
PENGARUH PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP MINAT KUNJUNGAN DI PASAR BAMBU DESA WISATA BONJERUK

Oleh :

Baiq Zuhriana Rizki Safitri¹, I Putu Gede² & Lalu Mahsar³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Indonesia

E-mail: ¹zuhrianarizki@gmail.com, ²putualamanda@gmail.com,

³lombokmahsar@gmail.com

Article History:

Received: 08-01-2026

Revised: 09-01-2026

Accepted: 10-01-2026

Keywords:

Persepsi Wisatawan,
Minat Kunjungan,
Pasar Bambu,
Budaya Lokal, Ayam
Merangkat.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat kunjungan ke Pasar Bambu Desa Wisata Bonjeruk serta mengidentifikasi potensi budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Metode yang digunakan adalah campuran, meliputi pendekatan deskriptif kualitatif melalui observasi dan wawancara, serta analisis kuantitatif dengan regresi linier sederhana pada data kuesioner 100 responden. Hasil kualitatif menunjukkan bahwa Pasar Bambu memiliki kekayaan budaya lokal yang autentik, seperti kuliner khas Ayam Merangkat dan arsitektur tradisional beruqaq berbahan bambu. Analisis kuantitatif mengungkapkan bahwa persepsi wisatawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjungan dengan nilai signifikansi 0,000 dan t hitung 8,370 > t tabel 1,660. Persamaan regresi $Y = 13,229 + 0,468X$ menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu tingkat persepsi meningkatkan minat kunjungan sebesar 0,468 poin. Temuan ini menegaskan bahwa persepsi positif terhadap suasana, pelayanan, dan nilai budaya Pasar Bambu mendorong minat kunjungan dan kunjungan ulang. Hasil penelitian ini penting sebagai dasar pengembangan destinasi wisata berbasis budaya lokal yang berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) dikenal dengan kekayaan alam dan budayanya yang memikat, menjadikannya salah satu destinasi unggulan di Indonesia. Kabupaten Lombok Tengah, sebagai bagian dari NTB, memiliki potensi wisata yang beragam, termasuk alam, budaya, dan kuliner lokal. Salah satu desa wisata yang berkembang di wilayah ini adalah Desa Bonjeruk, yang menawarkan daya tarik seperti Panorama Sungai Kokoh Dalam, persawahan, kebun coklat dan kopi, serta peninggalan budaya seperti Masjid Tua Raden Nune Umas dan Rumah Datu Jonggat.

Di tengah tren wisata berbasis pengalaman, wisata kuliner menjadi salah satu daya tarik utama. Pasar Bambu Bonjeruk hadir sebagai destinasi kuliner budaya yang menyuguhkan makanan tradisional khas Suku Sasak seperti *ayam merangkat*. Sajian ini tidak hanya memberikan pengalaman rasa, tetapi juga merepresentasikan warisan budaya yang hidup di masyarakat.

Keberhasilan sebuah destinasi sangat dipengaruhi oleh persepsi wisatawan terhadap layanan, fasilitas, dan pengalaman yang mereka rasakan. Dalam hal ini, Pasar Bambu

Bonjeruk memiliki potensi besar, namun kajian mengenai pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat kunjungan masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan potensi budaya lokal di Pasar Bambu Bonjeruk serta menganalisis pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat kunjungan ke destinasi tersebut.

LANDASAN TEORI

Teori Persepsi

Persepsi merupakan hasil dari proses pengenalan dan interpretasi terhadap informasi yang diterima melalui pancaindra, yang kemudian diolah berdasarkan kondisi internal individu dan faktor eksternal lingkungan sekitarnya. Menurut Kotler, Keller, dan Kevin (2013), persepsi seseorang sangat bergantung pada dorongan yang diterima dari lingkungan serta kondisi individu itu sendiri. Sementara itu, Pride dan Ferrel (2013) menyatakan bahwa persepsi terbentuk melalui proses seleksi, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap rangsangan sensorik untuk menghasilkan makna terhadap suatu objek.

Faktor-faktor yang memengaruhi persepsi secara umum terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Walgito (2002) menyebutkan bahwa faktor internal mencakup kebutuhan psikis, kepribadian, dan pengalaman individu. Faktor eksternal, sebaliknya, berhubungan dengan lingkungan sekitar seperti ukuran objek, penempatan stimulus, dan intensitas warna yang dapat memengaruhi respons perseptual seseorang.

Menurut Ivancevich, Gibson, dan Donnelly (1997), faktor internal lebih lanjut dapat diklasifikasikan menjadi enam elemen utama: [1] kondisi fisiologis individu, [2] perhatian terhadap objek, [3] minat, [4] kebutuhan, [5] pengalaman, dan [6] suasana hati. Elemen-elemen ini menunjukkan bahwa setiap individu dapat memberikan tanggapan yang berbeda terhadap rangsangan yang sama tergantung pada kondisi pribadi dan emosionalnya.

Teori Wisatawan

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, wisatawan adalah seseorang yang melakukan kegiatan wisata, yaitu perjalanan ke suatu tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau memahami keunikan daya tarik wisata. Definisi ini menunjukkan bahwa aktivitas wisata tidak terbatas pada hiburan semata, melainkan mencakup aspek edukatif, kultural, bahkan spiritual.

Pendit (2002) mengartikan wisatawan sebagai individu atau kelompok yang melakukan perjalanan untuk tujuan bersenang-senang dan menikmati pengalaman di tempat lain selama minimal 24 jam. Wisatawan memiliki karakteristik dan jenis yang berbeda tergantung pada pengalaman dan latar belakang mereka.

Berdasarkan tingkat pengetahuan dan pengalaman, wisatawan dapat dibagi menjadi tiga kategori: [1] mereka yang belum mengenal destinasi, [2] mereka yang sudah memiliki informasi dasar, dan [3] mereka yang ingin mengonfirmasi atau membandingkan pengalaman langsung dengan pengetahuan sebelumnya.

Oleh karena itu, persepsi wisatawan adalah proses penilaian individu terhadap pengalaman wisata berdasarkan kondisi internal dan rangsangan dari lingkungan eksternal, yang akan tercermin melalui sikap, opini, dan tindakan mereka terhadap suatu objek wisata.

Expectation Disconfirmation Theory (EDT)

Expectation Disconfirmation Theory (EDT) merupakan teori yang dikembangkan oleh Richard L. Oliver (1980) dan banyak digunakan untuk menjelaskan terbentuknya kepuasan

atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan. Dalam konteks pariwisata, teori ini relevan untuk memahami bagaimana wisatawan menilai pengalaman mereka terhadap suatu destinasi.

EDT menjelaskan bahwa kepuasan tercapai jika pengalaman aktual (*perceived performance*) setara atau melebihi harapan awal (*expectation*). Sebaliknya, jika pengalaman tidak memenuhi ekspektasi, maka akan terjadi ketidakpuasan (*negative disconfirmation*).

- 1) Elkhan dan Bakr (2015) menyusun model teoritis EDT dalam empat komponen utama: Harapan (*Hope*): Pandangan awal wisatawan terhadap layanan atau destinasi, yang sering dipengaruhi oleh rekomendasi, media, atau pengalaman orang lain.
- 2) Kinerja yang dirasakan (*Perceived Performance*): Evaluasi nyata wisatawan setelah berinteraksi langsung dengan destinasi.
- 3) Diskonfirmasi (*Disconfirmation*): Perbandingan antara harapan awal dan pengalaman aktual. Jika terjadi kesenjangan negatif, maka timbul ketidakpuasan.
- 4) Kepuasan (*Satisfaction*): Reaksi emosional wisatawan terhadap kesesuaian antara harapan dan kenyataan, yang kemudian memengaruhi niat untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan destinasi tersebut.

Teori Pengambilan Keputusan Wisatawan (*Tourist Decision-Making Theory*)

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang didukung oleh data kualitatif terbatas untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat kunjungan ke Pasar Bambu Bonjeruk, Lombok Tengah. Desain ini dipilih karena mampu menjelaskan hubungan antar variabel secara objektif melalui pengukuran numerik, sekaligus memungkinkan interpretasi kontekstual dari temuan melalui data terbuka.

Lokasi penelitian terletak di kawasan Pasar Bambu Bonjeruk, Desa Bonjeruk, Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, yang dipilih berdasarkan aksesibilitas, serta potensi wisata kuliner dan budaya lokal yang berkembang. Penelitian ini memfokuskan pengamatan pada wisatawan yang melakukan kunjungan langsung ke pasar tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan (lokal dan internasional) yang berkunjung ke Pasar Bambu Bonjeruk, dengan total 1.615 orang berdasarkan data rata-rata kunjungan selama dua bulan. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *incidental sampling* dengan rumus Slovin dan *margin of error* 10%, sehingga diperoleh 94 responden sebagai sampel penelitian.

Variabel yang diteliti meliputi persepsi wisatawan sebagai variabel independen dan minat kunjungan sebagai variabel dependen. Persepsi diukur berdasarkan enam indikator utama: [1] fisiologis, [2] pengalaman, [3] minat, [4] kebutuhan, [5] suasana hati, dan [6] motivasi. Sementara itu, minat kunjungan diukur melalui [1] ekspektasi, [2] kinerja yang dirasakan, [3] diskonfirmasi, [4] kepuasan dan [5] niat untuk kembali.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert lima poin, observasi langsung, dokumentasi, dan wawancara terbatas terhadap beberapa pengunjung dan pengelola pasar. Kuesioner disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel, dan telah melalui uji validitas menggunakan korelasi *product moment* serta uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha.

Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Teknik analisis yang digunakan meliputi statistik deskriptif, analisis regresi linear sederhana untuk melihat pengaruh antar variabel, uji-t untuk menguji pengaruh parsial

variabel independen terhadap dependen, serta uji-F untuk menguji pengaruh secara simultan. Pendekatan ini memungkinkan pengujian hipotesis secara kuantitatif dan penarikan kesimpulan secara sistematis dan terukur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Bonjeruk terletak di Kecamatan Jonggat, Kabupaten Lombok Tengah, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Secara geografis, desa ini berada di kawasan dataran rendah yang subur, dengan kontur wilayah yang relatif landai dan dilalui oleh aliran sungai kecil. Letaknya strategis di tengah Pulau Lombok, dengan akses mudah dari Bandara Internasional Lombok yang dapat ditempuh dalam waktu sekitar 30 menit perjalanan darat. Kondisi geografis ini mendukung aktivitas pertanian, permukiman, serta pengembangan wisata berbasis alam dan budaya. Salah satu pusat aktivitas wisata desa ini adalah Pasar Bambu Bonjeruk, yang terletak di Dusun Bat Peken. Pasar ini memanfaatkan ruang terbuka dengan nuansa alami dan tradisional, dilengkapi berugaq (gazebo khas Sasak) yang tersebar di area pasar. Lingkungan geografis yang asri dan tenang mendukung pengalaman wisata yang menonjolkan keaslian budaya lokal, serta menjadikan Pasar Bambu sebagai simpul penting dalam pengembangan wisata kuliner dan budaya di kawasan Lombok Tengah.

Analisis Potensi Budaya Lokal di Pasar Bambu Desa Wisata Bonjeruk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pasar Bambu di Desa Wisata Bonjeruk tidak hanya berfungsi sebagai ruang ekonomi, tetapi juga menjadi wahana pelestarian budaya lokal masyarakat Sasak. Berdasarkan observasi, wawancara, dan dokumentasi, ditemukan dua potensi budaya utama yang mendukung pengembangan desa wisata, yakni kuliner khas dan arsitektur tradisional.

Kuliner tradisional, khususnya sajian *Ayam Merangkat*, menjadi daya tarik utama yang merepresentasikan nilai-nilai adat Suku Sasak. Hidangan ini berasal dari tradisi “malam merangkat” dalam budaya kawin lari (*merarik*), dan disajikan secara komunal dalam satu nampan besar, melambangkan kebersamaan dan rasa syukur. Daya tarik kuliner ini diperkuat dengan pengakuan publik, termasuk kunjungan dan apresiasi dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Dari sisi arsitektur, Pasar Bambu menampilkan keunikan visual melalui penggunaan material bambu dan keberadaan *berugaq* (gazebo tradisional Sasak) yang menjadi ikon ruang sosial di pasar. Desain alami tanpa dinding dan teknik konstruksi tradisional tanpa paku menciptakan suasana yang sejuk dan nyaman, sekaligus menghidupkan kembali pengalaman “kembali ke desa”. Keberadaan elemen arsitektur ini memperkuat identitas lokal dan menambah nilai budaya bagi wisatawan.

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 wisatawan yang telah berkunjung ke Pasar Bambu Desa Wisata Bonjeruk. Responden terdiri dari 51% laki-laki dan 49% perempuan, menunjukkan distribusi yang cukup seimbang. Mayoritas berusia 21–30 tahun (67%) dan berasal dari dalam daerah (85%), dengan latar belakang pekerjaan didominasi oleh wiraswasta (44%) dan pelajar/mahasiswa (42%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen kuesioner diuji validitasnya menggunakan analisis Pearson Product Moment. Seluruh item menunjukkan nilai korelasi di atas r tabel (0,197) dan nilai signifikansi

< 0,05, sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas dengan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,954 (> 0,7), menunjukkan bahwa instrumen memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov dan Shapiro-Wilk menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), yang berarti data tidak berdistribusi normal. Namun, karena jumlah sampel besar (n = 100), analisis tetap dapat dilanjutkan berdasarkan Central Limit Theorem.

Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi menunjukkan bahwa persepsi wisatawan (X) berpengaruh positif terhadap minat kunjungan (Y) dengan persamaan regresi:

$$Y = 13,229 + 0,468X$$

Koefisien regresi sebesar 0,468 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan persepsi akan meningkatkan minat kunjungan sebesar 0,468 satuan.

Uji T (Parsial)

Uji t menghasilkan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05) dan t hitung 8,370 > t tabel 1,660. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi wisatawan berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap minat kunjungan.

Uji F (Simultan)

Uji F menunjukkan F hitung sebesar 70,054 > F tabel 3,09 dengan signifikansi 0,000. Ini membuktikan bahwa persepsi wisatawan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat kunjungan wisatawan.

Pembahasan

Pasar Bambu Desa Wisata Bonjeruk menunjukkan potensi budaya lokal yang kuat melalui kuliner tradisional, arsitektur khas, dan keterlibatan masyarakat, menciptakan pengalaman wisata autentik yang membentuk persepsi positif wisatawan. Hal ini sejalan dengan teori Kotler & Keller (2013) dan Walgito (2002) yang menyatakan bahwa pengalaman sensorik dan faktor internal seperti minat mempengaruhi persepsi. Selain itu, Expectation Disconfirmation Theory (Oliver, 1980) menjelaskan bahwa pengalaman yang melebihi ekspektasi meningkatkan kepuasan dan niat kunjungan ulang.

Analisis kuantitatif mengonfirmasi bahwa persepsi wisatawan berpengaruh positif signifikan terhadap minat kunjungan, dengan persamaan regresi $Y = 13,229 + 0,468X$ dan dukungan uji statistik. Temuan ini mendukung Tourist Decision Making Theory (Moutinho, 1987) yang menekankan peran persepsi dalam keputusan kunjungan. Dengan demikian, pengalaman budaya autentik di Pasar Bambu menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas dan meningkatkan kunjungan wisatawan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengkaji pengaruh persepsi wisatawan terhadap minat kunjungan di Pasar Bambu Desa Wisata Bonjeruk dengan melibatkan 100 responden. Hasil menunjukkan bahwa Pasar Bambu memiliki potensi budaya lokal yang kuat, seperti kuliner tradisional dan arsitektur khas, yang didukung oleh peran aktif masyarakat. 2] Persepsi positif wisatawan terhadap suasana, pelayanan, dan keaslian budaya berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat kunjungan.

Saran

Pengelola Pasar Bambu Desa Wisata Bonjeruk dan masyarakat disarankan untuk

terus melestarikan dan mengembangkan potensi budaya lokal seperti kuliner tradisional, seni pertunjukan, dan arsitektur khas dengan inovasi yang tetap mempertahankan nilai tradisional. 2] Penting untuk menjaga dan meningkatkan unsur-unsur yang membentuk persepsi positif wisatawan, termasuk pelestarian budaya, penyajian suasana pasar yang otentik, keramahan pelayanan, serta kebersihan dan keteraturan pasar guna meningkatkan minat kunjungan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Murianto, M. (2019). Desa Bonjeruk sebagai Desa Wisata Berbasis Alam dan Budaya di Lombok Tengah. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 8(1).
- [2] Aulia, A. R., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh city branding “a land of harmony” terhadap minat berkunjung dan keputusan berkunjung ke puncak, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(3), 67-75.
- [3] Jaelani, A. (2016). *Metodologi penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish
- [4] Stylos, N., Vassiliadis, C. A., Bellou, V., & Andronikidis, A. (2016). Destination images, holistic images and personal normative beliefs: Predictors of intention to revisit a destination. *Tourism management*, 53, 40-60.
- [5] Yandi, A., Mahaputra, M. R., & Mahaputra, M. R. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjungan Wisatawan (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan dan Multi Talenta*, 1(1), 14-27.
- [6] Nieamah, K. F. (2014). Persepsi wisatawan mancanegara terhadap fasilitas dan pelayanan di candi prambanan. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 6(1), 39-45.
- [7] Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung, Alfabeta.