

**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP FAKTOR PERMINTAAN SARANA
DAN PRASARANA WISATA PASAR TERAPUNG LOKBANTAN
PROVINSI KALIMANTAN SELATAN**

Oleh:

Yulian Firmana Arifin

Fakultas Teknik Unlam, Banjarmasin, Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “persepsi wisatawan terhadap faktor permintaan sarana dan prasarana wisata pasar terapung Lokbaintan Provinsi Kalimantan Selatan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi wisatawan terhadap faktor permintaan sarana dan prasarana wisata pasar terapung Lokbaintan Provinsi Kalimantan Selatan.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung di pasar terapung Lokbaintan, Pengambilan sampel untuk pengunjung menggunakan teknik *insidental sampling* atau teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu pengunjung yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti selama 1 minggu penelitian lapangan Analisis persepsi pengunjung terhadap faktor penawaran dan permintaan wisata menggunakan Skala Likert

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi pengunjung terhadap permintaan sarana dan prasarana wisata pasar terapung dapat disimpulkan bahwa sikap pengunjung rata – rata sangat setuju (SS) dan setuju (S) terhadap adanya pembangunan jalan, pembangunan rambu penunjuk jalan, penyediaan angkutan umum, pembangunan sungai seperti rumah lanting dll, pembangunan rambu-rambu transportasi sungai, pembangunan sarana air bersih, pembangunan pos keamanan, pembangunan area taman di darat, pembangunan wc umum didarat. ketersediaan penginapan pembangunan toko cendramata baik yang dikelola swasta maupun yang dikelola masyarakat.

Kata Kunci: persepsi, wisatawan, sarana dan prasarana, pasar terapung

I. PENDAHULUAN

Pasar Terapung Lok Baintan merupakan pasar tradisional yang dibentuk oleh budaya masyarakat, segala kegiatan terjadi diatas sungai Martapura yang mayoritas pedagangnya perempuan, seperti layaknya pasar yang ada di darat, dimana terdapat sejumlah pedagang dan pembeli yang berada di lokasi pasar tersebut dan terjadi interaksi antara pedagang dan pembeli, hanya saja interaksi pedagang dan pembeli dilakukan di sungai pasang surut. Suasana pasar terapung yang unik dan khas adalah

para pedagang yang mencari atau datang menghampiri pembeli untuk menawarkan barang dagangan mereka dan tidak terpaku di suatu tempat, tetapi terus bergerak mengikuti arus sungai menggunakan perahu besar maupun kecil. (Norjami; 2008, Huynh, 2011, Normelani; 2016).

Pasar terapung memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan dan dikelola lebih lanjut untuk terus mengembangkan wisata pasar terapung dan untuk keberlangsungan budaya pasar terapung maka harus memperhatikan point penting yaitu memperhatikan persepsi permintaan pariwisata, agar pengembangan pasar terapung optimal, tanpa menyampingkan keinginan masyarakat sebagai pelaku wisata, agar objek wisata pasar terapung Lok Baintan dapat terus ada dan berkembang.

II. LANDASAN TEORI

A. Pengertian Persepsi

Proses persepsi bersifat kontinu, bercampur-baur dan tumpang tindih setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda karena dipengaruhi faktor eksternal dan internal dari masing-masing orang biasanya yang mempengaruhi faktor dari persepsi masing –masing orang tergantung dari objek yang dipersepsi, alat indera, syaraf, dan pusat susunan syaraf serta perhatian (Devito;1997, Notoatmodjo; 2005, Walgito; 2010).

Persepsi seseorang akan mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan dimana proses tersebut melalui empat tahapan yaitu: 1). Tahap perhatian selektif/ selective attention, 2). Tahap interpretasi dan penyederhanaan/ encoding and simplification, 3). Tahap penyimpanan dan pengulangan/ storage and retention, 4). Tahap penarikan informasi dan penyebaran respon/retrieval and response (Ikkelsen; 1999, Kreitner dan Kinicki, 2005)

B. Permintaan

Pengertian permintaan dalam ilmu ekonomi yang umum diartikan sebagai : Keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan. (Yoeti, 2008) Keinginan seseorang (konsumen) terhadap barang-barang tertentu yang diperlukan atau diinginkan. Namun dalam praktik, pengertian permintaan seperti ini menunjukkan adanya permintaan atas sejumlah barang dan jasa yang diikuti dengan kemampuan membeli (purchasing power). Karena bila keinginan (wants) diikuti dengan kekuatan untuk melakukan pembelian (purchasing power), maka keinginan (wants) akan berubah menjadi permintaan, jadi: Permintaan (demand) sebagai suatu konsep mengandung pengertian bahwa permintaan berlaku terhadap tiga variabel yang saling mempengaruhi, yaitu: kualitas produk barang atau jasa (product quality), harga (price), manfaat produk barang atau jasa tersebut (product benefit) yang sangat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kebutuhannya.

Hukum permintaan mengatakan: "Bila harga suatu barang dan jasa naik, sedangkan harga barang-barang dan jasa lainnya tetap sama, maka konsumen cenderung melakukan substitusi, menggantikan barang atau jasa yang harganya naik dengan barang yang lain (yang mempunyai fungsi sama) yang harganya relatif lebih murah. Permintaan (demand) dapat ditinjau dari dua sisi, yaitu : Sisi ekonomis yang menyangkut gejala-gejala permintaan dalam hubungannya dengan keseluruhan faktor-faktor ekonomi, dan sisi psikologis yang meninjau persoalan ini dari sisi manusia sebagai konsumen dalam menentukan pilihannya untuk membeli sesuatu barang yang dibutuhkan.

III. LOKASI PENELITIAN

a. Letak Astronomis

Pasar terapung Lok Baintan yang berada di Desa Lok Baintan Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar, berdasarkan data dari pengukuran dengan Global Position System (GPS) letak astronomis pasar terapung Lok Baintan adalah $03^{\circ} 17' 31''$ LS dan $114^{\circ} 39' 52''$ BT.

b. Letak Administratif

Penelitian dilakukan di Pasar Terapung Lok Baintan berada di Desa Lok Baintan Kecamatan Sungai Tabuk Kabupaten Banjar. Desa Lok Baintan dengan luas 390 ha/m^2 terbagi atas 4 Rukun Tetangga, berbatasan dengan desa-desa lain, yaitu: sebelah Utara berbatasan dengan Desa Paku Alam, sebelah Timur berbatasan dengan Desa Sungai Pinang Lama, sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Gudang Hirang, sebelah Barat berbatasan dengan Desa Sungai Bakung (Data kecamatan dalam angka 2015).

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan angket yang menghasilkan data primer berupa jumlah responden yang menjawab angket penelitian. Responden yang ada merupakan wisatawan yang berkunjung ke pasar terapung Lokbaintan.

persepsi permintaan wisatawan terhadap sarana dan prasarana wisata di Pasar terapung Lokbaintan antara lain: Menyatakan bahwa pengunjung sangat setuju (SS) dalam hal menilai pembangunan kondisi jalan antara lain perlu pembangunan jalan, pembangunan rambu penunjuk jalan, penyediaan angkutan umum, masyarakat perlu menjaga kebersihan kawasan darat.

Kondisi jalan yang terdapat pada kawasan wisata pasar terapung masih memerlukan pembangunan lebih lanjut sehingga memiliki sarana dan prasarana yang layak, seperti adanya pembangunan jalan yang terdapat di kawasan wisata pasar terapung sehingga akses menuju tempat ini memiliki jalan alternatif dan tidak terfokus pada satu jalan saja, membangun rambu penunjuk jalan sehingga dapat membantu wisatawan untuk menuju tempat ini tanpa tersesat, menyediakan sarana angkutan umum baik darat maupun air sehingga wisatawan dapat merasakan sensasi yang berbeda untuk menuju tempat ini dan masyarakat perlu menjaga kebersihan

kawasan darat dikarenakan masih terdapat beberapa warga yang membuang sampah sembarangan karena hal ini dapat memberikan pandangan negatif para wisatawan saat melewati kawasan darat.

Menyatakan bahwa sikap pengunjung rata-rata setuju (S) dalam hal menilai pembangunan kondisi sungai antara lain perlu pembangunan sungai seperti rumah lanting dll, pembangunan rambu-rambu transportasi sungai, masyarakat perlu menjaga kebersihan kawasan sungai.

Kondisi sungai pada kawasan wisata pasar terapung merupakan hal yang sangat penting karena semua kegiatan wisata pasar terapung dilakukan di sungai sehingga kondisi sungai harus dikelola dan dikembangkan dengan baik, seperti adanya pembangunan rumah lanting sehingga dapat memberikan sensasi baru bagi wisatawan yaitu merasakan tinggal pada rumah yang berada diatas air, pembangunan rambu-rambu transportasi air untuk mencegah terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan seperti kecelakaan yang terjadi disungai dan masyarakat perlu menjaga kebersihan kawasan sungai karena masih terdapat kebiasaan warga yang membuang sampah langsung kesungai karena hal ini dapat merusak lingkungan dan memberikan penilaian negatif terhadap wisata pasar terapung.

Menyatakan bahwa pengunjung rata-rata sangat setuju (SS) dalam hal menilai pembangunan Fasilitas Umum antara lain perlu pembangunan sarana air bersih, pembangunan pos keamanan, pembangunan area taman di darat, pembangunan wc umum di darat.

Kondisi fasilitas umum merupakan hal yang harus terdapat pada suatu daerah karena dengan adanya fasilitas umum ini dapat memberikan kenyamanan baik untuk masyarakat yang tinggal disana maupun wisatawan yang sedang berwisata seperti adanya pembangunan sarana air bersih yang harus ada supaya memberikan kehidupan yang sehat dan bersih karena sebelumnya warga langsung menggunakan air sungai untuk beraktifitas sehari-hari, pembangunan pos keamanan harus dibangun sehingga dapat memberikan rasa aman dari segala macam ancaman baik untuk masyarakat maupun wisatawan, pembangunan area taman di darat dapat dibangun untuk memberikan suasana baru sehingga focus wisata pasar terapung tidak hanya terbatas di sungai dan hanya saat pagi hari akan tetapi dapat dilakukan di darat dan waktu untuk berwisata tidak hanya terfokus pada pagi hari saja, pembangunan wc umum di darat harus dilakukan karena wc yang layak hanya terdapat beberapa yaitu di tempat peribadatan dan wc yang lainnya hanyalah wc terbuka yang terdapat disisi sungai dan menjaga kebersihan fasilitas umum yang ada baik masyarakat sekitar maupun wisatawan yang sedang berwisata karena dengan fasilitas umum yang bersih dapat memberikan nilai positif bagi kawasan wisata dan memberikan kenyamanan bagi semua orang yang terdapat disana.

Menyatakan bahwa pengunjung sangat setuju (SS) dalam hal menilai ketersediaan penginapan antara lain perlu pembangunan penginapan yang dikelola swasta dan perlu pembangunan penginapan yang dikelola masyarakat.

Ketersediaan penginapan sangat diperlukan objek wisata sehingga wisatawan dapat lebih menikmati wisata yang sedang dilakukannya seperti penginapan dikelola

oleh swasta yang artinya objek wisata telah melakukan kerjasama dengan pihak swasta untuk membangun penginapan, akan tetapi biaya penginapan akan lebih mahal dan penginapan dikelola oleh masyarakat yang artinya penginapan wisatawan dikelola oleh warga dengan memanfaatkan rumah warga yang dijadikan sebagai penginapan, penginapan yang dikelola oleh masyarakat harganya akan jauh lebih murah dibandingkan dengan penginapan yang dikelola oleh swasta.

Menyatakan bahwa sikap pengunjung sangat setuju (SS) dalam hal menilai berdasarkan ketersediaan tempat makan antara lain perlu pembangunan tempat makan yang dikelola swasta dan perlu pembangunan tempat makan yang dikelola masyarakat.

Ketersediaan tempat makan pada suatu objek wisata juga member nilai tambah karena pada objek wisata harus terdapat tempat makan yang menyediakan makanan khas daerah tersebut baik untuk rumah makan yang dikelola oleh swasta maupun rumah makan yang dikelola oleh masyarakat, perbedaannya terdapat pada harga yaitu rumah makan yang dikelola oleh swasta lebih mahal dibandingkan rumah makan yang dikelola oleh rumah makan yang dikelola oleh masyarakat.

Menyatakan bahwa sikap pengunjung rata-rata setuju (s) dalam hal menilai berdasarkan ketersediaan toko cenderamata antara lain perlu pembangunan toko cenderamata yang dikelola swasta dan pembangunan toko cenderamata yang dikelola masyarakat.

Toko cenderamata merupakan toko yang menyediakan oleh-oleh atau barang khas yang hanya terdapat pada daerah tersebut yang dapat dikelola oleh swasta ataupun masyarakat sendiri, perbedaannya adalah toko cenderamata yang dikelola oleh swasta cenderamata yang dibuat berasal dari pabrik sedangkan toko cenderamata yang dikelola oleh masyarakat barang yang dibuat berasal dari buatan tangan masyarakat itu sendiri dengan memberdayakan masyarakat untuk membuat cenderamata tersebut.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang persepsi pengunjung terhadap permintaan sarana dan prasarana wisata pasar terapung dapat disimpulkan bahwa pengunjung meminta adanya pembangunan jalan, pembangunan rambu penunjuk jalan, penyediaan angkutan umum, pembangunan sungai seperti rumah lanting dll, pembangunan rambu-rambu transportasi sungai, pembangunan sarana air bersih, pembangunan pos keamanan, pembangunan area taman di darat, pembangunan wc umum didarat. ketersediaan penginapan pembangunan toko cenderamata baik yang dikelola swasta maupun yang dikelola masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I W. (2007) *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Black, J.C.D., (1999) *Metode dan Masalah Penelitian Sosial*. Jakarta: Refika Aditama
- Broadbent, E. N., Zambrano A. M. A., dan Dirzo R. (2012) *The effect of land use change and ecotourism on biodiversity: a case study of Manuel Antonio, Costa Rica, from 1985 to 2008* dalam jurnal *Landscape Ecology* edisi May 2012, Volume 27, Issue 5, pp 731-744. First online: 21 February 2012.
- Choi & Sirakaya, (2005) *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale*. *Journal of Travel Research*.
- Yi-fong C. (2012) *The Indigenous Ecotourism and Social Development In Taroko National Park Area and San-Chan Tribe, Taiwan* dalam jurnal *GeoJournal* edisi December 2012, Volume 77, Issue 6, pp 805-815. First online: 24 August 2010.
- Eplerwood, M. (1999) *Successful Ecotourism Business, The Right Approach*, Kota Kinibalu Sabah : *World Ecotourism and Conference*.
- Fahrudi, A. (2010) *Pemberdayaan dan Partisipasi penguatan kapasitas Masyarakat*, Bandung: Humaniora
- Fandeli, C. (1999) *Pengembangan Ekowisata dengan Paradigma baru Pengelolaan*
- Fandeli, C. (2001) *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Frost, W. and Laing, J. (2014) *The Future of Nature-Based Tourism in the Asia-Pacific Region*. *Journal of Travel Research*, November 2014 53: 721-732
- Hovardas T. & Poirazidis, K. (2006) *Evaluation of the Environmentalist Dimension of Ecotourism at the Dadia Forest Reserve (Greece)* dalam jurnal *Environmental Management* edisi November 2006, Volume 38, Issue 5, pp 810-822. First online: 23 August 2006.
- Koens, J.F., Dieperink, C., dan Miranda, M. (2009) *Open Access Ecotourism As A Development Strategy: Experiences From Costa Rica* dalam jurnal *Environment, Development and Sustainability* December 2009, Volume 11, Issue 6, pp 1225-1237. First online: 08 October 2009.
- Koentjaraningrat. (1997) *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kreitner, R. & Kinicki, A. (2005) *Perilaku Organisasi*, buku 1 dan 2, Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks
- Mill, R. C., Morrison A. M. (1985) *The Tourism System an Introductory Text*, Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Mikkelsen, B. (1999) *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan*. Jakarta: Obor Indonesia.
- Mihalic (2000) "Environmental Management of a Tourist Destination : a Factor of Tourist Competitiveness", *Tour, Manage*, 21 (1), hal. 65-78.
- Marpaung H. (2002) *Pengetahuan Kepariwisata*, Bandung: Penerbit: Alfabeta
- Marpaung, H & Herman, B. (2002). *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta
- McAlpin, M. (2008) *Conservation And Community-Based Development Through Ecotourism In The Temperate Rainforest Of Southern Chile* dalam jurnal *Policy*

- Sciences edisi March 2008, Volume 41, Issue 1, pp 51-69. First online: 11 December 2007.
- Muljadi, A.J. (2009) *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Norjami, E.(2008) *Kearifan Lokal Masyarakat Banjar*, (Online), (<https://edwinorja.wordpress.com/>)
- Noviani, R.(2002) *Jalan tengah Memahami Iklan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Nugroho, I. & Dahuri, R. (2004) *Pembangunan Wilayah- Perspektif Ekonomi, Sosial dan Lingkungan*. Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Nugroho, I., (2011) *Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan*, Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Pipinos G. dan Fokiali P. (2009). *An Assessment of The Attitudes of The Inhabitants of Northern Karpathos, Greece: Towards A Framework For Ecotourism Development In Environmentally Sensitive Areas. An Ecotourism Framework In Environmentally Sensitive Areas* dalam jurnal *Environment, Development and Sustainability* edisi June 2009, Volume 11, Issue 3, pp 655-675.
- Pendit N. S. (1999) *Wisata Konvensi*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Pendit, N.S. (2003) *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.
- Prawesthi, A. (2013), *Planning Model of Religious Cultural Heritage Buildings as a Concept to Intensify the Image of the Region. International Transaction Journal of Engineering, Management, & Applied Sciences & Technologies*. a Department of Architecture, Faculty of Engineering, Pancasila University, INDONESIA 251
- Pitana, I. G. & Diarta I. K. S. (2009) *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogja: Andi Publishing.
- Roxana, D.M.(2012) *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences. September 2012, Vol. 1, No. 5. ISSN: 2226-36*
- Sharpley R. (2000) *Tourism and Sustainable Development Exploring the theoretical divide. " Journal Of Sustainable Tourism". VIII(1). 2000:1-19*
- Seaton, A.V. & Bennet.(1996) *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues, and Cases*. London: International Thomson Business Press.
- Suyitno. (2001) *Perencanaan Wisata, Tour Planning*. Kanisius
- Spillane, J.J. (2002) *ekonomi pariwisata sejarah dan prospeknya*. Jakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2003) *Cet-5. Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2003) *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Suwantoro, G.(2004) *Dasar-Dasar Pariwisata*, Yogyakarta: Andi
- Siregar, D.D. (2004), *Manajemen Aset*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Storey, J.(2007) *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta & Bandung : Jalasutra.
- The Internasional Ecotourism Society* (2002) *Tentang Prinsip-prinsip Ekowisata dalam buku panduan Dasar pelaksanaan ekowisata* (2009).

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Wardiyanto & Baiquni, M. (2011). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Yoeti, O. A. (1997). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (2008). Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.