

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pariwisata didefinisikan sebagai sebuah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai potensi atau nilai jual dalam beberapa aspek, seperti aspek pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, pertahanan dan keamanan. Pariwisata mempunyai peran penting dalam perekonomian banyak negara karena dapat menciptakan lapangan kerja, menghasilkan pendapatan dan mempercepat pembangunan infrastruktur dan industri pendukung. Selain itu, pariwisata dapat mempromosikan pertukaran budaya antara masyarakat yang berbeda dan memperkaya pengalaman individu untuk memahami keanekaragaman dunia.

Keberagaman budaya dan kuliner dapat ditawarkan oleh pasar tradisional Indonesia menjadi salah satu daya tarik utamanya. Setiap pasar memiliki nuansa dan identitasnya sendiri. Para wisatawan dapat menemukan beragam barang antik, kerajinan tangan, pakaian tradisional, serta bahan makanan segar dan rempah-rempah yang unik di setiap pasar. Selain itu, pengunjung juga berkesempatan untuk menikmati aneka masakan khas Indonesia melalui warung-warung dan pedagang kaki lima di sekitar area pasar. Pasar tradisional di Indonesia bukan hanya tempat untuk berbelanja, melainkan merupakan pintu gerbang kekayaan budaya, pengalaman otentik, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Keberagaman produk, serta dampak positifnya terhadap perekonomian daerah menjadikan pasar tradisional sebagai destinasi wisata yang tidak terlupakan.

Pasar tradisional yang berada di Wuhan, Tiongkok, mengacu pada usaha ritel kecil yang sebagian besar dimiliki oleh keluarga. Lokasi ini menawarkan berbagai produk kebutuhan sehari-hari seperti daging, ikan, buah, sayur, bahan makanan, dan peralatan rumah tangga. Bisnis ritel tradisional, termasuk pasar tradisional, sering disebut sebagai sektor ritel "non-terstruktur". Di negara-negara berkembang, pasar tradisional seringkali kurang dilengkapi dengan infrastruktur

sebanding dengan supermarket modern, dan seringkali kurang memperhatikan kebersihan dan keamanan pangan. Permasalahan terkait limbah, air, dan polusi lingkungan juga dapat terjadi di pasar tradisional tersebut (Tran, T. T. N. 2023).

Beberapa penelitian telah mencatat bahwa minat dan preferensi wisatawan terhadap keunikan makanan lokal di suatu tujuan memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi pilihan destinasi dikemukakan oleh Mak et al. (2017), (Cohen dan Avieli, 2004; Robinson dan Getz, 2016; Sharples dan Hall, 2004). Namun, hubungan antara nilai konsumsi makanan lokal oleh wisatawan, citra makanan dari destinasi tersebut, sikap wisatawan terhadap makanan lokal, dan perilaku mereka belum sepenuhnya ditelusuri (Choe dan Kim, 2018). Maka dari itu dalam penelitian Michael dan Hall (2004), untuk mencapai strategi pemasaran yang efektif, pemahaman yang mendalam terhadap perilaku wisatawan terkait dengan aspek makanan merupakan suatu hal yang penting (Cheng dan Huang, 2015) dalam kutipan (Rousta & Jamshidi, 2020)

Pasar tradisional yang ada di Indonesia memiliki daya tarik yang beragam sehingga wisatawan tertarik untuk mengunjungi dan menikmati karya-karya indah Indonesia. Pasar tradisional dikarakterisasikan oleh keberadaan beragam pedagang yang menawarkan barang dagangan mereka sendiri, sehingga setiap pedagang memiliki fleksibilitas dalam menetapkan harga. Proses transaksi di pasar tradisional umumnya melibatkan negosiasi antara pedagang dan pembeli, menyebabkan fluktuasi harga dan suasana pasar yang sering kali ramai dan kurang terstruktur. Meskipun demikian, banyak masyarakat yang masih memilih untuk berbelanja di pasar tradisional untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang didorong oleh sejumlah faktor. Selain faktor-faktor umum seperti kualitas barang, harga, kebiasaan, dan merek, preferensi konsumen dalam memilih produk juga dipengaruhi oleh proses produksinya, apakah dilakukan melalui aktivitas *insourcing* atau *outsourcing* Dwicahyani, dkk (2019) dalam kutipan (Dwicahyani & Muttaqin Benazir Imam Arif, 2019). Kurangnya sarana dan prasarana, serta kurangnya kenyamanan di pasar tradisional, menciptakan jurang yang semakin besar antara pasar tradisional dan pasar modern (sumber: Kompasiana, 2023).

Tabel 1.1
Jumlah Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Kota Pekanbaru

NO.	BULAN	JUMLAH KUNJUNGAN WISNUS TAHUN (orang)						
		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1	Januari	40,434	42,404	51,888	82,313	77,617	96,083	111,145
2	Februari	35,788	35,788	40,788	63,800	52,393	74,578	96,036
3	Maret	39,298	41,498	42,398	70,570	16,285	70,019	89,201
4	April	39,047	39,047	43,047	73,945	1,200	70,268	57,968
5	Mei	38,404	38,404	41,504	62,676	4,471	76,848	152,606
6	Juni	89,325	90,825	91,525	161,502	31,959	72,269	143,536
7	Juli	37,482	37,502	41,528	23,792	30,933	51,440	82,509
8	Agustus	35,177	35,241	35,177	20,955	29,945	49,508	86,896
9	September	37,828	37,828	37,828	20,782	22,420	62,420	98,396
10	Oktober	44,684	44,684	44,684	25,831	28,566	83,011	100,726
11	November	50,996	50,996	53,002	21,559	33,207	94,478	112,719
12	Desember	69,037	69,037	81,037	43,817	37,239	122,167	144,353
JUMLAH TOTAL		557,500	563,254	604,406	671,542	366,235	923,089	1,276,091

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Pekanbaru

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke Kota Pekanbaru meningkat setiap tahunnya. Kota Pekanbaru sebagai ibukota Provinsi Riau merupakan daerah yang menarik bagi pencari kerja dan mengalami pertumbuhan pesat dalam berbagai bidangnya. Meskipun minat untuk mengunjungi Pekanbaru sempat menurun pada tahun 2020 karena dampak wabah COVID 19 yang sedang melanda, namun pada tahun berikutnya minat tersebut terus meningkat.

Pekanbaru dikenal karena objek wisata buaatannya yang menarik perhatian para wisatawan, salah satunya adalah Pasar Bawah. Pasar ini adalah pasar tradisional tertua di Kota Pekanbaru yang selalu diminati wisatawan untuk berkunjung dan telah menjadi sangat populer di kalangan penduduk sejak sekitar abad ke-18. Pemerintah provinsi setempat telah mengubahnya menjadi destinasi wisata dengan meresmikannya sebagai "Pasar Wisata." Pasar tradisional ini awalnya didirikan oleh Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah, raja ke-4 dari dinasti Siak Sri Indrapura, yang berkuasa di wilayah Senapelan, yang sebelumnya adalah nama kota Pekanbaru. Terletak di utara pusat kota, pasar ini berfungsi sebagai pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai barang, termasuk aksesoris dan

dekorasi rumah tangga berkualitas ekspor dan impor. Pasar Bawah Kota Pekanbaru adalah salah satu tempat belanja yang sangat diminati wisatawan, dan setelah diresmikan sebagai Pasar Wisata, banyak wisatawan dari dalam dan luar kota yang berkunjung ke sana (Afifi dalam Wardhani, 2017: 2) dikutip dalam (Hidayattullah, 2023).

Tabel 1.2
Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Pasar Bawah Kota Pekanbaru

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Pasar Bawah Kota Pekanbaru
2019	60,100
2020	55,317
2021	85,239
2022	122,942
2023	104,529

Sumber : Disbudpar Kota Pekanbaru

Peningkatan signifikan dalam jumlah kunjungan wisatawan ke pasar bawah di Kota Pekanbaru dapat terlihat dari data tabel yang telah disajikan di atas. Kenaikan tersebut dapat disebabkan karena pasar bawah menyediakan beragam oleh-oleh khas Riau dan juga produk oleh-oleh impor dari negara tetangga, dan menjadikannya destinasi yang lengkap untuk berbelanja oleh-oleh bagi para wisatawan. Dengan kedatangan sejumlah besar pengunjung dari berbagai wilayah dan adanya variasi gaya hidup di antara mereka, telah terjadi dampak terhadap persepsi pengunjung terhadap produk souvenir yang ditawarkan oleh pasar tradisional serta keputusan mereka untuk membelinya. Pada tahun ini dapat dilihat bahwa semakin menurunnya minat wisatawan untuk berkunjung ke Pasar Bawah. Hal ini sering kali disebabkan oleh perbedaan karakteristik pengunjung, seperti pengaruh lingkungan tempat tinggal, kondisi ekonomi atau sosial, dan faktor-faktor lainnya (Sharpley, 1994). Beberapa dari pengunjung mengeluh karena patokan harga yang semakin naik (Raffa, 2023) Interpretasi ini berpotensi memengaruhi persepsi pengunjung terhadap pasar wisata tersebut, sehingga menyebabkan pandangan yang beragam terhadapnya. Data tabel di atas mengenai kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Pasar Bawah Kota Pekanbaru saat ini

tidak lagi membedakan antara wisatawan Nusantara dan mancanegara. Situasi ini berpotensi menimbulkan ketidakakuratan dalam evaluasi perdagangan internasional di Pekanbaru.

Pasar bawah adalah pasar wisata yang menjual banyak makanan tradisional dan seni lainnya. Saat ini mengalami proses renovasi pada bulan November 2023 mendatang, sehingga pedagang di pasar tersebut harus segera diungsikan ke Tempat Penampungan Sementara (TPS). Data yang dihimpun oleh RIAU ONLINE menunjukkan bahwa sejumlah kios Pasar Bawah Pasar Wisata Kota Pekanbaru telah ditutup, beberapa kios yang tersisa pada Jumat, 13 Oktober 2023. Seorang pedagang dalam pasar, Badrianto (50), menyampaikan bahwa dari tanggal 23 Oktober, pedagang Pasar Bawah akan dimutasikan ke lokasi penampungan sementara, yaitu Pasar Kodim dan Pelabuhan Perindo. Badrianto juga memberikan penjelasan tambahan bahwa Pasar Bawah ini, sejalan dengan rencana pemerintah lewat Dinas Perindustrian serta Perdagangan (Disperindag) Kota Pekanbaru, hendak mengalami perbaikan selama kurun waktu sekitar satu tahun (sumber: Riau Online, 13 Oktober 2023).

Pasar Bawah di Jalan Saleh Abas, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau, sering kali memarkir kendaraan mereka secara sembarangan di tepi jalan. Tidak teraturnya penataan parkir di Pasar Bawah telah menyebabkan penyempitan ruas jalan yang seharusnya lebar, karena sebagian badan jalan digunakan sebagai tempat parkir mobil. Keadaan ini menghambat lalu lintas di daerah tersebut dan berpotensi menimbulkan kemacetan (Suharman 2023). Maka dari itu penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji keluhan dari para wisatawan terhadap preferensi dan tipologi wisatawan dalam meningkatkan minat berkunjung ke pasar bawah Kota Pekanbaru. Melalui penelitian tersebut, dapat dipahami dan mencoba mencari solusi dari beberapa keluhan tersebut seperti, adanya papan petunjuk arah di dalam pasar agar memudahkan wisatawan mencari sesuatu yang diinginkannya, penyuluhan untuk menggunakan *digital marketing* agar wisatawan mengetahui jika ada hal promo dan lain sebagainya, dan pembukaan lahan parkir yang cukup dapat menampung kendaraan wisatawan.

Penelitian yang mengkaji tentang preferensi dan tipologi wisatawan ini banyak juga diteliti oleh orang lain, seperti penelitian yang diteliti oleh Zulia, Faizah, Efrita. (2020). Studi ini mengenai Persepsi Konsumen pada Bauran Pemasaran di Pasar Wisata Kota Pekanbaru yang menghasilkan temuan bahwa respons dari partisipan terhadap bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, promosi, pelaksanaan, proses, dan bukti fisik secara umum mencapai skor yang memuaskan. Meskipun demikian, beberapa indikator mendapatkan skor rendah, khususnya terkait harga produk yang dinilai lebih tinggi daripada di tempat lain. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan pada aspek ciri khas produk agar dapat bersaing dengan pasar lain. Terkait harga, disarankan agar disesuaikan dengan standar yang berlaku di tempat lain. Oleh karena itu, persepsi konsumen terhadap strategi pemasaran sangat penting, karena konsumen memiliki peran penting dalam menilai dan mempromosikan, baik melalui rekomendasi personal maupun melalui ulasan di media sosial. Dalam mengatasi masalah yang muncul, terutama terkait harga di Pasar Bawah Kota Pekanbaru, penting untuk mewujudkan situasi yang nyaman yang menjadikan konsumen puas dan termotivasi untuk mengunjungi pasar tersebut secara berulang.

Penelitian berikutnya dengan jenis serupa juga dikaji oleh Dea Purnama, Rose Rahmidani yang berjudul Pengaruh Preferensi Wisatawan Pada Keputusan Berkunjung Objek Wisata Mifan Waterpark & Resort Padang Panjang, dari hasil terungkap preferensi wisatawan mempunyai dampak positif signifikan pada keputusan untuk mengunjungi Objek Wisata Mifan Waterpark di Padang Panjang. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa preferensi wisatawan memiliki peran esensial sebagai penetapan keputusan berkunjung ke objek wisata, begitu juga dengan Pasar Bawah di Kota Pekanbaru.

Penelitian sebelumnya belum banyak yang telah meneliti hubungan preferensi wisatawan terhadap minat berkunjung wisatawan. Sebagai Kebaharuan penelitian lebih lanjut dibutuhkan untuk memahami faktor-faktor yang menjadi kategori dari preferensi wisatawan. Lalu pada penelitian ini juga membagi tipe wisatawan yang berkunjung ke suatu pasar tradisional, hal tersebut memiliki

kondisi yang berbeda dengan peneliti sebelumnya. Dengan melihat permasalahan dan urgensi di atas diperlukan pengkajian dengan melihat dari preferensi dan tipologi wisatawan. Harapannya, melalui penelitian ini, penulis dapat turut serta menampung keluhan dari wisatawan yang datang ke pasar bawah Kota Pekanbaru sehingga wisatawan merasa nyaman saat berkunjung. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **”Preferensi Dan Tipologi Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Ke Pusat Oleh-Oleh Khas Pasar Bawah Kota Pekanbaru”**

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai penjelasan latar belakang di atas, rumusan masalah penelitian mencakup:

1. Bagaimana minat kawasan Pasar Bawah khas Kota Pekanbaru sebagai cagar budaya?
2. Bagaimana minat & preferensi wisatawan terhadap oleh-oleh khas Kota Pekanbaru saat mengunjungi Pasar Bawah?
3. Bagaimana minat & tipologi wisatawan terhadap oleh-oleh khas Kota Pekanbaru saat mengunjungi Pasar Bawah?
4. Bagaimana cagar budaya, preferensi dan tipologi wisatawan terhadap minat berkunjung di Pasar Bawah Kota Pekanbaru?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai pemaparan rumusan masalah, maka tujuan penulisan dari penelitian ilmiah ini untuk:

1. Mengevaluasi dan Mengkaji kawasan di Pasar Bawah khas Kota Pekanbaru sebagai warisan budaya.
2. Mengetahui dan menganalisis minat & preferensi wisatawan terhadap oleh-oleh khas saat mengunjungi Pasar Bawah Kota Pekanbaru.
3. Mengetahui dan menganalisis minat & tipologi wisatawan terhadap oleh-oleh khas saat mengunjungi Pasar Bawah Kota Pekanbaru.
4. Mengetahui dan menganalisis minat wisatawan terhadap cagar budaya, preferensi dan tipologi wisatawan di Pasar Bawah Kota Pekanbaru.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat penelitian dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian diharap memiliki manfaat sebagai rujukan akademis maupun penelitian lainnya yang ingin melakukan kajian mendalam di Pasar Bawah Kota Pekanbaru, yang menjadikan penelitian bisa dikembangkan dengan baik.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Pengelola

Harapannya penelitian ini akan memberikan kontribusi kepada Pasar Bawah Kota Pekanbaru, dan dapat menambah wawasan tentang cagar budaya, preferensi dan tipologi wisatawan Pasar Bawah Kota Pekanbaru yang nantinya dapat dijadikan sarana untuk mengetahui Pasar Bawah tersebut sesuai yang diinginkan oleh wisatawan.

- b. Bagi Penulis

Pemelitian ini digunakan guna memenuhi persyaratan kelulusan di program studi Manajemen Industri Katering dengan meraih gelar Sarjana dan dapat menambah pengetahuan dan wawasan selama penelitian.