lebih terukur, sistematis, dan berbasis data.
2. Mendorong kolaborasi antara EO dan media lokal dalam menciptakan konten kreatif yang bukan hanya mempromosikan event, namun juga mendokumentasikan dampak positif bagi pariwisata kota.

3. Mengintegrasikan festival seperti Sounds of Downtown dalam kalender pariwisata resmi, sebagai daya tarik tahunan yang memperkuat identitas kota Surabaya sebagai destinasi urban event-based tourism.

C. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini dapat diperluas dengan menambahkan variabel mediasi atau moderasi, seperti pengalaman emosional atau nilai budaya, untuk mengetahui mekanisme hubungan antar variabel secara lebih mendalam.
2. Disarankan menggunakan pendekatan mixed methods, agar data kuantitatif dapat diperkaya dengan wawancara mendalam terhadap stakeholder seperti pengunjung, panitia, sponsor, atau pelaku UMKM sekitar event.