

ANALISIS PERSEPSI DAYA TARIK PASAR SENI TRADISIONAL DESA GUWANG KABUPATEN GIANYAR

Agus Wahyudi Salasa Gama¹, Ni Putu Nita Anggraini¹, Ni Wayan Rustiarini²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Mahasaraswati Denpasar

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mahasaraswati Denpasar

ABSTRACT

Today the Modern Art Market increasingly many. These conditions should provide a considerable challenge to the existence of the Traditional Art Market. The existence of the Traditional Art Market must be maintained through the strengthening of attraction by the Traditional Art Market. Research was conducted on Guwang Traditional Art Market is one of the few Art Market at Bali. Some key variables that were examined in this study relates to the location that provides ease of access, facilities owned, as well as the layout for giving comfort to the visitors. The questionnaires were distributed to visitors to determine the level of visitor perceptions on attractiveness to strengthen the presence of the Traditional Art Market. Respondents of this study consisted of 200 visitors. Data collection techniques menggunakan questionnaire to determine the perceptions of visitors on appeal and then analyzed descriptively.

Keywords: *Guwang Attractivness, traditional art market*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pasar Seni Guwang terletak di Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar yang merupakan perluasan dari Pasar Seni Sukawati. Produk yang diperdagangkan meliputi oleh-oleh atau cendramata khas Bali. Target utama konsumen dari Pasar Seni merupakan para wisatawan yang berkunjung ke Bali baik domestik maupun internasional. Pasar Guwang di kembangkan karena Pasar Seni Sukawati dianggap sudah melebihi kapasitas tampungnya, akibat terkonsentrasi pada satu pasar saja.



Gambar 1. Pasar Seni Guwang

Perkembangan pasar seni tradisional juga terdesak dengan adanya pasar-pasar modern yang bermunculan. Pasar modern ini sering dianggap sebagai momok atau ancaman bagi pasar tradisional. Penguatan pasar tradisional perlu dilakukan guna menjaga keberadaannya. Berdasarkan kajian dari Tim dari *SMERU Research Institute* (2007) keberadaan dari pasar modern dapat menurunkan jumlah pembeli di pasar tradisional. Tata kelola perlu diperhatikan guna mendukung keberadaan pasar seni tradisional.

Keberadaan pasar tradisional harus tetap didukung, sebab di dalamnya terdapat para pedagang kecil yang termasuk dalam golongan UMKM. Pada masa krisis UMKM yang mampu bertahan serta sangat berperan dalam menyelamatkan perekonomian bangsa.

Pokok permasalahan

Betapa pentingnya pasar tradisional khususnya pasar seni tradisional untuk tetap dipertahankan. Para pedagang yang berada dalam pasar seni memberikan daya multiplier yang besar bagi perekonomian. Pengelolaan pasar perlu diperhatikan agar tetap memberikan daya tarik bagi pengunjung untuk tetap berkunjung ke Pasar Seni Guwang. Pengembangan daya tarik Pasar Seni Guwang telah memperhatikan berbagai aspek meliputi kemudahan akses lokasi, fasilitas yang dimiliki, serta tata ruang yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

Berdasarkan permasalahan tersebut bagaimanakah persepsi pengunjung terhadap daya tarik yang dimiliki Pasar Seni Guwang meliputi: lokasi fasilitas serta tata ruang?

Kajian Pustaka

Menurut Swastha dan Irawan (2008) bila suatu perusahaan memiliki lokasi yang strategis akan dapat menarik para pembeli. Lokasi yang strategis memberikan kemudahan akses menuju lokasi sehingga memudahkan konsumen mencapai lokasi. Pemilihan lokasi harus dilakukan dengan pertimbangan agar tidak memberikan dampak kerugian bagi perusahaan atau menimbulkan biaya yang tinggi untuk bertemu dengan para konsumen.

Mulyadi (2012) menyatakan infrastruktur harus diperhatikan dalam pengembangan pasar. Infrastruktur berupa fasilitas harus senantiasa diperhatikan guna memberikan pelayanan yang prima untuk para konsumen. Lebih jauh lagi fasilitas menentukan keinginan untuk berkunjung pada suatu pasar.

Selain fasilitas, tata ruang juga merupakan bagian dari infrastruktur. Tata ruang atau dalam Bahasa operasi dikenal dengan *layout*. *Layout* sangat menentukan kemudahan dalam aksesibilitas dalam ruang. Tata ruang yang baik merupakan salah satu upaya meningkatkan kenyamanan bagi pengunjung.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian dilakukan pada Pasar Seni Guwang Sukawati Gianyar. Lokasi dipilih karena Pasar Guwang merupakan pengembangan dari Pasar Seni Sukawati yang telah terdahulu “mendunia”, disamping itu belum banyaknya penelitian yang dilakukan di Pasar Seni Guwang.

Responden pada penelitian ini terdiri dari 200 orang pengunjung yang terdiri dari para wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuisioner terkait dengan persepsi lokasi, fasilitas, dan tata ruang.

Analisis data dilakukan secara deskriptif. Analisis dilakukan atas persepsi para pengunjung yang menjadi sampel.

I. Hasil Penelitian

Setelah kuisioner disebarakan serta tabulasi dilakukan, maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1. Tabulasi kuisioner

Pertanyaan	Persentase				
Lokasi Pasar Seni Guwang mudah dijangkau					
Tempat Parkir Memadai					
Tata ruang pasar yang menarik					
Penataan barang dagangan yang tertata rapi					

Sumber : Data diolah

Keterangan:

STS = sangat tidak setuju

TS = tidak setuju

CS = cukup setuju

S = setuju

SS = sangat setuju

Berdasarkan hasil tabulasi tersebut dapat dinyatakan bahwa lokasi yang dimiliki Pasar Seni Guwang mudah untuk diakses. Pasar Seni Guwang dapat dikatakan memiliki lokasi yang strategis. Kemudahan akses menuju lokasi merupakan modal untuk dapat menarik pengunjung untuk datang ke lokasi Pasar. Banyaknya pengunjung yang menyatakan setuju menunjukkan lokasi Pasar Seni Guwang dapat dengan mudah dijangkau.

Gambar 2. Lokasi Pasar Seni Guwang



Sumber: Google Map

Fasilitas lebih ditekankan pada parkir. Tempat parkir yang dimiliki oleh Pasar Seni Guwang cukup luas bila dibandingkan dengan Pasar Seni Sukawati. Pasar Seni Sukawati memiliki lahan parkir yang sempit bahkan bus-bus sangat susah untuk mencari parkir dekat lokasi pasar, namun Pasar Seni Guwang parkir cukup luas. Responden tampak mengamini fasilitas parkir Pasar Guwang memadai. Parkir merupakan area yang sangat penting agar pengunjung mudah untuk menaruh kendaraannya dekat lokasi. Pengunjung pun tidak perlu terlalu jauh memarkir kendaraannya, sehingga mereka begitu turun dari kendaraan sudah berada di pasar.



Gambar 3. Lokasi Parkir yang Luas

Tata ruang seperti pembagian blok pedagang serta los-los diatur sedemikian rupa. Para pedagang pun menyusun barang dagangan dengan rapi. Memberikan kesan yang nyaman bagi para pengunjung, dapat dilihat bahwa responden banyak menjawab setuju mengenai hal tersebut. Tata ruang yang memadai merupakan faktor lain dalam memberikan kenyamanan pada para pengunjung.



Gambar 4. Kios-kios Diatur Sesuai Blok

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis kuisioner tersebut dapat diketahui pengunjung memberikan apresiasi terhadap akses lokasi, fasilitas, dan tata ruang dari Pasar Seni Guwang. Lokasi yang mudah dijangkau memberikan kemudahan bagi para pengunjung untuk mencapai lokasi pasar atau dengan kata lain pengunjung tidak mengalami kesulitan untuk mencapai pasar. Fasilitas berupa tempat parkir yang memadai memudahkan para pengunjung untuk menempatkan kendaraannya dekat dengan lokasi pasar. Penataan kios-kios pasar diatur sedemikian rupa sehingga terkesan rapi dan memberi ruang yang cukup bagi para pengunjung.

Saran

Berdasarkan telaah yang telah dilakukan adapun beberapa saran yang ingin disampaikan yaitu:

1. Fasilitas perlu diperhatikan khususnya tempat parkir, semakin bertambahnya pengunjung tentu menambah beban area parkir yang dibutuhkan dan ini harus mendapat perhatian pengelola pasar. Cara yang dapat ditempuh seperti, mencari alternatif area parkir, menambah personel parkir untuk mengatur parkir, atau memberlakukan waktu parkir.
2. Analisis ini hanya sebatas menggambarkan persepsi pengunjung atas Pasar Seni Guwang. Peneliti berharap ada studi lanjutan yang dapat mengetahui faktor-faktor yang mendorong pengunjung untuk datang ke Pasar Seni Guwang.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., dan Keller, Kevin L. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks
- Mulyadi. 2012. *Model Pengelolaan Pasar Tradisional dalam Perspektif Kemandirian Daerah Kota Surakarta*. <http://portalgaruda.org>, diakses 10 agustus 2012.
- Roswati, Sri. 2014. *Pasar Tradisional atau Pasar Modern?*. <http://tempokini.com>, diakses tanggal 10 Agustus 2015.

SMERU Research Report. 2007. *Impact of Supermarket on Traditional Markets and Retailers in Indonesia's Urban Centers*. The SMERU Research Institute.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.