

Persepsi Pengunjung terhadap Aktivitas Pedagang di Kawasan Taman Wisata Kelapa Lima, Kota Kupang

Rakhel Gabriela Fuah¹, Monica Rasty Lobang², Merchy Yumita Kause³, Aprianus Paskalius Taboen⁴

¹²³⁴ Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nusa Cendana

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juni, 2025

Revised Juni, 2025

Accepted Juni, 2025

Available online Juni, 2025

rielagabriela18@gmail.com,

lobangrasty@gmail.com,

merchykause2@gmail.com,

aprianus.taboen@staf.undana.ac.id

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Taman Wisata Kelapa Lima di Kota Kupang merupakan ruang publik strategis yang menopang dinamika sosial dan ekonomi masyarakat serta menjadi destinasi wisata utama. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya memahami persepsi pengunjung terhadap aktivitas pedagang di kawasan tersebut, mengingat kontribusi pedagang terhadap pengalaman wisata dan ekonomi lokal. Tujuan penelitian adalah menganalisis persepsi pengunjung terhadap aktivitas pedagang dengan menyoroti aspek pelayanan, variasi produk, kebersihan, dan interaksi sosial. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap delapan responden terpilih dan observasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengunjung bersifat kompleks: interaksi sosial yang ramah dan pelayanan pedagang meningkatkan kenyamanan, namun masalah kebersihan khususnya bau amis dan sampah dari penjual ikan menjadi faktor utama yang menurunkan kepuasan. Pembahasan merujuk pada Teori Persepsi Sosial Heider & Kelley (1958), yang menegaskan bahwa persepsi individu terhadap

aktivitas pedagang sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial dan kondisi lingkungan. Implikasi penelitian ini adalah perlunya pengelolaan sampah yang lebih baik, penataan area jualan yang terstruktur, serta pembinaan berkelanjutan bagi pedagang untuk menciptakan keseimbangan antara manfaat ekonomi dan kenyamanan pengunjung, sehingga membangun citra positif destinasi wisata.

Kata Kunci: Persepsi Pengunjung, Aktivitas Pedagang, Taman Wisata, Kota Kupang, Pariwisata Perkotaan

ABSTRACT

Kelapa Lima Tourism Park in Kupang City is a strategic public space supporting the social and economic dynamics of the community and serving as a major tourist destination. This study is motivated by the importance of understanding visitors' perceptions of vendor activities in the area, given the vendors' contributions to the tourism experience and the local economy. The research aims to analyze visitors' perceptions of vendor activities, focusing on service, product variety, cleanliness, and social interaction. A qualitative descriptive method was used, with data collected through in-depth interviews with eight selected respondents and field observations. The results show that visitors' perceptions are complex: friendly social interaction and vendor service enhance comfort, but cleanliness issues especially fish odors and waste significantly reduce satisfaction. The discussion refers to Heider & Kelley's (1958) Social Perception Theory, emphasizing that individual perceptions of vendor activities are strongly influenced by social

*Corresponding author

E-mail addresses: rielagabriela18@gmail.com

interaction and environmental conditions. The implication is the need for improved waste management, better-structured vending areas, and ongoing vendor training to balance economic benefits and visitor comfort, thereby building a positive image for the tourist destination.

Keywords: *Visitor Perception, Vendor Activities, Tourism Park, Kupang City, Urban Tourism*

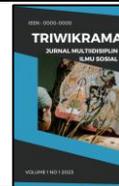
1. PENDAHULUAN

Ruang publik perkotaan memiliki peran yang sangat penting dalam menyediakan fasilitas untuk berbagai aktivitas sosial, ekonomi, dan rekreasi masyarakat. Salah satu contoh ruang publik yang memiliki peran strategis dalam dinamika sosial dan ekonomi adalah Taman Wisata Kelapa Lima di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur (NTT). Kawasan ini menjadi pusat interaksi sosial dan ekonomi yang dinamis, sekaligus menjadi destinasi wisata utama yang menarik banyak wisatawan. Keberadaan pedagang kaki lima di kawasan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam membentuk ekosistem pariwisata yang memengaruhi pengalaman wisata pengunjung. Meski demikian, penelitian mengenai persepsi pengunjung terhadap aktivitas pedagang di ruang publik wilayah Indonesia Timur, terutama di Taman Wisata Kelapa Lima, masih sangat terbatas (Zhang et al., 2023; Peimani & Kamalipour, 2022).

Penelitian ini berfokus pada tiga aspek utama persepsi masyarakat terhadap aktivitas pedagang di Taman Wisata Kelapa Lima, yaitu, Persepsi individu terhadap keberadaan dan aktivitas pedagang. Penilaian kontribusi aktivitas pedagang terhadap pengalaman wisata pengunjung. Evaluasi aspek kebersihan, kenyamanan, dan keamanan yang berkaitan dengan aktivitas pedagang, serta harapan atau masukan pengunjung terkait pengelolaan aktivitas pedagang di kawasan tersebut. Studi ini penting untuk mengisi kekosongan literatur dan memberikan kontribusi pada pengelolaan kawasan wisata berbasis persepsi pengunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk mengeksplorasi persepsi individu terhadap aktivitas pedagang di Taman Wisata Kelapa Lima, Kota Kupang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan delapan responden yang dipilih secara purposive, mewakili latar belakang sosial dan pengalaman kunjungan yang beragam. Validitas data dijaga melalui triangulasi dengan observasi partisipatif dan konfirmasi silang dengan responden. Analisis data merujuk pada teori fungsional Émile Durkheim dan teori persepsi sosial Heider & Kelley (1958), yang menekankan pentingnya interaksi sosial dan kondisi lingkungan dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap aktivitas pedagang di ruang publik

Beberapa penelitian terkait telah dilakukan di berbagai wilayah untuk memahami persepsi terhadap pedagang di ruang publik. Misalnya, Zhang et al. (2023) mengkaji persepsi terhadap pasar jalanan di Beijing Road, Guangzhou, dan menemukan bahwa kebersihan dan keberagaman produk memengaruhi minat wisatawan. Penelitian oleh Ren (2023) mengenai kenyamanan akustik di ruang terbuka perkotaan menunjukkan bahwa persepsi suara dan kebisingan sangat memengaruhi kenyamanan individu. Di sisi lain, penelitian oleh Peimani dan Kamalipour (2022) menunjukkan bahwa pandangan terhadap pedagang kaki lima di kawasan wisata dapat berkontribusi pada citra dan daya tarik suatu destinasi wisata. Persepsi pengunjung terhadap suatu destinasi wisata memegang peranan penting dalam membentuk citra dan daya tarik suatu tempat, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan mereka untuk berkunjung kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain

Meskipun banyak penelitian dilakukan di kawasan lain, kajian kualitatif mengenai pengalaman wisatawan terhadap aktivitas pedagang di ruang publik wilayah Indonesia Timur masih terbatas. Sebagian besar kajian sebelumnya dilakukan di wilayah lain, seperti penelitian oleh Mayang Putri Syahrani (2021) yang membahas persepsi pengunjung terhadap pedagang kaki lima di Jalan Lingkar Kota Palopo, Sulawesi Selatan. Penelitian ini menyoroti faktor kenyamanan dan persepsi pengunjung, namun tidak secara spesifik membahas kawasan wisata di Indonesia Timur. Penelitian lain oleh Salim Darmawan Poetra (2017) meneliti persepsi masyarakat terhadap keberadaan pedagang kaki lima di Kanal Banjir Timur, Jakarta, dan menemukan bahwa keberadaan pedagang memiliki dampak beragam



terhadap lingkungan fisik dan sosial, namun fokusnya tetap di kawasan perkotaan barat Indonesia. Selain itu, Ainun Ya'isy Shalihah dan Fauzi Mizan Prabowo Aji (2023) meneliti pengaruh pola aktivitas pengunjung terhadap efektivitas ruang publik di Dendang Melayu, Batam, yang juga menyinggung interaksi dengan pedagang kaki lima, namun tidak menyoroti pengalaman wisatawan di wilayah timur. Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kajian kualitatif mengenai pengalaman wisatawan terhadap aktivitas pedagang di ruang publik wilayah Indonesia Timur masih sangat sedikit ditemukan, sehingga penelitian lebih lanjut di kawasan ini sangat diperlukan. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan tersebut dengan fokus pada Taman Wisata Kelapa Lima di Kota Kupang, yang memiliki peran penting dalam dinamika sosial dan ekonomi lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara deskriptif mengenai latar belakang pengunjung Taman Wisata Kelapa Lima, frekuensi kunjungan mereka, serta mengidentifikasi jenis-jenis pedagang yang beraktivitas di lokasi tersebut. Fokusnya adalah memahami dinamika interaksi sosial dan ekonomi di ruang publik, serta bagaimana keduanya membentuk pengalaman wisata.

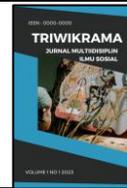
Penelitian ini memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan dalam bidang studi pariwisata perkotaan dan interaksi sosial di ruang publik. Persepsi wisatawan memiliki peran yang sangat penting dalam pembentukan citra destinasi dan mempengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi suatu tempat, termasuk interaksi dengan pedagang di ruang publik. Dengan mengidentifikasi aspek-aspek yang memengaruhi persepsi wisatawan terhadap aktivitas pedagang, penelitian ini diharapkan dapat memberi wawasan baru dalam pengelolaan kawasan wisata, khususnya di wilayah Indonesia Timur. Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola kawasan wisata dan pemerintah lokal untuk menciptakan kebijakan yang lebih inklusif, dengan mempertimbangkan kepentingan pedagang, pengunjung, dan pengelola kawasan wisata untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisata.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori persepsi sosial yang menjadi landasan utama dalam memahami bagaimana individu menilai perilaku orang lain dikembangkan oleh Fritz Heider, seorang psikolog Austria yang dikenal sebagai

"bapak teori atribusi." Dalam karyanya yang monumental, *The Psychology of Interpersonal Relations* (1958), Heider menegaskan bahwa manusia secara alami berperan sebagai "psikolog naif" yang berusaha mencari penjelasan atas perilaku orang lain melalui proses atribusi. Menurut Heider (1958), atribusi ini terbagi menjadi dua: atribusi internal, yang mengacu pada faktor-faktor dalam diri individu seperti kepribadian, motivasi, dan sikap; serta atribusi eksternal, yang berkaitan dengan situasi atau lingkungan di luar individu. Heider juga menyoroti bahwa dalam kehidupan sosial, manusia cenderung lebih menekankan faktor internal daripada eksternal ketika menilai perilaku orang lain, sebuah fenomena yang kemudian dikenal sebagai *fundamental attribution error*.

Pengembangan lebih lanjut dilakukan oleh Harold Kelley melalui model kovariansi (*covariation model*) pada tahun 1967-1973. Kelley menegaskan bahwa dalam menilai penyebab perilaku, individu menggunakan tiga dimensi utama: konsensus (apakah banyak orang berperilaku sama dalam situasi serupa), distinktivitas (apakah perilaku tersebut hanya muncul dalam situasi tertentu), dan konsistensi (apakah perilaku tersebut selalu muncul dalam situasi serupa dari waktu ke waktu). Dengan model ini, Kelley (1973) memberikan kerangka sistematis bagi individu untuk



menentukan apakah perilaku seseorang lebih dipengaruhi oleh faktor pribadi, stimulus, atau situasi tertentu.

Atribusi merujuk pada proses di mana seseorang mencoba untuk menjelaskan penyebab perilaku orang lain, apakah itu karena faktor internal (seperti kepribadian atau motif pribadi) atau faktor eksternal (seperti situasi atau lingkungan). Dalam konteks Taman Wisata Kelapa Lima, pengunjung mungkin menilai perilaku pedagang berdasarkan atribut internal seperti keramahan atau kualitas produk mereka, atau faktor eksternal seperti suasana taman atau fasilitas yang tersedia. Persepsi sosial adalah cara seseorang mengorganisir dan menafsirkan informasi sosial tentang orang lain. Dalam konteks pariwisata, ini berarti bagaimana pengunjung taman memandang pedagang kaki lima. Misalnya, jika pedagang menyambut pengunjung dengan ramah, pengunjung mungkin akan membangun persepsi positif terhadap pedagang tersebut, yang akan meningkatkan kenyamanan mereka.

Maka dari itu teori Heider dan Kelley sangat relevan untuk menganalisis bagaimana pengunjung membentuk persepsi terhadap aktivitas pedagang. Misalnya, pengunjung yang mengalami interaksi ramah dari pedagang mungkin akan melakukan atribusi internal menganggap keramahan tersebut sebagai sifat pribadi pedagang. Sebaliknya, jika suasana taman kurang mendukung atau fasilitas tidak memadai, pengunjung dapat melakukan atribusi eksternal terhadap perilaku pedagang yang kurang optimal. Dengan demikian, pemahaman atas teori persepsi sosial dari Heider (1958) dan pengembangan model kovariansi oleh Kelley (1973) memberikan kerangka kuat untuk menganalisis persepsi sosial dalam konteks pariwisata dan ruang publik.

3. METODE

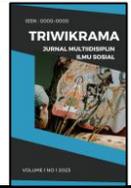
Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk mengeksplorasi persepsi individu terhadap aktivitas pedagang di Taman Wisata Kelapa Lima, Kota Kupang. Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 23 Maret selama kurang lebih tiga jam melalui wawancara mendalam dengan delapan responden yang dipilih melalui purposive sampling memiliki berbagai latar belakang sosial dan pengalaman yang berbeda terkait kunjungan mereka ke Taman Wisata Kelapa Lima, yang memberikan wawasan yang lebih representatif tentang persepsi Masyarakat yang berkunjung dari berbagai kelompok. Penelitian ini merupakan studi eksploratif yang bertujuan memberikan gambaran mendalam tentang pengalaman Kunjungan.

Pemilihan responden dilakukan dengan metode purposive sampling, memilih individu yang memiliki pengalaman langsung di Taman Wisata Kelapa Lima untuk mendapatkan wawasan yang lebih representatif. Validitas data dijaga dengan melakukan triangulasi melalui observasi partisipatif dan konfirmasi silang dengan responden. Dalam menganalisis data, penelitian ini menggunakan teori fungsional dari Émile Durkheim, yang menekankan bahwa setiap elemen dalam masyarakat memiliki fungsi untuk menjaga kestabilan dan keteraturan sosial. Dengan menggunakan pendekatan fungsional, penelitian ini berusaha untuk melihat bagaimana pedagang berinteraksi dengan masyarakat dan memberikan kontribusi terhadap stabilitas sosial dan kesejahteraan komunitas lokal, serta menghasilkan solusi terkait pengelolaan kawasan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Pengunjung dan Karakteristik Aktivitas Pedagang

Taman Wisata Kelapa Lima yang terletak di Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur, merupakan salah satu destinasi wisata yang cukup populer, baik di kalangan masyarakat lokal maupun pelancong domestik. Keberagaman yang terlihat pada pengunjung menunjukkan karakteristik



dinamis dari kawasan wisata ini. Taman ini didatangi oleh dua kelompok utama, yakni warga lokal dan wisatawan dari luar daerah.

Mayoritas yang datang ke taman ini adalah masyarakat lokal, yang rutin berkunjung untuk beraktivitas santai, berkumpul dengan teman atau keluarga, serta menikmati kuliner khas yang ditawarkan oleh pedagang kaki lima yang tersebar di sekitar area taman. Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar responden mengaku mengunjungi taman lebih dari sekali dalam seminggu, terutama pada sore hingga malam hari untuk menikmati sunset. Mereka lebih memilih untuk menikmati suasana pantai yang tenang sembari menikmati hidangan lezat yang disediakan oleh pedagang.

Warga lokal merasa nyaman karena taman ini menyediakan ruang publik yang aman untuk berinteraksi dan menikmati waktu luang. Di sisi lain, wisatawan domestik cenderung tertarik untuk merasakan pengalaman kuliner yang khas, seperti ikan bakar, jagung bakar, dan jajanan lainnya yang hanya bisa ditemukan di lokasi ini.

Pedagang kaki lima di Taman Wisata Kelapa Lima memainkan peran yang sangat penting dalam menciptakan suasana yang hidup dan dinamis. Mereka menawarkan beragam produk yang tidak hanya memuaskan kebutuhan kuliner, tetapi juga memperkaya pengalaman para pelancong. Produk yang dijual mencakup makanan ringan seperti jagung bakar dan roti bakar, makanan laut seperti ikan bakar, serta berbagai minuman segar dan jajanan lainnya. Selain itu, pedagang juga menawarkan aksesoris, mainan anak-anak, dan layanan hiburan kecil seperti persewaan mainan atau jasa foto.

Keberagaman produk yang disajikan oleh pedagang menambah daya tarik Taman Wisata Kelapa Lima, menjadikannya lebih hidup dan memberikan berbagai pilihan kepada mereka yang datang. Keberadaan pedagang ini tidak hanya memperkaya pengalaman, tetapi juga berperan besar dalam perekonomian lokal. Sebagaimana disebutkan dalam penelitian oleh Peimani & Kamalipour (2022), pedagang kaki lima yang beroperasi di ruang publik seperti ini turut mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat melalui penciptaan lapangan pekerjaan.

Interaksi yang terjadi antara pedagang dan mereka yang datang ke taman umumnya berlangsung dengan ramah dan informal. Banyak yang merasa nyaman berbincang dengan para penjual, yang menciptakan kesan positif terhadap suasana taman. Berdasarkan teori persepsi sosial yang dikemukakan oleh Heider & Kelley (1958), interaksi sosial yang positif semacam ini memiliki dampak yang besar dalam meningkatkan kenyamanan serta kepuasan mereka. Sebagai hasilnya, persepsi yang terbentuk tentang taman semakin positif, memperkuat citra taman sebagai destinasi wisata yang menyenangkan dan ramah.

Persepsi Pengunjung terhadap Kehadiran Pedagang

Persepsi wisatawan di Taman Wisata Kelapa Lima menunjukkan pandangan yang beragam. Sebagian besar pengunjung mengapresiasi keberadaan pedagang karena mereka memberikan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan kuliner dan menciptakan suasana yang hidup di kawasan tersebut.

Empat responden memberikan pandangan positif yang menonjolkan kontribusi pedagang dalam menciptakan pengalaman unik dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Hal ini sejalan dengan Teori Persepsi Sosial (Heider & Kelley, 1958), yang menyatakan bahwa interaksi sosial yang ramah dan responsif meningkatkan persepsi positif. Selain itu, penelitian oleh Upadhyay (2020) menunjukkan bahwa interaksi sosial yang terjalin antara wisatawan dan penduduk lokal,

termasuk pedagang, dapat memperkuat pengalaman wisata mereka dan mendukung citra positif dari suatu destinasi wisata.

R1:

"Kal menurut ma, senang senang sa namanya ju orang cari hidup jadi ke bantu bantu dong pu penghasilan dan, ini ju supaya kal ada yang mau datang duduk duduk di sini sn bosan bisa ddk sambil makan baru harga ju murah murah bar dong ju baik baik bisa di ajak duduk cerita sama sama."

R2:

"Sa waktu datang sini, pedagang ramah-ramah, suka bicar-bicar sama mereka. Jadi rasa nyaman datang ke sini."

Gambar 1. Wawancara Dengan Informan



Sumber: Dokumen Pribadi

Pernyataan ini sejalan dengan studi Syahrani (2019), yang menekankan bahwa persepsi Partisipan terhadap pedagang kaki lima di Kota Palopo dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, variasi produk, dan interaksi sosial yang baik. Penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi sosial yang positif meningkatkan persepsi individu yang datang secara keseluruhan.

Namun, Meskipun kualitas pelayanan dan interaksi sosial yang positif umumnya meningkatkan pengalaman wisata, masalah kebersihan seringkali mengurangi dampak positif tersebut. Pengunjung yang merasakan interaksi yang ramah dari pedagang cenderung lebih memaafkan masalah kebersihan, tetapi jika masalah kebersihan terlalu mengganggu, ini akan mengurangi kenyamanan mereka secara keseluruhan. Sebagai contoh, meskipun R1 dan R2 menilai interaksi sosial sangat positif, mereka tetap mengungkapkan kekhawatiran terkait kebersihan dan bau di sekitar area jualan.

Dimensi Persepsi: Kenyamanan, Keamanan, dan Kebersihan

Persepsi wisatawan terhadap sebuah destinasi sering kali dipengaruhi oleh kenyamanan yang mereka rasakan selama berada di tempat tersebut, yang mencakup kondisi lingkungan dan suasana sekitar. Keberadaan area pedagang kaki lima di Taman Wisata Kelapa Lima, misalnya, dapat menciptakan kesan yang berbeda tergantung pada kebersihan dan penataan ruang yang ada, yang pada akhirnya memengaruhi pengalaman wisata yang mereka dapatkan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa kebersihan dan kesehatan menjadi kriteria utama yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih pedagang kaki lima (Abd Hanan & Sadri, 2021). Kebersihan yang buruk dapat merusak persepsi pengunjung terhadap keseluruhan kualitas destinasi wisata, meskipun interaksi sosial dan kualitas pelayanan pedagang sudah baik (Shang, Li, & Ma, 2022).

Isu kebersihan menjadi perhatian utama di Taman Kelapa Lima, terutama akibat bau amis dari limbah organik penjual ikan dan kurangnya fasilitas pengelolaan sampah yang memadai. Kondisi ini berdampak langsung pada persepsi individu yang datang, karena pengelolaan sampah yang buruk di area publik dapat merusak citra destinasi wisata dan menurunkan kualitas

pengalaman kunjungan. Studi oleh Giri (2021) menegaskan bahwa sampah yang tidak dikelola dengan baik di kawasan wisata bukan hanya menimbulkan ketidaknyamanan, tetapi juga berpotensi menurunkan minat masyarakat untuk kembali berkunjung.

R4:

"Kalau masalah sampah tu, sanagt banyak di pinggir pante trus bacampor dengan bau laut jadi bau sn enak tamba deng ikan le, ktng sa mau cari tempat sampah ko mau buang sama sa sn ada, dan masi ada yang buag sampah sembarangan"

Gambar 2. Kondisi Laut Taman Wisata, Kelapa Lima, Kota Kupang.



Sumber: Dokumen Pribadi

Kutipan ini menekankan tampaknya Partisipan (R4) sangat prihatin dengan masalah sampah yang menumpuk dan bagaimana hal itu merusak pengalaman wisata. Ini dapat dikaitkan dengan isu kebersihan dan tata ruang yang muncul sebagai tema sentral dalam persepsi pelaku wisata dapat dijelaskan melalui Teori Persepsi Sosial oleh Heider dan Kelley (1958). Teori ini menyatakan bahwa individu mengembangkan pandangan berdasarkan interaksi sosial dan kondisi lingkungan di sekitarnya. Dalam konteks Taman Wisata Kelapa Lima, persepsi Individu yang datang terhadap aktivitas pedagang sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang bersih dan teratur.

Hal ini diperkuat oleh penelitian Gusman (2022), yang menemukan bahwa kondisi kebersihan Pantai Padang sangat mempengaruhi kepuasan masyarakat yang datang berkunjung. Dengan pengelolaan kebersihan yang memadai, keseluruhan pengalaman wisata bisa meningkat. Selain itu, Lee et al. (2021) menegaskan bahwa ruang publik yang kotor dan tidak tertata dapat menurunkan kualitas pengalaman wisata secara keseluruhan, memperkuat pentingnya pengelolaan limbah dan kebersihan lingkungan dalam membangun citra positif suatu kawasan wisata. Dengan demikian, isu bau amis dan limbah organik yang tidak dikelola di Taman Kelapa Lima sangat relevan sebagai aspek penentu kenyamanan dan persepsi positif masyarakat terhadap destinasi tersebut, sesuai dengan tema pengaruh aktivitas pedagang terhadap citra wisata.

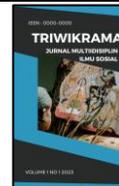
R7:

"sampah di sini tal banyak, kurang bagus"

R8:

"sn nyaman dengan banyak sampah"

Pernyataan R7 dan R8 tentang ketidaknyamanan akibat banyaknya sampah di kawasan wisata sangat didukung oleh temuan berbagai penelitian mutakhir. Rustiana et al. (2024) dalam penelitiannya di kawasan wisata Situ Bagendit menunjukkan bahwa peningkatan jumlah sampah yang tidak diimbangi dengan pengelolaan memadai berdampak langsung pada penurunan kenyamanan dan kepuasan masyarakat yang datang. Hambatan utama yang ditemukan adalah kurangnya fasilitas kebersihan dan partisipasi masyarakat dalam menjaga kebersihan, sehingga banyak individu merasa tidak nyaman berada di lingkungan yang penuh sampah.



Hal serupa juga ditemukan oleh Hartati, Handayani, dan Maryati (2023) dalam studi mereka di Pasar Modern Adaro, di mana keluhan utama masyarakat adalah bau menyengat dan sampah yang tidak terkelola dengan baik, yang secara signifikan menurunkan tingkat kenyamanan dan kepuasan masyarakat di kawasan tersebut. Data ini menegaskan bahwa isu sampah bukan hanya persoalan estetika, tetapi juga berdampak nyata pada persepsi dan pengalaman masyarakat di ruang publik wisata. Dengan demikian, temuan dari kedua jurnal tersebut memperkuat bahwa keberadaan sampah yang tidak terkelola memang menjadi faktor utama penurunan kenyamanan di kawasan wisata.

Pentingnya pengelolaan kebersihan ini juga diperkuat oleh penelitian yang menunjukkan bahwa kebersihan tidak hanya berhubungan dengan estetika, tetapi juga dengan kesehatan dan kenyamanan individu yang datang (Tsai et al., 2021). Selain itu, sebuah studi oleh Maphanga dan Madonsela (2023) mengungkapkan bahwa banyak pedagang yang membuang sampah sembarangan karena kurangnya fasilitas pengelolaan sampah yang memadai. Hal ini memperburuk persepsi pelaku wisata terhadap kualitas lingkungan sekitar.

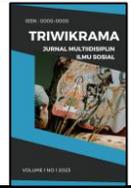
Mengacu pada studi tersebut, jelas bahwa pengelolaan sampah dan kebersihan sangat memengaruhi persepsi kunjungan terhadap pedagang di ruang publik. Untuk itu, pengelola kawasan wisata di Taman Wisata Kelapa Lima perlu meningkatkan fasilitas pengelolaan sampah dan memastikan kebersihan tetap terjaga untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih baik dan menyenangkan bagi wisatawan. Penelitian Oleh Anugerah et al. (2020) menunjukkan bahwa pengelolaan sampah yang efektif menjadi kunci dalam menciptakan suasana yang bersih dan nyaman bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan di Taman Wisata Kelapa Lima, di mana partisipan menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap kebersihan area dan pengelolaan sampah.

Keseimbangan antara interaksi sosial yang baik dan kebersihan yang terjaga menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang optimal bagi wisatawan. Oleh karena itu, pengelola kawasan wisata perlu memastikan bahwa pedagang tidak hanya memberikan pelayanan yang ramah, tetapi juga menjaga kebersihan lingkungan sekitar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan (Shang, Li, & Ma, 2022; Abd Hanan & Sadri, 2021).

Analisis menggunakan Teori Persepsi Sosial oleh Heider dan Kelley (1958) memperlihatkan bahwa persepsi individu terhadap aktivitas pedagang sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan yang mereka alami. Ketika lingkungan bersih dan tertata, maka persepsi terhadap pedagang dan kawasan wisata menjadi positif. Sebaliknya, lingkungan yang kotor dan tidak teratur menimbulkan persepsi negatif, meskipun interaksi sosial dan pelayanan sudah baik. Dengan demikian, keseimbangan antara interaksi sosial yang baik dan kebersihan yang terjaga menjadi kunci dalam menciptakan pengalaman wisata yang optimal dan membangun citra positif destinasi wisata seperti Taman Wisata Kelapa Lima

Interaksi antara Pengunjung dan Pedagang

Interaksi sosial dengan pedagang yang berlangsung di Taman Wisata Kelapa Lima memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman wisata pengunjung. Individu yang datang mengapresiasi interaksi sosial yang baik, dengan respon positif tentang kualitas pelayanan yang diberikan oleh pedagang. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa interaksi sosial yang ramah dan responsif dapat meningkatkan persepsi positif terhadap kualitas sebuah destinasi wisata (Lee et al., 2020; Gupta, Sajnani, & Gupta, 2021). Hal ini terlihat pada pengalaman kunjungan yang menganggap pedagang sebagai bagian yang mendukung kenyamanan mereka selama berada di lokasi, misalnya melalui layanan yang cepat dan sikap ramah dari para pedagang (Ren, 2023; Tilaki et al., 2021).



Hal ini sejalan dengan Penelitian Ilyas et al. (2023) menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Pantai Lasiana dapat memengaruhi preferensi anak milenial di Kota Kupang. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa ketika pedagang dapat menyediakan produk yang relevan dan sesuai dengan keinginan Pelaku wisata, hal ini dapat meningkatkan kepuasan orang yang datang dan ketertarikan mereka untuk kembali. Ini menggarisbawahi pentingnya kualitas pelayanan dan variasi produk dalam membentuk pengalaman wisata yang positif.

Menurut Teori Persepsi Sosial oleh Heider dan Kelley (1958), persepsi yang dibangun melalui interaksi sosial ini mempengaruhi cara individu menilai orang lain dalam konteks sosial, dan dalam hal ini, interaksi yang baik berkontribusi pada peningkatan persepsi positif Masyarakat yang berkunjung terhadap pedagang. Namun, meskipun terdapat pujian terhadap interaksi sosial, wisatawan juga menunjukkan keprihatinan terkait isu kebersihan dan penataan ruang yang kurang optimal, yang dapat mengurangi kenyamanan mereka dan mengganggu pengalaman wisata secara keseluruhan. Analisis menunjukkan bahwa keseimbangan antara kebutuhan ekonomi pedagang dan kenyamanan Kunjungan perlu dikelola dengan baik untuk memaksimalkan manfaat bagi keduanya.

Pengaruh Aktivitas Pedagang terhadap Citra Wisata Taman Kelapa Lima

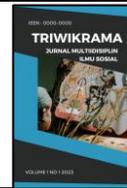
Aktivitas pedagang di kawasan wisata, termasuk di Taman Kelapa Lima, terbukti berpengaruh signifikan terhadap citra destinasi wisata. Penelitian terbaru oleh Musdalifah Rahmat (2024) menunjukkan bahwa pengembangan kawasan wisata yang melibatkan pelaku usaha kuliner dan UMKM secara langsung meningkatkan pendapatan masyarakat serta memperkuat daya tarik destinasi, terutama ketika didukung dengan penataan yang baik dan keunikan produk kuliner yang ditawarkan.

Bau amis yang berasal dari limbah organik penjual ikan di Taman Kelapa Lima merupakan contoh konkret masalah kebersihan yang dapat mengurangi kenyamanan dan kualitas pengalaman wisata. Pengelolaan sampah yang buruk, khususnya di area yang ramai aktivitas perdagangan seperti kawasan kuliner ikan bakar, seringkali menyebabkan aroma tidak sedap dan menurunkan persepsi masyarakat terhadap kebersihan destinasi tersebut. Hal ini sejalan dengan temuan Peimani dan Kamalipour (2022), yang menyatakan bahwa kawasan dengan kepadatan aktivitas perdagangan dan pengunjung tinggi, seperti pasar atau area penjualan makanan jalanan, rentan menghadapi persoalan pengelolaan sampah yang tidak memadai sehingga berdampak langsung pada kenyamanan dan persepsi masyarakat yang datang. seperti penempatan lapak pedagang yang sembarangan dan minimnya zonasi yang jelas, dapat menciptakan kesan kumuh dan mengurangi daya tarik visual kawasan wisata. Penelitian oleh Mwegoha et al. (2020) menunjukkan bahwa tata ruang yang tidak efektif dan kebersihan yang buruk dapat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap suatu kawasan, bahkan mengurangi keinginan mereka untuk melakukan kunjungan ulang.

R3:

"Katong sn suka dengan bau ikan di sini. Dia pung bau ke sangat mengganggu dan b dengan keluarga ke sn betah. Seharusnya ini tempat bajual ikan kas pindah sa pi pasar."

Masalah kebersihan dan bau yang ditimbulkan oleh pedagang dapat merusak citra taman. Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, beberapa responden, seperti R3, mengungkapkan keluhan terkait bau tidak sedap yang berasal dari penjual ikan dan penumpukan sampah yang tidak terkelola dengan baik. Seperti yang disampaikan oleh R3, juga menekankan, 'Katong sn suka dengan bau ikan di sini. Dia pung bau ke sangat mengganggu dan b dengan keluarga ke sn betah.



Seharusnya ini tempat bajual ikan kas pindah sa pi pasar,' yang menandakan adanya harapan untuk penataan yang lebih baik di masa depan."

Persepsi wisatawan terhadap aktivitas pedagang di Taman Wisata Kelapa Lima mencerminkan pandangan yang kompleks. Meskipun Masyarakat yang berkunjung menghargai keberadaan pedagang yang memberikan kemudahan dalam akses makanan dan atmosfer yang ramah, masalah kebersihan menjadi isu sentral. Dalam hal ini, keberadaan ikan dan aktivitas pedagang makanan yang tidak terkelola dengan baik menyebabkan ketidaknyamanan, seperti yang diungkapkan oleh responden.

Analisis dengan Teori Persepsi Sosial oleh Heider dan Kelley (1958), yang menyatakan bahwa persepsi individu terhadap suatu objek atau aktivitas sangat dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan interaksi sosial yang terjadi di sekitarnya. Dalam konteks Taman Kelapa Lima, persepsi masyarakat terhadap aktivitas pedagang sangat dipengaruhi oleh aspek kebersihan dan keteraturan lingkungan. Ketika lingkungan bersih dan tertata, persepsi terhadap pedagang dan kawasan wisata menjadi positif. Sebaliknya, jika lingkungan kotor dan tidak teratur, persepsi masyarakat akan cenderung negatif, meskipun interaksi sosial dan pelayanan pedagang sudah baik. Dengan demikian, keseimbangan antara manfaat ekonomi dari aktivitas pedagang dan pengelolaan lingkungan yang baik menjadi kunci dalam membangun citra positif destinasi wisata seperti Taman Kelapa Lima.

Harapan dan Saran Pengunjung terhadap Pengelolaan Kawasan Wisata

Pengelolaan sampah yang efektif sangat penting untuk menjaga kebersihan di ruang publik. Menurut Chaabane (2020), pengelolaan sampah yang baik dapat meningkatkan kualitas lingkungan destinasi wisata. Penelitian ini menekankan perlunya sistem yang lebih kuat untuk pengumpulan dan pemilahan sampah, yang bisa diterapkan di Taman Wisata Kelapa Lima untuk mencegah penumpukan sampah, terutama dari pedagang kaki lima. Selain itu, penelitian ini juga menyarankan untuk melibatkan komunitas lokal dan pedagang dalam praktik pengelolaan sampah, sehingga tercipta tanggung jawab bersama untuk menjaga kebersihan ruang publik.

Sejalan dengan hal ini, Mwegoha et al. (2020) menunjukkan bahwa pengelolaan sampah yang berkelanjutan sangat penting di area penjualan informal. Dengan menyediakan fasilitas pengelolaan sampah yang memadai dan melibatkan pedagang dalam pengumpulan sampah secara teratur, pemerintah daerah dapat menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan menarik bagi para wisatawan. Ini akan membantu mengatasi masalah bau amis dan penumpukan sampah yang saat ini dihadapi pengunjung.

R5:

"Kalau pedagang ditata dengan benar, yang tempt jual ikan dong kas pindah pi pasar mungkin lebih luas dan nyaman, ktng bisa jalan enak dan pedagang tetap dapat jualan."

R6:

"bae ju dong bajual deka sini supaya pas sunset bisa ddk bacarita dengan kawan sambil beli makan di sini"

Penelitian oleh Shao et al. (2023) menunjukkan bahwa kebersihan dan pengelolaan ruang publik yang baik dapat meningkatkan kepuasan wisatawan. Hal ini sejalan dengan harapan yang tercermin dalam kutipan R5 dan R6, yang menginginkan perbaikan dalam pengaturan pedagang untuk meningkatkan kenyamanan. Selain itu, pengelolaan ruang yang tepat dan kebersihan yang dijaga dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi para tamu, yang pada gilirannya meningkatkan pengalaman wisata mereka. Penelitian ini menegaskan pentingnya pengaturan yang lebih terstruktur, yang tidak hanya memperhatikan aspek kebersihan, tetapi juga kenyamanan dan aksesibilitas bagi wisatawan dan pedagang. Hal ini sejalan dengan Penelitian oleh Tuahena et al. (2019), yang menunjukkan bahwa kenyamanan fasilitas ruang terbuka publik di Fort Rotterdam



memengaruhi persepsi wisatawan terhadap kawasan tersebut, penataan yang baik di Taman Wisata Kelapa Lima diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan individu yang datang.

Hasil Analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pedagang yang baik dapat meningkatkan pengalaman wisata, namun kelemahan dalam pengelolaan lingkungan menjadi hambatan utama dalam menciptakan kepuasan pengunjung yang merata. Dalam hal ini, keseimbangan antara kebutuhan ekonomi pedagang dan kebutuhan kenyamanan pengunjung harus dikelola secara optimal agar dampak positif dari interaksi sosial dapat dimaksimalkan. Penegasan ini mencerminkan pentingnya pengelolaan lingkungan yang baik dalam menciptakan suasana yang bersih dan nyaman bagi semua pihak.

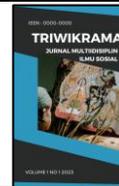
Temuan penelitian ini memberikan implikasi signifikan bagi pengembangan kawasan pariwisata perkotaan. Program Pembinaan Berkelanjutan: Menyediakan pelatihan untuk pedagang mengenai manajemen kebersihan dan pelayanan yang baik. Penataan Area Berjualan: Mewujudkan desain tata ruang yang memisahkan area berjualan ikan dan makanan untuk meningkatkan kenyamanan. Sistem Pengelolaan Sampah yang Efektif: Implementasi titik pembuangan sampah yang strategis untuk mengurangi masalah kebersihan. Program Kesejahteraan Pedagang: Mendorong partisipasi pedagang dalam diskusi untuk menciptakan ruang yang lebih nyaman bagi pengunjung.

Penerapan pengelolaan yang terintegrasi dan berkelanjutan di kawasan wisata dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan wisatawan. Sebuah penelitian oleh Pérez-Calderón et al. (2022) menunjukkan bahwa pendekatan holistik dan berkelanjutan dalam perencanaan destinasi wisata dapat memperbaiki pengalaman wisata dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Mengelola destinasi wisata dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pedagang dan tamu yang datang, dapat menciptakan suasana yang lebih nyaman dan mendukung keberlanjutan ekonomi kawasan tersebut. Pendekatan ini memperkuat bahwa prinsip pengelolaan yang baik dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat lokal dan wisatawan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan yang terintegrasi dan berkelanjutan, penelitian oleh Foris et al. (2020) menekankan bahwa keberhasilan pengelolaan destinasi wisata juga sangat bergantung pada kolaborasi antara pengelola dan pedagang lokal. Melibatkan pedagang dalam pelatihan mengenai kebersihan dan pengelolaan sampah, serta memberikan ruang yang tertata untuk berdagang, pengelola dapat menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi para tamu dan juga mendukung keberlanjutan ekonomi pedagang lokal. Hal ini juga menunjukkan bahwa pengelolaan berbasis partisipasi dapat meningkatkan hubungan antara wisatawan dan pedagang, sehingga menciptakan lingkungan yang harmonis. Kawasan wisata memiliki peluang untuk meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan bagi para tamu sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Tabel 1. Triangulasi Sumber

Kode Informan	Persepsi Positif	Persepsi Negatif
R1	"Kalau menurut saya, senang-senang saja, namanya juga orang cari hidup, jadi terbantu juga penghasilannya... bisa diajak duduk cerita sama-sama."	-
R2	"Saya waktu datang ke sini, pedagang ramah-ramah, suka bicara-bicara sama mereka. Jadi merasa nyaman datang ke sini."	-



R3	-	"Kami tidak suka dengan bau ikan di sini. Baunya sangat mengganggu dan kalau dengan keluarga ke sini, jadi tidak betah... seharusnya tempat jual ikan dipindahkan saja ke pasar."
R4	-	"Kalau masalah sampah itu, sangat banyak di pinggir pantai, terus bercampur dengan bau laut jadi baunya tidak enak... dan masih ada yang buang sampah sembarangan."
R5	"Kalau pedagang ditata dengan benar, tempat jual ikan bisa dipindah ke pasar, mungkin lebih luas dan nyaman. Kita bisa jalan enak dan pedagang tetap bisa jualan."	-
R6	"Bagus juga kalau mereka jualan di dekat sini, supaya pas sunset bisa duduk bercerita dengan kawan sambil beli makan di sini."	-
R7	-	"Sampah di sini terlalu banyak, kurang bagus."
R8	-	"Saya tidak nyaman dengan banyaknya sampah."

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap kawasan wisata dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu: kualitas pelayanan pedagang, kebersihan lingkungan, dan penataan ruang. Pelayanan pedagang yang ramah dan interaktif memberikan kesan positif serta meningkatkan kenyamanan pengunjung. Di sisi lain, permasalahan kebersihan dan penataan ruang yang tidak optimal menjadi faktor utama yang menimbulkan persepsi negatif terhadap kawasan tersebut.

Keberadaan pedagang tidak hanya memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat lokal, tetapi juga menciptakan suasana yang hidup dan menarik di kawasan wisata. Namun demikian, jika tidak diiringi dengan pengelolaan yang baik, terutama terkait kebersihan dan tata ruang, maka hal ini dapat menurunkan citra kawasan wisata dan mengurangi minat kunjungan wisatawan. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut berpotensi mengancam keberlanjutan ekonomi lokal dan kenyamanan masyarakat maupun pengunjung.

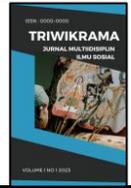
Oleh karena itu, pengelolaan kawasan wisata harus dilakukan secara terpadu, dengan mengutamakan kebersihan lingkungan dan penataan ruang publik yang terstruktur. Seperti dikemukakan oleh Yakin (2020), pengelolaan ruang publik yang inklusif dan partisipatif mampu meningkatkan kualitas ruang serta memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kenyamanan bersama.

Saran

1. Peningkatan Kebersihan Lingkungan

Pengelola kawasan wisata perlu menempatkan kebersihan sebagai prioritas utama melalui penyediaan tempat sampah yang memadai, sistem pengelolaan sampah yang teratur, serta edukasi kepada masyarakat dan pedagang tentang pentingnya menjaga kebersihan.

2. Penataan dan Zonasi Kawasan



Perlu dilakukan penataan ulang terhadap lokasi pedagang, terutama yang menjual ikan atau produk berbau menyengat, agar tidak mengganggu kenyamanan pengunjung. Zonasi yang jelas dan terorganisir dapat menciptakan ruang wisata yang lebih nyaman dan estetis.

3. Pemberdayaan dan Pelatihan Pedagang

Memberikan pelatihan bagi pedagang terkait pelayanan prima, kebersihan, dan keterlibatan dalam menjaga kualitas kawasan wisata akan memperkuat peran mereka sebagai mitra strategis dalam pengembangan kawasan.

4. Pengelolaan Partisipatif

Melibatkan masyarakat lokal, pelaku usaha, dan pemerintah daerah dalam perencanaan serta pengelolaan kawasan wisata akan mendorong rasa memiliki dan meningkatkan efektivitas pengelolaan ruang publik.

5. Evaluasi Berkala

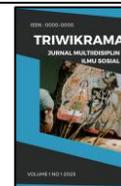
Disarankan agar pengelola kawasan melakukan evaluasi rutin terkait persepsi pengunjung, kondisi lingkungan, serta efektivitas kebijakan penataan. Hal ini penting untuk menyesuaikan strategi pengelolaan sesuai dinamika di lapangan.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Abd Hanan, F., & Sadri, N. B. (2021). *Customers' perception of Malaysian street food quality*. KW Publications. <https://customers-perception-on-malaysian-street-food-quality.pdf>
- Anugerah, M. F., Syamsuadi, A., Hartati, S., Arisandi, D., Trisnawati, L., & Saputra, R. (2020). Studi pendahuluan: Konstruksi kebijakan pengelolaan sampah di Kota Pekanbaru 2012-2014. *Jurnal Dinamika Pemerintahan*, 3(2), 115. https://file:///C:/Users/USER/Downloads/STUDI_PENDAHULUAN_KONSTRUKSI_KEBIJAKA_N_P.pdf
- Chaabane, W. (2020). Solid waste management in tourism destinations in Tunisia: Diagnostic and improvement approaches. Academia.edu. https://www.academia.edu/43232391/Solid_waste_management_in_tourism_destinations_in_Tunisia_diagnostic_and_improvement_approaches
- Foris, D., Florescu, A., & Barabas, S. (2020). Improving the management of tourist destinations: A new approach to strategic management at the DMO level by integrating lean techniques. *Sustainability*, 12(23), 10201. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/23/10201>
- Giri, S. (2021). Sustainable waste management for clean and safe environments in the recreation and tourism sector: A case study of Lithuania, Turkey and Morocco. *Sustainability*. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/23/10201>
- Gupta, V., Sajnani, M., & Gupta, R. K. (2021). Street foods: Contemporary preference of tourists and its role as a destination attraction in India. *Journal of Culture, Tourism, and Hospitality*. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/ijtc-07-2018-0054/full/html>
- Gusman, R. (2022). *Keluhan pengunjung terhadap kondisi Pantai Padang* [Tesis, Universitas Andalas]. <http://scholar.unand.ac.id/114226/>



- Hoang, D. S., & Tučková, Z. (2021). The impact of sensory marketing on street food for the return of international visitors: Case study in Vietnam. *Scientific Papers of the University of Ostrava*.
https://publikace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/1010485/Fulltext_1010485.pdf
- Hartati, P., Handayani, R., & Maryati, A. (2023). Pengaruh pengelolaan pasar terhadap tingkat kepuasan pengunjung pada Pasar Modern Adaro Kabupaten Balangan. *Jurnal Kebijakan Publik*, 1(2), 343-350.
<https://ejurnal.stiaamuntai.ac.id/index.php/JPP/article/download/1041/829/1869>
- Heider, F. (1944). Social perception and phenomenal causality. *Psychological Review*.
https://en.wikipedia.org/wiki/Fritz_Heider
- Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. Wiley.
[https://en.wikipedia.org/wiki/Attribution_\(psychology\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Attribution_(psychology))
- Hewstone, M., & Jaspars, J. (1987). *Social perception and attribution*. Blackwell Publishing.
<https://www.blackwellpublishing.com/content/hewstonesocialpsychology/chapters/cpt3.pdf>
- Ilyas, M., Fanggidae, A. H. J., Foenay, C. C., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Pengaruh daya tarik wisata Pantai Lasiana terhadap tingkat preferensi anak milenial di Kota Kupang. *Glory: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*.
<https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/11677>
- Kelley, H. H. (1973). The processes of causal attribution. *American Psychologist*, 28(2), 107-128.
https://en.wikipedia.org/wiki/Covariation_model
- Lee, S., Park, H., & Ahn, Y. (2020). The influence of tourists' experience of quality of street foods on destination's image, life satisfaction, and word of mouth. *Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 163. <https://www.mdpi.com/1660-4601/17/1/163>
- Lee, K. E., Mokhtar, M., & Wang, K. C. (2021). Solid waste management in small tourism islands: An evolutionary governance approach. *Sustainability*, 13(11), 5896.
<https://www.mdpi.com/2071-1050/13/11/5896>
- Liu, Y., et al. (2024). A study on identifying the spatial characteristic factors of traditional streets based on visitor perception: Yuanjia Village, Shaanxi Province. *Buildings*, 14(6), 1815. <https://www.mdpi.com/2073-445X/12/7/1403>
- Mwegoha, W. J. S., Millanzi, W. C., & Nyampundu, K. (2020). Sustainable solid waste management measures in Tanzania: An exploratory descriptive case study among vendors at Majengo market in Dodoma City. *BMC Public Health*.
<https://bmcpublihealth.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12889-020-09490-0>
- Peimani, N., & Kamalipour, H. (2022). Informal street vending: A systematic review. *Land*, 11(6), 829. <https://www.mdpi.com/2073-445X/11/6/829>
- Poetra, S. D. (2017). *Persepsi masyarakat terhadap keberadaan pedagang kaki lima (PKL) di Jalan Masjid Baitul Latief Kawasan Kanal Banjir Timur (KBT) Kota Administratif Jakarta Timur* [Skripsi, Universitas Negeri Jakarta].
<http://repository.unj.ac.id/27224/1/Salim%20Darmawan%20Poetra%204315122310.pdf>
- Pérez-Calderón, E., Miguel-Barrado, V., & Sánchez-Cubo, F. (2022). Tourism business in Spanish national parks: A multidimensional perspective of sustainable tourism. *Land*, 11(2), 190.
<https://www.mdpi.com/2073-445X/11/2/190>
- Ren, X. (2023). Combined effects of dominant sounds, conversational speech and multisensory perception on visitors' acoustic comfort in urban open spaces. *Landscape and Urban Planning*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0169204622003231>



- Rustiana, R., Sari, N., & Ramdan, A. (2024). Strategi pengelolaan sampah di kawasan wisata Situ Bagendit. *Jurnal Pembangunan dan Kebijakan Publik*, 15(1), 14-29.
<https://jurnal.fisip.uniga.ac.id/index.php/jpkp/article/download/147/122/43>
- Rahmat, M. (2024). *Pengaruh pengembangan wisata halal terhadap pendapatan UMKM dalam meningkatkan ekonomi masyarakat pada Masjid 99 Kubah Kota Makassar* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar]. https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/40671-Full_Text.pdf
- Shao, T., Yang, P., Jiang, H., & Shao, Q. (2023). An analysis of public service satisfaction of tourists at scenic spots: The case of Xiamen City. *Sustainability*.
<https://www.mdpi.com/2071-1050/13/11/5896>
- Syahrani, M. P. (2021). *Persepsi pengunjung terhadap pedagang kaki lima di Jalan Lingkar Kota Palopo* [Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo].
<https://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/3478/1/SKRIPSI%20MAYANG-dikonversi.pdf>
- Shalihah, A. Y., & Prabowo Aji, F. M. (2023). Pengaruh pola aktivitas pengunjung terhadap efektivitas pemanfaatan ruang terbuka kawasan wisata Dendang Melayu Batam. *Seminar Ilmiah Arsitektur, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
<https://proceedings.ums.ac.id/siar/article/download/2997/2957/3037>
- Shang, Y., Li, F. S., & Ma, J. (2022). The influence of tourists' experience of quality of street foods on destination's image, life satisfaction, and word of mouth: The moderating impact of food neophobia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1447677022001528>
- Tilaki, M. J., Marzbali, M. H., & Samat, N. (2021). Vendors' attitudes and perceptions towards international tourists in the Malaysia night market: Does the COVID-19 outbreak matter? *Sustainability*, 13(3), 1553. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/3/1553>
- Tuahena, I., Martosenjoyo, T., & Radja, A. M. (2019). Persepsi pengunjung terhadap kenyamanan fasilitas ruang terbuka publik Fort Rotterdam. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 6(1), 62-72. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/nucturenature/article/view/7267>
- Upadhyay, P. (2020). Tourist-host interactions and tourism experiences: A study of tourism experiences and effects in Sikles, Nepal. *The Gaze: Journal of Tourism and Hospitality*.
<https://nepjol.info/index.php/GAZE/article/view/26619>
- UKEssays. (2003). Case study: Attribution theory.
<https://www.ukessays.com/essays/psychology/case-study-attribution-theory-psychology-essay.php>
- Woldeamanuel, M., & Abebe, N. (2023). Street vending on Addis Ababa's sidewalks: A sign of vibrancy and identity or a nuisance for pedestrians? *Journal of Urban Affairs*.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07352166.2021.2014764>
- Yakin, A. (2020). Persepsi masyarakat terhadap pengelolaan dan pemanfaatan alun-alun di Kota Polewali, Kabupaten Polewali Mandar. *Journal Pegguruang: Conference Series*, 2(2), 1-10.
https://file:///C:/Users/USER/Downloads/Persepsi_Masyarakat_Terhadap_Pengelolaan.pdf
- Zhang, B., Song, Y., Liu, D., Zeng, Z., Guo, S., & Yang, Q. (2023). Descriptive and network post-occupancy evaluation of the urban public space through social media: A case study of Bryant Park, NY. *Land*, 12(7), 1403. <https://www.mdpi.com/2075-5309/14/6/1815>