

III. UPAYA MENGATASI KENDALA-KENDALA DAN MEMPROMOSIKAN 'SURABAYA BIG SALE'

1. KENDALA-KENDALA YANG DIHADAPI DALAM MENGEMBANGKAN 'SURABAYA BIG SALE' DAN UPAYA PENYELESAIANNYA

Untuk mengembangkan 'Surabaya Big Sale' sebagai salah satu penunjang kepariwisataan bagi Kota Surabaya terdapat beberapa kendala yang perlu dipikirkan bagaimana solusi atau upaya menghadapinya. Kendala itu diantaranya adalah:

- Kurangnya tanggapan dan minat masyarakat terhadap 'Big Sale'. Hal ini disebabkan karena rasa kecewa masyarakat kepada para pengusaha dalam memberikan potongan harga karena potongan yang diberikan oleh pengusaha tersebut, sebagian tidak sesuai dengan yang dijanjikan, terdapat sebagian toko yang memberikan potongan harga hanya untuk barang-barang atau artikel-artikel tertentu saja, misalnya: untuk barang stok lama dan yang kurang laku, diberikan potongan harga yang lebih besar sedangkan barang-barang stok baru atau barang yang banyak diminati masyarakat diberi potongan lebih sedikit terkadang tidak diberi potongan sama sekali (Jawa Pos, 1 Mei 1997).
- Untuk mengembalikan tanggapan masyarakat terhadap para pengusaha yang turut serta dalam kegiatan 'Surabaya Big Sale' ini, maka terdapat beberapa upaya yang perlu dilakukan

Pemerintah Kotamadya Surabaya selaku pihak penyelenggara diantaranya yaitu, dengan memberikan bimbingan dan penyuluhan kepada para pengusaha tersebut agar benar-benar memberikan potongan harga yang besar dan sesuai. Maksudnya tidak hanya terbatas pada stok barang-barang lama dan yang kurang laku saja yang diberi potongan harga lebih tetapi juga barang-barang baru dan barang-barang yang diminati oleh masyarakat, dengan tujuan agar para pembeli dapat mempunyai banyak pilihan. Sedangkan penyuluhan dan bimbingan ini dapat dilakukan pihak pemerintah penyelenggara 'Surabaya Obral Besar' dengan beberapa hotel untuk bekerjasama dalam menyediakan tempat. Dalam penyuluhan dan bimbingan tersebut tidak dapat diwakilkan supaya kegiatan 'Surabaya Obral Besar' ini mempunyai greget yang dapat mengangkat gengsi dari 'Surabaya Obral Besar' itu sendiri dengan diberikannya potongan harga yang sesungguhnya.

- Bagaimana membuat kegiatan 'Surabaya Big Sale' dapat menarik wisatawan datang berkunjung, karena mengingat bahwa tidak semua wisatawan suka berbelanja. Mengenai masalah ini, Pemerintah Daerah Kotamadya Surabaya selaku penyelenggara telah menampilkan atraksi-atraksi yang menarik dengan menonjolkan ciri khas dari propinsi Jawa Timur khususnya Kota Surabaya. Hal ini sebenarnya sudah dilakukan

oleh Pemerintah Kotamadya Surabaya pada bulan Mei 1997 lalu, dengan menggelar pertunjukan Reog, Tari Remo, Kuda Lumping dan lain sebagainya, tetapi atraksi-atraksi tersebut sebaiknya diperpanjang waktunya dari seminggu sekali menjadi seminggu dua kali sehingga bagi mereka yang belum sempat menyaksikan dapat menyaksikannya lain waktu. Pertunjukan atau atraksi ini sebaiknya dicantumkan dan diikutsertakan juga keberadaannya dalam setiap kegiatan promosi dari 'Surabaya Big Sale'. Dengan demikian para wisatawan dapat mengetahui bahwa kegiatan ini tidak hanya terbatas pada kegiatan berbelanja saja tetapi juga para wisatawan dapat menyaksikan atraksi-atraksi menarik yang mendukung keberadaan 'Surabaya Big Sale' ini.

Isi dan kegiatan obral besar untuk hari Minggu pertama sampai ketiga ini cukup menarik, tapi untuk hari Minggu keempat kurang menarik karena hanya menampilkan pesta sate klopo. Sebaiknya untuk pesta sate klopo dapat dimasukkan pada hari Minggu pertama yang menampilkan Festival Makanan Tradisional. Dan untuk hari Minggu keempat dapat diganti dengan menampilkan penjualan souvenir-souvenir khas Kota Surabaya, misalnya: kuda lumping, Tugu Pahlawan, ballpoint dan lain-lain dan juga menampilkan cara pembuatan dari souvenir-souvenir itu sendiri. Dengan demikian 'Surabaya Obral Besar' dapat melibatkan seluruh masyarakat Surabaya.

2. UPAYA-UPAYA UNTUK MEMPROMOSIKAN 'SURABAYA BIG SALE'

Untuk memasarkan 'Surabaya Big Sale' sebagai salah satu penunjang kepariwisataan di Surabaya perlu dilakukan beberapa upaya agar 'Surabaya Big Sale' tersebut dapat memberikan hasil yang memuaskan. Upaya pemasaran tersebut meliputi:

1. Promosi

Kegiatan promosi itu merupakan kegiatan yang intensif dalam waktu yang relatif singkat (R.G. Soekadijo, 1996:241). Promosi ini dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, yaitu:

- Mengikuti promosi pariwisata baik yang diadakan di dalam maupun di luar negeri, contohnya melalui ATF atau Asean Tourism Forum dengan memberikan penjelasan bahwa 'Surabaya Big Sale' ini tidak hanya memberikan potongan harga saja tetapi juga menampilkan atraksi-atraksi kesenian yang menarik yang berasal dari Kota Surabaya dan Jawa Timur. Hal ini dimaksudkan agar para wisatawan dapat lebih mengenal potensi yang dimiliki oleh Kota Surabaya yang salah satunya adalah potensi kota dagang dengan kegiatan 'Big Sale' sebagai sarana pendukungnya.
- Memasukkan kegiatan 'Big Sale' dalam buku-buku wisata yang ada dengan mengumumkan bahwa setiap bulan Mei di Kota Surabaya diadakan 'Surabaya Big Sale'. Penyebaran buku-buku

wisata tersebut dapat dilakukan tiga bulan sebelumnya dan dapat disebarakan di tempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan, misalnya hotel, obyek wisata, biro perjalanan, restoran dan lain sebagainya.

- Membuat brosur-brosur yang menarik tentang kegiatan 'Surabaya Big Sale', yang dapat menarik orang untuk melihat brosur-brosur tersebut, contohnya dengan membuat kuda lumping mini dengan menyebutkan kapan dilaksanakan tempat-tempat yang memberi potongan harga, barang-barang yang mendapat potongan harga, acara-acara selama kegiatan obral ini berlangsung dan lain-lain. mengikutsertakan jenis-jenis barang yang termasuk didalam 'Big Sale' ini. Dan brosur-brosur ini dapat disebarakan tiga bulan sebelumnya dan dapat dilakukan ditempat-tempat yang banyak dikunjungi wisatawan, seperti halnya: obyek-obyek wisata, lobi hotel, airport, ruang tunggu biro perjalanan, restoran dan lain sebagainya.
- Menggunakan media cetak seperti surat kabar dan majalah untuk mempromosikan kegiatan 'Surabaya Big Sale' ini. Penggunaan media cetak ini tidak hanya terpusat didalam negeri saja, tetapi juga penggunaan media cetak yang ada di luar negeri, seperti yang dilakukan oleh negara Singapura dalam salah satu upayanya untuk mempromosikan kegiatan 'Singapore Big Sale'.
- Memasang poster untuk mengiklankan kegiatan 'Big Sale' ini, baik yang berupa poster dinding maupun poster rentang. Poster-

poster tersebut hendaknya juga mencantumkan informasi lengkap, seperti: tanggal berlangsungnya 'Big Sale', lokasi penyelenggaraannya dan lain- lain.

- Menggunakan radio dan televisi baik yang di dalam negeri maupun yang di luar negeri untuk mempromosikan kegiatan 'Big Sale' ini.
- Memanfaatkan media internet, jaringan internet yang luas akan membantu mempromosikan kegiatan ini caranya yaitu pemerintah bekerjasama dengan pihak pengelola hotel, biro perjalanan dan lain-lain menyediakan sarana internet di lobi maupun ruang tunggu yang dapat digunakan wisatawan untuk mendapat informasi mengenai 'Surabaya Big Sale'.
- Membuat souvenir untuk 'Surabaya Big Sale' dengan menonjolkan ciri khas Kota Surabaya, contohnya adalah membuat boneka ikan dan buaya yang merupakan lambang dari Kota Surabaya dan juga souvenir lainnya seperti ballpoint, kaos, payung dan lain-lain. Pembagian dari souvenir-souvenir ini dapat dilakukan dengan cara memberikan kepada mereka yang berbelanja lebih dari Rp. 100.000,-, menginap di hotel minimal selama tiga hari dan lain-lain.

2. Bekerjasama Dengan Biro Perjalanan Umum (BPU)

Selain menggunakan cara-cara diatas, 'Surabaya Big Sale' juga dapat dipromosikan dengan cara bekerjasama dengan Biro-biro Perjalanan Umum. 'Surabaya Big Sale' ini dapat di kemas dalam

paket tour, contohnya memasukkannya dalam paket city tour Kota Surabaya.

Contoh paket tour:

Depart from Bali

Day 1: Bali to Gunung Bromo

Day 2: Gunung Bromo to Surabaya

Day 3: Surabaya (City Tour)

Day 4: Surabaya to Yogyakarta

Depart from Yogya

Day 1: Yogya ke Surabaya

Day 2: Surabaya (City Tour)

Day 3: Surabaya ke Gunung Bromo

Day 4: Gunung Bromo ke Bali

Dan selama di Kota Surabaya wisatawan-wisatawan tersebut dapat ditawarkan paket city tour,

Contoh paket city tour:

- * Depart from hotel - bangunan bersejarah (mulai Jembatan Merah) - Jalan Veteran - Mal Galaksi - untuk melihat kesenian tradisional dan berbelanja di Mal Galaksi - Ke Kebun Binatang - Museum Mpu Tantular.
- * Depart from hotel - Pelabuhan Kalimas - Museum Monjaya - melihat pameran souvenir dan cara pembuatannya acara bebas (shopping).

*Depart from hotel - Gedung Grahadi - melihat-lihat Pasar Krempyeng dan belanja di Plasa Surabaya - Museum Kapal Selam - Pasar bunga Kayoon.

Dengan adanya paket tour tersebut diharapkan untuk wisatawan dari Yogya ke Bali dan dari Bali ke Yogya dapat tinggal di Kota Surabaya, jadi Kota Surabaya tidak hanya dilewati saja.