

## **Preferensi Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Budaya (Studi Kasus: Pasar Kreneng)**

Ni Kadek Widya Lestari\*, I Made Trisna Semara, I Gusti Ayu Melistyari Dewi

DIV Manajemen Pariwisata, Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia  
widyalsr900@gmail.com

**Abstract.** Seven Enchantments on a tourist attraction generally has an important role in supporting the development of a tourist attraction. The desire of tourists to visit a tourist attraction to make it a tourist spot is of course influenced by each tourist's characteristics and preferences. This study aims to determine the characteristics and preferences of tourists as supporting data in improving the quality of Seven Enchantments on the tourist attraction of Pasar Kreneng. This research uses a quantitative approach with a descriptive research type. The collection technique is distributing questionnaires with data collection tools in the form of questionnaires. The population in this study are tourists who visit and carry out culinary tourism activities at tourist attraction of Pasar Kreneng. The sampling technique used is a non-probability sampling technique, namely purposive sampling. The data analysis technique uses descriptive analysis and uses chi-square analysis to find out whether there are differences or not from the demographics of tourists to Seven Enchantments. The results showed that the characteristics of tourists were dominated by men with tourists aged 17 to 25 years with a high school/equivalent educational background and work background as private employees. Types of tourists to Pasar Kreneng are groups with a frequency of visits of more than 4 times, getting information from family/friends. The results obtained from the chi-square analysis are that there is no difference from the demographics of tourists to Seven Enchantments. And for the preferences of tourists visiting tourist attraction of Pasar Kreneng based on Seven Enchantments, it produces the highest value: beauty (94%), memories (94%), followed by coolness (89%), friendliness (88%), then orderliness (82%), safety. (68%) and finally there is cleanliness (56%).

**Keywords:** Tourist Attraction, Tourist Characteristics, Tourist Preferences, Seven Enchantments

### **1 Pendahuluan**

Sapta Pesona dalam sebuah daya tarik wisata pada umumnya memiliki peran penting dalam menunjang pengembangan sebuah daya tarik wisata. Dengan menerapkan sapta pesona juga mampu mendukung terciptanya kegiatan pariwisata yang baik. Di dalam

sebuah daya tarik wisata tentu terdapat beberapa faktor dalam menarik minat wisatawan. Sunarti & Hakim, (2017) menyatakan bahwa terdapat “tujuh unsur penting dari produk pariwisata menarik minat wisatawan untuk berkunjung kesuatu daerah atau wilayah di negara Indonesia”. “Tujuh unsur tersebut dikenal dengan sebutan 7 K atau Sapta Pesona yang terdiri dari tujuh unsur yaitu keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan”. Dalam menentukan kegiatan wisatanya biasanya terdapat pertimbangan di dalam memilih suatu objek sebagai tempat tujuannya berwisata atau biasa dikenal dengan preferensi (kecenderungan terhadap sesuatu). Keinginan para wisatawan mengunjungi suatu daya tarik wisata untuk dijadikannya tempat wisata tentu saja dipengaruhi oleh preferensi wisatawan.

Dalam pengertian daya tarik wisata yaitu “segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan” (UU Republik Indonesia No 10, 2009). Maka di dalam menentukan tempat wisata tentu wisatawan akan mempertimbangkan faktor dari sebuah daya tarik wisata tersebut. Salah satu daya tarik wisata dengan tersedianya aktivitas wisata kuliner malam yang terkenal di Bali tepatnya di Kota Denpasar yaitu Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng. Pasar Kreneng yang sudah ditetapkan sebagai daya tarik wisata pada peraturan Gubernur Bali pada Perda Nomor 10 Tahun 2015. Pasar Kreneng ditetapkan sebagai Daya Tarik Wisata Budaya pada Keputusan Walikota Denpasar No 188.45 Tahun 2020 tentang penetapan daya tarik wisata Kota Denpasar. Pasar Kreneng sebagai salah satu daya tarik wisata yang berada di Kota Denpasar, tepatnya di kawasan Denpasar Utara. Kegiatan wisata di Pasar Kreneng diantaranya wisata kuliner dan belanja pada malam harinya.

Daya Tarik Wisata Pasar Kreneng belum sepenuhnya menerapkan sapta pesona dengan baik akan tetapi dengan menerapkan atau tidak menerapkannya sapta pesona jumlah kunjungan tetap tinggi. Apakah jumlah kunjungan yang tinggi ke DTW Pasar Kreneng dipengaruhi oleh karakteristik dari wisatawan tersebut. Bahwa selama ini penelitian hanya mengungkapkan secara umum bahwa persepsi wisatawan terhadap sapta pesona mendapatkan hasil 15% sangat puas, 68% puas, 17% tidak puas (Evelianti & Hedayani, 2018), sedangkan penelitian (Sugiarti & Fikri, 2021) menunjukkan tingkat kepuasan wisatawan sedang terhadap objek wisata alam yang diteliti, dan nilai terendah pada faktor kebersihan. Selama ini juga belum ada penelitian secara spesifik apakah ada perbedaan dari faktor demografi terhadap sapta pesona. Maka berdasarkan fenomena tersebut perlu dilakukan penelitian mengenai preferensi wisatawan terhadap atribut wisata sapta pesona yang pada penelitian ini khusus pada Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng. Dengan tujuan mengetahui preferensi wisatawan sebagai data pendukung di dalam peningkatan kualitas sapta pesona pada DTW Pasar Kreneng.

## 2 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng yang dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Jenis data penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data yang bersumber dari data primer. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pasar Kreneng. Teknik pengambilan sampling yang di gunakan dalam mengambil sampel (*non probability sampling*) yakni *purposive sampling*. *Purposive sampling* (pengambilan sampel ditargetkan atau dipertimbangkan). Dalam menentukan sampel kriteria atau syarat mengacu pada wisatawan yang mengunjungi Pasar Kreneng dengan kelompok usia 17 s/d 65 tahun, dengan tujuan melakukan aktivitas kuliner di DTW Pasar Kreneng. Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data yaitu angket/kuesioner dan skala yang digunakan adalah skala Guttman. Teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuesioner yang diolah dalam bentuk *google form*. Dari link *google form* tersebut akan diubah menjadi file *QR code*, sehingga responden dapat memanfaatkan *smartphone* untuk mengisi kuesioner tersebut. Teknik analisis data yang digunakan dalam memproses data menjadi informasi yaitu teknik deskriptif kuantitatif dengan metode analisis *Chi Square* untuk mengetahui perbedaan demografi wisatawan dengan preferensi wisatawan terkait sapta pesona.

## 3 Pembahasan

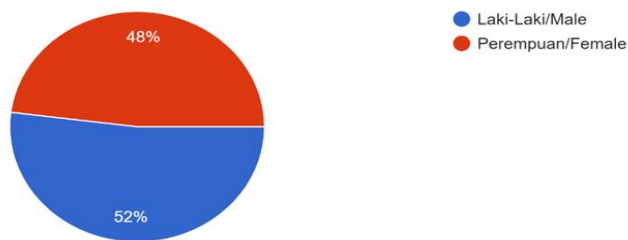
### 3.1 Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng

Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng merupakan sebuah pasar tradisional yang berada di Denpasar, Bali. Pada tahun 1983 Pasar Kreneng dibangun pada masa jabatan Gubernur Bali Prof. Dr. Ida Bagus Mantra. Pasar Kreneng dulunya merupakan area terminal angkutan. Lambat laun seiring berjalannya waktu berubah menjadi pusat perdagangan dan ditetapkan menjadi sebuah daya tarik wisata. Pasar Kreneng dikelola oleh Perusahaan Umum Daerah Pasar Sewakadarma Kota Denpasar (Perumda). Waktu berjalan untuk wisata kuliner malam di DTW Pasar Kreneng mulai dari pukul sore sampai malam hari. Tipe bangunan untuk tempat kuliner di DTW Pasar Kreneng dibagi menjadi dua tipe bangunan yaitu tipe permanen dan semi permanen. Sarana Prasarana atau fasilitas yang tersedia di Pasar Kreneng yaitu pembangunan pusat informasi wisata/*TIC (Tourism Information Center)*, toilet, pembangunan plaza/ pusat jajanan kuliner, tempat ibadah, dan gapura identitas.

### 3.2 Profil Wisatawan di Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng

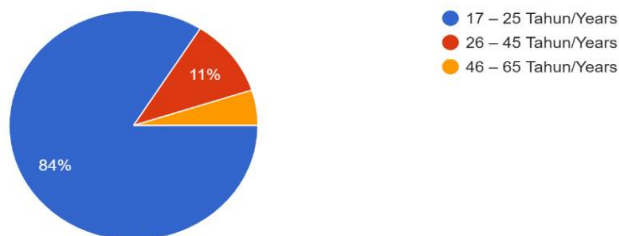
Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Kepala Daya Tarik Wisata Pasar Kreneng menyatakan bahwa tidak terdapat jumlah data wisatawan yang berkunjung ke Pasar Kreneng. Maka pada penelitian ini penyebaran kuesioner diberikan kepada 100 orang responden yang sudah di targetkan dan hasil penyebaran yang terkumpul mendapatkan keseluruhan atau 100% responden, dapat dilihat sebagai berikut:

#### 1. Segmentasi Demografis



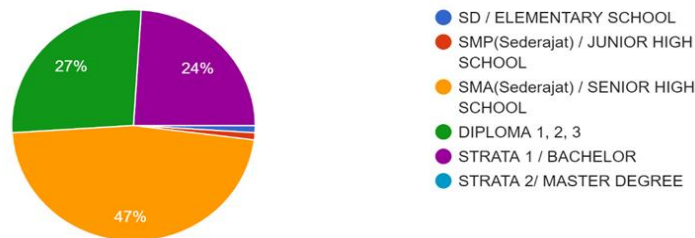
**Gambar 1.** Hasil Olahan Kuesioner Jenis Kelamin Wisatawan

Jumlah responden terkait jenis kelamin memperoleh hasil dari 100 orang wisatawan yang berkunjung ke DTW Pasar Kreneng berjenis kelamin laki-laki yang berjumlah 52 orang atau sebesar 52%. Sedangkan 48 orang atau sebesar 48% berjenis kelamin perempuan. Hasil ini menunjukkan bahwa wisatawan laki-laki yang mendominasi berkunjung ke DTW Pasar Kreneng di dalam penelitian ini. Akan tetapi antara laki-laki dan perempuan perbedaannya tidak terlalu jauh berbeda, sehingga tidak dapat dikatakan bahwa DTW Pasar Kreneng lebih diminati wisatawan berjenis laki-laki saja. Pernyataan ini didukung oleh penelitian (Keliobas et al., 2019) bahwa terkait jenis kelamin wisatawan laki-laki dan perempuan tidak ada bedanya atau sama-sama memiliki minat untuk melakukan aktivitas kegiatan wisata.



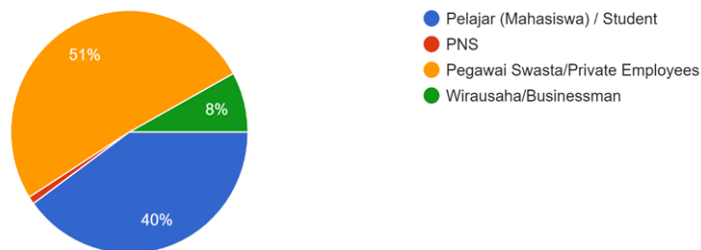
**Gambar 2.** Hasil Olahan Kuesioner Usia Wisatawan

Berdasarkan gambar tersebut wisatawan yang datang berkunjung ke DTW Pasar Kreneng sebagian besar didominasi usia 17 hingga 25 tahun sebanyak 84 orang atau 84%, kemudian usia 26 hingga 45 tahun sebanyak 11 orang atau 11% dan sebanyak 5 orang atau 5% berusia 46 hingga 65 tahun. Hasil ini memperoleh bahwa usia wisatawan yang banyak berkunjung ke DTW Pasar Kreneng adalah usia 17 hingga 25 tahun yang dimana pada kenyataannya juga Pasar kreneng berdampingan dengan sekolah, perguruan tinggi maupun perkantoran sehingga usia ini condong mendominasi. Tentunya seseorang pada usia ini lebih senang dalam mencari maupun mengeksplor tempat kuliner untuk dijadikannya pengalaman tempat berwisata. Serupa dengan penelitian (Nuraini et al., 2021) yang menyatakan bahwa “usia 15-25 tahun suka dan senang melakukan perjalanan untuk mencari pengalaman baru”.



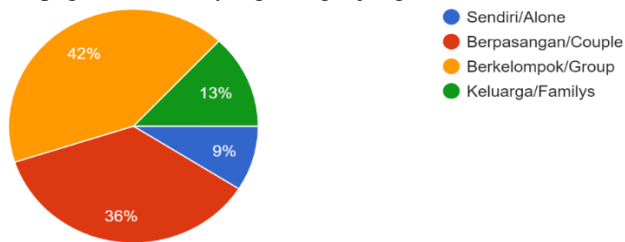
Gambar 3. Hasil Olahan Kuesioner Pendidikan Terakhir Wisatawan

Berdasarkan olahan data tersebut terdapat 47 orang dengan latar belakang pendidikan terakhirnya SMA/Sederajat dengan persentase 47%, wisatawan dengan pendidikan terakhir Diploma 1,2,3 dengan persentase 27% atau 27 orang, 24 orang wisatawan pendidikan terakhir Strata 1 dengan persentase 24%, 1 orang wisatawan berlatar belakang pendidikan terakhir SD dan SMP/Sederajat dengan persentase 1%. Maka pada penelitian ini latar belakang pendidikan terakhir wisatawan yang berkunjung ke DTW Pasar Kreneng didominasi oleh SMA/Sederajat. Menurut penelitian (Keliobas et al., 2019) “tingkat pendidikan dapat mempengaruhi jenis aktivitas kegiatan pariwisata yang dilakukan”. Dimana kegiatan eksplor kuliner di pasar malam sangat diminati wisatawan yang pendidikan terakhirnya SMA/Sederajat.



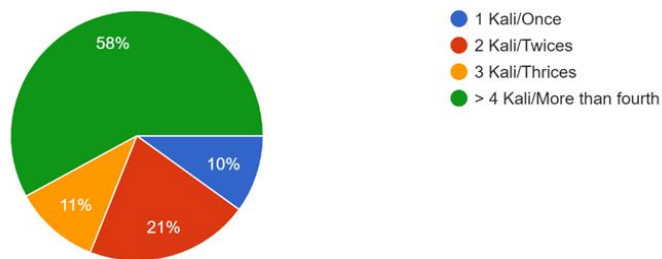
Gambar 4. Hasil Olahan Kuesioner Pekerjaan Wisatawan

Data yang ditunjukkan pada gambar diatas menunjukkan bahwa mayoritas pekerjaan responden sebagai pegawai swasta 51 orang atau 51%, 40 orang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa memiliki persentase 40%, 8 wisatawan dengan pekerjaan wirausaha sebesar 8%, dan 1 orang wisatawan sebagai PNS dengan persentase 1%. Ini menunjukkan bahwa dalam aspek latar belakang pekerjaan wisatawan sebagian besar adalah pegawai swasta yang mengunjungi DTW Pasar Kreneng.



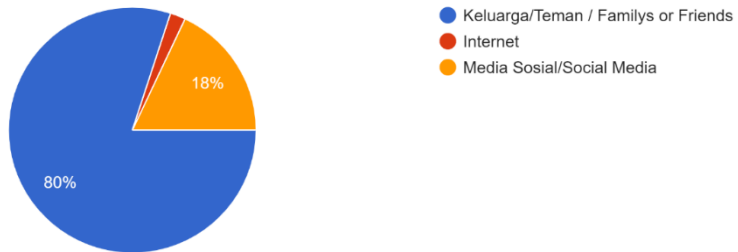
**Gambar 5.** Hasil Olahan Kuesioner Tipe Wisatawan

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa tipe wisatawan saat berkunjung ke DTW Pasar Kreneng 42% dengan responden sebanyak 42 orang dengan tipe kunjungan bersama kelompok/grup. 36% atau 36 orang berpasangan, 13% atau 13 orang bersama keluarga dan 9% atau 9 orang sendiri. Wisatawan yang mengunjungi DTW Pasar Kreneng sebagian besar bersama kelompok/grup sesuai perolehan data diatas.



**Gambar 6.** Hasil Olahan Kuesioner Frekuensi Kunjungan

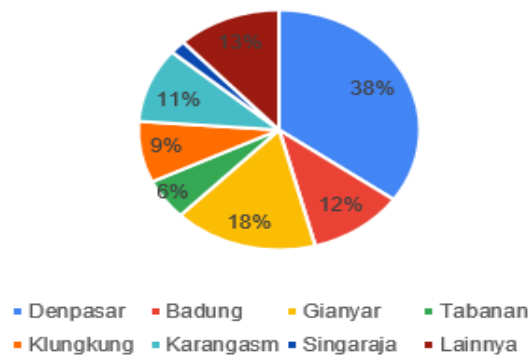
Berdasarkan gambar diatas wisatawan ke DTW Pasar Kreneng memiliki frekuensi kunjungan lebih dari 4 kali dengan presentase 58% dengan banyak responden 58 orang. Frekuensi kunjungan 2 kali diwakili oleh 21 responden dengan persentase 21%, yang kemudian untuk frekuensi kunjungan 3 kali diwakili 11 wisatawan dengan persentase 11%, dan yang terakhir frekuensi kunjungan 1 kali mempunyai 10 responden dengan persentase 10%.



**Gambar 7.** Hasil Olahan Kuesioner Sumber Informasi

Gambar di atas menunjukkan hasil sumber informasi dari wisatawan dari mana mengetahui terkait keberadaan mengenai wisata kuliner di DTW Pasar Kreneng, Hasil yang diperoleh paling banyak dari orang terdekat yaitu keluarga/teman dengan persentase sebesar 80% atau sebanyak 80 wisatawan. Kemudian 18% atau 18 orang mengetahui dari media sosial dan dari internet juga mengetahui keberadaan wisata kuliner Pasar Kreneng dengan sebesar 2% atau sebanyak 2 responden.

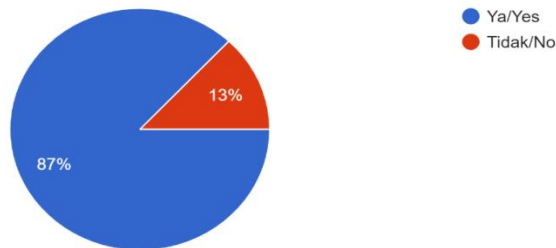
## 2. Segmentasi Geografis



**Gambar 8.** Hasil Olahan Kuesioner Daerah Asal Wisatawan

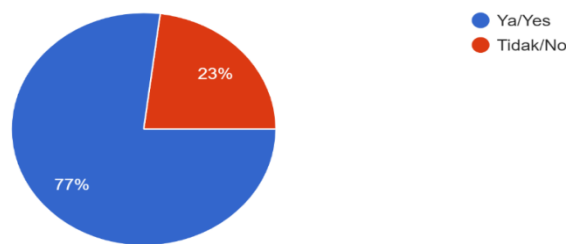
Pada gambar diatas daerah Denpasar menunjukkan bahwa daerah asal wisatawan yang paling mendominasi berkunjung ke DTW Pasar Kreneng dengan presentasi 38% dan sebanyak 38 responden dari total keseluruhan 100 oarang responden. Bahwanya hasil yang diperoleh ini menunjukkan daerah Denpasar sangat tertarik untuk memilih Pasar Kreneng sebagai tempat wisata eksplor kuliner dibandingkan dengan daerah atau wilayah lainnya , tentunya juga karena lokasi Pasar Kreneng yang berada di pusat kota sehingga sangat dekat untuk sesama area Denpasar.

### 3. Segmentasi Psikografis



**Gambar 9.** Hasil Olahan Data Kuesioner *Personal Indulgences*

Terkait *Personal Indulgences* dimana wisatawan mengunjungi DTW Pasar Kreneng terlihat bahwa sebesar 87% wisatawan dengan total 87 responden melakukan perjalanan ke DTW Pasar Kreneng untuk memuaskan diri sendiri tentunya dengan jalan-jalan ke DTW Pasar Kreneng dan melakukan aktivitas yang tersedia disana dapat memberikan kepuasan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Al Akbar, 2014) bahwanya juga sebesar 60,19% wisatawan yang melakukan wisata ke suatu tempat wisata adalah untuk mendapatkan kebahagiaan pribadi dengan menikmati tempat yang dikunjungi karena dengan di dapatkannya rasa kepuasan tersebut akan memberikan kesan, rasa bahagia maupun senang dengan pengalaman yang didapatkannya itu. Maka dari hal tersebut, bahwanya wisatawan memiliki motivasi atau keinginan besar terhadap hal yang bisa membuat mereka merasa bahagia, puas dan senang tentunya untuk memuaskan diri dan memenuhi keinginan pribadi mereka dengan menikmati pengalaman perjalanan ke suatu tempat yang mereka kunjungi.

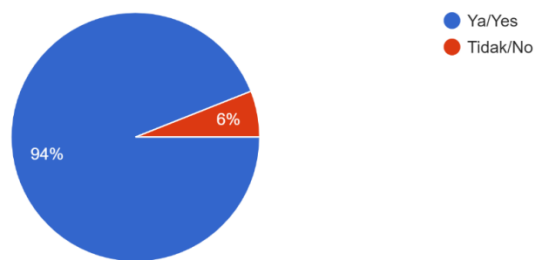


**Gambar 10.** Hasil Olahan Data Kuesioner *Romance and Relaxation*

Gambar diatas tersebut menunjukkan bahwa hasil presentase 77% yang diperoleh atau sebanyak 77 wisatawan datang ke DTW Pasar Kreneng dan melakukan aktivitas wisata dengan maksud dan tujuan untuk membebaskan segala penat, rasa lelah atau hal yang membuat merasa terbebani dari padatnya kegiatan rutinitas sehari-hari. Da-



lam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Imaduddin, 2019) memperoleh hasil bahwa “sebanyak 89% wisatawan yang melakukan perjalanan kuliner melakukan perjalanan dengan tujuan dan motivasi untuk bersantai dan memulihkan diri”. Oleh karena itu, wisatawan yang berkunjung ke DTW Pasar Kreneng dapat disimpulkan bahwa datang ke DTW Pasar Kreneng dengan memiliki motivasi untuk *romance and relaxation*.



**Gambar 11.** Hasil Olah Data Kuesioner Eksplorasi Kuliner Lokal

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa dari total jumlah 100 orang wisatawan, 94% atau 94 wisatawan tersebut memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kuliner lokal di DTW Pasar Kreneng. Dimana sesuai dengan aktivitas yang tersedia yaitu wisata kuliner tentunya menjadi hal yang wajib dicoba. Dengan tujuan wisatawan ekplorasi kuliner ke DTW Pasar Kreneng tersebut maka kuliner lokal yang ada di pasar Kreneng tetap harus di pertahankan.

### 3.3 Preferensi Wisatawan di Daya Tarik Wisata Budaya Pasar Kreneng

Hasil preferensi wisatawan terhadap sapta pesona dan hasil dari analisis *chi square* terkait demografis terhadap sapta pesona dapat dilihat pada tabel berikut:

**Table 1.** Hasil Analisis Chi Square Preferensi Wisatawan Terhadap Sapta Pesona

No	Sapta Pesona	Indikator	Hasil Pref.	Demografis				Hasil X <sup>2</sup>
				Jenis Kelamin	Usia	Pen-didikan	Peker-jaan	
1	Kea-manan	Sarana Prasarana	68%	0,220	0,824	0,613	0,457	Tidak Beda
		Kesela-matan Jiwa dan Barang	52%	0,324	0,124	0,994	0,595	Tidak Beda
2	Keterti-ban	Segi In-formasi	80%	0,342	0,516	0,726	0,022	Tidak Beda

3	Kebersihan	Pelayanan Saat Mengantri	82%	0,553	0,480	0,868	0,873	Tidak Beda
		Sarana dan Prasarana	53%	0,981	0,279	0,311	0,269	Tidak Beda
		Area Lingkungan	56%	1,000	0,176	0,406	0,109	Tidak Beda
4	Kesejukan	Pencayaan Area Kuliner	89%	1,000	0,376	0,569	0,751	Tidak Beda
		Terjaga Penataan Tempat Kuliner	68%	0,625	0,164	0,938	0,759	Tidak Beda
5	Keindahan	Tertata rapi						
		Tempat Kuliner Bergaya	94%	0,102	0,245	0,108	0,036	Tidak Beda
6	Keramanan	Tradisional						
		Tata Letak barang Tertata	64%	0,927	0,323	0,635	0,187	Tidak Beda
		Rapi Penjual Memberikan Pelayanan	88%	0,873	1,000	0,319	0,535	Tidak Beda
7	Ke-nangan	Petugas Memberikan Informasi	87%	0,660	0,432	0,938	0,430	Tidak Beda
		Kemasan Dari Produk Makanan Khas	57%	0,728	0,733	1,000	0,343	Tidak Beda
			94%	1,000	1,000	1,000	0,344	Tidak Beda

### Aspek Keamanan.

*Keamanan Penggunaan Sarana dan Prasarana Serta Fasilitas Yang Terjaga Dengan Baik.*

Dari hasil penelitian preferensi wisatawan terhadap keamanan pada tabel diketahui bahwa 68% atau sebanyak 68 responden menyatakan bahwa penggunaan sarana dan

prasarana serta fasilitas yang terjaga dengan baik. Pengamanan dan pemeliharaan sarana prasarana dengan melakukan usaha pencegahan terhadap kemungkinan terjadinya kerusakan, penodaan/pengotoran akan memperoleh nilai tambah pada DTW tersebut. Berdasarkan observasi untuk fasilitas parkir di Pasar Kreneng saat ini sudah menggunakan e-parkir atau parkir elektronik. Fasilitas tersebut sangat dijaga dengan baik akan tetapi e-parkir ini tidak dipergunakan pada saat malam hari. Dari segi fasilitas toilet pun dapat dikatakan sudah memenuhi standar kebersihan.

*Keamanan Bebas dari Rasa Takut dan Khawatir akan Keselamatan Jiwa dan Barang yang Dibawa.*

Dari hasil penelitian preferensi wisatawan terhadap keamanan pada tabel dapat diketahui bahwa 52% atau sebanyak 52 responden menyatakan bahwa terkait aspek bebas dari rasa takut dan khawatir akan keselamatan jiwa dan barang yang dibawa belum sepenuhnya merasa aman. Dari segi keamanan, terutama di tempat parkir walaupun demikian sudah tersedianya e-parkir jika belum dapat digunakan sepenuhnya tidak ada gunanya jika tidak dapat mengatasi rasa aman, takut akan kenyamanan wisatawan. Meskipun tergolong mampu memenuhi akan tetapi Pasar Kreneng nyata-nyata perlu lebih memperhatikan lagi terkait keamanan wisatawan.

**Aspek Ketertiban.**

*Ketertiban dari Segi Informasi Sehingga dengan Mudah Mendapatkan Informasi.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 80% atau sebanyak 80 responden menyatakan bahwa Pasar Kreneng tertib dari segi informasi sehingga dengan mudah mendapatkan informasi. Hasil observasi menemukan bahwa pos informasi aktif dalam memberikan informasi baik itu di pagi maupun malam hari. Dengan demikian sudah terdapat kesadaran akan karyawan/pengelola.

*Ketertiban Tertib dari Segi Mutu Pelayanan Saat Mengantri Makanan.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 82% atau sebanyak 82 responden menyatakan bahwa Pasar Kreneng tertib dari segi mutu pelayanan saat mengantri makanan. Hasil observasi menemukan bahwa pedagang menerapkan antrian dalam memesan makanan sehingga pengunjung tidak ada kata rebutan untuk memesan makanan. Dengan demikian sudah terdapat kesadaran akan pedagang untuk menerapkan antrian untuk kenyamanan wisatawan.

**Aspek Kebersihan.**

*Kebersihan Kebersihan Sarana dan Prasarana yang Terawat dengan Baik.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 53% atau sebanyak 53 responden menyatakan bahwa kebersihan sarana dan prasarana yang terawat dengan baik. Oleh

demikian perawatan sarana prasarana perlu diperhatikan agar terciptanya kenyamanan wisatawan ketika memanfaatkan sarana prasaran tersebut. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa terdapat petugas kebersihan yang selalu menjalankan tugasnya.

*Kebersihan area lingkungan saat makan tetap terjaga dengan bersih.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 56% atau sebanyak 56 responden menyatakan bahwa kebersihan area lingkungan saat makan tetap terjaga dengan bersih. Kebersihan pada dasarnya menjadi hal utama dalam sebuah daya tarik wisata dimana dengan keadaan yang bersih akan membuat wisatawan merasa nyaman. Lingkungan yang bersih adalah komponen penting dari keindahan yang berdampak juga pada kesehatan serta kenyamanan yang pada akhirnya jika suatu tempat itu dalam keadaan bersih akan menarik wisatawan untuk datang berkunjung. Pemeliharaan kebersihan lingkungan di Pasar Kreneng harus perlu diperhatikan lagi terutama bau tidak sedap yang mengganggu.

#### **Aspek Kesejukan.**

*Pencahayaan Area Kuliner Pasar Kreneng Sangat Terjaga.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 89% atau sebanyak 89 responden menyatakan bahwa pencahayaan area kuliner Pasar Kreneng sangat terjaga. Sebagian besar pedagang di Pasar Kreneng khususnya untuk kuliner baik itu di bangunan permanen maupun semi permanen menggunakan pencahayaan lampu berwarna putih sehingga meninggalkan kesan cerah kejelasan terhadap produk yang dijual.

*Penataan Tempat Kuliner Pasar Kreneng Tertata Rapi Sehingga Sirkulasi Udara Lancar.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 68% atau sebanyak 68 responden menyatakan bahwa penataan tempat kuliner Pasar Kreneng tertata rapi sehingga sirkulasi udara lancar. Pasar Kreneng memiliki 2 jenis bangunan kuliner yaitu, permanen dan semi permanen. Untuk jenis bangunan permanen dibangun dan sudah disediakan oleh pasar dengan keadaan bangunan yang permanen terdapat atap yang tertutup serta berlantai. Dan jenis bangunan semi permanen yaitu didirikan oleh para pedagang sendiri dan menggunakan gerobak ataupun meja panjang dengan atap terpal yang dipasang langsung oleh pedagang. Sehingga dapat dikatakan tempat untuk kuliner sudah cukup tertata.

#### **Aspek Keindahan.**

*Tempat makan Pasar Kreneng yang bergaya tradisional memberikan kesan khas tersendiri.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 94% atau sebanyak 94 responden menyatakan bahwa tempat makan Pasar Kreneng yang bergaya tradisional memberikan kesan khas tersendiri. Suasana tradisional membuat wisatawan merasa nyaman dan merasakan keotentikan dari Pasar Kreneng yang unik melalui tampilan bangunan, fasilitas yang tersedia, cara penyajian makanan yang berciri khas budaya Bali. Suasana tradisional tersebut sangat merepresentasikan Pasar Kreneng sebagai DTW Budaya.

#### *Tata Letak Pengaturan Barang-Barang Tertata dengan Rapi.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 64% atau sebanyak 64 responden menyatakan bahwa tata letak pengaturan barang-barang tertata dengan rapi. Penataan produk harus dapat menarik perhatian pembeli dengan memperhatikan penempatan produk akan meninggalkan kesan pertama yang dilihat oleh wisatawan bahwa tempat tersebut mempresentasikan rapi dan bersih. Maka dengan demikian sebagian besar pedagang di Pasar Kreneng sudah merealisasikan terkait penempatan produk yang dijual.

#### **Aspek Keramahan.**

##### *Penjual di Pasar Kreneng Memberikan Pelayanan Maksimal.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 88% atau sebanyak 88 responden menyatakan bahwa penjual di Pasar Kreneng memberikan pelayanan maksimal. Wisatawan merasa puas ketika mereka melakukan pembelian dengan diberikan sebuah pelayanan dengan sikap penjual yang ramah, sopan dan handal tentunya hal tersebut juga akan berdampak secara tidak langsung bahwanya wisatawan tersebut akan melakukan pembelian ulang di tempat tersebut.

##### *Petugas di Pasar Kreneng Memberikan Informasi dengan Ramah dan Sopan.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 87% atau sebanyak 87 responden menyatakan bahwa petugas di Pasar Kreneng memberikan informasi dengan ramah dan sopan. Dengan memberikan pelayanan yang bermutu tinggi akan memberikan rasa kepercayaan dan kepuasan kepada wisatawan. Dengan begitu petugas Pasar Kreneng yang responsif memberikan informasi mempresentasikan bahwa nya sangat memperhatikan kenyamanan akan wisatawan.

#### **Aspek Kenangan.**

##### *Kemasan dari Produk yang Dibeli Meninggalkan Kesan Tersendiri.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 57% atau sebanyak 57 responden menyatakan bahwa kemasan dari produk yang dibeli meninggalkan kesan tersendiri. Tampilan kemasan suatu produk sesungguhnya akan memberikan pengaruh di mata pembeli. Akan tetapi kenyataan yang terlihat di Pasar Kreneng pedagang tidak memper-

dulikan tampilan kemasan akan produk yang dijual, tentunya hal tersebut disesuaikan bahwanya Pasar Kreneng merupakan tempat yang tergolong sederhana dan tradisional sehingga menyesuaikan untuk kemasan produknya.

*Kenangan dari Makanan Khas yang Ada di Pasar Kreneng Mampu Membuat Mereka Berkunjung Kembali.*

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa 94% atau sebanyak 94 responden menyatakan bahwa makanan khas yang ada di Pasar Kreneng mampu membuat mereka berkunjung kembali. Kenangan dari segi makanan khas terlebih yang berada di area pasar tentu memberikan kesan tersendiri, penampilan produk yang ditawarkan sederhana akan tetapi menawarkan rasa yang lezat dengan harga yang ekonomis sehingga memberikan kesan tersendiri.

Didukung dengan penelitian (Adhinugroho, 2022) yang dimana hasil yang diperoleh tidak jauh berbeda dengan hasil yang didapat dari penelitian peneliti yang menyatakan bahwa jenis kelamin, usia dan pendidikan puas terhadap keseluruhan atribut sapta pesona. Pada penelitian (Adhinugroho,2022) digunakan sebagai pembandingan yang secara umum sama dengan penelitian peneliti dimana memperoleh hasil bahwa responden jenis kelamin laki-laki 45% dan perempuan 55% menyatakan puas terhadap sapta pesona dan tidak jauh berbeda dengan penelitian peneliti responden jenis kelamin laki-laki 52% dan perempuan 48% tidak memiliki perbedaan terhadap sapta pesona maka hasilnya laki-laki dan perempuan sama-sama puas terhadap sapta pesona.

Para wisatawan merasakan kondisi yang aman, tidak merasa ada gangguan tindak kejahatan maupun ancaman, sarana prasarana yang juga aman sehingga minim dari resiko kecelakaan. Wisatawan merasakan suasana yang cukup tertib dan teratur, merasakan fasilitas yang baik dengan pencahayaan yang terjaga, dan penataan tempat kuliner yang cukup baik. Akan tetapi kebersihan lingkungan yang masih sedikit kurang, seperti bau yang tidak sedap mengganggu. Wisatawan sangat menikmati pemandangan Pasar Kreneng yang masih bergaya tradisional, dimana budaya baik dari penjual maupun petugas sekitar yang ramah, dan dapat memberikan kesan penerimaan yang hangat bagi wisatawan. Wisatawan mendapatkan pengalaman yang baik dan berkesan selama mengunjungi Pasar Kreneng baik dari ciri khas Pasar Kreneng maupun dari makanan khasnya.

## **4 Kesimpulan**

Simpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan tersebut yaitu, dari karakteristik wisatawan ke DTW Pasar Kreneng didominasi oleh laki-laki dengan usia wisatawan 17 hingga 25 tahun dengan latar belakang pendidikan SMA/Sederajat dan latar belakang pekerjaan sebagai pegawai swasta. Tipe wisatawan ke Pasar Kreneng yaitu berkelompok/grup dengan frekuensi kunjungan lebih dari 4 kali, mendapatkan informasi terkait Pasar Kreneng melalui keluarga/teman. Se-

dangkan untuk preferensi wisatawan yang berkunjung ke Pasar Kreneng berdasarkan Sapta Pesona menghasilkan nilai yang tertinggi Keindahan (94%), Kenangan (94%), disusul Kesejukan (89%), Keramahan (88%), selanjutnya Ketertiban (82%), Keamanan (68%) dan terakhir terdapat Kebersihan (56%).

Adapun saran yang dapat diberikan untuk dapat diimplementasikan yaitu, Kepada Dinas Pariwisata Kota Denpasar untuk membantu dan mensupport dalam peningkatan kualitas sarana dan prasarana, mengenalkan DTW Pasar Kreneng kepada lebih banyak wisatawan melalui sosial media maupun website yang dipergunakan sebagai media promosi maupun media informasi yang berisikan artikel terkait keunikan atau hal yang menarik yang ada di Pasar Kreneng. Dengan Adanya informasi tersebut dapat dijadikan sebagai preferensi bagi wisatawan untuk mengetahui sumber informasi dari tempat wisata mereka. Dann Kepada Pengelola DTW Pasar Kreneng dalam peningkatan kualitas yang ditunjukan kepada wisatawan dengan standar karakteristik wisatawan yang berkunjung dilihat dari kebersihan baik itu sarana prasarana dan lingkungan di area Pasar Kreneng yang harus diperbaiki, keamanan terkait pengawasan dan penjagaan di area Pasar Kreneng. Selain itu peduli dan mengetahui terkait fasilitas yang dibutuhkan wisatawan dari hal yang kecil seperti menyediakan tempat sampah dan fasilitas umum lainnya yang terawat, bersih dan membuat nyaman. Karena dilihat pada kenyataanya saat ini wisatawan datang ke suatu tempat wisata akan banyak mengabadikan momen dan segala aktivitasnya dengan berfoto, sehingga dengan tempat yang nyaman dan bersih tentu akan membuat citra yang baik pada DTW Pasar Kreneng.

## References

1. Adhinugroho, D. W. (2022). *Pengaruh Program Sapta Pesona Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Obyek Wisata Alam di Indonesia*. <http://repository.unsada.ac.id/5671/>
2. Al Akbar, W. (2014). *Studi Potensi Wisata Kuliner di Kabupaten Indramayu Provinsi Jawa Barat*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta
3. Evelianti, D., & Hedayani, E. (2018). Persepsi Pengunjung Terhadap Sapta Pesona Wisata Alam Gasing Water Bay Barca Banyuasin. *JURNAL SWARNABHUMI: Jurnal Geografi Dan Pembelajaran Geografi*, 3(2), 124. <https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v3i2.2603>
4. Imaduddin, M. H. F. (2019). *Analisis Preferensi Wisatawan Nusantara terhadap Wisata Kuliner di Kota Bandung*. (Skripsi). Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung. [http://repository.stp-bandung.ac.id/bitstream/handle/123456789/1055/MUHAMMAD\\_HAIKAL\\_FARRAS\\_IMADUDDIN\\_201520562-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repository.stp-bandung.ac.id/bitstream/handle/123456789/1055/MUHAMMAD_HAIKAL_FARRAS_IMADUDDIN_201520562-2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
5. Keliobas, N., Latupapua, Y. T., & Pattinasarany, C. K. (2019). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Pantai Gumumae Di Kecamatan Bula

- Kabupaten Seram Bagian Timur. *Jurnal Hutan Pulau-Pulau Kecil*, 3(1), 25–39. <https://doi.org/10.30598/jhpk.2019.3.1.25>
6. Keputusan Wali Kota Denpasar No 188.45 tahun 2020 Tentang Penerapan Daya Tarik Wisata Kota Denpasar. [https://tnde.denpasarkota.go.id/files/tte/tnde\\_surat\\_keluar\\_sign/tte-002296-SRT-0620211\\_conv.pdf](https://tnde.denpasarkota.go.id/files/tte/tnde_surat_keluar_sign/tte-002296-SRT-0620211_conv.pdf). (2021). 4–7.
  7. Nuraini, W., Qurniati, R., & Dewi, B. S. (2021). Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Gunung Masurai di Taman Nasional Kerinci Seblat (Visitor Perceptions of Mount Masurai Tourism Object in Kerinci .... *Prosiding Fahutan*. <https://journal.uniku.ac.id/index.php/prosiding-fahutan/article/view/6408%0Ahttps://journal.uniku.ac.id/index.php/prosiding-fahutan/article/viewFile/6408/3172>
  8. *Pengertian Daya Tarik Wisata*. Undang-Undang Republik Indonesia Nomer 10 Tahun 2009 Kepariwisataaan. [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)
  9. *Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 10 Tahun 2015 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Daerah Provinsi Bali Tahun 2015-2029* (pp. 1–63). <https://jdih.baliprov.go.id/produk-hukum/peraturan/abstrak/23389>
  10. Sugiarti, T., & Fikri, M. (2021). Tingkat Kepuasan Wisatawan terhadap Sapta Pesona Wisata Air Terjun Sedudo. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 5(1), 245–256. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.01.23>
  11. Sunarti, S. W. R., & Hakim, L. (2017). Penerapan Sapta Pesona Pada Desa Wisata (Analisis Persepsi Wisatawan atas Layanan Penyedia Jasa di Kampung Wisata Kungkuk, Desa Punten, Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(2), 195–202. <https://media.neliti.com/media/publications/187115-ID-penerapan-sapta-pesona-pada-desa-wisata.pdf>