

PENINGKATAN SOFT SKILL PERCAKAPAN BAHASA INGGRIS BAGI PEDAGANG ASONGAN DI KAWASAN EKONOMI KHUSUS MANDALIKA-LOMBOK

Author

Atri Dewi Azis^{1*}, Arafiq², Ansar³, Lalu Muh Alan Budiman⁴, Lira Yanti⁵, Lisa Juniarti⁶

¹Dosen Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram

²Dosen Program Studi Teknik Pertanian, Fakultas Teknologi Pangan dan Agroindustri, Universitas Mataram

³Mahasiswa Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Mataram

***Email: atridewi@unram.ac.id**

ABSTRAK

Pulau Lombok, selain memiliki pantai yang indah, juga dikenal memiliki souvenir mutiara yang sering ditawarkan pedagang asongan kepada wisatawan. Namun para pedagang asongan tersebut kurang menguasai percakapan bahasa Inggris. Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini adalah melakukan pendampingan kepada kelompok pedagang asongan di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika untuk meningkatkan percakapan Bahasa Inggris tentang cara penawaran barang dagangan kepada wisatawan mancanegara. Metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah partisipatif yang berorientasi kepada peran serta mitra secara langsung dalam berbagai proses kegiatan, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa cara penawaran barang menggunakan Bahasa Inggris masih perlu dilakukan pendampingan secara terus-menerus. Sebagian pedagang asongan sebenarnya sudah terbiasa berkomunikasi dengan wisatawan asing menggunakan Bahasa Inggris, namun jumlahnya masih sangat sedikit. Kepribadian etika menjual juga sudah mulai diterapkan dengan tidak memaksa wisatawan untuk membeli barang dagangan. Mereka juga sudah menyadari bahwa para wisatawan memiliki banyak pilihan untuk membeli souvenir dengan harga yang cukup bersaing.

Kata Kunci: Buku Saku, Penawaran, Mutiara, Pedagang Asongan, Mandalika, Lombok

1. PENDAHULUAN

Pulau Lombok merupakan salah satu destinasi wisata yang memiliki tempat wisata alam yang sudah terkenal seperti Pantai Mandalika dan Pantai Senggigi, serta terdapat pulau-pulau kecil seperti Gili Meno, Gili Air, dan Gili Trawangan yang menjadi primadona bagi wisatawan. Sebanyak 50% dari jumlah wisatawan yang datang ke NTB berkunjung ke tiga gili tersebut. Pendapatan asli daerah (PAD) tahun 2023 sebesar Rp. 30 milyar, dimana 70% berasal dari sektor pariwisata (Putradi, 2023).

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke pulau Lombok menjadi lokomotif pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor, seperti perdagangan, perhubungan, dan perhotelan. Hal ini juga berkorelasi positif dengan peningkatan kebutuhan produk souvenir sebagai cendera mata khas Lombok, seperti perhiasan mutiara dan kain tenus. Kondisi ini menjadi peluang bagi pedagang asongan untuk menjajakan berbagai produk souvenir di kawasan wisata tersebut.

Pulau Lombok juga terkenal dengan pedagang asongannya yang menawarkan perhiasan mutiara dengan harga yang relatif murah jika dibandingkan dengan yang dijual di toko-toko perhiasan atau gerai-gerai eksklusif perhiasan mutiara. Pedagang asongan di pulau ini terkenal gigih. Selain rela mengejar bus rombongan wisatawan dengan sepeda motor untuk menggelar barang dagangannya di setiap tempat pember-hentian mobil wisata, juga biasanya pedagang asongan ini menggelar barang dagangannya di depan hotel di pusat kota Mataram atau di depan hotel/resort. Harganya pun bervariasi, mulai dari super murah hingga puluhan juta rupiah. Pada umumnya pedagang asongan memiliki pendidikan yang relatif rendah, sehingga tidak dapat diberikan pembelajaran di kelas dan tidak punya waktu luang untuk belajar. Satu-satunya bantuan pembelajaran yang bisa diberikan adalah buku saku yang berisi percakapan Bahasa Inggris. Pemilihan teknologi buku saku sebagai sarana pembelajaran karena buku ini sangat praktis untuk dibawa oleh pedagang ke mana saja.

Kelompok pedagang asongan yang dijadikan mitra pada kegiatan ini yaitu kelompok pedagang asongan yang sering mangkal di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Kelompok mitra pada umumnya menjual berbagai jenis souvenir, pakaian, dan pernak-pernik cendera mata. Kelompok pedagang mitra memiliki jumlah anggota sekitar 20 orang. Produk yang dipasarkan oleh kelompok mitra ini pada umumnya sudah bagus, namun masih perlu perbaikan, terutama dalam aspek kemasan. Saat ini omzet yang dimiliki oleh kelompok mitra berkisar antara Rp. 2-3 juta/bulan. Keberadaan kelompok pedagang ini sangat prospektif dikembangkan untuk meningkatkan nilai jual hasil kerajinan tangan produk khas Lombok. Hal ini juga dapat berdampak positif terhadap perbaikan ekonomi masyarakat setempat. Pemberdayaan kelompok pedagang asongan ini diharapkan mampu meningkatkan produktivitas dalam memenuhi kebutuhan pasar produk-produk kerajinan tangan dan mampu memberikan sum-bangan finansial bagi anggota kelompok mitra.

2. METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *partisipatif*, yaitu metode pendekatan yang ber-orientasi kepada upaya peran serta mitra secara langsung dalam berbagai proses dan tahap pelaksanaan kegiatan, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan sampai dengan evaluasi kegiatan. Kelompok mitra tidak hanya sebagai obyek kegiatan, tetapi juga sebagai pelaku kegiatan, sedangkan Tim Pelaksana hanya bertindak sebagai fasilitator dan motivator. Komitmen sinergi antara kedua belah pihak (kelompok mitra dan Tim Pelaksana) sangat penting untuk keberhasilan capaian target kegiatan. Secara operasional seluruh kegiatan ini dijabarkan dengan beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Konfirmasi Rencana Kegiatan kepada Mitra

Konfirmasi rencana pelaksanaan kegiatan disampaikan kepada kelom-pok mitra sekaligus mendiskusikan tentang lokasi, rencana tahapan kegiatan serta membangun persama-an persepsi tentang pentingnya kegiatan ini bagi pedagang asongan.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan kursus kilat dilakukan dengan metode diskusi, dilanjutkan dengan pendalaman materi melalui praktek secara langsung di lapangan. Materi kursus kilat berisi tentang cara pemberian salam, pemberian ban-tuan, penawaran barang dagangan, permintaan maaf, dan pengucapan terima kasih menggunakan bahasa Inggris. Praktek percakapan dilakukan oleh peserta melalui praktek langsung di lapangan dan didampingi oleh Tim Pelaksana.

3. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Evaluasi terhadap capaian target kegiatan dilakukan dengan menilai ketercapaian tujuan pengabdian. Teknik evaluasi yang digunakan adalah pengamatan dan tanya-jawab langsung kepada kelompok mitra.

Rencana kegiatan berlangsung selama 5 bulan. Beberapa jenis kegiatan yang telah dikerjakan, antara lain sosialisasi kepada anggota kelompok mitra, melakukan kursus kilat tentang cara penawaran barang menggunakan bahasa Inggris kepribadian etika menjual, pembuatan kemasan dan label merek produksi serta label harga barang, pembentukan jaringan pemasaran di kota-kota lain sebagai sarana pemasaran produk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Koordinasi Pelaksanaan Kegiatan

Koordinasi rencana pelaksanaan kegiatan disampaikan kepada mitra kelompok pedagang asongan yang dilaksanakan pada tanggal 20 Juli 2024 di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok Tengah. Koordinasi kegiatan ini dihadiri oleh beberapa pedagang asongan yang ada di sekitar kawasan wisata tersebut. Hasil pertemuan ini ditetapkan bahwa pelaksanaan kegiatan pendampingan percakapan Bahasa Inggris bagi pedangan asongan dilakukan di Pantai Putri Mandalika. Sebagai kelompok sasaran adalah anggota pedagang asongan yang ada di kawasan wisata Pantai Putri Mandalika. Jadwal dan materi pendampingan disesuaikan dengan kondisi peserta.

Penetapan Pantai Putri Mandalika sebagai pusat kegiatan didasarkan pada beberapa pertimbangan, antara lain: (1) di tempat ini memiliki lokasi yang strategis, sehingga banyak dikunjungi wisatawan asing; (2) memiliki halaman yang luas, sehingga tidak mengganggu wisatawan yang lain; dan (3) pemilik kios punya kepedulian terhadap pedagang asongan dan pelaku ekonomi kecil.

Kegiatan untuk sosialisasi awal disepakati dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 11 Agustus 2024 setelah para pedangan asongan telah melakukan transaksi pembelian atau kondisi pengunjung telah sepi. Biasanya wisatawan lebih banyak mencari souvenir untuk cendera mata pada pagi hari sebelum mereka beraktivitas.

2. Sosialisasi Kegiatan

Acara sosialisasi dihadiri oleh para pedagang asongan yang tergabung pada kelompok pedagang asongan yang sering mangkal di sekitar kawasan wisata Pantai Putri Mandalika Lombok Tengah. Setelah acara serimonial dibuka, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan rencana pelaksanaan kegiatan oleh anggota tim pengabdian, mulai dari latar belakang, tujuan, manfaat, dan rencana tahapan pelaksanaan kegiatan.

Beberapa hal yang disepakati dalam pertemuan sosialisasi awal, antara lain: (1) diperlukan pendampingan secara berkala terkait dengan peningkatan pengetahuan kelompok pedagang asongan dalam hal karakter wisatawan; (2) diperlukan kursus Bahasa Inggris secara praktis tentang cara penawaran barang dagangan menggunakan Bahasa Inggris; (3) jumlah peserta penyuluhan tidak terbatas dan semua anggota kelompok mitra dipersilahkan untuk mengikuti kegiatan penyuluhan; dan (4) penyuluhan dilaksanakan setelah sepi pembeli dari pengunjung.



Gambar 1. Sosialisasi Kegiatan kepada Kelompok Mitra

3. Pelatihan Penawaran Barang Menggunakan Bahasa Inggris

Pada umumnya pedagang asongan memiliki mobilisasi yang sangat tinggi, sehingga tidak dapat diberikan pembelajaran di kelas dan tidak punya waktu luang untuk belajar. Satu-satunya bantuan pembelajaran yang bisa diberikan adalah buku saku yang berisi percakapan Bahasa Inggris. Pemilihan teknologi buku saku sebagai sarana pembelajaran karena buku ini sangat praktis untuk dibawa oleh pedagang ke mana saja.

Peserta pelatihan melakukan praktek langsung percakapan menggunakan Bahasa Inggris dengan materi cara penawaran barang kepada wisatawan dengan dipandu Tim Pelaksana. Setiap peserta pelatihan diminta untuk mengucapkan percakapan sesuai contoh yang ada pada Buku Saku yang telah disusun oleh Tim.



Gambar 2. Pendampingan Percakapan bagi Mitra

Pada awalnya peserta kelihatan grogi dan kurang percaya diri. Setelah mereka melakukannya berulang-ulang kali, akhirnya mampu mengucapkan dengan benar percakapan yang ditirukan pada Buku Saku, walaupun masih agak kesulitan.

4. Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan

Hasil evaluasi terhadap ketercapaian tujuan kegiatan dapat disimpulkan bahwa cara penawaran barang menggunakan Bahasa Inggris masih perlu dilakukan pendampingan secara terus-menerus dan berkesinambungan. Proses pendampingan ini membutuhkan waktu yang panjang dan komitmen yang tinggi dari mitra untuk membiasakan dan memberanikan diri berkomunikasi setiap kali bertemu dengan wisatawan asing. Sebagian pedagang asongan sebenarnya sudah terbiasa berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris dengan wisatawan asing, namun jumlahnya masih sangat terbatas.

Kepribadian etika menjual juga sudah mulai diterapkan dengan tidak memaksa wisatawan untuk membeli barang dagangannya. Mereka juga sudah menyadari bahwa wisatawan memiliki banyak pilihan untuk membeli souvenir dengan harga yang cukup bersaing.

Pembuatan kemasan dan label harga barang dengan mencantumkan harga mata uang dolar (US\$) juga telah dilakukan, walaupun masih terbatas pada barang souvenir tertentu. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa tidak semua souvenir diminati oleh wisatawan asing.

Pembentukan jaringan pemasaran di kota-kota lain sebagai sarana pemasaran produk masih menemui kendala karena para pedagang asongan tetap menjaga kualitas dan privasi barang dagangan mereka. Mereka berprinsip bahwa kalau mau mendapatkan souvenir khas Lombok, maka harus membelinya di Pulau Lombok.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Cara penawaran barang menggunakan Bahasa Inggris masih perlu dilakukan pendampingan secara terus-menerus. Sebagian pedagang asongan sebenarnya sudah terbiasa berkomunikasi dengan wisatawan asing, namun jumlahnya masih sangat sedikit. Kepribadian etika menjual juga sudah mulai diterapkan dengan tidak memaksa wisatawan untuk membeli barang dagangan. Mereka juga sudah menyadari bahwa wisatawan memiliki banyak pilihan untuk membeli souvenir dengan harga yang cukup bersaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M., 2023. Even Tambora Menyapa Dunia. www.lombokpost.co.id. Download: 1 April 2023.
- Anonim, 2023. Profil Potensi Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat. www.pariwisata.go.id. Download: 13 April 2023.
- Anonim, 2021. Promosi Unik untuk Tingkatkan Wisata NTB, <http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/promosi>. Download: 3 April 2021
- Ansar dan Nazaruddin. 2018. Peningkatan produktivitas dan kualitas dodol nangka Di Desa Suranadi Lombok Barat Nusa Tenggara Barat. *Panrita Abdi-Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(2): 135-141.
- Azis, D.A. dan Arafiq, 2016. Pendampingan percakapan bahasa Inggris Bagi pedagang asongan di kawasan wisata senggigi. *Jurnal Abdi Insani Unram*, 3(2): 15-19.
- Azis, D.A., 2015. English for General Academic Purpose Student's Book. FKIP Universitas Mataram.
- Azis, D.A., 2014. Listening 2. FKIP Universitas Mataram.
- Azis, D.A., 2014. Daily English Conversation. FKIP Universitas Mataram.
- Made, W., 2013. Lebih Satu Juta Wisatawan ke Lombok. [http:// bali.antaranews.com/lebih-satu-juta](http://bali.antaranews.com/lebih-satu-juta). Diakses: 23 Desember 2104.
- Putradi, G., 2023. KLU Bidik 500 Ribu Wisatawan pada 2013. [http:// info lombok.net/klu-bidik-500-ribu-wisatawan-pada-2013/](http://info.lombok.net/klu-bidik-500-ribu-wisatawan-pada-2013/). Diakses: 14 Desember 2014.
- Wijaya, 2022. Pemkab Lombok Tengah Optimalkan Potensi Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Primadona Lombok.