

PENINGKATAN KAPASITAS PROMOSI PENJUALAN PADA PEDAGANG DI LOKASI WISATA AIR TERJUN TAKAPALA

Jayadi¹⁾, Akhmad¹⁾, Harbani Pasolong¹⁾, Muhammad Yusuf Maulana²⁾, Asriani²⁾

¹⁾ Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

²⁾ Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

As an effort to optimize the effectiveness of merchant promotion activities at the Takapala Waterfall location, the strategy that will be carried out is to combine the use of banners as conventional media and create a Facebook Fanpage account for online promotion. The Community Partnership Program (PKM) has been implemented since August 2021. The activities that have been carried out are as follows: Dissemination of Community Partnership Program (PKM) service activities to groups of traders at the Takapala Waterfall tourist location, Bontolerung Village by the community service team ; Business location review; Review of places for outreach activities to service partners located in one of the partner's business premises; Identify the needs of service partners, especially those related to promotional media; Preparation of outreach activities to service partners about promotional media according to the needs of service partners; Implementation of community partnership program outreach activities, and creation of selected partner Facebook Fanpages containing information about the name of the kiosk and the menu offered.

Keywords: Sales Promotion, Promotional Media, Facebook Fanpage

1. PENDAHULUAN

Bagi para pengusaha terutama pemilik UMKM sebaiknya memahami pentingnya strategi promosi dan pemasaran. Kegiatan promosi merupakan proses yang aktif sehingga harus dilaksanakan dengan baik agar mampu memberikan hasil terbaik untuk keberlangsungan usaha. Strategi promosi bisa dilakukan dengan berbagai cara, misalnya dengan menggunakan media *offline* maupun media *online*, optimasi peran sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan untuk kegiatan promosi, promosi melalui penyampaian pesan-pesan positif pelanggan kepada orang lain (*word of mouth*), maupun strategi-strategi lainnya. Promosi merupakan kegiatan utama dalam menyampaikan seluruh manfaat produk dan layanan kepada pelanggan. Para pemilik UMKM harus menyusun dan melaksanakan strategi promosi yang baik untuk memastikan manfaat jangka panjang dan peningkatan jumlah keuntungan bagi perusahaan serta peningkatan jumlah pelanggan. Disamping digunakan sebagai media untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan, promosi juga memiliki manfaat lainnya, seperti: meningkatkan kesadaran merek, meningkatkan loyalitas pelanggan, meningkatkan lalu lintas pelanggan dan manfaat-manfaat lainnya. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia yang mencapai 141.300 orang per Januari 2021. Jumlah kunjungan wisman tersebut turun drastis jika dibandingkan Januari 2020 yang mencapai 1,27 juta kunjungan, atau mengalami penurunan sebesar 89,05 persen. Begitu pula pada bulan Desember 2020 juga mengalami penurunan sebesar 13,09 persen dengan jumlah kunjungan mencapai 164,1 ribu. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini merupakan dampak dari adanya pandemi Covid-19. Pandemi ini membawa dampak yang luar biasa pada sektor pariwisata dan berbagai sektor pendukungnya dan beberapa negara yang merupakan pasar utama wisman Indonesia [1]. Penurunan juga terjadi untuk jumlah wisatawan nusantara. Sebelum pandemic Covid-19, jumlah wisatawan Nusantara tahun 2020 diprediksi 310 juta, namun karena pandemi jadi hanya sekitar 120 sampai 140 juta [2].

Tempat usaha para pedagang yang dijadikan mitra pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertempat di sekitar lokasi wisata Air Terjun Takapala, di Desa Bontolerung, Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa. Lokasi ini berjarak 6 kilometer dari Malino, Ibu Kota Kecamatan Tinggimoncong. Berdasarkan data BPS Kabupaten Gowa, diketahui bahwa tingkat produksi buah pisang sebagai bahan baku utama produksi gorengan para pengusaha dampingan sebagai mitra sebesar 7.945 ton pada tahun 2018. Tingkat produksi tersebut kemudian mengalami penurunan di tahun 2019 menjadi 3.663 ton. Peningkatan kapasitas promosi terhadap para pedagang di lokasi wisata Air Terjun Takapala diharapkan bisa berdampak langsung terhadap promosi lokasi itu sendiri sehingga diharapkan masyarakat semakin tertarik untuk berkunjung ke tempat tersebut sekaligus meningkatkan omzet penjualan para pedagang. Jika volume

¹ Korespondensi Penulis: Jayadi, Telp. 0811 4170 886, jayadi_jay@poliupg.ac.id.

penjualan para pedagang, terutama pedagang gorengan mengalami peningkatan, maka tentu saja akan berdampak terhadap peningkatan permintaan buah pisang sebagai bahan baku utama. Kondisi tersebut diharapkan bisa memotivasi kembali para petani untuk menanam pisang sehingga volume produksi meningkat kembali.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke lokasi-lokasi wisata juga berdampak terhadap penurunan omzet penjualan bagi para pelaku usaha pada lokasi tersebut, termasuk para pedagang di sekitar lokasi wisata air terjun Takapala, Kabupaten Gowa. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi para pedagang di lokasi tersebut, antara lain: 1) Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ke lokasi wisata air terjun Takapala sangat memengaruhi volume penjualan para pedagang disekitarnya; 2) Kegiatan promosi yang ada didominasi oleh promosi air terjun Takapala sebagai destinasi wisata andalan, sementara promosi UMKM yang berada di lokasi tersebut masih sangat minim, baik menggunakan media *online* maupun media konvensional; 3) Sebagian besar pelaku usaha yang berada di lokasi tersebut adalah pedagang makanan gorengan dan minuman. Bahan baku utama yang digunakan pada usaha tersebut adalah pisang dan sayur mayur sehingga penurunan omzet penjualan para pedagang gorengan juga akan berdampak pada penurunan omzet penjualan para petani, khususnya petani pisang dan sayur mayur; 4) Para pedagang di lokasi wisata Air Terjun Takapala pada umumnya belum memiliki nama usaha yang terpasang di tempat usahanya sehingga menyulitkan bagi pengunjung untuk mengidentifikasi nama usaha dan produk-produk yang ditawarkan; 5) Pelaku usaha yang ada adalah penduduk asli yang berdomisili di sekitar wilayah tersebut dengan tingkat penghasilan menengah ke bawah dan menjadikan usaha yang dijalankan sebagai sumber penghasilan utama bagi keluarga sehingga penurunan omzet penjualan akan berdampak signifikan terhadap jumlah penghasilan mereka.

Salah satu solusi yang ditawarkan untuk mengatasi masalah-masalah di atas adalah meningkatkan kapasitas promosi bagi para pedagang di lokasi Wisata Air Terjun Takapala, baik menggunakan media online maupun offline. Peningkatan kapasitas promosi bagi para pedagang diharapkan bisa berdampak terhadap peningkatan omzet penjualan sekaligus juga bisa digunakan sebagai media promosi lokasi Wisata Air Terjun Takapala sebagai salah satu destinasi wisata andalan Kabupaten Gowa. Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang mengkaji pengaruh kegiatan promosi terhadap volume penjualan, seperti penelitian [3][4][5][6] menunjukkan bahwa kegiatan promosi secara signifikan berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap peningkatan volume penjualan. Dengan demikian kiranya penting untuk dilakukan usaha peningkatan kapasitas promosi bagi para pedagang di lokasi Wisata Air Terjun Takapala, Kabupaten Gowa.

Berdasarkan uraian permasalahan yang di hadapi maka target dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini adalah pedagang gorengan di lokasi Wisata Air Terjun Takapala, Desa Bontolering, Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa mampu memberikan kontribusi dalam menyelesaikan masalah pemasaran khususnya promosi penjualan. Melalui optimalisasi kegiatan promosi yang dilakukan, omzet penjualan dan tingkat keuntungan akan mengalami peningkatan. Di sisi lain, kegiatan promosi ini juga diharapkan bisa meningkatkan meningkatkan minat masyarakat untuk berkunjung ke lokasi Wisata Air Terjun Takapala sekaligus juga meningkatkan jumlah permintaan terhadap buah pisang & sayur-mayur sebagai bahan baku utama produk gorengan.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Program Kemitraan Masyarakat ini dilakukan untuk mengatasi masalah yang di hadapi oleh mitra. Berdasarkan hasil pembicaraan bersama dengan mitra, disepakati permasalahan prioritas yang perlu untuk segera ditangani adalah peningkatan kapasitas promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung dan omzet penjualan di lokasi Wisata Air Terjun Takapala. Secara khusus, masalah yang akan ditangani adalah:

1. Pentingnya promosi penjualan secara konvensional yang ditujukan kepada para pengunjung di lokasi Wisata Air Terjun Takapala.
2. Pentingnya penggunaan media sosial sebagai wadah untuk melaksanakan kegiatan promosi secara *online* yang ditujukan kepada masyarakat secara luas khususnya pengguna media social.

Dalam menjalankan sebuah bisnis, setiap pengusaha harus melakukan kegiatan promosi karena kegiatan tersebut merupakan hal yang sangat penting untuk dilakukan. Promosi bisa digunakan oleh pengusaha sebagai strategi untuk memberi informasi tentang produk yang ditawarkan serta memengaruhi pelanggan potensial untuk membeli produk yang ditawarkan. Bagaimanapun skala usahanya, promosi adalah kegiatan mutlak yang harus dilakukan oleh pemilik atau pengelola usaha. Efektivitas kegiatan promosi akan dapat memengaruhi volume penjualan maupun tingkat keuntungan sehingga akan berdampak terhadap seluruh aktivitas yang

dijalankan perusahaan. Disisi lain, biaya promosi yang harus dikeluarkan oleh pengusaha kadangkala dalam jumlah yang cukup besar sehingga memengaruhi kondisi keuangan. Namun demikian, keberhasilan program promosi tentulah akan berdampak positif terhadap keseluruhan operasionalisasi perusahaan. Oleh karena itu, kegiatan promosi sebaiknya dilakukan dengan strategi-strategi yang efektif dengan memanfaatkan segala media yang tersedia, yakni media konvensional maupun *online*.

Penggunaan papan nama toko sering digunakan untuk berbagai tujuan mulai dari tujuan komersial maupun non komersial. Beragam manfaat yang ditawarkan papan nama toko untuk para penggunanya, antara lain: pertama, dijadikan sebagai identitas usaha karena memiliki desain yang menarik. Apabila ditempatkan pada lokasi atau posisi yang tepat, maka akan membuat orang-orang yang melintas di sekitar toko akan mudah mengidentifikasi keberadaan usaha dan juga sebagai media promosi yang efektif. Kedua, pemasangan papan nama toko akan lebih memudahkan calon pembeli untuk menemukan lokasi usaha. Begitu pula sebaliknya, tanpa adanya papan nama toko akan menyulitkan orang lain untuk menemukan tempat usaha sehingga kemungkinan besar calon pembeli akan beralih ke toko lainnya. Selain sebagai identitas, plang toko juga efektif digunakan sebagai media iklan untuk orang-orang yang kebetulan melintas di sekitar tempat usaha. Keunikan yang ada pada desain plang nama bisa menarik minat seseorang untuk memperhatikannya. Bahannya yang tahan lama juga membuat plang nama sebagai media promosi yang efisien.

Salah satu media jejaring sosial terbesar dan banyak dipakai masyarakat dunia adalah *Facebook Fanpage*, termasuk dalam kegiatan promosi secara *online*. Kepopuleran jejaring sosial *Facebook* telah menjadi daya tarik yang luar biasa bagi pebisnis dan perusahaan untuk memanfaatkannya dalam membangun dan membesarkan sebuah bisnis. Ada lima alasan yang menjadi dasarnya pemilihan *Facebook Fanpage* sebagai media promosi dan penjualan produk, yaitu: jumlah anggota *Facebook* paling banyak di antara yang lain; *Facebook* terkesan dapat memberikan image perusahaan lebih *humanize*; melalui *Facebook Fanpage*, dapat lebih mengetahui keinginan audiens; dengan *Facebook Fanpage*, dapat digunakan sebagai media mempromosikan bisnis ke komunitas; dan *Facebook* juga sangat bagus bagi UMKM.

Sebagai upaya untuk mengoptimalkan efektivitas kegiatan promosi pedagang di lokasi Air Terjun Takapala, strategi yang akan dilakukan adalah dengan mengkombinasikan penggunaan spanduk sebagai media konvensional dan pembuatan akun *Facebook Fanpage* untuk promosi secara *online*. Khusus untuk penggunaan media promosi melalui *Facebook Fanpage*, para pedagang yang dijadikan mitra perlu diberikan pelatihan mengingat masih terbatasnya pengetahuan mereka dalam pembuatan dan pengelolaan media sosial tersebut. Pelatihan akan diberikan sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama antara tim PKM dengan mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Peningkatan Kapasitas Promosi Penjualan Pada Pedagang Di Lokasi Wisata Air Terjun Takapala telah dilaksanakan sejak bulan Agustus 2021. Adapun kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Sosialisasi akan diadakannya kegiatan pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) pada kelompok pedagang di lokasi wisata Air Terjun Takapala, Kelurahan Bontolerung oleh tim pengabdian;
2. Peninjauan lokasi tempat usaha kelompok pedagang di lokasi wisata Air Terjun Takapala, Kelurahan Bontolerung;
3. Peninjauan tempat untuk kegiatan penyuluhan kepada mitra pengabdian yang berlokasi di salah satu tempat usaha mitra;
4. Identifikasi kebutuhan-kebutuhan mitra pengabdian khususnya yang berkaitan dengan media promosi;
5. Persiapan kegiatan penyuluhan kepada mitra pengabdian tentang media promosi yang sesuai dengan kebutuhan mitra pengabdian;
6. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan Program Kemitraan Masyarakat, dengan pembagian tugas sebagai berikut:
 - a. Penyuluh untuk materi promosi disampaikan oleh Dr. Jayadi, SE., M.Si.
 - b. Penyuluh untuk Tata Kelola Organisasi Bisnis khususnya organisasi UMKM disampaikan oleh Drs. Akhmad, M.Ed.TESOL dan Dr. Harbani Pasolong, M.Si.
 - c. Muhammad Yusuf Maulana dan Asriani sebagai mahasiswa yang dilibatkan dalam kegiatan membantu dalam hal persiapan akomodasi yang dibutuhkan dalam kegiatan penyuluhan PKM serta kegiatan dokumentasi kegiatan;

7. Penyerahan dan pemasangan nama kios dan menu yang ditawarkan kepada pelanggan dalam bentuk *standing banner* kepada tujuh mitra yang telah terpilih;
8. Pembuatan *Facebook Fanpage* mitra yang terpilih berisi informasi tentang nama kios dan menu yang ditawarkan.



Gambar 1. Kegiatan Pemasangan Standing Banner



Gambar 2. Kegiatan Penyuluhan Peningkatan Kapasitas Promosi Penjualan



Gambar 3. Kegiatan Pembuatan Media Promosi *Facebook Fanpage*

4. KESIMPULAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Peningkatan Kapasitas Promosi Penjualan Pada Pedagang Di Lokasi Wisata Air Terjun Takapala, Kelurahan Bontolung, Kecamatan Tinggimoncong,

Kabupaten Gowa telah dijalankan dengan baik dan tanpa halangan yang berarti. Hal ini disebabkan oleh kerjasama tim PKM yang baik serta peran serta aktif dari para pemateri penyuluhan pada kegiatan ini sehingga seluruh rencana kegiatan bisa terlaksana dengan baik. Harapannya bahwa kegiatan ini bisa memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi mitra terutama dalam kaitannya dengan peningkatan volume penjualan dan kapasitas pengelolaan bisnis yang dijalankan. Kegiatan yang telah dilakukan telah sampai pada tahapan pembuatan dan pemasangan *standing banner* nama kios dan menu yang ditawarkan serta pembuatan *facebook fanpage* kepada mitra dan dilanjutkan dengan penyusunan laporan akhir Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM), presentasi kegiatan dan pemuatan artikel dalam prosiding pada kegiatan pada seminar nasional penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang akan diselenggarakan oleh UPPM Politeknik Negeri Ujung Pandang tahun 2021.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tim Editor Kumparan, “Bps-Jumlah-Kunjungan-Wisman-Ke-Indonesia-Januari-2021-Anjlok-89-Persen”, Kumparan, 1 Maret 2021 17:31[Online]. Tersedia: <https://Kumparan.Com/Kumparantravel> [Diakses: 25 Maret 2021].
- [2] Syanti Mustika, “Jumlah-Wisatawan-Nusantara-Menyusut-61-Persen”, Travel Detik, Sabtu, 12 Des 2020 10:17 Wib [Online]. Tersedia: <https://Kumparan.Com/Kumparantravel> [Diakses: 25 Maret 2021].
- [3] Batubara, Azmiani, & Rahmat Hidayat. 2016. “Pengaruh Penetapan Harga Dan Promosi Terhadap Tingkat Penjualan Tiket Pada Psa Mihin Lanka Airlines”. Jurnal Ilman, Vol. 4, No. 1, Pp. 33-46, Februari 2016.
- [4] Ropal Tores, “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Alfa Studio Sekayu,” Jurnal Manajemen Kompeten, Vol 3 No.1, 2020.
- [5] Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi, Satria Mirsya Affandy Nasution, “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Terhadap Penjualan Pada Usaha Mikro Pengrajin Sepatu Di Kecamatan Medan Denai,” Prosiding Snapp: Sosial, Ekonomi Dan Humaniora Unisba, Vol.7, No.1, Tahun 2017.
- [6] Graisy Rompis, Johny A. F. Kalangi, Lucky F. Tamengkel, “Pengaruh Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Beauty Consultant PT. Orindo Alam Ayu (Oriflame),” Jurnal Productivity, Vol 1, No.2, 2020.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga kami dapat menyelesaikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Kegiatan ini dapat diselesaikan dengan baik, tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, terutama pada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi sebagai pihak yang mendanai dan terhadap Pimpinan, UPPM serta Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang yang telah dilibatkan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat.