

PROMOTION OF RIAU TANJAK MALAY SOUVENIRS IN THE RIAU PROVINCIAL TOURISM OFFICE

Oleh : Anne Khairani

Pembimbing : Hj. Mariaty Ibrahim

annekhairani189@gmail.com, mariaty.ibrahim@lecture.unri.ac.id

Tourism Studies Program–Department of Administration,

Faculty of Social and Pilitical Study,

Riau University,

Pekanbaru.

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Pekanbaru

ABSTRACT

This study aims to determine the promotion of Riau tanjak malay souvenirs in the Riau Provincial Tourism Office. To be able to implementation promotion activities of tanjak needed of a promotion mix so that promotion activities can running well. The promotion mix is divided into 5 namely Advertising, Personal Selling, Publicity, Sales Promotion and Direct Marketing. The promotion of the tanjak is carried out so that the wisdom of the local culture from malay Riau can develop and increase beyond the provinces of Riau. Promotion of tanjak carried out bye the Riau Provincial Tourism Office aimed at the future of tanjak can be know and can become a new creative economy for the people of Riau province. To do promotions of tanjak required understanding of tanjak starting from philosophy, name and type, shape, color and origin of the region of tanjak promoted to the public. This research uses qualitative research methods and to get the data the author uses interview, observation and documentation techniques. From the results of research conducted by the author for 6 months in the Riau Province Tourism Office get the result that the promotion of tanjak continues to increase until it can reach the nomination as the most popular souvenir in the grace of Indonesia and for the development of tanjak already many artisans and communities of tanjak children young in Riau province.

Keywords: Promotion Of Riau Tanjak Malay Souvenirs, Promotion Mix, Enhancement Of Tanjak, Development Of Tanjak.

PENDAHULUAN

Pariwisata yaitu salah satu dari jenis industri baru yang mampu memberikan hasil bagi pertumbuhan ekonomi negara secara cepat dalam peningkatan penghasilan, kemudian menyediakan lapangan pekerjaan, standar hidup yang baik serta meningkatkan sektor-sektor produktivitas pariwisata lainnya.

Hasil yang muncul dalam rekapitulasi pada data kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang di rekap oleh Dinas Pariwisata provinsi Riau, dapat dilihat dari perhitungan mulai 1 Januari hingga 31 Desember 2018 sudah tercatat dalam tabel berikut ini.

Tabel I.1
Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Provinsi Riau

No.	Tahun	Kunjungan wisman
1.	2016	66.130 Wisman
2.	2017	91.484 Wisman
3.	2018	146.935 Wisman

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Riau (2019).

Hasil dari perhitungan jumlah kunjungan oleh wisatawan mancanegara pada tahun 2018 ke provinsi Riau telah terjadi peningkatan hingga mencapai 30% yang artinya telah melebihi hasil dari pencapaian tingkat kunjungan wisatawan dari tahun-tahun yang sebelumnya.

Berikut ini terdapat beberapa tempat pusat perbelanjaan cinderamata atau souvenir khas dari melayu Riau yang dapat di jumpai oleh wisatawan di Pekanbaru. Berikut data objek dan lokasi yang tertera untuk memudahkan wisatawan atau pengunjung menuju objek tersebut.

Tabel I.2.
Pusat Cinderamata Khas Melayu Riau di Kota Pekanbaru

No.	Nama Cindramata/Souvenir	Alamat
1.	Kain Tenun Khas Riau.	Rumah Tenun, Kp.Bandar Senapelan.
2.	Souvenir Khas Riau.	Pasar Wisata "Pasar Bawah"
3.	Silungkang Art Center	Jln. Jenderal Sudirman No.628
4.	Rumah Tanjak Riau.	Jln. Melati Indah, Delima.
5.	Toko Oleh-Oleh Cik Puan.	Jln. Jenderal Sudirman No.124
6.	Mega Rasa	Jln. Jenderal Sudirman

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Riau (2019).

Dengan adanya peningkatan kunjungan, maka di kota Pekanbaru saat ini juga sudah mengalami

banyak peningkatan terhadap pusat berbelanja pada cinderamata yang dapat mempermudah wisatawan

untuk membeli produk khas daerah dari kota Pekanbaru.

Dalam mengupayakan suatu potensi dalam promosi produk souvenir, pada sebuah tabel berikut ini sudah terdapat beberapa data

mengenai produk–produk cinderamata khas daerah melayu yang dipasarkan secara umum yang sudah diketahui oleh masyarakat luas dan sudah berkembang dengan sedikit inovasi dan kreatifitas baru.

Tabel I.3
Souvenir Yang Terdapat di Kota Pekanbaru

No.	Nama Souvenir	No.	Nama Souvenir
1.	Bolu Kemojo	10.	Kain Batik Corak Riau
2.	Kue Bangkit	11.	Vas Bunga Etnik Riau
3.	Lopek Bugi	12.	Replika Sampan Kampo
4.	Salai Ikan Patin	13.	Replika Perahu Lancang Kuning
5.	Puncake Durian	14.	Pakaian Adat Melayu
6.	Keripik Nenas	15.	Kerajinan Rotan
7.	Lempuk Durian/Dodol Durian	16.	Tenun Songket Melayu
8.	Ikan Asap Selais	17.	Tanjak Melayu Riau
9.	Miniatur Rumah Adat Melayu	18.	Kaos Khas Pekanbaru
10.	Miniatur Landmark Pekanbaru	20.	Pernak Pernik Khas Pekanbaru (Gantungan Kunci)

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Riau (2019).

Pemerintah daerah Provinsi Riau mulai kembali mempopulerkan tanjak melayu untuk kedepannya akan dijadikan sebagai souvenir khas melayu bagi wisatawan domestik atau mancanegara yang datang berkunjung atau berwisata. Dan ini juga sudah menjadi tekad bagi pemerintah Dinas Pariwisata Provinsi Riau. Program dalam melakukan pengembangan souvenir tanjak ini Dinas Pariwisata Provinsi

Riau sangat mengharapkan dukungan dari semua pihak dan termasuk juga dukungan dari para pengrajin tenun. Sehingga wisatawan bisa lebih tahu dengan ciri khas melayu. Seperti contohnya Bali dengan khasnya udeng, Dinas Pariwisata Provinsi Riau juga ingin kembangkan souvenir tanjak seperti itu. Berikut adalah beberapa souvenir yang terdapat di Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

Tabel I.4
Souvenir Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau

No.	Jenis Souvenir
1.	Miniatur Khas Melayu Riau
2.	Tanjak Melayu Riau
3.	Miniatur/Plakat <i>Riau The Homeland Of Melayu</i>
4.	Stiker <i>Riau The Homeland Of Melayu</i>
5.	Kaos Sapta Pesona

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Riau (2019).

Dalam mengupayakan suatu potensi dalam promosi souvenir tanjak, pada sebuah tabel berikut ini sudah terdapat beberapa data mengenai jenis-jenis tanjak melayu yang dipasarkan sebagai cinderamata

khas melayu dari Riau yang sudah berkembang dengan sedikit inovasi baru dan sesuai dengan tanjak yang bisa dipakai oleh umum dan dipasarkan secara umum sesuai peraturan yang berlaku.

Tabel I.5
Souvenir Tanjak Pada Umkm Rumah Tanjak Riau di Kota Pekanbaru

No.	Jenis Tanjak Melayu Riau	No.	Jenis Tanjak Melayu Riau
1.	Tanjak Pial Ayam.	3.	Tanjak Menyongsong Angin.
2.	Tanjak Melayu Hangtuah.	4.	Tanjak Tebing Runtuh.

Sumber: Umkm Rumah Tanjak Riau (2019).

Salah satu dari tujuan wisatawan datang untuk berwisata ke daerah tujuan wisata tentunya untuk bisa berbelanja kebutuhan pribadinya dan juga mendapatkan suatu cinderamata atau buah tangan untuk dibawa pulang kembali ke tempat asalnya. Cinderamata ini telah terbukti menjadi salah satu sarana yang sangat efektif dalam mengenalkan dan mengingat suatu daerah.

Dengan berdasarkan penjelasan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka alasan dari peneliti untuk mengangkat judul yaitu karena pada saat ini peningkatan terhadap produksi untuk menjual souvenir khas daerah mengalami peningkatan seiring dengan jumlah wisatawan yang datang ke Pekanbaru juga mengalami peningkatan yang cukup baik.

Oleh karena itu Dinas Pariwisata Provinsi Riau untuk meningkatkan tanjak sebagai souvenir unggul daerah dan dapat dikenal masyarakat luas bahwa maskotnya melayu Riau itu adalah tanjak layaknya udeng adalah khas Bali, Dinas Pariwisata Provinsi Riau memberikan dukungan dengan melakukan kegiatan mempromosikan tanjak yang dimiliki oleh produsen pada setiap kegiatan pariwisata yang dilakukan, karena itu berdasarkan latar belakang dan data diatas, maka dengan ini penulis tertarik untuk mengambil judul **“Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau”**

Rumusan Masalah.

Berdasarkan pada keterangan yang terdapat di latar belakang yang sudah diuraikan tersebut, maka dari

itu rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimana Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau?

Batasan Masalah.

Adapun yang menjadi batasan masalah terhadap penelitian ini adalah hanya membahas bagaimana cara dalam memperkenalkan dan meningkatkan souvenir tanjak dalam bentuk “Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau” hal ini mempunyai tujuan agar dalam penelitian ini dapat lebih spesifik serta terfokus kepada permasalahan yang sedang diteliti.

Tujuan Penelitian.

Berdasarkan pada penelitian permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan potensi budaya melayu yang berupa tanjak.

Manfaat Penelitian.

Manfaat Teoritis.

1. Sebagai landasan bagi penelitian berikutnya untuk dijadikan sebagai sumber, acuan atau referensi dalam melakukan perbandingan penelitian.
2. Penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi bahan ajar dan evaluasi terhadap ilmu pengetahuan khususnya untuk Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

3. Diharapkan dapat memperkaya kajian dibidang Ilmu Pariwisata khususnya mengenai potensi souvenir khas Pekanbaru–Riau.

Manfaat Praktis.

1. Manfaat Penulisan Bagi Penulis.
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan memberikan pengetahuan, pengalaman dan pemahaman yang lebih mendalam kepada peneliti mengenai Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau.
 - b) Agar dapat menjadi sarana sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Diploma IV dan juga sebagai pedoman selanjutnya apabila ada keperluan yang harus dilakukan yang berkaitan dengan Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau.
 - c) Untuk menambah wawasan pengetahuan di bidang Ilmu Pariwisata
2. Manfaat Penulisan Bagi Akademik.
 - a) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi, acuan, masukan dan referensi bagi pihak akademik Universitas Riau, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata dalam penyusunan penelitian berikutnya untuk bidang kajian yang sama.

- b) Sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan penilaian kepada penulis dalam menyelesaikan pendidikannya pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau.

LANDASAN TEORI

Produk Wisata.

Produk adalah bentuk apa saja baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang didalamnya sudah termasuk kemasan, warna, dan juga pelayanan yang diberikan sebagai segala sesuatu yang bisa ditawarkan kepada sebuah pasar agar bisa diperhatikan, diminta, dipakai atau dikonsumsi sehingga memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Pengembangan Produk.

Pengembangan terhadap produk dan perencanaan produk harus menjamin bahwa:

1. Kualitas dari barangnya baik.
2. Desain terhadap barangnya baik.
3. Barang baru bisa ditambahkan jika itu diperlukan.
4. Barang sekarang bisa dikurangi jika itu diperlukan.
5. Kegunaan-kegunaan terhadap barang baru selalu diusahakan.
6. Kemasan produknya sesuai, barang diberi logo maupun cap yang menarik, barang sesuai atau pantas.

Pengembangan Pariwisata.

Terdapat 3 persyaratan yang mesti dipenuhi untuk prinsip destinasi wisata agar objek tersebut menjadi diminati oleh wisatawan atau pengunjung, diantaranya sebagai berikut:

- 1) *Something To See* (Sesuatu yang dilihat).

Suatu objek wisata harus mempunyai dan memiliki sesuatu yang bisa di lihat atau di jadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan makna lain objek tersebut harus memiliki nilai daya tarik khusus yang mampu untuk menarik minat dan juga perhatian dari para wisatawan yang datang berkunjung ke objek wisata tersebut.

- 2) *Something To Do* (Sesuatu yang dilakukan).

Agar wisatawan yang melakukan kegiatan wisata didestinasikan objek wisata dapat merasakan suatu aktifitas yang berguna untuk memberikan perasaan bahagia, senang, pengelola objek wisata harus menyediakan berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan yang khas dari tempat daerah wisata tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana. Dan ini juga termasuk dalam membuat suatu kerajinan tangan atau cinderamata yang menggambar khas suatu daerah wisata, bisa membuat, menenun dan lain sebagainya.

- 3) *Something To Buy* (Sesuatu yang dibeli).

Fasilitas wisata berikutnya adalah fasilitas untuk wisatawan

berbelanja yang pada umumnya adalah melakukan kegiatan belanja berupa barang-barang atau produk yang memiliki nilai ciri khas atau ikon dari daerah tersebut, sehingga dapat dijadikan sebagai souvenir atau buah tangan dari suatu daerah.

Promosi Produk Wisata.

Promosi ialah suatu bentuk dari kegiatan yang ditujukan untuk dapat mempengaruhi konsumen, agar konsumen dapat mengenal terhadap produk yang lagi ditawarkan oleh suatu perusahaan atau organisasi baik itu berupa promosi jasa maupun promosi barang kepada calon konsumen (Gitosudarmo, 2008).

Alat Promosi.

Dengan adanya melakukan promosi maka diharapkan calon konsumen bisa mengetahui produk perusahaan tersebut sehingga diharapkan calon konsumen dapat terpengaruh serta terbujuk untuk mau menggunakan ataupun membeli produk tersebut. Terdapat 5 jenis-jenis bauran promosi menurut (Kotler, 2008) yaitu sebagai berikut:

1. Periklanan (*Advertising*).
2. Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*).
3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).
4. Publisitas (*Publicity*).
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Perencanaan Kegiatan Promosi.

Terdapat 7 tahap yang bisa dilakukan untuk promosi. Berikut ini

beberapa tahapan perencanaan promosi yang harus dilakukan:

1. Menentukan target pasar (*market*).
2. Menentukan besarnya insentif untuk mengetahui bagaimana respon penjualan serta syarat partisipasi, tujuannya agar dapat mengetahui pada segmen pasar yang lebih spesifik ataupun membatasi jumlah partisipan yang dapat menikmati insentif promosi penjualan.
3. Merencanakan pesan yang membangun komunikasi dua arah dengan calon konsumen
4. Memilih media yang tepat dan sesuai dengan target konsumen.
5. Menentukan durasi atau waktu promosi.
6. Mengukur efektivitas promosi, agar mengetahui seberapa efektif strategi promosi yang sedang dilakukan.
7. Menentukan besaran anggaran promosi, hal ini bertujuan agar mengetahui secara pasti terhadap biaya yang harus dikeluarkan selama melakukan program promosi.

Tujuan Promosi.

Tujuan utama dalam melakukan promosi oleh perusahaan adalah untuk memberikan informasi, kemudian menarik perhatian, dan selanjutnya memberikan pengaruh untuk meningkatkan hasil penjualan. Suatu promosi apabila dilaksanakan dengan cara yang baik maka dapat mempengaruhi calon konsumen mengenai bagaimana dan dimana konsumen harus membelanjakan

pendapatannya. Promosi disini berguna untuk mendapatkan dan memberikan keuntungan bagi produsen maupun konsumen.

Tanjak Melayu Riau.

Di provinsi Riau untuk saat ini sudah ada berbagai komunitas dari tanjak melayu yang pada dasarnya anggota tersebut sebagian besar

adalah anak muda. Komunitas tanjak anak muda juga turut serta berusaha dalam mempopulerkan kembali tanjak melayu dengan menggunakan tanjak melayu ini sebagai identitas dari laki-laki melayu. Adapun berikut ini adalah jenis tanjak melayu yang tersebar di berbagai kabupaten-kabupaten di provinsi Riau.

Tabel. II.1
Beberapa Jenis-Jenis Tanjak Melayu Riau

No.	Nama Tanjak Melayu Riau	No.	Nama Tanjak Melayu Riau
1.	Tanjak Dendam Tak Sudah	11.	Tanjak Elang Patah Kepak
2.	Tanjak Laksamana	12.	Tanjak Elang Menyongsong Angin
3.	Tanjak Temalong Budu	13.	Tanjak Lang Melayang
4.	Tanjak Bugis Tak Balik	14.	Tanjak Sarawak Bumi Kenyalang
5.	Tanjak Tebing Runtuh	15.	Tanjak Tebing Laksamana
6.	Tanjak Lubang Layar	16.	Tanjak Laksamana Johor-Riau
7.	Tanjak Belah Mumbang	17.	Tanjak Pari Mudik
8.	Tanjak Pial Ayam	18.	Tanjak Bersusun
9.	Tanjak Temenggong Kedah	19.	Tanjak Laksamana Kedah
10.	Tanjak Perlis Indera Kayangan	20.	Tanjak Dendam Berahi

Sumber: Lembaga Adat Melayu Riau, 2019.

Tanjak adalah salah satu kombinasi bagian dari busana pada kepala laki-laki melayu yang pada saat itu sering dikaitkan dengan istana, kepahlawanan dan tanjak dipakai dalam berbagai jenis acara adat istiadat orang melayu, akan tetapi ada istilah dan nama lain yang turut menyertainya seperti destar dan tengkolok.

Tanjak pada kebiasaannya akan dipasangkan atau dikombinasikan dengan bengkung, sampin serta baju melayu dan keris selit bagi busana laki-laki melayu. Tanjak dianggap

sebagai lambang dan bentuk dari kewibawaan di kalangan laki-laki masyarakat melayu. Semakin tinggi tanjak dan kompleks bentuk tanjaknya, hal ini menunjukkan semakin tinggi juga status sosial dari sipemakainya.

Makna dan Bentuk Tanjak Melayu Riau

1. Tanjak Pari Mudik.

Pada tanjak pari mudik untuk bagian atas tanjak yang dibuat dengan bentuk segitiga dan mengarah kebawah, patah kearah

bawah tersebut seperti menyerupai bentuk dari ikan pari dan mempunyai makna sikap rendah hati kepada sesama.

2. Tanjak Elang Menyongsong Angin.

Dari nama dan bentuk tanjak melayu memiliki filosofi tersendiri, seperti tanjak elang menyongsong angin, yang kepaknya terdiri dari 3 lipatan yang mempunyai arti memengang unsur agama, bangsa dan negara. Sedangkan untuk arti elang itu sendiri diambil dari filosofi burung elang yang mampu terbang tinggi dan kuat, jadi arti dari tanjak kepak elang ini diharapkan laki-laki melayu yang memakai ini akan seperti elang.

3. Tanjak Pial Ayam.

Tanjak ini merupakan bentuk tanjak yang sudah disederhanakan dari jenis tanjak elang menyongsong angin, tanjak pial ayam ini seperti bentuk jengger ayam. Tanjak ini berbentuk segitiga di bagian paling atas dan berwarna merah dengan arti memiliki keberanian.

4. Tanjak Laksamana

Pada jenis tanjak laksamana ini dahulunya dipakai oleh seorang ahli kerajaan, namun jika masyarakat biasa yang memakainya sebagai ikat kepala, pucuk pada tanjak ujung kuasa serta simpulnya harus terletak pada bagian atas telinga sebelah kiri.

5. Tanjak Elang Patah Kepak

Pada tanjak ini mempunyai filosofi dari seekor elang yang pada sayapnya sudah patah. Tanjak ini mempunyai bentuk segi tiga sama sisi di bagian atasnya. Makna dari tanjak ini adalah seorang kesatria yang terletak di bagian atasnya dan mempunyai sifat sebagai pemimpin.

6. Tanjak Dendam Tak Sudah.

Untuk jenis tanjak dendam tak sudah juga mempunyai filosofi, jenis tanjak ini terdiri dari 5 lipatan yang mempunyai makna sebagai rukun islam dan untuk bentuk lipatan tanjak yang naik keatas tetapi menghadap ke arah bawah lipatannya, itu diharapkan agar laki-laki walaupun sudah berada di atas tapi tetap mengingat pada yang ada dibawah, dan jika terjatuh laki-laki tersebut tidak putus asa dan semangat untuk kembali naik ke atas lagi.

Ketentuan Pemakaian dan Warna Tanjak Melayu Riau

Adapun ketentuan dalam penggunaan tanjak tersebut terbagi menjadi 3 bagian antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan adat yaitu berdasarkan pada kebiasaan sehari-hari dalam kehidupan masyarakat melayu setempat.
2. Berdasarkan adat istiadat artinya memiliki atau mempunyai protokoler yang lebih mengarah pada suatu ketetapan yang sudah disetujui atau disepakati bersama didalam suatu majelis.

3. Berdasarkan adab yaitu mempunyai rasa untuk menjunjung tinggi nilai-nilai terhadap penggunaan tanjak.

Syarat Tanjak Melayu Riau.

Adapun syarat tersebut antara lain terdiri dari berikut ini:

1. Tanjak harus terbuat dari bahan kain.
2. Tanjak berasal dari kain berbentuk segi empat kemudian kain tersebut dilipat menjadi bentuk kain segi tiga.
3. Tanjak juga mempunyai tapak di lipatan pertama, sementara untuk lipatan kedua dan juga seterusnya bernama bengkong.
4. Bagian terpenting dalam tanjak yaitu harus mempunyai simpul.
5. Simpul pada ikatan pernikahan mempunyai makna yang terbagi menjadi 2 bagian di kiri dan kanan, yang mana pada simpul ini menandakan sebuah ikatan pernikahan antara ayah dan juga ibu. Dari sebuah simpul pernikahan tersebut terjalannya simpul pernikahan yang memberikan tanda asal usul dari mana dia berasal.

Kelebihan Tanjak Melayu Riau Dijadikan Sebagai Souvenir

Tanjak di angkat kembali untuk di populerkan dan menjadi sebuah souvenir unggulan daerah karena tanjak memiliki filosofi tersendiri pada setiap bentuk dan jenis tanjaknya. Tanjak merupakan peninggalan budaya yang harus terus dilestarikan agar tidak hilang seiring

berjalannya waktu dan berkembangnya zaman.

Dengan adanya perbedaan pada setiap nama, bentuk dan latar belakang terhadap tanjak, hal inilah yang menjadi daya tarik atau keunikan tersendiri dari souvenir ini di bandingkan dari jenis souvenir yang lainnya. Karena wisatawan atau pengunjung tidak hanya bercerita mengenai bagaimana destinasi wisata yang ada di provinsi Riau saja, tetapi wisatawan juga bisa membawa cerita atau pengalaman sekaligus mengenai daya tarik ikon daerah yang dikunjunginya dengan membawa bukti sebagai kenang-kenangan pernah berkunjung ke daerah provinsi Riau yang berupa souvenir tanjak.

Konsep Variabel.

Periklanan (*Advertising*).

Periklanan ialah salah satu dari empat alat penting yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk melancarkan komunikasi persuasif terhadap pembeli dan masyarakat yang ditargetkan. Periklanan harus mampu membujuk konsumen supaya berperilaku sedemikian rupa sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan untuk mendapatkan penjualan dan keuntungan.

Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*).

Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) merupakan cara yang sudah lama digunakan dan salah satu cara promosi yang penting. Penjualan tatap muka atau *personal*

selling adalah merupakan interaksi individu-individu saling bertemu tatap muka yang bertujuan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai dan atau mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak lain.

Publisitas (*Publicity*).

Publisitas merupakan usaha untuk membangun hubungan yang baik dengan publik untuk mendapatkan dukungan, membangun citra perusahaan dan menyingkirkan segala citra buruk dan peristiwa yang dapat merugikan perusahaan atau produsen.

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Sales promotion adalah berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong suatu keinginan membeli atau mencoba suatu produk maupun jasa. Kegiatan perusahaan dalam menjajakan suatu produk yang dipasarkan sedemikian rupa bahkan dengan cara penempatan dan pengaturan dengan tujuan agar konsumen mudah untuk melihatnya.

Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*).

Pemasaran langsung atau *direct marketing* yaitu salah satu cara atau metode dalam penjualan yang menggunakan media pemasaran secara langsung tanpa adanya pihak lain yang menjadi perantara pemasaran dalam kegiatan transaksi jual beli dan tawar menawar dalam

suatu produk atau jasa yang di tawarkan ke pada calon pembeli atau konsumen.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah suatu riset yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2005).

Lokasi dan Waktu Penelitian.

Lokasi Penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan pada kantor Pemerintahan Provinsi Riau yaitu Dinas Pariwisata Provinsi Riau yang beralamat di Jln. Jend. Sudirman (Komplek Bandar Serai Purna MTQ) Simpang Tiga. Kecamatan Bukit Raya, Telp./Fax. (0761) 40356-858886, Kota Pekanbaru, 28282.

Waktu Penelitian.

Penelitian observasi dilaksanakan pada bulan September 2019 sampai dengan bulan Desember 2019, penelitian ini dilakukan bersamaan dengan dimulainya program *On The Job Training (OTJ)* mahasiswa pariwisata Universitas Riau. Dan penelitian pengumpulan

data berlanjut hingga bulan Januari 2020 – Juni 2020.

Subyek Penelitian.

Ada 2 jenis subyek penelitian akan menjadi sumber informasi dari penelitian di Dinas Pariwisata Provinsi Riau:

1. Informan Kunci: Adalah mereka yang dapat memberikan informasi utama atau pokok yang akan membantu dalam penelitian ini, yaitu Kepala Bidang Pemasaran Pariwisata dan 3 staf Bidang Pemasaran Pariwisata.
2. Informan Tambahan: Adalah narasumber yang akan memberikan informasi pendukung yang terkait dengan bagaimana cara memperkenalkan atau mempromosikan kembali tanjak melayu Riau. Yang akan menjadi sumber informasi tambahan dalam hal ini adalah Kepala Dinas Pariwisata.

Jenis Data dan Sumber Data.

Data Primer

Untuk data primer didapat dari hasil wawancara peneliti di kantor Dinas Pariwisata Provinsi Riau, kemudian ditambahkan dengan hasil pengamatan peneliti atau observasi tentang promosi souvenir tanjak yang ada di pasaran kota Pekanbaru.

Data Sekunder.

Kemudian data sekunder dari penelitian ini, peneliti dapat memperoleh dari sumber-sumber penelitian terdahulu yang pernah

melakukan penelitian pada objek yang sama, dapat berupa:

- 1) Laporan penelitian.
- 2) Buku.
- 3) Artikel.
- 4) Jurnal dan lain sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data.

Observasi.

Observasi ialah kegiatan mengamati dan mencatat secara sistematis terhadap gejala dan fenomena yang sedang diteliti. Dalam hal ini peneliti akan mengamati bagaimana Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam melakukan memperkenalkan kembali kepada umum atau mempromosikan terhadap tanjak melayu Riau.

Wawancara.

Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan bertanya dan mendengarkan jawaban langsung dari sumber utama data. Dalam penelitian ini, teknik wawancara akan diterapkan untuk bertanya dan meminta keterangan dan data yang diperlukan oleh peneliti secara langsung kepada Dinas Pariwisata Provinsi Riau.

Dokumentasi.

Dokumentasi adalah bukti atau wujud dari bentuk wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti sebagai bentuk yang dapat dipertanggungjawabkan dalam laporan penelitian tersebut. Peneliti melakukan dokumentasi pelaksanaan kegiatan penelitian melalui foto atau gambar,

sebagai bukti fisik pelaksanaan dalam penelitian.

Teknik Analisis Data.

Analisis kualitatif ialah data yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dianalisis secara terus menerus dan berkesinambungan selama proses pengumpulan data dilapangan. Teknik analisis data merupakan kegiatan analisis–analisis dalam penelitian yang dilakukan dengan melihat seluruh data yang ada dari instrumen penelitian, terdiri dari rekaman, catatan, dokumen dan sebagainya (Moleong, 2007).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Dalam melakukan promosi tanjak Dinas Pariwisata Provinsi Riau tidak pernah melakukan promosi yang secara terstruktur, namun untuk melakukan promosi itu terus berjalan, kegiatan promosi dan pemasaran pariwisata yang dilakukan Dinas Pariwisata Provinsi Riau memasukan unsur promosi tanjak kedalam kegiatan promosi pariwisata Riau di dalamnya.
2. Peningkatan dan perkembangan dari di mulainya tanjak di promosikan sebagai souvenir hingga saat ini sudah mencapai

peningkatan yang baik dan mendapatkan dukungan serta tanggapan positif dari berbagai pihak sehingga promosi ini sudah menjadi industri baru untuk pendapatan masyarakat.

3. Peningkatan terhadap tanjak dilihat dari sudah banyaknya inovasi dan kreatifitas untuk souvenir tanjak tidak hanya sebagai ikat kepala, akan tetapi sudah ada inovasi berupa gantungan kunci, tanjak dari bambu, baju kaos yang disablon dengan gambar tanjak dan inovasi lain sebagainya.
4. Promosi yang dilakukan difokuskan untuk menjadikan tanjak sebagai souvenir dari ciri khas melayu Riau. Dan tidak terfokus terlebih kepada bagaimana peningkatan untuk penjualan terhadap produk tanjak menjadi meningkat.
5. Dinas Pariwisata Provinsi Riau selalu gencar melakukan promosi ke berbagai daerah dan kesempatan untuk mengambil peluang–peluang memanfaatkan waktu untuk melakukan promosi tanjak melayu Riau sebagai souvenir dari Riau.

Demikian beberapa kesimpulan yang dapat di ambil dari penelitian penulis mengenai Promosi Souvenir Tanjak Melayu Riau Pada Dinas Pariwisata Provinsi Riau dalam meningkatkan dan mengembangkan souvenir tanjak sebagai ciri khas dari daerah melayu Riau.

Dengan mulai pesatnya pada perkembangan pariwisata, maka akan

muncul berbagai pemahaman antar budaya dengan melalui berbagai interaksi dari pengunjung atau wisatawan dengan masyarakat setempat atau lokal dimana tempat daerah destinasi wisata tersebut berada.

Daftar Pustaka

Referensi Buku:

- Demartoto
Argyo,2009.*Pembangunan
Pariwisata Berbasis Masyarakat.*
Surakarta: Sebelas Maret
University Press.
- Drs.Danang
Sunyoto,SH.SE.MM,2012. *Dasar–
Dasar Manajemen Pemasaran
Konsep, Strategi, dan Kasus.*
Yogyakarta: Caps.
- Ginting Hartimbul,Nembah F, 2011.
Manajemen Pemasaran. Bandung:
Yrama Widya.
- Ismayanti,2010. *Pengantar
Pariwisata.* Jakarta: Grasindo
Marpaung, Happy.
- Miles,B.B dan A.M.
Huberman,1992. *Analisa Data
Kualitatif.* Jakarta: UI Press
- Moleong, Lexy,2005. *Metode
Penelitian Kualitatif. Edisi
Revisi.*Bandung: Remaja Rosada
Kary
- Ni Luh Henny Andayani,S.ST.PAR.
M.PAR, *Manajemen Pemasaran
Pariwisata.* Yogyakarta: Graha
Ilmu.
- Pitana, I Gede& I Ketut Surya
Diarta,2009.*Pengantar Ilmu
Pariwisata.*Yogyakarta: Andi
Publishing.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu
G,2005. *Sosiologi Pariwisata.*
Yogyakarta: Andi.
- Prof.Dr.H.Buchari Alma,2007.
*Manajemen Pemasaran dan
Pemasaran Jasa.* Bandung:
Alfabet.
- Sugiyono,2007 & Arikunto,2003.
Dalam Buku *Metode & Teknik
Penyusunan Proposal Penelitian.*
Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono,2009. *Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif R&D.*Bandung:
Alfabeta.
- Sugiyono,2015. *Metode Penelitian
Kuantitatif Kualitatif R&D.*
Bandung: Alfabeta.
- Suwantoro Gamal,SH,2004.*Dasar–
Dasar Pariwisata.* Yogyakarta:
Andi.
- Yoeti Oka A, MBA,
2004.*Pemasaran Pariwisata.*
Bandung: Angkasa

Referensi Undang-Undang:

Kemenpar. 2012. Undang–
UndangNo.10 Tahun 2009 Tentang
Kepariwisataaan.

Kemenpar.2012. Undang–
UndangNo.9 Tahun 2009 Tentang
Pariwisataaan.

Referensi Jurnal:

Indah Puspita Sari, *Analisis Promosi Makanan Khas Melayu Bolu Kemojo Pada Gerai AL Mahdi Pekanbaru*, dalam skripsi, Pekanbaru: Universitas Riau, 23 Mei, 2015.

Lita Apriningsih, *Strategi Promosi Wisata Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Kuantan Singingi*, dalam skripsi, Pekanbaru: Universitas Riau, 10 Juli, 2018.

Ratna Rostika, 2012, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Produk Cenderamata terhadap Kepuasan Wisatawan Domestik di Yogyakarta*, Jurnal Responsibility Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta.

Syarifah Masyrifah, *Pelaksanaan Promosi Musium Linggam Cahaya Di Kabupaten Lingga Provinsi Kepulauan Riau*, dalam skripsi, Pekanbaru: Universitas Riau, 20 Juli, 2017.

Thabrani, 2018, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Sovenir Di Objek Wisata Tanjung Lapin Desa Tanjung Pinang Kecamatan Rupa Utara*, Jurnal Responsibility Universitas Riau.

Wahritasi, *Pelaksanaan Promosi Makanan Tradisional Khas Melayu Di Hotel Furaya Pekanbaru*, dalam skripsi, Pekanbaru: Universitas Riau, 27 Juli, 2017.

Referensi Website / E-Book:

<https://www.google.com/amp/s/kepri.antaraneews.com/amp/berita/50607/kerajinan-tanjak-sedot-perhatian-pengunjung-pameran-karimun>.Diakses pada tanggal 15 Oktober 2018 Pukul 10:27 WIB.

<https://www.cakaplah.com/berita/baca/2017/10/17/dispar-riau-kembangkan-tanjak-melayu-sebagai-souvenir#sthash.NhrDYQyn.dpbs>. Diakses pada tanggal 17 Oktober 2017 Pukul 11:31 WIB

<https://www.brosispku.com/ada-apa-di-pekanbaru/4/belanja/112/5-cenderamata-khas-riau-di-pekanbaru>. Diakses pada tanggal 13 November 2018 Pukul 11:00 WIB.

<http://suluhriau.com/read-209265-2017-11-27-tanjak-akan-dijadikan-souvenir-bagi-wisatawan-ke-riau.html>. Diakses pada tanggal 27 November 2017 Pukul 20:38 WIB

<https://www.google.com/amp/s/pekanbaru.tribunnews.com/amp/2018/08/31/merasakan-kesunyian-pengrajin-tanjak-di-pasar-seni-kesturi>.Diakses pada tanggal 31 Agustus 2018 Pukul 20:13 WIB