

PERAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN WISATA DI PENDESTRIAN KOTA PALEMBANG

Nyanyu Ully Aulina

Politeknik Darussalam

Email: ully_nyayu23@gmail.com

Rizka Permata Sari

Mahasiswa Politeknik Darussalam

Email: permata_saririzka@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine how the role of promotion in increasing tourism in the Pendestrian Sudirman Palembang. In the Study, the authors take points about promotion the role of promotions in increasing tourism in the Pendestrian Sudirman kota Palembang. The Pendestrian Sudirman is managed by the office and community who joined which reached 6.500 people. In writing this report the authors collected data using two methods of interview and observation. From research that has been done from the company : the role of Pendestrian tourism with tour guides, thorough social media and cities

Key words: Tourism promotion, Palembang Pendestrian community

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran promosi dalam meningkatkan wisata di Pendestrian Sudirman Palembang. Dalam penelitian ini, penulis mengambil poin tentang Peran Promosi Dalam Meningkatkan Wisata Di Pendestrian Sudirman Palembang. Pendestrian Sudirman dikelola oleh Dinas Pariwisata dan komunitas yang bergabung mencapai 6.500 orang. Dalam Penulisan laporan ini penulis mengumpulkan data dengan menggunakan dua metode penelitian wawancara dan observasi. Dari Penelitian yang telah dilakukan dari hasil yang didapat dari perusahaan : Peran Promosi dalam Meningkatkan Wisata di Pendestrian dengan adanya pramuwisata, melalui media sosial, dan mengunjungi kota-kota.

Kata Kunci : Promosi wisata, Komunitas Pendestrian Palembang

Pendahuluan

Latar Belakang

Objek wisata merupakan salah satu dari kekayaan alam yang patut untuk di banggakan. Setiap daerah Indonesia memiliki keunikan masing-masing dari segi keindahan maupun adat istiadat, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Sumatera Selatan merupakan salah satu termasuk dalam kekayaan alam yang harus di banggakan dan harus di jaga. Mulai dari wisata alam wisata religi, wisata sejarah.

Kota Palembang memiliki destinasi yang cukup terkenal yaitu Pendestrian Sudirman. Pendestrian Sudirman juga terdapat kuliner malam yang menjual berbagai macam makanan khas Palembang seperti pempek, model, laksan, borgo, otak-otak dan masih banyak lagi sehingga membuat wisatawan tertarik untuk kembali berkunjung.

Pendestrian Sudirman terletak di jalan Jendral Sudirman di *launcing* sejak 22 Maret 2017. Pendestrian ini sendiri di resmikan pada tanggal 23 april 2017. Pendestrian sudirman menampilkan pertunjukan seni jalanan mulai dari pertunjukan

musik tanjidor, tarian dan nyanyian lagu daerah, pertunjukan pantonim, pertunjukan komunitas reptile dan aktivitas kegiatan anak muda lainnya.

Pendestrian ini menggunakan dana bantuan dari Satker Perbaikan Bangunan dan Lingkungan (PLB) Kementrian pekerjaan umum sebesar Rp 7 miliar. Setelah Pendestrian di bangun ditambah dengan pengecatan toko-toko di sekitaran area Pendestrian Sudirman. Pendestrian ini menjadi salah satu bukti nyata kepedulian Pemerintah kota Palembang dalam membantu perekonomian masyarakat menjadi wisata alam yang positif untuk seluruh warga Palembang termasuk wisatawan yang sedang berkunjung ke Palembang. Dengan antusias masyarakat setiap minggunya sehingga diperkirakan ribuan Masyarakat selalu berkunjung kesini. Selain hiburan yang disiapkan oleh seluruh komunitas yang ada, banyaknya penjual makanan yang menjadi daya tarik di Pendestrian Sudirman ini. Dari situ bisa menambah devisa negara yang dapat membantu perekonomian masyarakat kota Palembang.

Pendestrian ini sendiri di pimpin oleh Bapak Risdiyanto. Awal pendestrian ini sendiri di bukahanya adalah 10 komunitas dan 15 pedagang,

berjalan waktu kegiatan ini sangat di respon oleh masyarakat Palembang karena terbukti banyaknya komunitas yang bergabung saat ini sudah ada 180 komunitas yang bergabung dengan jumlah anggota 6.500 orang, ini juga merupakan perkembangan yang sangat pesat. Di pendestrian ini juga menampilkan yang unik seperti reptil, animal, barongsai, keroncong, cosplay, robot, kontes hantu. Ini juga kebanyakan yang datang adalah kumpulan anak muda untuk menyampaikan apresiasi, perstasi mereka di bidang karier masing-masing, Ada juga pedangang Pendestrian Sudirman yang di atur oleh Dinas Paariwisata yaitu ada 3 zona, ini juga hanya khusus pempek dan kopi. Pedangang yang berjualan juga harus melakukan berizinan dan tes food di Dinas Pariwisata Palembang, jadi makanan dan minuman yang di jual di pendestrian Sudirman ini telah lulus, dan memenuhi syarat ketentuan yang telah di tentukan oleh Dinas Pariwisata. Dan ini membatu perkeconomian masyarakat, dan juga menambah devisa negara karena meningkatnya pengunjung yang datang ke Pendestrian Sudirman.

Pendestrian ini juga termasuk kedalam wisata alam yang di buka pada malam hari yang menjadi tempat kumunitas anak muda berkumpul. Tempatnya instagramble sekali, banyak hiburan dan menjual makanan dengan harga terjangkau, menjadi tempat rekomendasi. Hambatan yang di dapat oleh Pihak Dinas Pariwisata, banyak pedangang menjajakan barang dangangan nya di sembarang titik, seperti tengah jalan dan di atas trotoar, akibatnya dengan itu tidak bisa berjalan dengan nyaman. Sebaiknya Pendestrian Sudirmna segera di benahi karna itulah wajah kota Palembang, sebab tiap malam akhir pekan lokasi tersebut di kunjungi oleh ribuan orang termasuk para pengunjung luar daerah. Pengunjung tidak bisa menikmati berbagai pertunjukan secara luas. Mungkin pemerintah bisa membuat pedagang lebih tertib agar tidak berhempit – hempitan. Penertipan cukup sulit dilakukan karena membutuhkan peran pihak terkait seperti Dinas Perhubungan dan Satpol PP, akan ada koordinasi untuk mengatur ulang Pendestrian dalam waktu dekat.

Menurut Hu dan Ritchie (1993), destinasi adalah sebuah paket (bundle) yang terdiri dari berbagai fasilitas dan layanan pariwisata yang seperti produk biasa lainnya, terdiri dari sejumlah atributmulti dimensi yang bersama-sama menentukan daya tariknya bagi induvidu tertentu dalam situasi pilihan tertentu. Berdasarkan uraian tersebut penulis meneliti dan mengangkat judul“**PERAN PROMOSI DALAM MENINGKATKAN WISATA DI PENDESTRIAN SUDIRMAN KOTA PALEMBANG**”.

Tinjauan Pustaka
Pengertian Promosi

Promosi pada umumnya dikenal oleh masyarakat luas sebagai istilah dalam dunia usaha untuk memperkenalkan atau menawarkan produk. Dengan demikian pengertian promosi dalam dunia pariwisata adalah suatu kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan, menginformasikan serta menawarkan produk, merek atau nama perusahaan kepada masyarakat luas. Tujuan promosi secara umum adalah mempengaruhi masyarakat agar mau berkunjung. Promosi dianggap sesuatu kegiatan yang sangat penting dalam dunia pariwisata, karena dengan promosi dapat mengenalakan destina yang ada kepada masyarakat kota Palembang maupun masyarkat laur. Pengertian Promosi Menurut Para Ahli. Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang pengertian promosi, diantaranya adalah :

- Boyd (2000:56)
Boyd mengemukakan pengertian promosi adalah upaya untuk membujuk orang untuk menerima produk, konsep dan gagasan.
- Swastha (2002:22)
Swastha mengemukakan pengertian promosi adalah promosi dipandang sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mempengaruhi seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.
- Saladin (2003)
Saladin mengemukakan pengertian promosi adalah segala macam bentuk komunikasi persuasi yang di rancang untuk komunikasi persuasi yang di rancang untuk menginformasikan pelanggan tentang produk atau jasa dan untuk mempengaruhi mereka agar membeli barang atau jasa tersebut yang mencakup publistas, penjualan perorangan atau periklanan.

Tujuan Promosi

Tujuan promosi menurut Kolter dan Armstrong (2008: 205) yaitu :

- Mendorong pembeli pelanggan jangka pendek atau meningkatkan hubungan pelanggan jangka panjang.
- Mendorong pengecer menjual barang baru dan menyediakan lebih banyak persediaan.
- Mengiklankan produk perusahaan dan memberikan ruang rak lebih banyak
- Untuk tenaga penjualan, berguna untuk mendapatkan lebih banyak dukungan tenaga bagi produk lama atau baru mendorong wiraniaga mendapatkan pelanggan baru..

Teknik Promosi

- Melalui event
- Melalui pramuwisata
- Melalui tour ke kota- kota
- Melalui media sosial

Jenis-jenis Promosi

Lima saran promosi utama menurut Kotler dan Armstrong (2008:117) adalah :

- Periklanan (*Advertising*)
Tujuan periklanan adalah tugas komunikasi tertentu yang dicapai dengan pemirsa sasaran tertentu selama periode waktu tertentu.
- Penjualan Pribadi (*Personal selling*)
Penjualan pribadi adalah salah satu profesi yang paling tua di dunia. Orang-orang yang melakukan penjualan mendapat banyak sebutan
- Hubungan masyarakat (*public relations*)
Departemen hubungan masyarakat bisa melaksanakan satu sama atau semua fungsi berikut :
Hubungan pers : Menciptakan dan menempatkan informasi berharga di media berita untuk menarik perhatian pada seseorang, produk atau jasa
- Publisitas produk : Mempublikasikan produk tertentu
Kegiatan masyarakat : Membangun dan mempertahankan hubungan nasional dan komunikasi lokal
Melobi : Membangun dan mempertahankan hubungan dengan pembuat peraturan
Hubungan investor : Mempertahankan hubungan dengan pemegang saham dan pihak lainnya dalam komunikasi keuangan.
- Pengembangan : Hubungan masyarakat dengan donor atau anggota organisasi untuk mendapatkan dukungan finansial
- Pemasaran Langsung (*Direct marketing*)
- Hubungan secara langsung dengan konsumen individual yang ditargetkan secara cermat untuk memperoleh respon segera dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng, penggunaan surat langsung, telepon, televisi, respon langsung, email, telepon, internet.

Kegiatan Promosi

1. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk promosi non pribadi dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Menurut Kotler (2002:658), periklanan didefinisikan sebagai bentuk penyajian dan promosi ide, barang atau jasa secara non pribadi oleh suatu sponsor tertentu yang memerlukan pembayaran.
2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk promosi secara pribadi dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.

Penjualan tatap muka adalah kegiatan mempromosikan suatu produk dengan cara mendatangi ke tempat konsumen berada, oleh seorang wiraniaga/salesperson. Dengan adanya kontak langsung antara wiraniaga dan konsumen, maka terjadilah komunikasi dua arah.

3. Publisitas (*Publicity*), yaitu suatu bentuk promosi non pribadi mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentangnya (pada umumnya bersifat ilmiah). Publisitas merupakan istilah yang populer bukan saja dalam dunia PR tapi dalam dunia sehari-hari. Dalam pandangan Judith Rich (dalam Lesly, 1992:257), tak ada batasan untuk ruang kreatif kegiatan publisitas itu, selain batasan-batasan etika. Namun kreatifitas yang menghasilkan karya yang begitu kreatif dan menyenangkan namun tak memberikan apa-apa bagi apa yang dipublikasikan. Artinya, kreatifitas disini adalah kreatifitas untuk mewujudkan atau mencapai tujuan organisasi. Publisitas adalah penempatan berupa artikel tulisan, foto, atau tayangan visual yang sarat nilai berita baik karena luar biasa, penting, atau mengandung unsur-unsur emosional, kemanusiaan, dan humor secara gratis dan bertujuan untuk memusatkan perhatian terhadap suatu tempat atau suatu institusi yang biasanya dilakukan melalui penerbitan umum.
4. Promosi penjualan (*Sales promotion*), yaitu suatu bentuk promosi diluar ketiga bentuk diatas yang ditujukan untuk merangsang pembelian. Sales Promotion (promosi penjualan) merupakan suatu tindakan persuasif secara langsung yang menawarkan insentif atau nilai lebih untuk suatu produk pada sales force, distributor atau konsumen dengan tujuan utama untuk menciptakan penjualan yang segera. Pada intinya kegiatan promosi bermanfaat, untuk membujuk calon pembeli agar membeli produk atau jasa yang kita tawarkan. Promosi penjualan menggambarkan insentif-insentif dan hadiah-hadiah untuk membuat para pelanggan membeli barang-barang perusahaan secara langsung. Maka kegiatan promosi penjualan menghasilkan respons-respons yang lebih cepat dan terukur dalam penjualan dari pada yang dapat dilakukan oleh iklan.

Pengertian Wisatawan

Wisatawan merupakan bagian yang tak terpisahkan dari dunia Pariwisata. Wisatawan sangat beragam, tua-muda miskin-kaya semuanya mempunyai keinginan dan juga harapan yang berbeda.

Adapun pengertian wisatawan antara lain : Menurut Wto(Kusumaningrum, 2009 : 17) membagi wisatawan ke dalam tiga bagian yaitu : Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan kesuatu Negara lain dimana mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang dikunjunginya. Wisatawan adalah orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut : Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan, dan olahraga. Bisnis atau mengunjungi kaum keluarga, Darma wisata adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Pedestrian Sudirman

Pedestrian Sudirman berdiri sejak 22 maret 2017 terletak di jalan Jendral Sudirman, Pedestrian Sudirman merupakan salah satu destinasi wisata baru di bawah naungan Dinas Pariwisata Kota Palembang, yang dimana mengurus perizinan dagang di daerah wisata Pedestrian Sudirman, perizinan untuk melakukan pertunjukan dan untuk menjaga kebersihan kawasan wisata ini pun pihak Dinas Pariwisata Kota Palembang terjun langsung kelapangan untuk melakukan piket malam maupun gotong royong membersihkan kawasan sekitar pedestrian wisata. Pedestrian Sudirman termasuk dalam kelompok wisata malam yang menyajikan beraneka ragam pertunjukan khas budaya Palembang berupa tarian, seni dulmuluk, lagudaerah, tanjidor, pertunjukan musik jalanan pantonim dan berbagai komunitas reptile. Kesenian yang disajikan tak hanya dari Palembang biasanya banyak juga yang menampilkan kesenian dari kota-kota lain, selain itu pengunjung dapat menikmati malam dengan lampu-lampu disepanjang jalan dan tempat duduk nyaman yang tersedia disepanjang jalan sudirman biasanya di sudirman menjadi spot foto kalangan anak muda yang berkunjung.

Pedestrian Sudirman juga banyak menyediakan wisata kuliner khas Palembang seperti Pempek, Model, Tekwan, Lenggang dan beranekaragam kue yang sangat diminati pengunjung. Setiap malam sabtu dan malam minggu kawasan wisata malam ini selalu di padati pengunjung di mulai dari jam 19.00 WIB – 23.00 WIB ramai oleh penjungjung yang ingin refreshing bersama keluarga di akhir pekan. Selain menyajikan banyak pertunjukan kuliner di Pedestrian juga termasuk wisata yang murah meriah dimana untuk memasuki kawasan ini tidak

dikenakan tariff masuk atupun tiket hanya saja tarif parkir berlaku untuk pengunjung yang membawa kendaraan roda dua atau roda empat.

Metodelogi Penelitian

Objek Penelitian

Dalam Penyusunan Laporan Akhir ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada Pendestrian Sudirman Palembang & Dinas Pariwisata.

Jenis dan Sumber Data

Laporan Akhir ini memerlukan data-data yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan yang saling berhubungan dengan penelitian yang diamati. Adapun data yang digunakan dalam penyusunan Laporan Akhir ini yaitu primer dan sekunder :

- **Data Primer**

Data Primer merupakan data yang diperoleh penelitian secara langsung dari narasumber. Dalam hal penulis mendapatkan hasil dari wawancara yang telah dilakukan secara langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan permasalahan yang ditinjau.

- **Data Sekunder**

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh penelitian sebagai penunjang data primer seperti dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang telah dipublikasikan sebelumnya. Dalam hal ini penulis mendapatkan dokumen-dokumen seputar penelitian seperti meningkatkan pegunjung di Pendestrian Sudirman dengan menggunakan strategi promosi Dinas Pariwisata kota Palembang.

Tehnik Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data menurut Sumandi Suryabrata (2008: 52) adalah alat yang digunakan untuk merekam pada umunnya secara kuantitatif keadaan dan aktivitas atribut- atribut psikologis. Atribut- atribut psikologis itu secara teknis biasanya di golongankan menjadi atribut kognitif dan atribut non kognitif. Sumandi mengemukakan bahwa untuk atribut kognitif, perangsangannya adalah pertanyaan. Sedangkan untuk atribut non-kognitif, perangsangnya adalah pernyataan. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- **Metode Observasi**, adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung mengenai permasalahan yang ditinjau. Dalam hal ini penulisan melakukan pengamatan pada Pendestrian Sudirman dan Dinas Pariwisata kota Palembang.
- **Metode Wawancara**, adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan tanya dan jawab antara dua orang atau lebih untuk mendapatkan informasi, opini, dan fakta dalam suatu

pembahasan. Penulis melakukan tanya jawab secara langsung kepada narasumber untuk mendapatkan data-data yang diperlukan untuk penulisan laporan ini.

- Metode dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar dan karya – karya monumental, yang memberikan sebagai informasi bagi proses penelitian.

Teknik Analisis Data

Menurut Lakitan (2008:76), analisis data adalah data yang terbagi menjadi metode data kuantitatif dan metode kualitatif.

Metode data kuantitatif adalah jenis analisa data yang menyajikan dalam bentuk angka-angka yang telah di peroleh sebelumnya.

Metode kualitatif adalah jenis analisa data berupa keterangan yang menyajikan hasil pengelolaan data-data yang diperoleh dari pembahasan dalam bentuk uraian yang dasar nya pada teori- teori yang melandasi serta tujuan yang akan dicapai.

Metode kualitatif yang digunakan dalam penulisan laporan ini akan menjelaskan pembahasan dalam penelitian penulisan dalam melakukan penelitian objek wisata Pendestrian Sudirman dengan melakukan wawancara langsung ketua Pendestrian Sudirman untuk menyakan secara langsung keadaan objek.

Objek wisata yang di promosikan oleh ketua Pendestrian Sudirman dan Dinas Pariwisata Pariwisata agar dikenal banyak orang dan banyak di kunjungi wisatawan lokal maupun mancanegara.

Dalam bauran promosi sendiri dikenal ada lima unsur komunikasi yang utama yaitu :

- **Advertising (Periklanan)** :Semua bentuk penyajian pesan-pesan penjualan yang bersifat nonpersonal, berupa penjualan tentang barang atau jasa yang dibayar oleh suatu perusahaan.
- **Sales promotion (Promosi Penjualan)** : Berbagai bentuk insentif jangka pendek yang diberikan produsen untuk mendorong keinginan konsumen agar tertarik dan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan.
- **Publicity / Public Relations (Publisitas atau Hubungan Masyarakat)** : Berbagai macam program yang dibuat untuk memelihara, menciptakan, dan mengembangkan citra dan image perusahaan atau merek sebuah produk.
- **Personal selling (Promosi pribadi)** : Interaksi langsung dengan satu atau beberapa calon pembeli dengan melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan dari pembeli.

- **Direct marketing(Pemasaran Langsung)** : Interaksi langsung dengan konsumen melalui penggunaan surat, telepon, fax, e-mail, dan alat komunikasi nonpersonal lainnya untuk melakukan komunikasi secara langsung.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dalam kegiatan Promosi di Pendestrian Sudirman yang efektif akan meningkatkan jumlah pengunjung di Pendestrian Sudirman Palembang. Pendestrian Sudirman sendiri di kelola oleh Dinas Pariwisata Kota Palembang yang bertujuan untuk agar Pendestrian ini lebih dikenal oleh masyarakat Palembang ini sendiri maupun wisatawan luar. Dalam dunia pariwisata, fungsi promosi sangat penting, karena dengan promosi wisatawan dapat menganal, mengetahui wisata yang ada, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk melihat dan berkunjung ke Pendestrian Sudirman ini.

Di Pendestrian ini juga di bagi 3 zona yang ditentukan oleh Dinas Pariwisata satu jalan Abdul Ghoni, Lentnan Sayuti, Lentan Iskandar. Dari zona yang di tentukan oleh Dinas Pariwisata itu khusus untuk pempek dan kopi, guna memperkenalkan kepada masyarakat kopi Sumatera Selatan, jadi wisatawan dapat menikmati dan mengetahui wisata alam yang ada di Pendestrian Sudirman dan juga makanan khas Palembang, Sumatera Selatan. Pendestrian ini sendiri di kelola oleh Dinas Pariwisata dan di pimpin Bapak Risdyanto. Makanan dan minuman yang di jual di areah Pendestrian Sudirman ini sudah terjamin karena sebelum berjual pedagang harus mengikuti uji mkananan dan prosedur yang telah di terapkan di Pendestrian Sudirman ini.

Pendestrian Sudirman adalah wisata alam yang belum terlalu lama, tapi sudah ramai akan pengunjung yang meningkatkan baik wisatawan lokal maupun asing yang datang. Berdasarkan data pengunjung Pendestrian Sudirman Palembang menunjukkan pengunjung yang datang hanya ramai pada hari sabtu dan juga minggu dan kebanyakan yang datang ke Pendestrian Sudirman ini sendiri adalah anak muda. Dan seseorang wisatawan luar pun sering datang ke Pendestrian Sudirman karena Dinas Pariwisata melakukan promosi melalui pertemuan, antar kota atau negara, mengadakan event-event untuk menarik wisatawan berkunjung ke Pendestrian Sudirman. Pendestrian Sudirman kota Palembang mengandalkan daya tarik wisata alam untuk mendapat divisa negara dan juga membantu perekonomian masyarakat yang ada di Palembang, Promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata melalui event, pertemuan antara kota, media sosial seperti instagram, membuat kota Palembang lebih di kenal baik dalam maupun luar negeri, dan memajukan pariwisata khusus nya di kota Palembang Sumatera Selatan.

Pendestrian Sudirman ini juga selain indah juga sangat di jaga kebersihan nya, karena Dinas pariwisata setiap Jum'at malam melakukan tugas rutin untuk pembersihan bekerjasama dengan SATPOL PP Pariwisata agar tetap indah dan bersih, guna agar wisatawan lokal maupun asing yang berkunjung nyaman. Penelitian yang telah dilakukan oleh penulis menyimpulkan bahwa dikota Palembang khususnya wisata Pendestrian Sudirman sangat di perlukan promosi untuk memperkenalkan wisata yang ada guna membantu perkenomian masyarakat kota Palembang.

Pembahasan

Kota Palembang sebagai ibu kota Provinsi Sumatera Selatan memiliki banyak sekali wisata unggulan yang menarik dan patut untuk di kunjungi serta tentu nya penuh dengan sejarah. Sungai musi, Jembatan Ampera, Pendestrian Sudirman serta masih banyak objek wisata yang patut dikunjungi ketika berada di kota Palembang. Pendestrian Sudirman merupakan wisata alam yang dibuka 22 maret 2017. Yang dulu hanya ada 10 komunitas dan 15 pedagang, Pendestrian Sudirman berkembang pesat hingga akhir nya sampai sekarang yang bergabung komunitas di Pendestrian Sudirman mencapai 6.500 orang. Pendestrian Sudirman ini juga di ramai padahari sabtu dan minggu, di Sudirman terdapat kegiatan-kegiatan atraksi seperti adanya tarian-tarian, barongsai, tanjidor, kontes hantu, reptil, musik dan lain-lain. Di Sudirman juga merupakan ajang menyalurkan bakat bagi anak muda, juga terdapat makanan khas Palembang yang di jual Pendestrian Sudirman ini.

Berdasarkan hasil obsevasi yang dilakukan oleh penulis dengan mengadakan event, mengadakan pertemuan antar kota, dan memakai media seperti instagram. Penulis mendapatkan kesimpulan bahwa pihak Dinas Pariwisata Palembang hanya mempunyai akun instagram untuk mempromosikan dan juga memposting keadaan yang ada di Pendestrian Sudirman yang banyak di akses oleh pengguna instagram.

- Upaya pihak pengelola Pendestrian Sudirman melalui Instagram

Instagram adalah sarana Media Sosial yang paling banyak pengguna nya di indonesia untuk mempromosikan wisata alam seperti Pendestrian Sudirman ini Instagram juga media yang paling banyak di gunakan masyarakat baik Indonesia maupun Luar Negeri. Melihat dari gambar diatas menunjukan gambar kegiatan orang-orang yang berkunjung serta mempromosikan wisata yang ada di Dipendestrian Sudirman kota Palembang.

- Promosi melalui event

Event adalah suatu agenda, kegiatan atau festival tertentu yang menunjukan, menampilkan, dan merayakan untuk memberitahu hal-hal penting yang diselenggarakan pada waktu tertentu dan tujuan membuat pesan-pesan kepada pengunjung. Promosi yang dilakukan melalui event adalah

promosi yang mengundang komunitas seperti pramuwisata, pedagang kuliner khas Palembang, tour and trevel, pengusaha pempek, bujang gadis Palembang dan lain- lain. Promosi ini di lakukan guna memperkenalkan wisata yang ada di Palembang, kaeran event yang dilakukan berupa seminar yang keterkaitan dengan pariwisata kota Palembang. Event yang dilakukan juga tahunan oleh Dinas Pariwisata agar peserta mendapatkan informasi atau pengalaman serta tujuan yang diselenggarakan oleh penyelenggara. Event ini juga sering dilakukan di hotel Amelia yang berada di Jl. Letkol Iskandar, 24 ilir kota Palembang. Dengan memberitahu informasi mengenai Pariwisata yang ada di Palembang. Jenis-jenis Event menurut Noor (2009) adalah :Leisure Event merupakan katagorievent yang berkembang banyak pada kegiatan keolahragakaan di dalamnya memiliki unsur pertandingan dan mendatangkan banyak pengunjung.

Personal Event kegiatan yang merupakan anggota keluarag atau teman. Contoh pada personal event adalah penyelenggaran pesta pernikahan. Cultural Event merupakan kegiatan budaya atau memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tataan masyarakat. Organizational Event adalah kegiatan yang disesuaikan dengan tujuan organisasi, Contoh konferensi pada sebuah politik, pameran yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau perusahaan

- Melalui Tour Ke Kota-Kota

Dinas Pariwisata mengadakan tour setahun sekali ke tempat-tempat seperti Lampung, Jogja hingga ke Malaysia, Singapura guna mempromosikan wisata yang ada di Palembang. Wisata adalah tempat-tempat yang mempunyai nilai budaya. Tour ini juga di lakukan untuk menarik minat wisata, dan memberitahu daya tarik keunikan, keindahan, sejarah, atau nilai lainnya. Sehingga didatangi banyak wisatawan.

- Melalui Pramuwisata

Fungsi Pramuwisata sangatlah penting karena seseorang Pramuwisata berhubungan langsung dengan wisatawan sehingga seseorang Pramuwisata haruslah memiliki kemampuan yang harus dikuasai agar wisatawan puas dengan pelayanan yang di berikan oleh Pramuwisata. Bagi wisata asing maupun mancanegara merupakan ujung tombak selama berkunjung disuatu daerah yang asing buat nya.

Kesimpulan

Adapun Kesimpulan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yaitu :

- Untuk meningkatkan pengunjung yang dating ke wisata Pendestrian Sudirman, peran prmosi sangat di perlukan.
- Pendestrian ini juga di Promosikan melaluisosial media, seperti instagram dan

di kelola langsung oleh Dinas pariwisata kota Palembang.

- Peran promosi yang digunakan untuk memperkenalkan wisata di Pedestrian Sudirman ini juga dengan mengadakan event, atau pertemuan antar kota yakni untuk memberitahu informasi dan penjelasan pada masyarakat secara jelas agar dapat di mengerti.

Persembahan

Dengan penuh rasa bersyukur kepada Alloh swt. Ku persembahkan atas laporan ini, kepada :

- Yang paling utama untuk Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mendoakan ku dan selalu memberiku semangat serta dukungan agar menjadi anak yang sukses dan berakhlak mulia.
- Dan untuk kepada adik dan kakakku yang selalu meberiku semangat serta memberikan dukungan penuh disetiap langkahku.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Basu, Swastha dan Irawan. 2001. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.
- Boyd, Walker dan Larreche. 2000. *Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan. Strategis dengan Orientasi Global*, Jakarta: Erlangga.
- Hu, Y., & Ritchie, J. R. B. 1993. *Measuring destination attractiveness: A contextual approach*. Journal of Travel Research, 32(2), 25-34. <https://doi.org/10.1177/004728759303200204> diakses pada tanggal 11 Agustus 2020 pukul 19:39 WIB.
- J. Moleong, Lexy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 41 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kusumaningrum, Dian. 2009. *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2005. *Pengembangan Alat Ukur Psikologi*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Yoeti, Oka, A,. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Bandung: Angkasa.