

IMPLEMENTATION OF EDUCATIONAL TOURISM PROMOTION OF RUMAH JAMUR NANDO PEKANBARU

Oleh : **Tifany Apriliyasaci**

Email: tifany.apriliyasaci2503@student.unri.ac.id

Pembimbing: Andri Sulistyani, S.S., M.Sc

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

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

Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The tourism industry continues to grow along with the development of transportation and information technology which is marked by the increasing number of tourist destinations in each region. Educational tourism is a tourist activity while learning which aims to increase knowledge directly in a fun way. Educational Tourism Rumah Jamur Nando Pekanbaru is one of the educational tours that offers tours while learning about mushroom cultivation. To continue to increase visits to Rumah Jamur Nando, it is necessary to implement promotions. Therefore, this study aims to determine the Implementation of the Promotion of Educational Tourism of Rumah Jamur Nando Pekanbaru. The method used in this research is descriptive qualitative method. Based on the results of research through observation and interviews, the implementation of promotions carried out by the Rumah Jamur Nando is advertising, sales promotion, publicity and individual sales.

Keywords: *Tourism, Educational Tourism, Promotion Implementation.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara yang sektor pariwisatanya semakin meningkat. Sektor pariwisata saat ini terus dikembangkan agar menjadi salah satu sektor yang memberikan andil besar dalam peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Di Indonesia, pariwisata merupakan penunjang ekonomi masyarakat yang berpeluang besar dan menjanjikan. Pariwisata dapat membawa pertumbuhan ekonomi ke Indonesia dan negara-negara Asia Tenggara, serta Asia secara keseluruhan. Departemen Pariwisata dapat merangsang dan berkontribusi pada berbagai sektor produksi, dan juga berkontribusi secara langsung untuk setiap daerah, serta mendorong implementasi Proyek perawatan kesehatan, proyek fasilitas budaya, perlindungan lingkungan. Dan seterusnya, ini bisa baik dan menyenangkan bagi kedua belah pihak Masyarakat lokal dan wisatawan asing (Soebagyo, 2012).

Salah satu wisata edukasi di kota Pekanbaru yaitu Rumah Jamur Nando. Wisata edukasi Rumah Jamur Nando dipilih karena menawarkan konsep unik yakni wisata edukasi berupa budidaya jamur yang belum ada di lakukan oleh wisata edukasi yang lain. Wisata edukasi Rumah Jamur Nando dapat ditemukan di Jl. Singkong No.3, Sail, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, Riau. Pengajaran yang diberikan di objek wisata ini meliputi pembelajaran tentang berbagai jenis jamur, budidaya jamur, praktik bisnis unggulan, demonstrasi singkat cara

pembuatan media tanam jamur, dan informasi tentang jamur lainnya.

Wisata edukasi Rumah Jamur Nando telah menarik minat warga setempat sejak dimulai pada Desember 2015. Hingga berkembang menjadi destinasi wisata edukasi berbasis jamur di Kota Pekanbaru, rumah jamur ini hanyalah lokasi budidaya jamur koleksi pribadi yang dimanfaatkan tanah di sebelah rumah. Pelajar TK, SMP, SMA, MGMP PKWU (Guru Kerajinan dan Kewirausahaan se Pekanbaru), TV nasional, instansi pemerintah, dan lainnya rutin mengunjungi objek wisata edukasi di Rumah Jamur Nando.

Rumah Jamur Nando adalah tujuan wisata pendidikan populer yang menarik pengunjung lokal dan luar kota. Namun akibat dampak wabah covid-19 di tahun 2020 lalu, jumlah pengunjung Rumah Jamur Nando berangsur-angsur berkurang hingga tidak ada sama sekali. Jumlah pengunjung selama empat tahun terakhir ditunjukkan sebagai berikut.

Tabel 1.1

**Data wisatawan Objek
Wisata Rumah Jamur Nando**

Tahun 2018-2021

No.	Tahun	Wisatawan
1.	2018	2.325 wisatawan
2.	2019	3.748 wisatawan
3.	2020	1.253 wisatawan
4.	2021	1.087 wisatawan
5.	2022	4.000 wisatawan

Sumber : Rumah Jamur Nando

Berdasarkan tabel diatas, terlihat jelas mengapa jumlah pengunjung tempat wisata edukasi yang dikenal dengan Rumah Jamur Nando ini berkurang pada tahun 2020 dan 2021. Hal ini dikarenakan penyebaran virus Covid-19 yang semakin meluas, sehingga melahirkan undang-undang yang mengatur tentang larangan beraktivitas di luar rumah (lockdown). Akibat perintah lockdown, seluruh aktivitas operasional di tempat wisata harus dihentikan.

Promosi merupakan salah satu upaya untuk memasarkan suatu produk dan jasa, dengan menggunakan strategi tertentu sehingga jumlah penjualan mengalami peningkatan. Pelaksanaan promosi adalah perencanaan, implementasi, dan pengendalian komunikasi dari suatu organisasi kepada para konsumen dan sasaran lainnya. Fungsi promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan setiap konsumen.

Rumah Jamur Nando sudah melakukan promosi wisata sejak tahun 2017. Pada awalnya Rumah Jamur Nando ini hanyalah tempat budidaya jamur biasa sama seperti yang lainnya. Namun seiring berjalannya waktu, melalui promosi dari mulut ke mulut dengan orang-orang terdekat, mulai ada yang ingin melakukan kunjungan ke Rumah Jamur Nando. Sejak saat itu, Rumah Jamur Nando yang awalnya hanya tempat budidaya jamur biasa, mulai menjadikan Rumah Jamur Nando sebagai tempat wisata edukasi dimana pengunjung dapat berwisata sekaligus mendapatkan edukasi mengenai jamur.

Kegiatan promosi dilakukan melalui beberapa media yang dapat menjangkau pasaran, seperti media cetak, media elektronik, maupun media sosial tergantung pada target yang ingin ditetapkan. Rumah Jamur Nando telah memanfaatkan teknologi sebagai salah satu media promosi wisata. Melalui media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook sebagai salah satu tempat promosi wisata. Selain media sosial, Rumah jamur nando juga melakukan promosi melalui kegiatan pameran, bazar/expo yang ada di mall ataupun di kampus.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di lapangan, peneliti berkeinginan untuk meneliti lebih lanjut mengenai bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru sehingga dapat menarik minat kunjungan wisatawan dalam jumlah banyak. Berdasarkan penjabaran dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pelaksanaan Promosi Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru ”**.

Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang menjadi perhatian dalam penelitian ini adalah bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, demi memfokuskan pada rumusan masalah dan tidak meluas, penulis membatasi

masalah yang akan diteliti, yaitu hanya membahas mengenai bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando .

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan yang telah diuraikan dalam perumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan penulis di bidang perjalanan wisata, khususnya pada bidang strategi promosi pada sektor pariwisata.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu cara dalam mempromosikan Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak pengelola agar target pasar yang dituju semakin akurat dan semakin berkembangnya Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata, yaitu “pari” yang berarti penuh, seluruh atau semua dan kata “wisata” yang berarti perjalanan. Menurut Yoeti, syarat suatu perjalanan disebut

sebagai perjalanan pariwisata adalah yang pertama, perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain diluar tempat kediaman orang tersebut tinggal. Kedua, tujuan perjalanan hanya untuk bersenang-senang dan tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Dan yang ketiga adalah hanya sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi (dalam Utama, 2017).

Secara etimologis “pariwisata memiliki arti yang sama dengan kata “travel” yang berarti perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat yang tempat yang lain. Pariwisata juga dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan perorangan atau kelompok dari satu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (dalam Wardiyanto, 2011).

Promosi

Widokarti & Priansa (2019) menyatakan bahwa promosi adalah cara yang dilakukan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen tentang produk atau layanan baru bagi perusahaan, baik melalui promosi penjualan, penjualan perorangan, periklanan ataupun publisitas.

Menurut Yusup & Sutopo (2011) Promosi adalah bentuk komunikasi pemasaran berarti tindakan pemasaran yang bertujuan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk dan mengingatkan pasar sasaran perusahaan dan produknya untuk siap menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Bauran Promosi

Promosi penjualan, publisitas, penjualan perorangan, serta periklanan adalah bentuk dari bauran promosi menurut Kotler dan Armstrong dalam Alma (2011) sebagai berikut:

- 1) Periklanan adalah cara promosi yang digunakan oleh pelaku usaha untuk mengkomunikasikan produknya melalui gambar, brosur, spanduk, baliho, majalah, televisi, radio, surat kabar, dan media lainnya.
- 2) Promosi Penjualan: Jenis promosi ini melibatkan penurunan harga dan memberikan hadiah pada waktu yang telah ditentukan untuk meningkatkan penjualan. Konsumen adalah kelompok pertama yang mendapatkan promosi penjualan, bisa berupa penawaran gratis (gratis), sampel, demonstrasi produk, kupon, hadiah, kompetisi, dan jaminan.
- 3) Publisitas adalah bentuk pemasaran yang mencoba meningkatkan reputasi perusahaan dengan meningkatkan kesadaran akan perbuatan terpuji melalui inisiatif sosial, amal, dan sponsor.
- 4) Penjualan perseorangan, adalah aktivitas pelaksanaan promosi yang menemui calon konsumen. Tujuan dari penjualan perorangan adalah untuk mempertahankan nama baik perusahaan dengan membuktikan bahwa seluruh bagian dari perusahaan

berperan aktif dalam memajukan perusahaan.

Pengelolaan

Perencanaan pengelolaan perjalanan wisata adalah kegiatan-kegiatan yang telah ditentukan saat ini mengenai segala sesuatu yang akan dilakukan pada saat seseorang akan melakukan perjalanan mengunjungi suatu tempat wisata. Mulai dari menyusun suatu kegiatan perjalanan, menyusun harga, memesan fasilitas perjalanan, menyiapkan perlengkapan yang berhubungan dengan perjalanan tersebut, melaksanakan perjalanan hingga perjalanan wisata selesai dan wisatawan kembali ke tempat asal dengan perasaan puas dan bahagia (dalam Rejeki & Hantoro, 2020).

Objek Wisata

Menurut Marpaung (dalam Prasetyo, 2013), obyek wisata adalah kegiatan yang berusaha untuk menarik wisatawan ke obyek atau lokasi wisata tertentu. Jantung dari setiap pariwisata adalah atraksinya. Adapun objek wisata menurut Marpaung adalah wisata alam dan sosial budaya.

Wisata Edukasi

Wisata edukasi merupakan bentuk wisata yang menggabungkan wisata dan pendidikan. Wisata edukasi memberikan informasi kepada wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Wisatawan dapat melakukan pariwisata dan belajar pada saat yang sama, sehingga tujuan wisata tidak hanya berfungsi sebagai tujuan hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pembelajaran (dalam Hermawan, 2018).

Menurut Rodger (dalam Devi dkk, 2018) wisata edukasi adalah program kunjungan wisatawan ke suatu tempat Tujuan utama dari pariwisata adalah untuk mendapatkan pengalaman belajar langsung di suatu daerah tujuan wisata. Wisata edukasi juga bisa menjadi solusi lain sebagai media atau tempat belajar bagi para pelajar.

Konsep Operasional

Periklanan

Dalam periklanan, promosi yang digunakan adalah mengkomunikasikan produknya melalui media cetak berupa brosur, media sosial berupa instagram, facebook, youtube, serta melalui media televisi. Adapun tujuan dari periklanan adalah memberikan informasi berupa iklan yang harus memiliki informasi yang lengkap tentang barang atau jasa yang di promosikan.

Promosi Penjualan

Promosi penjualan bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan melakukan potongan harga dan pemberian hadiah (giveaway) pada waktu yang ditentukan. Promosi penjualan dapat berupa tiket masuk gratis yang didapatkan melalui kuis yang diadakan di media sosial Rumah Jamur Nando, memberikan hadiah berupa media tanam jamur pada saat kunjungan sedang berlangsung, serta melakukan kegiatan wisata virtual pada masa pandemi covid-19.

Publisitas

Publisitas bertujuan untuk meningkatkan nama baik perusahaan dengan menyebarkan berita

mengenai kegiatan positif perusahaan melalui kegiatan-kegiatan amal dan sosial dan juga kegiatan sponsorship.

Penjualan Perorangan

Penjualan perorangan dilakukan dengan cara menjual langsung kepada calon konsumen. penjualan langsung juga dapat segera mengetahui reaksi calon pembeli sehingga dapat melakukan penyesuaian secara langsung didepan calon pembeli.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan desain penelitian deskriptif analitis, yaitu mengumpulkan informasi dan fakta langsung dari lokasi yang diselidiki (Nurdin dan Hartati, 2019). Subyek penelitian ini adalah penerapan periklanan yang digunakan oleh Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rumah Jamur Nando yang terletak di Jl. Singkong No.3, Puri, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, Riau. Dipilihnya Rumah Jamur Nando sebagai tempat penelitian karena sifat khusus Rumah Jamur Nando yang berbeda dengan banyak tempat budidaya jamur lain di sekitarnya.

Key Informan

Key Informan adalah orang yang dijadikan sebagai subjek dalam memberikan informasi tentang suatu objek yang akan diteliti. Adapun *Key Informan* dalam penelitian ini adalah orang-orang yang memiliki

pengetahuan luas mengenai bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan di Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando yaitu pemilik beserta pengelola Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando yang berjumlah 2 orang.

Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari subjek atau objek yang diteliti atau dari orang-orang yang mempunyai hubungan dengan subjek yang diteliti. Data yang dihasilkan dapat diperoleh langsung dari survei atau dari lapangan selama penelitian (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara dan observasi di Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung atau data tambahan yang diperoleh dari bahan pustaka berupa benda-benda tertulis seperti buku, internet dan dokumen yang tersedia di Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi mengumpulkan informasi tentang ruang (lokasi), partisipan, aktivitas, objek, aktivitas, peristiwa, waktu, dan perasaan. Hasil penelitian ini dilakukan melalui observasi langsung di Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Wawancara

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah

wawancara mendalam dan tidak terstruktur dengan subjek sesuai petunjuk. Wawancara mendalam adalah suatu proses dalam mengumpulkan berbagai informasi untuk kepentingan penelitian dan metode tanya jawab langsung antara peneliti dengan informan atau narasumber. Wawancara dilakukan dengan orang-orang yang memiliki pengetahuan luas dalam menjalankan pelaksanaan promosi pada rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang meneliti catatan informasi pribadi seorang informan. Data dokumenter sangat berguna bagi penulis untuk menunjang penelitiannya. Dokumentasi penelitian ini dapat berupa buku, catatan, arsip atau berita apapun yang dipublikasikan di media sosial terkait dengan rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik analisis data kualitatif, yaitu data yang dihasilkan atas kemampuan penalaran peneliti dalam menghubungkan semua data dan informasi yang diperoleh Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru

Rumah Jamur Nando merupakan sebuah tempat wisata edukasi berbasis jamur satu-satunya di Pekanbaru yang berlokasi di Jalan Imam Munandar, tepatnya di Jalan

Singkong Gang Singkong No 3 Tenayan Raya, Pekanbaru dengan luas area sekitar 800 m². Pada awalnya Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando merupakan budidaya jamur biasa dengan memanfaatkan lahan disamping rumah yang hanya memproduksi jamur yang kemudian akan di jual kepada masyarakat sekitar.

Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando yang telah beroperasi selama kurang lebih 8 tahun ini bermula karena hobi keluarga dalam menanam jamur untuk konsumsi pribadi keluarga, kemudian berkembang menjadi budidaya jamur yang memproduksi jamur dengan jumlah banyak pada bulan Desember 2015. Rumah Jamur Nando mulai berdiri menjadi suatu objek wisata edukasi bermula sejak kedatangan para guru biologi yang merupakan teman-teman dari sang owner, Bayu Fernando, yang memberikan inovasi bahwasannya budidaya jamur bisa berkembang menjadi tempat wisata edukasi budidaya jamur.

Berdasarkan inovasi tersebut, akhirnya pada bulan April 2017, Rumah Jamur Nando mulai dikelola sebagai tempat wisata edukasi. Rumah Jamur Nando memberikan pengalaman wisata yang unik dan murah sehingga wisatawan yang berkunjung dapat melakukan wisata sambil belajar mengenai jenis-jenis jamur, berdiskusi tentang cara membudidayakan jamur, bagaimana berwirausaha jamur, belajar membuat media tanam jamur yang ramah lingkungan, mengelilingi rumah jamur dan melakukan panen jamur secara langsung, serta mencicipi berbagai olahan jamur.

Wisata edukasi yang berdiri sejak 2017 ini memiliki pengunjung dari berbagai kalangan dengan kriteria wisatawan yang terdiri dari pelajar 70 persen, instansi pemerintah 20 persen serta 10 persen nya lagi terdiri dari berbagai pihak swasta ataupun perorangan. Adapun berbagai penunjang yang datang ke Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando adalah para pelajar TK, SMP, SMA, MGMP PKWU (Guru Kerajinan dan Kewirausahaan se Pekanbaru), TV nasional, instansi pemerintah, dan lainnya rutin mengunjungi objek wisata edukasi di Rumah Jamur Nando.

Pelaksanaan Promosi Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru

Periklanan (*Advertising*)

Periklanan adalah suatu bentuk promosi barang atau jasa yang bertujuan untuk menaikkan jumlah penjualan atau kunjungan suatu tempat. Pelaksanaan promosi periklanan yang digunakan wisata edukasi Rumah Jamur Nando adalah melalui berbagai media, baik media cetak seperti spanduk dan brosur yang disebar, media sosial seperti facebook, Instagram, Youtube, dan Google, juga media elektronik seperti Trans7, Kompas TV, TVOne dan lain sebagainya.

a. Media Cetak

Media cetak adalah salah satu dari beberapa pelaksanaan promosi melalui periklanan yang dilakukan oleh Rumah Jamur Nando Pekanbaru. Melakukan promosi dengan mencetak beberapa spanduk yang diletakkan di tempat tertentu ataupun mencetak brosur yang disebar sebanyak mungkin

bertujuan untuk memberitahukan bahwasannya ada kawasan wisata edukasi rumah jamur nando dan menarik perhatian siapapun yang melihat hingga datang berkunjung ke Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

b. Media Sosial

Selain media cetak sebagai sarana promosi, Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando juga melakukan pelaksanaan promosi periklanan melalui media sosial. Dengan adanya media sosial, melaksanakan promosi jadi lebih mudah dan praktis dikarenakan dapat menganalisis konsumen mulai dari rentang usia, kebiasaan, sampai jenis kelamin pengguna.

Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando menggunakan media sosial seperti *Instagram* untuk menaikkan jumlah kunjungan ke Rumah Jamur Nando. Pihak pengelola juga menggunakan media *Google* sebagai strategi untuk menaikkan jumlah kunjungan.

c. Media Elektronik

Media elektronik adalah adalah penyampaian suatu informasi melalui perangkat listrik atau elektronik yang bisa diakses oleh banyak orang. Melaksanakan promosi melalui media elektronik seperti televisi, radio dan lain sebagainya, kita dapat lebih leluasa dalam menyampaikan suatu pesan.

Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando juga melaksanakan promosi melalui media elektronik berupa televisi. Rumah Jamur Nando menghadirkan berbagai media televisi untuk mempromosikan Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando

agar semakin banyak dikenal masyarakat, baik yang ada di Pekanbaru maupun masyarakat seluruh Indonesia yang menyaksikan tayangan mengenai Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando.

Berbagai stasiun televisi yang datang meliput, semuanya mengetahui rumah jamur nando melalui media sosial instagram rumah jamur nando yang selalu menyajikan berbagai konten yang menarik. Melalui media elektronik televisi, target dalam pelaksanaan promosi menjadi lebih luas dikarenakan jumlah audiens yang melihat tayang di televisi lebih banyak dari pada di media sosial pada umumnya.

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) adalah promosi yang dilakukan dengan tujuan untuk mendorong orang-orang untuk membeli atau menggunakan jasa yang dijual. Promosi Penjualan yang dilakukan oleh Rumah Jamur Nando salah satunya adalah dengan mengadakan *giveaway* melalui media sosial berupa tiket gratis berkunjung ke Rumah Jamur Nando.

Rumah Jamur Nando menawarkan kesepakatan berupa pemberian keuntungan bagi orang-orang yang dapat membawa sekelompok wisatawan untuk berkunjung ke Rumah Jamur Nando. Selain itu, Rumah Jamur Nando juga memberikan tiket gratis bagi orang-orang terpilih untuk datang berkunjung ke Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando.

Selain memberikan tiket gratis di waktu tertentu, Rumah Jamur Nando

juga memberikan hadiah bagi wisatawan yang sedang berkunjung ke Rumah Jamur Nando. Selain melakukan promosi melalui pemberian tiket gratis ataupun *giveaway*, Rumah Jamur Nando Pekanbaru juga melakukan promosi berupa wisata virtual pada saat pandemi covid-19 melanda. Kegiatan wisata virtual ini timbul dikarenakan adanya aturan pemerintah untuk tidak keluar rumah saat pandemi covid-19 sedang melanda Indonesia khususnya Pekanbaru.

Publisitas (*Publicity*)

Publisitas adalah pelaksanaan promosi yang dilakukan melalui kegiatan-kegiatan amal, kegiatan sosial ataupun kegiatan sponsorship lainnya. Rumah Jamur Nando menggunakan publisitas sebagai salah satu pelaksanaan promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, seperti dalam mensponsori suatu acara tertentu maupun mengikuti berbagai kegiatan seminar sejak tahun 2017.

Selain mensponsori acara, dalam melaksanakan promosi Rumah Jamur Nando juga melakukan promosi melalui orang-orang yang ingin mengadakan kegiatan gathering ataupun melakukan resepsi pernikahan di kawasan Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Menyediakan paket untuk mengadakan pernikahan di kawasan Rumah Jamur Nando juga menjadi salah satu langkah dalam mempromosikan Rumah Jamur Nando. Karena dengan konsep promosi seperti ini, akan banyak orang-orang yang datang mengunjungi dan mengetahui Wisata

Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru.

Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Penjualan Perorangan adalah kegiatan promosi dengan cara menjual langsung kepada calon konsumen. Penjualan personal ini bertujuan untuk mempertahankan nama baik perusahaan dengan membuktikan bahwa seluruh bagian dari perusahaan berperan aktif dalam memajukan perusahaan. Penjualan personal ini juga dapat meyakinkan calon konsumen karena seluruh karyawan terlibat dalam proses penjualan.

Mengajak saudara saudara atau teman teman yang ada dikampus serta mendatangi sekolah-sekolah yang ada di pekanbaru menjadi strategi utama bagi subjek untuk memperkenalkan objek wisata Rumah Jamur Nando. Dalam setahun, pihak pengelola melakukan penjualan langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah yang ada di Pekanbaru setidaknya 6 bulan sekali untuk menawarkan kunjungan ke Rumah Jamur Nando.

Menggunakan atau memanfaatkan teknologi yang sangat canggih digunakan subjek untuk melakukan penjualan. Google digunakan menjadi tempat penjualan teratas jika kita mencarinya di internet. Tim Rumah Jamur Nando mengatur strategi yang sangat bagus untuk membuat konsumen yang datang memberikan ulasan yang baik terhadap objek wisata Rumah Jamur Nando.

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan terhadap informan, yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru yang telah dijalankan serta apa yang menjadi faktor keberhasilan untuk mendatangkan kunjungan dari berbagai pelaksanaan promosi yang dilakukan. Adapun kesimpulan yang bisa ditarik dari apa saja pelaksanaan promosi yang dilakukan oleh Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando Pekanbaru antara lain:

a. Periklanan (*Advertising*)

Didalam pelaksanaan kegiatan promosi dibagian periklanan, Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando menggunakan media cetak, media sosial, serta media elektronik. Dalam penggunaan media cetak, Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando sudah tidak lagi menggunakan promosi lewat media cetak flyer, brosur ataupun koran tetapi lebih menggunakan media sosial berupa Google, Instagram, Facebook dan Youtube yang sudah sangat baik dizaman sekarang ini. Hal ini dilakukan karena jumlah biaya yang dikeluarkan dari media cetak lebih besar dengan persentase ketercapaian tatget yang rendah. Sedangkan dengan menggunakan media sosial, biaya yang dikeluarkan untuk promosi relatif murah dengan persentase ketercapaian target yang hampir akurat. Untuk media elektronik yang digunakan Objek Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando

ada Trans7, Kompas TV dan Tv One yang datang berkunjung mengambil liputan di tempat secara langsung.

b. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi yang dilakukan Objek Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando salah satunya adalah dengan mengadakan *giveaway* melalui media sosial berupa tiket gratis berkunjung ke Rumah Jamur Nando. Selain memberikan tiket gratis di waktu tertentu, Rumah Jamur Nando juga memberikan hadiah bagi wisatawan yang sedang berkunjung ke Rumah Jamur Nando. Selain memberikan tiket gratis dan hadiah berupa media tanam jamur, Rumah Jamur Nando juga melakukan promosi dengan mengadakan wisata virtual selama masa pandemi covid-19 berlangsung.

c. Publisitas (*Publicity*)

Dalam kegiatan publisitas Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando melakukan kegiatan-kegiatan amal, kegiatan sosial ataupun kegiatan sponsorship lainnya. Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando sudah mengisi kegiatan seminar sejak tahun 2017. Mengisi kegiatan seminar menjadi salah satu sarana promosi untuk memperkenalkan Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando kepada orang banyak. Rumah Jamur Nando juga menyediakan sewa tempat bagi orang-orang yang ingin melakukan gathering ataupun menggelar resepsi pernikahan di kawasan Rumah Jamur Nando.

d. Penjualan Perorangan (*Personal Selling*)

Dalam kegiatan penjualan perorangan ada beberapa cara yang dilakukan tim Objek Wisata Edukasi

Rumah Jamur Nando, ada yang melakukan dengan cara mengajak langsung orang-orang terdekat sekeliling yang ada. Ada juga dengan cara mempromosikannya melalui media sosial yang sangat pesat sekarang ini. Dalam setahun, pihak pengelola melakukan penjualan langsung dengan mendatangi sekolah-sekolah yang ada di Pekanbaru setidaknya 6 bulan sekali untuk menawarkan kunjungan ke Rumah Jamur Nando.

Melakukan penjualan secara langsung juga dilakukan oleh Rumah Jamur Nando selepas pandemi covid-19 mereda. Pihak pengelola kembali menghubungi secara langsung berbagai instansi baik ataupun sekolah-sekolah yang pernah berkunjung sebelumnya. Pihak pengelola akan menawarkan secara langsung agar suatu instansi ataupun sekolah-sekolah dapat kembali berkunjung ke Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando.

Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat memberikan saran dalam pelaksanaan promosi yang dilakukan Objek Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando yaitu dengan dibentuknya tim penjualan yang akan mengajak banyak lagi wisatawan yang datang dan jika hal tersebut sudah dilaksanakan, pihak manajemen Wisata Edukasi Rumah Jamur Nando sebaiknya melakukan peningkatan didalam kegiatan promosi dari berbagai variabel promosi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Serta untuk meningkatkan lagi proses pengembangan Wisata Edukasi

Rumah Jamur Nando sehingga fasilitas yang ada semakin memadai.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. Agus Sulastiyono, 2011. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Devi, I. A. S., Damiati, D., & Adnyawati, N. D. M. S. (2018). Potensi Objek Wisata Edukasi Di Kabupaten Gianyar. *Jurnal BOSAPARIS: Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 9(2), 130-142.
- Fitriana, E. (2018). Strategi pengembangan taman wisata kum kum sebagai wisata edukasi di kota palangkaraya. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 23(2), 94-106. Hendriyati, L., & Santoso, I. B. (2021). Strategi Pemasaran Food and Beverage Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Cavinton Hotel Yogyakarta, Indonesia. *Journal of Tourism and Economic*, 4(1), 60-72. <https://doi.org/10.36594/jtec.v4i1.111>
- Hermawan, H., Brahmanto, E., Priyanto, R., & Musafa, S. (2018). Upaya mewujudkan wisata edukasi di kampung tulip Bandung. *Jurnal Abdimas BSI: Bandung Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi*. 2010. *Surat Keputusan Menparporstel No. KM 37/PW.340/MPPT-86, Tentang Peraturan Usaha dan*

*Pengolongan Hotel, Bab 1
Pasal 1 Ayat (b)*

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008), *Manajemen Pemasaran, Edisi Kedua Belas*, Jilid 1, PT.Index, Jakarta.
- Prasetyo, P. (2013). Strategi Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga dalam Pengembangan Potensi Objek Wisata Kota Tarakan. *E-Journal Ilmu Pemerintahan*, 1(1), 151-164. Michael Pollan. 2008 . In *Defense of Food: An Eater's Manifesto*
- Rejeki, S., & Hantoro, G. D. (2020). Perencanaan dan Pengelolaan Perjalanan Wisata. Bandung: Rekayasa Sains. Najmina, N. (2018). Pendidikan Multikultural Dalam Membentuk Karakter Bangsa Indonesia. *Jupiiis: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(1), 52. <https://doi.org/10.24114/jupiiis.v10i1.8389>
- Soebagyo. (2012). Strategi Pengembangan Pariwisata di Indonesia. *Jurnal Liquidity*, 153-158
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Utama, I. R.. (2017). *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Wardiyanto. (2011). *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Bandung: Lubuk Agung
- Widokarti, J.R., & Priansa, D.J. (2019). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Dalam Industri Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yusup, M., & SUTOPO, S. (2011). Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).