

PELATIHAN “EXCELENT SERVICE” BAGI PEDAGANG GUNA PENINGKATAN DAYA SAING WISATA DI TAMAN MARGASATWA SEMARANG

Subowo, T. Suryarini, B. Solikhah

Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Diterima: Oktober 2018 Disetujui: November 2018 Dipublikasikan: Desember 2018

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki *multiplier effect* bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui berbagai sisi yaitu ekonomi, perdagangan, industri maupun lingkungan. Destinasi wisata adalah elemen yang penting karena menjadi alasan orang melakukan perjalanan wisata serta daya tarik wisata yang ada di dalamnya akan menarik kunjungan wisatawan. Oleh karena itu mutlak diperlukan koordinasi yang efektif antar asosiasi pelaku pariwisata, pemerintah serta masyarakat. Taman Margasatwa Semarang merupakan salah satu destinasi wisata kebun binatang di kota Semarang. Terdapat sedikitnya 110 Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan berbagai barang dagangan mulai dari makanan hingga cinderamata. Namun demikian, PKL tersebut belum tertata dengan baik dan terkesan semrawut baik dari sisi fisik maupun dalam memberikan pelayanan kepada pembeli. Oleh karena itu program pengabdian ini dimaksudkan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada PKL agar mampu memberikan pelayanan prima kepada pembeli. Sasaran dari program pengabdian ini adalah pedagang di kawasan wisata Taman Margasatwa Semarang. Program pengabdian ini telah dilaksanakan melalui penjelasan materi, pemberian contoh serta evaluasi keberhasilan program. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah dipahaminya konsep pelayanan prima oleh peserta serta akan dibentuknya Perkumpulan/Paguyuban Pedagang di obyek wisata Taman Margasatwa. Sehingga tujuan jangka Panjang dari kegiatan ini adalah peningkatan omset penjualan dan juga peningkatan pengunjung wisata.

Keyword: Pedagang Kaki Lima (PKL), Pelayanan Prima, Peningkatan Penjualan, Pariwisata.

Pendahuluan

Analisis Situasi

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki efek pengganda/ *multiplier effect* tinggi terhadap sektor lain sehingga mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Hal tersebut menyebabkan banyak daerah berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan sektor ini. Berbagai macam pilihan dilakukan untuk menarik minat para investor dan wisatawan untuk berkunjung ke suatu wilayah/daerah. Semua pihak yang terlibat langsung dalam bisnis pariwisata harus memiliki kontribusi dalam mencapai arah strategi pariwisata yang lebih besar. Sehingga apabila Pemerintah Kota Semarang mencanangkan industri pariwisata sebagai sektor industri yang diharapkan dapat menjadi pendorong perekonomian, maka konsekuensinya adalah seluruh pihak, baik institusi

maupun masyarakat harus mengarah pada suatu *grand strategy* yang telah dibuat oleh pengambil kebijakan/pemerintah.

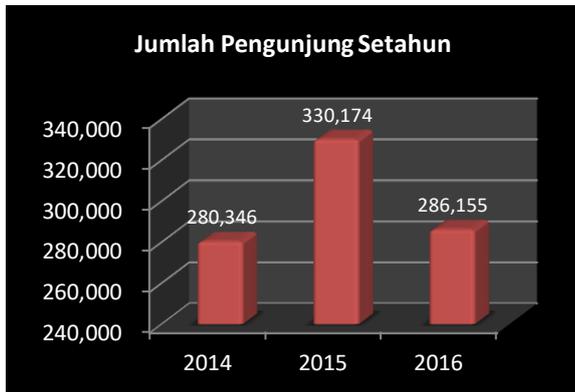
Salah satu destinasi wisata di Kota Semarang adalah Taman Margasatwa atau Kebun Binatang yang berlokasi di Mangkang. Kebun Binatang yang semula berlokasi di Tenjomoyo ini pada tanggal 28 Februari 2007 pindah menempati areal baru di daerah Mangkang, tepatnya di Jl. Walisongo KM 16, bersebrangan dengan Terminal Mangkang.

Di lokasi baru ini Taman Margasatwa Semarang menempati lahan seluas sekitar 9 Ha. Sedangkan konsep yang ditawarkan oleh taman Margasatwa ini adalah konservasi, edukasi dan rekreasi. UPTD Taman Margasatwa ini berada dibawah pengelolaan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang. Disamping sebagai kebun binatang, Taman Margasatwa juga mengusung konsep rekreasi anak. Sehingga berbagai wahana permainan juga tersedia di area tersebut.

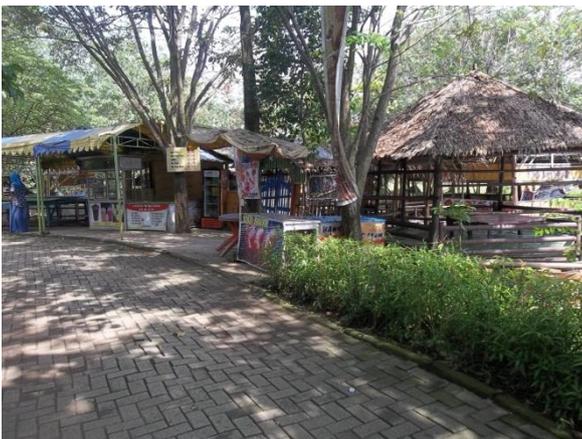
Data Pengunjung Taman Margasatwa Semarang dari tahun 2014 – 2016 menunjukkan jumlah yang fluktuatif. Hal tersebut merupakan salah satu indikator bahwa pengelolaan tempat wisata tersebut belum optimal. Salah satu yang belum dikelola dengan baik adalah Warung PKL yang berjualan disana. Dilokasi wisata tersebut terdapat sebanyak 110 Pedagang Kaki Lima (PKL) yang berjualan beraneka



macam barang dagangan mulai dari makanan, minuman, cinderamata, alat permainan anak maupun pakaian.



Para pedagang tersebut menyewa lahan seharga Rp 100.000 perbulan kepada pengelola Taman Margasatwa Semarang. Namun demikian, dari pihak Taman Margasatwa Semarang tidak memiliki SOP untuk dapat menata pedagang yang ada. Sehingga kondisinya tidak tertata dengan rapi, bahkan pelayanan yang diberikan juga cenderung kurang baik. Hal tersebut disinyalir karena belum adanya pelatihan serta pendampingan kepada para pedagang tersebut. Bahkan tidak jarang dari pedagang yang ada, menjual barang dagangan dengan harga tidak wajar dan membuat kapok para pembeli. Nampaknya konsep untuk menarik kembali pengunjung agar mau datang lagi dan berbelanja lagi belum mereka ketahui. Padahal pelayanan dari penjual yang ada di obyek wisata akan mempengaruhi kesan keseluruhan terhadap tempat wisata tersebut. Sehingga para pedagang juga harus mendapat pelatihan pelayanan prima. Beberapa gambar PKL yang ada di Taman Margasatwa disajikan dalam Gambar 3.



Permasalahan Mitra

Berbagai persoalan mendesak yang harus segera dicari solusinya diantaranya adalah: (1) Omset Penjualan Menurun; (2) Belum pernah ada pelatihan strategi berjualan di tempat wisata; (3) Belum pernah ada pelatihan pelayanan prima; (4) Belum adanya Perhimpunan Pedagang.

Solusi yang ditawarkan

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang dihadapi oleh para pedagang di obyek wisata Taman Margasatwa, maka solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan **“Pelatihan dan Pendampingan Pelayanan Prima”** melalui program sebagai berikut:

1. Pelatihan dan Praktek Strategi Peningkatan Omset Penjualan
Kegiatan ini diberikan kepada seluruh pedagang yang ada dengan memberikan materi terkait dengan strategi peningkatan kualitas produk hingga strategi promosi. Selanjutnya serta praktek .
2. Pelatihan dan Praktek Pelayanan Prima bagi Pedagang
Setelah itu maka pedagang akan diberi pelatihan terkait pemberian pelayanan prima kepada pembeli sehingga pembeli merasa puas dan akan datang kembali.
3. Pembentukan Perhimpunan/Asosiasi Pedagang
Selanjutnya akan dibentuk asosiasi pedagang di kawasan objek wisata Taman Margasatwa agar secara jangka panjang mereka dapat terus menjaga mutu dan pelayanan sesuai standar dan bersaing secara sehat.

Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pemaparan Materi Strategi Peningkatan Omset Penjualan

Metode yang digunakan dengan memakai teknik ceramah interaktif dengan media power point dan contoh nyata. Adapun materi yang diberikan yaitu:

- a. Strategi mengenali kebutuhan pelanggan
- b. Strategi Peningkatan Kualitas Produk
- c. Strategi Pengemasan dan Display Produk
- d. Strategi Penetapan Harga Jual
- e. Strategi Promosi dan Branding

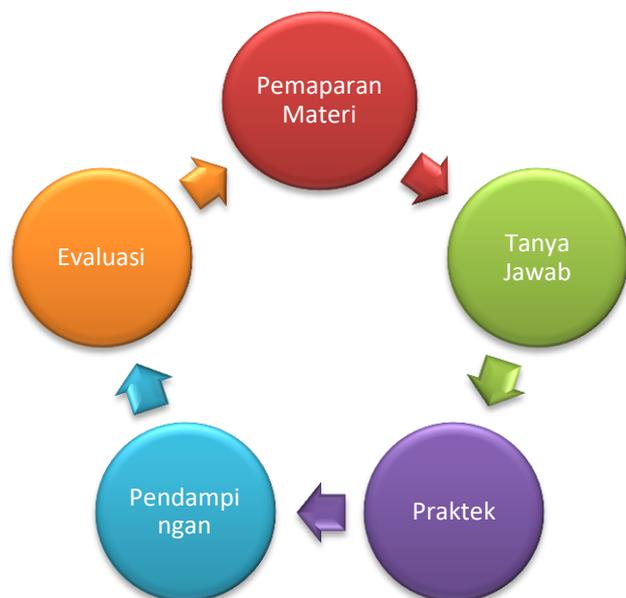
2. Pelatihan & Praktik Pelayanan Prima

Materi selanjutnya adalah pelatihan pelayanan prima yang merupakan komponen penting dalam bisnis. Pelayanan prima ini pada akhirnya akan meningkatkan omset penjualan dan menciptakan pelanggan jangka panjang.

3. Pendampingan

Namun tidak berhenti sampai disini saja, selama 2 bulan tim pengabdian kepada masyarakat juga akan mendampingi serta memantau pelaksanaan Program Pelatihan dan Pendampingan Pelayanan Prima untuk Meningkatkan Omset Penjualan dan Jumlah Wisatawan. Selain pendampingan secara fisik/datang langsung, juga dapat dilakukan melalui kontak telephone maupun pesan singkat (sms) karena cara tersebut dirasa lebih efektif dan efisien jika dalam praktek dilapangan mengalami kesulitan.

Sedangkan sasaran pelaksanaan pengabdian adalah seluruh pedagang di kawasan obyek wisata Taman Marga Satwa Semarang, baik yang memiliki lapak maupun pedagang asongan.



Hasil dan pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada para Pedagang di Obyek Wisata Taman Satwa Semarang yang berada di Mangkang. Pelatihan dilakukan terhadap perwakilan pedagang serta perwakilan pengelola Obyek Wisata PT taman Satwa Semarang. Adapun materi yang diberikan adalah sebagai berikut:

- Pelayanan kepada pengunjung
- Kualitas produk
- Kepastian harga
- Display produk
- Kebersihan, Keindahan, dan kenyamanan
- Pengetahuan & keahlian
- Kesopanan & ramah tamah.

Adapun kegiatan pelatihan tersebut bertempat di Ruang Rapat PT Taman Satwa Semarang dengan narasumber Ibu Badingatus Solikhah dari Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Hadir dalam kegiatan pemaparan materi tersebut sebanyak 12 orang yang terdiri atas 10 orang perwakilan pedagang dan 2 orang dari pihak pengelola PT taman satwa semarang.

Susunan acara yang dilaksanakan dalam kegiatan pelatihan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Pembukaan oleh pembawa acara
2. Sambutan Ketua Pengabdian
3. Sambutan Pengelola PT taman satwa semarang
4. Pemaparan Materi oleh Badingatus Solikhah
5. Tanya jawab
6. Penutup
7. Ramah tamah

Hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan tersebut adalah: (1) Peserta memahami materi yang disampaikan terkait dengan Pelayanan kepada pengunjung; Kualitas produk; Kepastian harga; Display produk; Kebersihan, Keindahan, dan kenyamanan ; Pengetahuan & keahlian berdagang; serta Kesopanan & ramah tamah. (2) Terjadi tanya jawab terkait permasalahan teknis yang dihadapi oleh pemilik/ pelaku usaha sehingga terjadi diskusi untuk mencari solusi atas permasalahan teknis tersebut.

PT Taman Satwa Semarang sejak Mei 2018 telah berubah yang semula merupakan UPTD dibawah Dinas Pariwisata kini telah berubah menjadi Perusahaan Daerah. Hal tersebut membawa konsekuensi logis dan harapan akan berkembangnya objek wisata keluarga dan edukasi. Sedangkan pedagang merupakan salah satu komponen penting dalam pengelolaan pariwisata. Karena pedagang tersebut akan menyediakan fasilitas berbayar seperti makanan, jajan, oleh oleh ataupun cinderamata. Sehingga para pedagang tentu harus dikelola dengan baik.

Simpulan dan saran

Simpulan

Tujuan dari program pengabdian ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Pedagang Kaki Lima (PKL) agar mampu memberikan pelayanan prima kepada pembeli. Sasaran dari program pengabdian ini adalah pedagang di kawasan wisata Taman Margasatwa Semarang dan juga perwakilan pihak PT taman Satwa Semarang sebagai pengelola dari Objek wisata tersebut. Program pengabdian ini telah dilaksanakan melalui penjelasan materi, pemberian contoh serta evaluasi keberhasilan program. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah dipahaminya konsep pelayanan prima oleh peserta serta akan dibentuknya Perkumpulan/Paguyuban Pedagang di obyek wisata Taman Margasatwa. Sehingga tujuan jangka Panjang dari kegiatan ini adalah peningkatan omset penjualan dan juga peningkatan pengunjung wisata.

Saran

Atas dasar hasil analisis terhadap pelaksanaan program tersebut dapat diajukan saran sebagai berikut:

1. Para pedagang di Kawasan wisata Taman satwa Semarang yang telah diberi pelatihan diharapkan mampu mempraktekkan materi yang telah disampaikan sehingga usaha yang mereka kembangkan dapat lebih maju.

2. Bagi pengelola objek wisata Taman Satwa Semarang sebaiknya dapat mengatur para pedagang dilingkungan tersebut dengan lebih baik agar pengunjung merasa puas dan berdampak pada peningkatan daya Tarik wisata.

Daftar Pustaka

- Garcia-Falcon, Juan Manuel, dan Medina-Munoz, Diego. 1999. The Relationship Between Hotel Companies and Travel Agencies: An Empirical Assesment of The United States Market. *The Service Industries Journal*. Vol.Oct19.(4). pp. 102-122.
- Jago.L. K., dan Mc.Ardle.K. 1999. A Temporal, spatial and thematic analysis of Victoria's special events. Research paper. *CAUTHE National Research Conference*, Adelaide, pp. 113-124.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani, 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Normann. 1991. *Service Management*. Chicester, England: Wiley & Son.
- Santi, Faurani., Oktarina, dan Kustiari. 2014. Analysis Determinants of Investment, Demand, and Supply Indonesian Tourism. *IOSR Journal of Economics and Finance (IOSR-JEF)*. e-ISSN: 2321-5933, p-ISSN: 2321-5925. Volume 4, Issue 3. PP: 16-27. www.iosrjournals.org.
- Sutopo dan Suryanto, Adi. 2003. *Pelayanan Prima*. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia.