

Opini Masyarakat terhadap Pembangunan Pasar Budaya Pring Sewu di Dusun Binangun

Oleh :

Deajeng Nurrafi
Ainur Rochmaniah

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARO
MARET, 2025

Pendahuluan

- Pembangunan desa merupakan proses yang melibatkan berbagai upaya untuk meningkatkan kondisi sosial, ekonomi, dan infrastruktur di wilayah pedesaan (Khasanah & Riyaur, 2021). Setiap program kemajuan memerlukan komunikasi, kemampuan apa untuk menata dan menghubungkan individu yang satu dengan yang lain. Komunikasi intrapersonal mengacu pada komunikasi yang terjadi di dalam diri sendiri. Opini ialah opini atau persepsi seseorang mengenai suatu hal. Ini adalah cara seseorang melihat atau menilai sesuatu berdasarkan pengalaman, pengetahuan, atau perasaan mereka sendiri. Opini tidak selalu benar atau salah, karena ini tergantung pada perspektif individu.
- Opini publik menurut Leonard W. Doob Ini didefinisikan sebagai sikap orang-orang yang digabungkan dalam suatu golongan sosial terhadap suatu tujuan.
- Dusun Binangun terkenal dengan julukan desa seribu bambu (pring) maka wisata yang dibangun adalah pasar budaya pring sewu. Sebelum adanya pembangunan pasar, masyarakat dusun Binangun mayoritas bekerja sebagai petani. Pada saat pembangunan banyak masyarakat yang Sesuai dengan namanya, pasar ini berada di tengah rerimbunan bambu yang sangat sejuk dan asri.
- Pengunjung dapat bertemu dengan para pengrajin dan penjual yang dengan senang hati menceritakan asal-usul barang-barang yang mereka jual.



Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Rumusan Masalah :

- Opini masyarakat terhadap pembangunan pasar budaya pring sewu
- Opini pengunjung terhadap pembangunan pasar budaya pring sewu
- Keuntungan pembukaan pasar budaya pring sewu bagi masyarakat sekitar



Metode

- Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penulis menggunakan metode ini untuk mengetahui, mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data penelitian. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Desa Plintahan, Dusun Binangun kecamatan Pandaan Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Objek penelitian ini ialah Kepala desa Plintahan; Kepala Dusun; Kepala pasar; Kepala pedagang; Mayarakat Binangun; dan pengunjung. Teknik dan alat pengumpulan data terdiri dari wawancara, pengamatan, dan dokumentasi.
- Teknik pengumpulan data yang dilakukan ialah melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi

Hasil

Hasil penelitian:

- Opini tentang adanya pembangunan pasar budaya pring sewu sangat diterima baik oleh masyarakat sekitar. Banyak masyarakat yang berjualan guna membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tidak hanya itu, kerjasama dan gotong royong yang dilakukan masyarakat bisa menjadikan masyarakat Binangun menjadi masyarakat yang rukun. Tidak hanya masyarakat binangun saja yang memberikan kesan positif, pengunjung pasar budaya juga sangat antusias karena banyak makanan dan permainan tradisional yang bisa dicoba.



www.umsida.ac.id



[umsida1912](https://www.instagram.com/umsida1912)



[umsida1912](https://twitter.com/umsida1912)



universitas
muhammadiyah
sidoarjo



[umsida1912](https://www.youtube.com/umsida1912)



Pembahasan

- Pasar budaya pring sewu merupakan wisata yang baru. Pasar budaya pring sewu adalah salah satu contoh pasar yang memiliki nilai budaya. Berlokasi di dusun Binangun yang memiliki daya tarik wisata bagi pengunjung yang tertarik dengan budaya lokal dan pengalaman berbelanja yang autentik. Pasar budaya seperti Pring Sewu sering kali menjadi pusat aktivitas ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Banyak warga yang tidak setuju dengan adanya pasar ini, dikarenakan takut tidak ada pengunjung karena kalah saing dengan wisata lainnya. Tapi, seiring berjalananya waktu dengan adanya motivasi dan penyampaian informasi yang begitu jelas mengenai tujuan yang akan dicapai jika ada pembangunan pasar dari kepala desa, kepala dusun, dan tokoh masyarakat sekitar warga mulai berangsur- angsur menyetujui dengan adanya pembangunan pasar budaya ini.
- Opini masyarakat ada dikarenakan terdapat berita yang diduga kontroversi oleh masyarakat. Adanya pembangunan pasar, dampaknya sudah dirasakan oleh masyarakat sekitar. Banyaknya pembeli saat kegiatan pasar pring sewu buka, membuat penjual di pasar pring sewu mendapat keuntungan yang besar sehingga membuat mereka merasakan meningkatnya faktor ekonomi bagi para pedagang. Dari warga yang awalnya bilang "*tidak setuju, banyak saingan nanti rugi*" akhirnya berubah menjadi "*alhamdulillah, karena ada pasar budaya ini, ekonomi keluarga bisa lebih meningkat*" (sumber dari wawancara pedagang pasar pring sewu)



Pembahasan

- Opini masyarakat terhadap pasar budaya adalah cerminan dari bagaimana masyarakat memandang dan menghargai budaya mereka sendiri. Opini ini sangat penting untuk memahami dinamika pasar budaya dan merumuskan kebijakan yang tepat untuk mendukung perkembangannya.
- Bentuk opini rata-rata masyarakat Binangun tentang pasar budaya terkait tentang bagaimana pasar budaya ini berjalan dengan lancara, dan yang paling utama yakni untung yang diperoleh dari penjualan makan tradisional / mainan tradisional. Agar informasi yang dilakukan berjalan dengan efektif tanpa adanya Hal ini bisa dilakukan melalui pertemuan komunitas, diskusi kelompok kecil, atau obrolan informal antar tetangga.
- Opini pengunjung adalah pendapat, kesan, atau penilaian yang diberikan oleh seseorang setelah mengunjungi suatu tempat, menggunakan suatu produk atau jasa, atau mengikuti suatu acara.
- Karena pasar pring sewu ini mengusung tema tradisional, maka banyak sekali acara yang dilakukan pihak penting pasar menggait masyarakat agar berkunjung di pasar pring sewu. *“biasanya kalo pasar buka, seminggu sebelumnya saya sudah pasang pamphlet entah itu sebar brosur, membuat cerita disosmed bahkan mouth to mouth”* (Sumber wawancara dengan mas Kayin).



Pembahasan

- Keseruan acara yang di pasar budaya membuat pengunjung betah berlama-lama didalam pasar. Tidak hanya itu, banyaknya makan yang di diperjual belikan bisa membuat pengunjung bisa membeli atau bahkan mencicipi makanan yang susah untuk ditemukan di tempat lain .
- opini pengunjung dapat berperan sebagai umpan balik yang penting bagi penyedia jasa atau produk, membantu mereka memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. Namun, karena sifatnya yang subjektif, opini harus dipertimbangkan secara kritis dan tidak dianggap sebagai kebenaran absolut.
- *“saya suka disini tempatnya dingin, makananya enak, minumannya segar banget, dan tentunya kesenian disini juga sangat beragam setiap akhir pekan”*. (sumber wawancara dengan Widya salah satu pengunjung pring sewu).

CONCLUSION

The Pring Sewu Cultural Market is considered an effective means of preserving local cultural heritage as well as providing a significant economic impact to the local community. This research shows that the people of Binangun Hamlet generally give a positive response to the existence of Pring Sewu Cultural Market. The majority of residents liked the unique and traditional atmosphere of the market, as well as the variety of local handicraft products. However, some residents complained about the lack of food and beverage options, as well as the lack of promotion regarding this market.

The suggestions given by visitors are one of the motivations that must be realized. Because those opinions are all beneficial. By implementing these suggestions, it is hoped that Pring Sewu Cultural Market can be more effective in preserving local culture and provide greater economic benefits for Binangun Hamlet as well as its visitors.



Manfaat Penelitian

- Manfaat penelitian:
 - Mengetahui opini masyarakat terhadap pembangunan pasar
 - Mengetahui opini pengunjung pasar terhadap pembangunan pasar



REFERENCES

- *Darmawan Syah, H. C. (2015). OPINI DAN SIKAP MASYARAKAT TERHADAP PEMBAHARUAN DAN KEPEMIMPINAN BUPATI NURDIN ABDULLAH DALAM MEMAJUKAN BANTAENG SEBAGAI KOTA INDUSTRI DAN WISATA. 300-314.*
- *Dewi, M. H. (2013). PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL DI DESA WISATA JATILUWIH TABANAN, BALI. 177- 226.*
- *Zaqqiyatul, A. R. (t.thn.). OPINI MAHASISWA TERHADAP WEBSITE UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO SEBAGAI MEDIA INFORMASI. 2014, 107-206.*
- *anshori, A. (2019). Opini Masyarakat Kota Medan Terhadap Pemilihan Serentak Presiden Dan Legislatif Tahun 2019. 142-156.*
- *KUSUMAWATI, T. I. (2016). KOMUNIKASI VERBAL DAN NONVERBAL. 83-98.*
- *Yanto, F. i. (t.thn.). PEMBENTUKAN OPINI PUBLIK PADA MEDIA MASSA: PROGRAM SATU MILYAR SATU KELURAHAN DI KECAMATAN SINGARAN PATI PANORAMA KOTA BENGKULU. 27-34.*
- *E A Lisangan, A. G. (2022). Implementasi Naive Bayes pada Analisis Sentimen Opini Masyarakat di Twitter Terhadap Kondisi New Normal di Indonesia. 22-32.*

REFERENCES

- *Panca Wardhana, A. R. (2015). OPINI MASYARAKAT TERHADAP KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PT PABRIK GULA CANDI BARU. 31-44.*
- *Ana Suwandyani, J. (2019). Opini masyarakat desa Kertosari Jemberseputar perubahan tempat pengolahan akhir sampah (TPA) menjadi objek wisata edukasi.*
- *Rahmiana. (2019). KOMUNIKASI INTRAPERSONAL DALAM KOMUNIKASI ISLAM. 77-90.*
- *Astuti, L. (2017). OPINI MASYARAKAT TERHADAP PANTAI P ANJANG BENGKULU SEBAGAI TUJUAN PARIWISATA INTERNASIONAL. 22-25.*
- *Winda Kustiawan, U. F. (22). KOMUNIKASI INTRAPERSONAL. Nurhayati. (t.thn.). STRATEGI PROMOSI DESA WISATA*

