



**PEDAGANG CENDERAMATA DI KAWASAN MANDALIKA KUTA LOMBOK
TENGAH POST PANDEMI COVID-19**

Oleh

Primus Gadu¹, Mahsun², Fathurrahim³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram

E-mail: ¹primusgadu201@gmail.com, ²mahsun_pariwisata@yahoo.com,
³fathurrahim1102@gmail.com

Abstrak

Program pengabdian Internal didanai dari Dana Penelitian dan Pengabdian Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram Tahun 2022. Program ini menyasar kelompok produktif secara ekonomi kategori usaha kecil pedagang cenderamata (Mitra) Pedagang Cenderamata di Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah. Fakta bahwa selama pandemi Covid-19 menjadikan sistem pemasaran dan penjualan berbasis online/digital menjadi efektif dan merupakan suatu keharusan bagi setiap pedagang dan demikian halnya dengan pedagang cenderamata di Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah. Mendasar pada fakta yang tersebut, pedagang cenderamata (mitra) di Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah belum mampu beradaptasi atau mengalami kesulitan mengikuti cara/model pemasaran dan penjualan produk menggunakan aplikasi berbasis digital/online, mitra juga belum memiliki dan belum terbentuknya landasan yang kuat tentang berwirausaha mandiri (sikap, mental, dan jiwa wirausaha) (*entrepreneur soft skill and technical skill*). Dengan merujuk pada permasalahan-permasalahan mitra, maka program penguatan *digital/online marketing* menjadi sangat penting dilakukan dan ditindaklanjuti. Program ini terfokus pada penguatan pengetahuan, sikap, mental serta keterampilan wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*, dan kemampuan mitra memanfaatkan dan menggunakan aplikasi pemasaran berbasis online/digital. Tujuannya yaitu terwujudnya masyarakat mandiri secara ekonomi dan mewujudkan sikap, mental dan keterampilan wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*).

Kata Kunci: Pedagang Cenderamata, *Digital Marketing*, *Entrepreneur*, *Pandemi Covid-19*

PENDAHULUAN

Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah telah ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata Nasional dan tertuang dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011. Setelah ditetapkannya kawasan ini sebagai kawasan strategis pariwisata nasional jumlah kunjungan wisatawan pada triwulan II 2015 yaitu 779.495 menjadi 1.450.830 di triwulan II 2019 mengalami peningkatan signifikan, (Statistik Dispar Provinsi Nusa Tenggara Barat 2020). Menuju Kawasan ini ditempuh dengan waktu 60 s.d 75menit menggunakan kendaraan roda empat dan 45-60 menit menggunakan roda dua

melewati jalur bypass International Lombok. Jarak Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah 51km ke arah Tenggara dari Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Mataram dan 15km dari Bandara Internasional Lombok (BIL).

Sekarang ini, Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah melalui perhelatan World Superbike (WSBK) tanggal 19-21 November 2021 dan event berskala internasional MotoGP dan Asia Talent Cup tanggal 18-20 Maret 2022 memberikan multiplier effect secara signifikan terhadap kehidupan masyarakat lokal seperti terciptanya peluang-peluang usaha mandiri disektor jasa transportasi, akomodasi, restoran dan rumah makan pasar seni (*art market*). Gadu

et all, 2017, Mahsun et all, 2019 dan Yunarni et all, 2020) menguraikan temuan pada penelitian tentang tingginya tingkat partisipasi dan pelibatan perempuan sebagai penggerak ekonomi kreatif dan produktif sebagai pedagang cenderamata di kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah.

Ironisnya, meski Mandalika Kuta Lombok Tengah sebagai kawasan pariwisata prioritas nasional dengan memiliki prasarana dan sarana yang sangat memadai namun fakta menunjukkan bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai intellectual capital para pelayan jasa pariwisata masih sangat rendah. Mendasar pada fakta yang terjadi maka program peningkatan kualitas SDM pada aspek keterampilan penggunaan aplikasi pemasaran online (*online marketing*), pengetahuan, sikap dan mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) dan kemampuan memahami marketing gimmick untuk menarik pembeli penting dan urgen ditindaklanjuti. Gambar 1, berikut ini merupakan analisis situasi yang mendasari pelaksanaan program ini.



Gambar 1. Mandalika Kuta Lombok dan data infografis media sosial Indonesia 2021

Disrupsi pandemi Covid-19 berdampak pada perubahan sistem manajemen pemasaran, awalnya di dunia nyata (*off line*) kemudian beralih ke dunia maya (*online*). Dan fakta bahwa sekarang ini dominasi penawaran dan penjualan produk dan aktivitas transaksi bisnis lainnya harus berbasis online. Media pemasaran online sebagai satu-satunya kanal paling efektif dalam berinteraksi menyampaikan pesan dan informasi kepada pembeli dan calon pembeli (Widyaswara 2020). Sehingga, pemanfaatan dan penggunaan aplikasi pemasaran berbasis online (market place, shopee, toko pedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok) penting dipahami dan dilakukan.

Fakta bahwa, Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Mandalika Kuta Lombok Tengah berkembang pesat, akan tetapi belum berpengaruh signifikan terhadap perbaikan taraf hidup masyarakat lokal. Dengan merujuk pada analisis situasi maka dua permasalahan utama yang dihadapi kelompok mitra di Desa Kuta kecamatan Pujut Kabupaten Lombok Tengah yaitu sebagai berikut: (1) Mitra dihadapkan dengan kesulitan memahami istilah-istilah khusus bahasa pemasaran (*English on marketing terms*), (2) Mitra dihadapkan dengan kesulitan menggunakan aplikasi pemasaran berbasis online: market place, shopee, tokopedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok), (b) Mitra dihadapkan dengan kesulitan memilih kata (diksi) dan bahasa pemasaran/promosi marketing gimmick ragam sopan untuk menarik pembeli, (c) Rendahnya pengetahuan, sikap dan mental wirausaha mitra.

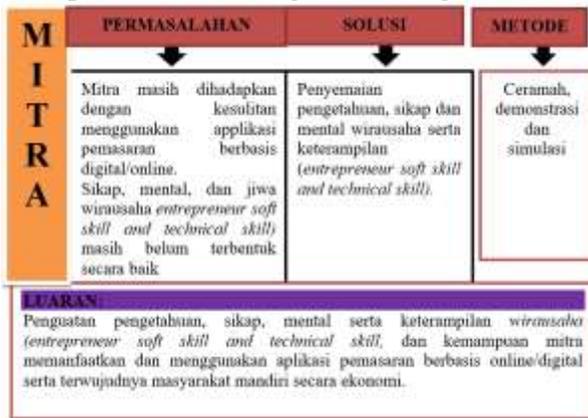
Mendasar pada permasalahan Mitra, maka tim menawarkan program solutif yaitu: menyelenggarakan program pelatihan bahasa Inggris marketing difokuskan pada istilah-istilah pemasaran pada khususnya dan bahasa pemasaran dan atau promosi (*marketing gimmick*).Selanjutnya mitra diberikan penguatan pemahaman, sikap dan mental



wirusaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) melalui bimbingan teknis terkait aplikasi berbasis online serta cara-cara memanfaatkan aplikasi pemasaran online: market place, shopee, toko pedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok), serta pendampingan tentang cara membuat membuat web/blog.

METODE PELAKSANAAN

Pemberdayaan masyarakat lokal (*community-based tourism*) melibatkan seluruh anggota masyarakat dengan tujuan meningkatkan taraf kehidupan dan kesejahteraan masyarakat. Keterlibatan pedagang sebagai motor penggerak kesuksesan dan keberhasilan pengelolaan pariwisata. Program pengabdian ini terselenggara dengan menawarkan langkah-langkah kegiatan dan tawaran solusi yang disusun secara seksama oleh tim pelaksana dengan melibatkan mitra. Alur pelaksanaan kegiatan sebagai berikut.



Selanjutnya, langkah-langkah pelaksanaan program diuraikan sebagai berikut:

- Pemilihan Sasaran. Survey lokasi dilakukan dengan tujuan mengenali kondisi fisik, sosial budaya dan ekonomi, melakukan perkenalan awal tim, mitra dan dengan aparat desa Kuta Lombok Tengah. Mitra bersama tim menyepakati program penting yang akan ditindaklanjuti.
- Mengidentifikasi Masalah. Temuan tim terfokus pada penggunaan bahasa Inggris

pemasaran (*English on marketing terms*) dan kesulitan mitra menggunakan aplikasi pemasaran online.

- Tawaran Solusi. Tim memberikan tawaran solusi sebagai berikut: (a) penguatan kemampuan berbahasa Inggris (*English for marketing*), (b) bimbingan teknis terkait aplikasi berbasis online serta cara-cara memanfaatkan aplikasi pemasaran online: market place, shopee, toko pedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok), serta pendampingan tentang cara membuat membuat web/blog.
- Partisipasi Mitra. Mitra (pedagang cenderamata) Kawasan Mandalika Kuta Lombok Tengah berkontribusi mencari dan menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan, menentukan waktu pelaksanaan, mempersiapkan kebutuhan konsumsi kegiatan, menyediakan alat dan bahan pelatihan, menyediakan sarana pendukung, dan kesiapan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan sesuai jadwal.
- Evaluasi program. Evaluasi Program meliputi: (a) evaluasi persiapan, rencana koordinasi dan surat menyurat dengan pihak terkait, kesiapan peserta pelatihan, kesiapan fasilitas dan tempat pelatihan, (b) evaluasi pelaksanaan, pemantapan kesepakatan waktu para peserta pelatihan, penggandaan materi pelatihan, dan persiapan fasilitas pendukung pelatihan, dan (c) evaluasi akhir, keberhasilan program dari dimensi output dan outcome.
- Tim pelaksana Program. Untuk memastikan lancarnya terlaksananya pelaksanaan program, maka beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu: (a) pemilihan topik-topik relevan, metode pembelajaran dan pelatihan, rumusan tujuan dan luaran program dirumuskan dengan baik, (b) pengaturan jadwal, waktu, dan tempat pelaksanaan, komunikasi atau kordinasi dengan instruktur pakar juga menjadi perhatian. Tim pelaksana Ketua: Primus

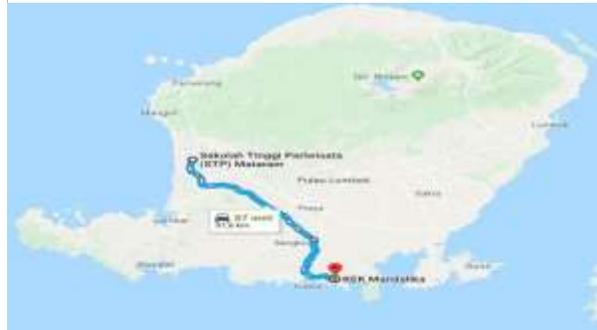
Gadu, S.Pd. M.Hum. Bertanggung jawab atas kelancaran kegiatan secara keseluruhan (Perencanaan-Pelaksanaan-Monitoring-Evaluasi), Menyiapkan desain umum dalam bentuk Terms of Reference (TOR), Sebagai koordinator lapangan, menjalin komunikasi dengan Mitra, Memantau dan mengevaluasi kerja tim dan Menyusun materi pelatihan bahasa Inggris. Anggota 1: Drs. H.Mahsun, MM. Menyiapkan disain pendampingan dan pelatihan, Menyiapkan pelaksanaan pendampingan dan pelatihan, dan menyiapkan pelaksanaan pendampingan dan pelatihan. Anggota 2: Dr. H. Fathurrahim, M.Si. Menganalisis materi kegiatan yang dibahas pada pelatihan, Menyiapkan draft laporan dan jurnal ilmiah, Menyiapkan draft laporan akhir dan jurnal ilmiah untuk publikasi. Sedangkan keberlanjutan program ini yaitu memberi manfaat tidak saja bagi kelompok pedagang cenderamata tetapi juga pada kelompok-kelompok perajin lain yang bergerak pada industri rumahan (home industry) seperti perajin tenun ikat tradisional, kelompok pedagang asong, kuliner khas Lombok dan kelompok lainnya. Oleh karenanya sinergitas antara akademisi, pemerintah dan pemerhati pariwisata sangat diperlukan.

PELAKSANAAN KEGIATAN

Lokasi Pelaksanaan Program

Jarak dan waktu tempuh Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Mandalika desa Kuta, Kecamatan Pujut, Kabupaten Lombok Tengah. Dari kota Mataram menuju Mandalika Kuta Lombok Tengah 51,0 km ke arah Tenggara, dengan waktu tempuh 60 s.d 70 menit menggunakan roda empat (mobil) dan 45-60 menit menggunakan roda dua (motor) melewati jalur bypass Bandara International Lombok. Sedangkan dari STP Mataram, menuju Kuta Mandalika berjarak 51,6 km dengan waktu tempuh 65s.d 75 menit

menggunakan mobil melewati jalur bypass Bandara International Lombok melewati Praya dan Sengkol. Dari Bandara Internasional Lombok (BIL) 15km dengan waktu tempuh 30 menit.



Kelompok Mitra

Mitra (pedagang Cenderamata) terlibat terdiri dari 10 orang dan terlihat pada tabel berikut.

1. Inag Zuhri	= Tenun / Prasi	23
2. Vario	= Bazar	26
3. Ina & Ina	= Tani	37
4. Nopi	= Tenun	30
5. Dita Dany	= Dand	51
6. Inag Oca	= Tani	28
7. Latmi	= Bazar	21
8. Inag Dita	= Bazar Jawa	32
9. Dita Dany	= Bazar	30
10. Inag	= Tani	27

Sumber: Kelompok Mitra Mandalika Kuta Lombok Tengah

Materi Pelatihan

Rumusan materi pada program ini tersusun dengan baik karena tim bersama mitra berdiskusi menentukan materi-materi yang relevan yaitu: pelatihan bahasa Inggris marketing difokuskan pada istilah-istilah khusus pemasaran dan bahasa pemasaran dan atau promosi (*marketing terms*). Selanjutnya mitra diberikan penguatan pemahaman, sikap dan mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) melalui bimbingan teknis terkait aplikasi pemasaran berbasis online (market place, shopee, toko pedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instgram, whatsApp, tiktok), serta pendampingan tentang cara membuat membuat web/blog.



Penentuan instruktur kompeten menjadi pertimbangan penting dalam pelaksanaan program ini.

Foto Dokumentasi Kegiatan



Tujuan dan Manfaat kegiatan

Berikut merupakan tujuan dan manfaat kegiatan yang hendak dicapai yaitu: (a) Tujuan. Pelatihan dilaksanakan dengan tujuan memberikan penguatan pemahaman dan kemampuan mitra tentang bahasa Inggris pemasaran. penguatan pemahaman, sikap dan mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) melalui bimbingan teknis terkait aplikasi pemasaran berbasis online (market place, shopee, toko pedia, buka lapak) dan media sosial: youtube, instragram, whatsApp, tiktok), serta pendampingan tentang cara membuat membuat web/blog. (b) Manfaat. Melalui program ini yaitu adanya penghematan biaya dan waktu untuk mewujudkan harapan peserta dalam peningkatan kemampuan penggunaan bahasa Inggris praktis marketing praktis.

Strategi Evaluasi Kegiatan

Berikut ini adalah uraian indikator keberhasilan *program (successful indicators of program)* meliputi: (a) Mulai dari tahap perencanaan, (b) tahap persiapan, (c) tahap pelaksanaan, (d) Akhir kegiatan.

1) Evaluasi tahap awal perencanaan kegiatan, dilaksanakan untuk memantapkan rencana kegiatan yang dilakukan. Indikator penilaiannya adalah: Kesiapan administrasi (rencana koordinasi dan surat menyurat dengan pihak terkait),

- 2) Kesiapan mitra pelatihan yang direkrut;
- 3) Kesiapan fasilitas, yaitu tempat pelatihan. Evaluasi tahap persiapan dilakukan untuk pemantapan kesepakatan waktu para mitra, penggandaan materi pelatihan, dan fasilitas pendukung pelatihan.
- 4) Evaluasi dan umpan balik dalam proses pelaksanaan kegiatan untuk perbaikan program, yaitu mengkaji bagaimana, respon, motivasi dan kedisiplinan mitra, dan kelancaran penyajian materi.

Sedangkan indikator keberhasilan program, tim pelaksana menguraikannya sebagai berikut, yaitu:

- (1) Dimensi output: Pengukuran dapat didasarkan pada (a) penyajian materi telah mencapai dengan target yang ideal 85%, (b) penguasaan atau penyerapan materi yang dicapai oleh peserta target ideal 80 %, (c) aspek kemampuan praktis peserta pelatihan.
- (2) Dimensi outcomes terdiri dari: (a) peserta memiliki keprakarsaan/agresivitas atau inisiatif aktif peserta menggunakan ungkapan-ungkapan sopan ketika berkomunikasi dengan wisatawan.

Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini terlaksana karena beberapa faktor pendukung yaitu:

- (1) Mitra sangat aktif ikut dalam program ini, bahkan meminta kepada tim untuk menyelenggarakan pelatihan yang sama dengan jangka waktu yang lama dan terjadwal.
 - (2) Support finansial dari LP2M STP Mataram sehingga terselenggaranya kegiatan pengabdian ini.
 - (3) Narasumber yang kompeten sebagai upaya peningkatan keterampilan berbicara bahasa Inggris Mitra di Mandalika Kuta Lombok.
- Sedangkan temuan beberapa kendala/hambatan sebagai berikut:

- (a) Mengatur dan menyesuaikan waktu pelatihan, upaya mengatasinya adalah melakukan komunikasi lebih awal dengan koordinator mitra,



(b) Menyesuaikan waktu dengan narasumber. Usaha mengatasinya adalah pelaksana memilih waktu sesuai dengan kesediaan narasumber itu sendiri kemudian dikomunikasikan dengan peserta;

Dari data hasil capaian kegiatan di atas dapat dijelaskan bahwa ternyata dari sisi dimensi output, tampak bahwa motivasi dan partisipasi mitra sangat signifikan positif dalam memajukan Mandalika Kuta Lombok Tengah dengan indikatornya adalah pelatihan yang terjadwal.

Rekomendasi

Program ini terselenggara dengan tujuan memberikan penguatan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap (*attitude*) mitra. Sehingga untuk mewujudkan tujuan tersebut diperlukan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan dari akademisi, pemerintah dan pemerhati pariwisata. Dengan memperhatikan kondisi geografis Desa Kuta Lombok Tengah dan permasalahan mendasar yang dihadapi mitra maka program penguatan Sumber Daya Manusia pariwisata untuk selanjutnya tidak saja menyasar kelompok pedagang cenderamata tetapi juga pada kelompok-kelompok pengrajin lain yang bergerak pada industri rumahan (*home industry*) seperti perajin tenun ikat tradisional, kelompok pedagang asong, kuliner khas Lombok dan kelompok lainnya. Program berkelanjutan yang diharapkan mitra menyangkut hospitality dan keramahmatan melayani pelanggan (aspek psikologi pelayanan), penguatan kebahasaan (aspek komunikasi dan interaksi), and penguatan sikap dan jiwa usaha mandiri.

PENUTUP

Berdasarkan paparan hasil kegiatan dan pembahasan maka tim pelaksana menguraikan simpulan sebagai berikut:

(a) Mitra termotivasi dengan pelaksanaan program ini. Namun, sebagian besar peserta pelatihan belum mengetahui tentang *marketing online*. Materi terkait

tips dan trik sikap dan mental wirausaha menjadi motivasi bagi mitra. Selanjutnya bimtek aplikasi pemasaran online dianggap sangat bermanfaat karena bagi mitra program ini mampu meningkatkan omzet penjualan.

(b) Mental wirausaha (*entrepreneur soft skill and technical skill*) peserta pelatihan masih perlu ditingkatkan melalui bimtek terkait. Mitra juga memberikan beberapa catatan penting terkait pelaksanaan program yaitu: penting adanya keterlibatan akademisi yang berkelanjutan bagi penguatan *English marketing terms* dan manajemen mitra.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gadu, Mahsun, Jumail. 2017. Kemampuan Berbahasa Inggris Praktis dan Hospitality Pedagang Asong dan Souvenir Kawasan Pariwisata Pantai Kuta dan Selong Belanak Lombok Tengah. Media Bina Ilmiah. I SSN.2615-3505 <http://www.lpsdimataram.com>.
- [2] Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010–2025. 2 Desember 2011. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125. Jakarta.
- [3] Pramesti, Olivia Lewi. 2019. “Minim, Peran Perempuan dalam Pariwisata”. National Geographic Indonesia. Diakses pada tanggal 28 Agustus 2019, dari <http://nationalgeographic.co.id/berita/2012/07/minimperan-perempuan-dalam-pariwisata>
- [4] Yunarni, Tri Reinelda, Haris Abdul. 2020. Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Mandalika Lombok. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan 6. <http://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/index>. Terakreditasi Peringkat 5



-
- (No. SK: 85/M/KPT/2020). Vol. 4.No. 3
Juli 2020.p-ISSN: 2598-9944 e- ISSN:
2656-6753
- [5] Widaswara, Yulita R. 2020. Framing
Analysis of Covid-19 News on Social
Media Instagram Lombok. Media Bina
Ilmiah.Vol.15 No.1 Agustus 2020.ISSN
2615-
3505.<http://www.lpsdimataram.com>
- [6] http://www.kompasiana.com/maizulackbar/keramah-tamahan-dan-sopan-santun-adalah-jati-diri-bangsa-indonesia-paling-Indonesia_5500bfc9a333114e75511bc2.
Downloaded and cited on Monday, 26th
March 2021 at 11. 30a.m



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN