

## Potensi Dan Pengembangan *Mahakam Riverside Market* Melalui *Community-Based Tourism*

Lutviani Silvia Fitri <sup>a,1</sup>, I Komang Astina <sup>a,2</sup>, Akmal Fahmi <sup>a,3</sup>

<sup>1</sup>lutvianisl10@gmail.com, <sup>2</sup>komang.astina.fis@um.ac.id, <sup>3</sup>akmalifahmi31@gmail.com

<sup>a</sup> Program Studi S1 Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang 5, Lowokwaru, Malang 65145 Indonesia

### Abstract

*The existence of Mahakam Riverside Market (MARIMAR) as a forum that aims to improve the economy in Samarinda City becomes a very interesting object and has the potential to become a new tourist attraction in Samarinda City. MARIMAR has had both positive and negative impacts on society. The resulting positive impacts include increasing the economy and public welfare. However, on the other hand, the opening of tourism like this certainly has a negative impact such as environmental damage, air pollution and a decrease in water and environmental quality. This study aims to analyze the Mahakam Riverside Market (MARIMAR) development strategy through community-based tourism (CBT). This research is a qualitative descriptive research with a naturalistic research design. The data analysis used is Tourism Component Analysis 4A and SWOT Analysis. The results of the analysis show that Mahakam Riverside Market (MARIMAR) has strong potential to be developed into a tourist area through local community empowerment (CBT). Empowerment of local communities can be done in 3 stages, namely enabling (capacity building), empowering, and protecting (maintaining).*

**Keyword:** Mahakam Riverside Market; community-based tourism; Mahakam River; Samarinda

## I. PENDAHULUAN

Pembangunan pada hakekatnya bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya alam dan sumber daya manusia secara optimal dengan mempertimbangkan nilai-nilai keserasian dan kesinambungan dalam pemanfaatannya. Keberlanjutan pembangunan membutuhkan pendekatan pencapaian terhadap keberlanjutan ataupun kesinambungan berbagai aspek kehidupan yang mencakup keberlanjutan ekologis, ekonomi, sosial (Rahadian, 2016).

Salah satu aspek yang perlu diterapkan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan yaitu pembangunan pariwisata. Pariwisata sebagai suatu sistem dapat disinergikan dengan kegiatan apapun termasuk kegiatan ekonomi kerakyatan bahkan dengan kehidupan sehari-hari di desa ataupun dusun. Kondisi tersebut tentunya dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan membutuhkan keterlibatan masyarakat secara menyeluruh dari keseluruhan tahapan pembangunan, dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan pembangunan. Sehingga masyarakat harus memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pengawasan dan pemeliharaan hasil pembangunan pariwisata (Setijawan, 2018).

Pembangunan pariwisata sebagai salah satu upaya pengembangan potensi wilayah di suatu

daerah dapat dilakukan di seluruh daerah yang memiliki potensi wisata. Salah satunya lokasi wisata yang memanfaatkan bantaran sungai. Lokasi wisata yang memanfaatkan bantaran sungai (*riverside*) saat ini sedang menjadi *trend* pariwisata (Ulum & Ngindana, 2017). Terdapat beberapa *riverside* yang dimanfaatkan menjadi lokasi wisata diantaranya D'riam *Riverside* Ciwidey (Rahayu, et al., 2017), Karangwaru *Riverside* (Suharno & Prabasmara, 2019), Wisata Sungai Gajah Wong (Tisnawati & Ratriningsih, 2017) dan masih banyak lagi termasuk kawasan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) yang terdapat di Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

Kalimantan Timur merupakan salah satu provinsi besar di Indonesia yang memiliki luas setengah kali Pulau Jawa dan Madura atau sekitar 245.237,80 km<sup>2</sup> (11% dari total luas wilayah Indonesia). Provinsi Kalimantan Timur dialiri salah satu sungai besar yaitu Sungai Mahakam yang bermuara di Selat Makassar. Sungai Mahakam merupakan sungai terpanjang yang berada di Provinsi Kalimantan Timur dengan panjang sekitar 920 km dan melintasi wilayah Kabupaten Kutai Barat di bagian hulu hingga Kabupaten Kutai Kartanegara dan Kota Samarinda di bagian hilir (Arifin, 2018). Sungai Mahakam sejak dahulu hingga saat ini memiliki peranan penting bagi kehidupan masyarakat di

sekitarnya sebagai sumber air, potensi perikanan maupun prasarana transportasi.

Berkembangnya zaman ke era modern, Sungai Mahakam kini tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai penyambung kehidupan saja. Tetapi juga dimanfaatkan sebagai daerah wisata. Salah satunya ialah wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) Samarinda. MARIMAR terbilang sebagai wisata baru di Kota Samarinda yang menyajikan beragam atraksi wisata. MARIMAR didirikan sekitar akhir tahun 2020 dan merupakan bagian dari objek wisata Mahakam Lampion Garden. Keberadaan MARIMAR tentunya telah memberikan dampak positif dan negatif bagi masyarakat. Dampak positif yang dihasilkan antara lain meningkatnya perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Namun, disisi lain dibukanya pariwisata seperti ini dapat memberikan dampak negatif. Dampak negatif dari pembangunan fasilitas dan kegiatan baru seperti wisata ialah kerusakan lingkungan dan menurunnya kualitas sumber daya alam dan lingkungan di daerah tersebut (Yuliani & Suharto, 2020).

Berdasarkan penjabaran di atas, maka diperlukan suatu pengembangan pariwisata khususnya wisata MARIMAR yang memperhatikan keberlanjutan lingkungan di masa sekarang dan yang akan datang. Upaya untuk mewujudkan sebuah kawasan wisata yang berkelanjutan, idealnya harus memenuhi kebutuhan dan pelayanan kepada wisatawan (Sari, et. al., 2021) yang dikenal dengan istilah "4A" yaitu *attraction* (atraksi), *accessibility* (akses), *amenities* (fasilitas), *ancillary service* (pelayanan publik) (Cooper, 1993). Hal ini dapat diwujudkan diantaranya dengan menerapkan *community-based tourism* (CBT) yang ditunjang dengan konsep wisata berbasis ekowisata.

*Community-based Tourism* (CBT) merupakan konsep pembangunan destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat setempat. Masyarakat diminta untuk turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunan suatu kawasan wisata tersebut (Garrod, 2001). Secara principal, CBT berkaitan erat dengan adanya kepastian partisipasi aktif masyarakat setempat dalam pembangunan kepariwisataan yang ada (Yachya & Mawardi, 2016). Terdapat tiga prinsip pokok dalam strategi perencanaan pembangunan kepariwisataan yang berbasis

pada masyarakat (CBT) yaitu, (1) Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan; (2) Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan; dan (3) Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal (Sunaryo, 2013).

Konsep ekowisata tidak menjadikan pariwisata hanya bertujuan untuk mendatangkan wisatawan dan meraih omzet sebanyak-banyaknya, tetapi juga dengan memperhatikan lingkungan yakni dengan mengutamakan aspek konservasi, pembelajaran dan pendidikan serta pemberdayaan. Pemberdayaan masyarakat sangat diperlukan untuk mensinergikan konsep ekowisata dengan sikap lingkungan masyarakat lokal agar wisata MARIMAR dapat menjadi kawasan wisata yang berkelanjutan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kualitatif, yakni dengan mendeskripsikan fakta-fakta serta mengemukakan gejala yang ada secara jelas dan lengkap. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang terjadi pada subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, tindakan dan lain-lain secara holistik yang kemudian dideskripsikan dalam bentuk kata-kata yang alamiah (Raco, 2018). Rancangan desain penelitian yang digunakan bersifat *naturalistik* yakni tidak ada upaya memanipulasi data yang diperoleh dengan tujuan evaluasi, tetapi mengkaji terjadinya aktivitas dan proses yang ada secara alamiah (Arifin, 2020).

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu Analisis Komponen 4A (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) dan Analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Analisis Komponen 4A bertujuan untuk menganalisis komponen-komponen utama dalam suatu destinasi wisata yakni daya tarik (*attraction*), mudah dicapai karena adanya transportasi lokal dan sejenisnya (*accessibility*), tersedianya berbagai fasilitas (*amenities*), dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary service*) (Setyanto & Pangestuti, 2019). Sedangkan Analisis SWOT merupakan analisis data yang digunakan untuk melihat faktor-faktor yang menjadi kekuatan objek (*strenghts*), kelemahan



uang pengembangan (*opportunities*), serta kemungkinan faktor-faktor lain yang menjadi ancaman (*treaths*) pada destinasi wisata yang diteliti (Rangkuti, 2013). Untuk memperoleh informasi mengenai wisata susur Sungai Mahakam dan kehidupan di sekitarnya, diperlukan data yang terbagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder (Arikunto, 2010).

Data primer merupakan data yang diperoleh dengan mengumpulkan data dari lokasi penelitian dan dokumentasi. Penelitian diawal dilakukan dengan melakukan observasi langsung ke lokasi, mengamati dan merasakan bagaimana pengalaman terkait kegiatan wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) yang biasanya disuguhkan bagi wisatawan. Observasi juga dilakukan dengan mengamati keadaan lingkungan sekitar sebagai upaya memahami pola aktivitas masyarakat yang diberdayakan sebagai bagian dari pengembangan potensi wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR). Hasil dari perolehan data tersebut akan menjadi acuan untuk menjelaskan kondisi eksisting kawasan pengembangan.

Data sekunder berupa konsep dan argumen yang berkaitan dengan teknik, cara dan metode desain melalui pendekatan fotografi. Hal ini dilakukan sebagai pendukung pengumpulan referensi. Data sekunder bersumber dari studi literatur yang digunakan untuk mendapatkan data tentang lingkup penelitian yang dilaksanakan yang dalam hal ini ialah kawasan wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR). Data sekunder yang dikumpulkan bertujuan untu memperkaya data serta mendukung sumber data dan informasi ke dalam analisis.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### ***Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) Samarinda**

*Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) merupakan tempat wisata belanja yang bertempat di tepian Sungai Mahakam dengan aneka ragam hiburan yang terdapat di dalamnya. *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) ini berada di area *Mahakam Lampion Garden* (MLG) tepatnya di Jl. Slamet Riyadi, Karang Asam Ilir, Kecamatan Sungai Kunjang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

*Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) hadir sebagai mitra usaha dengan tujuan memberikan wadah, pendampingan, dan perlakuan bagi para

pelaku usaha yang didasarkan pada jenjang usaha dengan tujuan pemberdayaan dan pengembangan usaha.

Perekonomian di Kota Samarinda didominasi sektor perdagangan dan jasa. Salah satu sektor yang sedang berkembang saat ini adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sejumlah 158.624 unit yang telah teridentifikasi (BPS, 2020). Menjamurnya UMKM di berbagai sektor menjadi sangat penting terhadap keberlangsungan perekonomian Kota Samarinda sehingga siap dalam menghadapi gejolak krisis ekonomi global. Adapun sektor UMKM tertinggi di Kota Samarinda ialah makanan, minuman, dan gaya hidup. Hal inilah yang mendasari didirikannya *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) diakhir tahun 2020 lalu untuk menjadi wadah baru bagi pelaku usaha di Kota Samarinda.

*Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) merupakan wadah yang bertujuan meningkatkan perekonomian di Kota Samarinda. *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) membuka berbagai bentuk kerja sama diantaranya *live music, traditional food, street food, street shop, street entertainment, barber shop, accessories, clothing line, coffee shop, local souvenir*. *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) menjadi objek yang sangat menarik dan berpotensi menjadi objek wisata baru di Kota Samarinda.

*Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) memiliki lokasi yang strategis yakni berada di tengah Kota Samarinda dan berdekatan dengan objek wisata lainnya yakni *Mahakam Lampion Garden* (MLG). Hal ini menjadikan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) ramai dikunjungi. Selain itu, *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) merupakan tempat pertama yang menyediakan pengalaman menikmati beragam kuliner di tepian Sungai Mahakam dengan tempat yang nyaman dan menarik untuk tempat berswafoto.

#### **Gambar 1. Suasana *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) di sore hari**

Sumber: Prameswara.news

### **Community-based Tourism (CBT)**

Kota Samarinda sebagai kota yang memiliki sungai, masyarakatnya banyak yang bermukim di bantaran sungai. Sekitar 3% warga Samarinda atau sekitar 24.000 jiwa menetap/bermukim dan bergantung kegiatan sehari-hari dengan air sungai, seperti contoh penggunaan air sungai untuk mandi, cuci, kakus (MCK) (BPS Kaltim, 2019). Salah satu sungai yang tak luput menjadi sumber kehidupan bagi masyarakat Samarinda ialah Sungai Mahakam.

Masyarakat yang tinggal di tepian Sungai Mahakam rata-rata memiliki persamaan utamanya dari segi latar belakang sosial ekonomi dan pendidikan yang rendah, keahlian yang terbatas dan kemampuan adaptasi lingkungan yang sangat kurang memadai. Kondisi ini mengakibatkan semakin banyak penyimpangan perilaku masyarakat. Bentuk penyimpangan yang dilakukan antara lain berupa perbuatan tidak disiplin lingkungan seperti membuang sampah dan kotoran di sungai. Selain itu, masyarakat juga cenderung menghindari pajak, tidak memiliki KTP dan menghindari dari kegiatan-kegiatan kemasyarakatan, seperti gotong-royong dan kegiatan sosial lainnya. Bagi kalangan remaja dan pengangguran, penyimpangan perilaku yang biasa dilakukan ialah mabuk-mabukan, minum obat terlarang, pelacuran, adu ayam, bercumbu di depan umum, memutar blue film, begadang dan berjoget di pinggir jalan dengan musik keras hingga dini hari, mencorat-coret tembok/bangunan fasilitas umum, dan lain-lain.

Keberadaan karaktersitik masyarakat yang demikian, maka perlu adanya upaya pemberdayaan bagi masyarakat setempat guna mensinergikan pengembangan wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) agar menjadi kawasan wisata yang berkelanjutan dan dapat memberikan dampak positif bagi kehidupan masyarakat setempat maupun terhadap lingkungan. Upaya pemberdayaan dapat dilakukan melalui konsep *Community-based Tourism*.

### **Penerapan *Community-based Tourism* (CBT) pada Pengembangan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR)**

Penerapan CBT dalam suatu daerah wisata diperlukan berbagai aspek-aspek pendukung baik itu aspek fisik maupun sosial. Aspek fisik yang terdapat di *Mahakam Riverside Market*

(MARIMAR) berupa bantaran Sungai Mahakam serta spot-spot wisata kuliner dan hiburan yang telah dibangun. Aspek ini haruslah dibangun dengan mengedepankan aspek keberlanjutannya. Pembangunan pariwisata berkelanjutan tersebut dipengaruhi beberapa aspek yang tidak bisa dihindari, seperti aspek sosial dan lingkungan. Aspek sosial sendiri berupa kesiapan masyarakat untuk mengelola dan menjaga kelestarian alam yang dapat menjadi daya tarik, serta tingkat kesadaran masyarakat pada wisata menjadi tolak ukur penting keberhasilan penerapan CBT dalam membangun kawasan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR). Aspek sosial ini merupakan pemahaman yang berkaitan dengan kapasitas manfaat yang diperoleh masyarakat dengan melakukan pendampingan yang berpihak pada masyarakat lokal atau komunitas sehingga dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat melalui pengelolaan pariwisata yang baik. Aspek lainnya adalah aspek lingkungan. Aspek lingkungan melibatkan penjagaan terhadap ekosistem yang ada. Konservasi juga sangat diperlukan dalam aspek lingkungan. Ekosistem yang terjaga akan membuat kawasan wisata berkelanjutan dan dapat dinikmati secara lama.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan pada dasarnya haruslah memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal sesuai dengan daya dukung sehingga tidak menimbulkan kerusakan, menghormati sosial budaya masyarakat, memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan serta dapat terdistribusi secara adil pada seluruh *stakeholders* (Insani, A'rachman, et al., 2019). Adapun pariwisata berbasis masyarakat merupakan usaha wisata yang menitikberatkan peran aktif dari masyarakat. Hal tersebut didasarkan pada kenyataan bahwa masyarakat memiliki pengetahuan tentang alam serta budaya yang menjadi potensi dan nilai jual sebagai daya tarik wisata *Mahakam Riverside Market*, sehingga pelibatan masyarakat menjadi suatu hal yang mutlak.

Pola wisata berbasis masyarakat mengakui hak masyarakat lokal dalam mengelola kegiatan wisata di kawasan yang mereka miliki secara adat ataupun sebagai pengelola yang berdampingan dengan pemerintah sebagai pemangku kebijakan (Hijriati & Mardiana, 2015). Masyarakat lokal merupakan pemilik langsung dari lokasi wisata yang dikunjungi dan sekaligus

dikonsumsi oleh wisatawan, sehingga tidak jarang masyarakat lokal justru sudah terlibat lebih dahulu dalam pengelolaan aktivitas pariwisata sebelum adanya kegiatan perencanaan dan pengembangan (Insani, A'Rachman, et al., 2019). Hal ini menunjukkan pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu hal terpenting dalam pembangunan kepariwisataan guna tercapainya prinsip pembangunan yang berkelanjutan. Tahapan pelaksanaan pengembangan *Mahakam Riverside Market* dengan konsep *Community-based Tourism* (CBT) dapat diterapkan dengan mengacu pada tiga dimensi pemberdayaan menurut (Mulyawan, 2017) dan (Fahrudin, 2011), yakni berdasarkan dimensi *enabling* (*capacity building*), *empowering*, dan *protecting* (*maintaining*), dengan uraian sebagai berikut :

**Enabling**, diartikan sebagai terciptanya lingkungan yang mampu mendorong berkembangnya potensi masyarakat. Tujuannya agar masyarakat setempat dapat mandiri dan berwawasan bisnis yang berkesinambungan. Pemberdayaan merupakan upaya untuk membangun potensi yang ada dengan mendorong (*encourage*), memotivasi, dan membangkitkan kesadaran (*awareness*) akan potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkannya. Langkah yang dapat ditempuh diantaranya melalui serangkaian kegiatan peningkatan kapasitas berupa edukasi dan penyadaran kepada masyarakat terkait urgensi pengelolaan lingkungan, peran dan partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan, manfaat yang akan diperoleh dari aktivitas interaksi kesadaran lingkungan, serta sharing pengetahuan tentang konsep wisata berbasis masyarakat yang diterapkan. Pelaksanaan program edukasi kepada masyarakat dapat dilakukan pada level struktur yang paling rendah yakni RT/RW untuk mempermudah pengorganisasian.

**Empowering**, diartikan bahwa potensi yang dimiliki oleh masyarakat haruslah diperkuat lagi. Pendekatan yang ditempuh adalah dengan meningkatkan *skill* dan kemampuan manajerial. Pada tahapan ini diperlukan langkah-langkah lebih positif selain dari hanya menciptakan iklim dan suasana. Penguatan ini meliputi langkah-langkah nyata dan menyangkut penyediaan berbagai masukan (*input*), serta pembukaan akses agar dapat memperoleh berbagai peluang (*opportunities*) yang akan membuat masyarakat

menjadi makin berdaya. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dalam meningkatkan *skill* dan kemampuan manajerial masyarakat yakni dengan mengorganisasi masyarakat dan melembagakan nilai *good governance* kedalam suatu bentuk komunitas atau organisasi masyarakat sipil yang lebih terstruktur, dimana masyarakat terlibat langsung dalam implementasi dan aktivitas program secara lebih optimal, terencana dan terarah.

**Protecting/Maintaining**, yakni kegiatan pemberdayaan yang bersifat protektif, karena potensi masyarakat yang lemah perlu dikembangkan dan dilindungi secara berimbang agar dapat berjalan secara sehat dan berkelanjutan. Bentuk perlindungan tersebut dapat berupa peraturan dan kebijakan yang mengatur secara jelas dan tegas. Terkait dengan pengembangan wisata *Mahakam Riverside Market* dengan konsep *Community-based Tourism* (CBT). Pemerintah daerah dapat menyusun suatu petunjuk teknis, terkait standar pembuatan dan pengimplementasian program tersebut, yang juga dapat diintegrasikan ke dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) atau peraturan lainnya yang terkait.

#### **Analisis Komponen Wisata 4A**

Menjadi daerah tujuan wisata sudah seharusnya didukung dengan empat komponen utama yang dikenal dengan istilah "4A" yakni *attraction*, *accessibility*, *amenity*, *ancillary*. Berikut adalah analisis komponen destinasi wisata 4A dari wisata susur Sungai Mahakam:

**Attraction (Atraksi)**, yakni berkaitan dengan daya tarik wisata yang terdapat di wisata Mahakam Riverside Market (MARIMAR) meliputi pemandangan yang disajikan yakni Sungai Mahakam (keberadaan lalu lintas transportasi di Sungai Mahakam dan keindahan alam maupun buatan yang ada disekitarnya), budaya masyarakat setempat, serta adanya kesempatan untuk menyaksikan hewan endemik langka (pesut) yang tidak dapat ditemukan di daerah lain. Selain itu, pengunjung juga akan disuguhkan keindahan gemerlap lampu-lampu taman, megahnya Jembatan Mahakam, dan panorama keindahan Sungai Mahakam.

**Accessibility (Aksesibilitas)**, Akses yang digunakan untuk menjangkau wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) sangat terjangkau karena lokasinya yang berada di kawasan kota di Kota Samarinda sehingga untuk menuju ke

lokasi dapat menggunakan transportasi darat baik itu kendaraan pribadi (motor, mobil) ataupun kendaraan umum (angkot, bus antar-kota dan sejenisnya).

**Amenity (Fasilitas)**, Fasilitas yang dimiliki wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) berupa *tenants* kuliner, meja dan kursi makan, mushola, toilet, lahan parkir yang luas, serta panggung hiburan. Fasilitas yang tersedia terbilang cukup lengkap untuk wisata yang baru saja berdiri sekitar 6 bulan.

**Ancillary (Fasilitas Pendukung)**, Fasilitas pendukung yang terdapat di wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) berupa gemerlap lampu-lampu hias yang menjadi salah satu objek untuk berswafoto.

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan dengan menganalisis faktor internal (*strenghts* dan *weaknesses*) serta faktor eksternal (*opportunities* dan *treaths*). Berikut adalah analisis SWOT dari pengembangan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) melalui *community-based tourism*:

#### Analisis Faktor Internal

##### *Strengths* (Kekuatan)

- 1) Objek wisata pertama di Samarinda yang memiliki konsep wisata rekreasi belanja (makanan, minuman, dan gaya hidup) yang bertempat di tepian Sungai Mahakam dengan aneka ragam hiburan di dalamnya.
- 2) Memiliki daya tarik wisata alam berupa panorama Sungai Mahakam yang merupakan sungai terpanjang kedua di Indonesia dan terbesar di Kalimantan Timur. Selain itu, pengunjung juga dapat menikmati keindahan lampu-lampu hias yang disajikan serta panorama keindahan Jembatan Mahakam.
- 3) Memiliki aksesibilitas lokal yang cukup baik karena berada pada jalan utama kota dengan kondisi jalanan yang baik. Selain itu, pengunjung tidak dikenakan tarif untuk masuk ke area *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR). Pengunjung cukup membayar biaya parkir Rp2.000,-/motor dan Rp5.000,-/mobil.
- 4) Fasilitas umum yang disediakan sudah lengkap yakni mushola, toilet, fasilitas kebersihan, serta lahan parkir yang luas.

- 5) Berdekatan dengan objek wisata lainnya di Kota Samarinda yakni objek wisata religi Masjid *Islamic Centre* Samarinda yang merupakan masjid terbesar ke-2 di Asia Tenggara, objek wisata *Mahakam Lampion Garden*, objek wisata Tepian Mahakam, serta Dermaga Wisata Susur Sungai Mahakam.
- 6) Promosi wisata yang sudah maksimal melalui media sosial.

##### *Weaknesses* (Kelemahan)

- 1) Sumberdaya manusia belum memadai dalam mengelola pariwisata
- 2) Minimnya atraksi wisata
- 3) Potensi pariwisata belum dikembangkan secara optimal

#### Analisis Faktor Eksternal

##### *Opportunities* (Peluang)

- 1) Dapat menjadi destinasi wisata kuliner pertama di Kota Samarinda.
- 2) Terciptanya peluang usaha bagi masyarakat setempat. Seperti, jasa menjadi juru parkir, kuliner, dll.
- 3) Trend pariwisata masa depan adalah pariwisata yang memperhatikan lingkungan dan aspek konservasi.

##### *Treaths* (Ancaman)

- 1) Banyaknya limbah yang dihasilkan dari industri di sekitar sungai dan polusi udara dari kapal-kapal pengangkut kayu.
- 2) Pendangkalan dan penyempitan Daerah Aliran Sungai (DAS) yang disebabkan oleh tumpukan sampah dan perambahan hutan.
- 3) Pemanfaatan lahan di sekitar sungai yang tidak terarah.
- 4) Munculnya tempat wisata lain dengan konsep yang sama namun pelayanan lebih baik

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan analisis *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR), wisata ini merupakan salah satu wisata yang masih baru dan dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis *community-based tourism* (CBT) melalui pemberdayaan masyarakat setempat. Hasil analisis komponen destinasi wisata 4A dan analisis SWOT menunjukkan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) berpotensi untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata, salah satu cara yang dapat diimplementasikan ke

dalamnya ialah pemberdayaan masyarakat. Tahapan pelaksanaan pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan wisata *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) dengan *community-based tourism* (CBT) dapat diterapkan dengan mengacu pada tiga bagian pemberdayaan yaitu: (1) **Enabling (capacity building)** yakni dengan mengedukasi masyarakat, (2) **Empowering** dengan

mengoptimalkan peran komunitas dan organisasi masyarakat sipil, (3) **Protecting/maintaining** melalui kebijakan dan petunjuk teknis pelaksanaan pariwisata. Penulis merekomendasikan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai strategi untuk mengembangkan *Mahakam Riverside Market* (MARIMAR) kedepannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, M. (2018). *Transportasi Masyarakat Di Sungai Mahakam Samarinda, Kalimantan Timur*. 156-165.
- Arifin, Z. (2020). Metodologi penelitian pendidikan. *Jurnal Al-Hikmah*, 1(1).
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kalimantan Timur. 2020.
- Cooper, Chris, John Fletcher, David Gilbert, dan Stephen Wanhill. (1993). *Tourism: Principles and Practice*. London: Longman Group UK Limited
- Garrod, Brian. 2001. *Local Partisipation in the Planing and Management of Ecotourism: A Revised Model Approach* Bristol. England: University of the West of England.
- Hijriati, E., & Mardiana, R. (2015). Pengaruh Ekowisata Berbasis Masyarakat Terhadap Perubahan Kondisi Ekologi, Sosial Dan Ekonomi Di Kampung Batusuhunan, Sukabumi. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 2(3), 146-159. <https://doi.org/10.22500/sodality.v2i3.9422>
- Insani, N., A'Rachman, F. R., Ningsih, H. K., & Rachmawati, A. P. (2019). Pendampingan Masyarakat dalam Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) Kepariwisataaan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Praksis Dan Dedikasi Sosial*, 2(1), 28-35.
- Insani, N., A'rachman, F. R., Sanjiwani, P. K., & Imamuddin, F. (2019). Studi kesesuaian dan Strategi Pengelolaan Ekowisata Pantai Ungapan, Kabupaten Malang untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS*, 4(1), 49-58. <https://doi.org/10.17977/um022v4i12019p049>
- Raco, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya* (L. Arita (ed.)). PT Grasindo. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Rahadian, A. H. (2016). Strategi Pembangunan Berkelanjutan. *Prosiding Seminar STIAMI*, III(01), 4656. [file:///C:/Users/USER/Downloads/strategi-pembangunan-berkelanjutan\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/strategi-pembangunan-berkelanjutan(1).pdf)
- Rahayu, R. R., Setiyorini, H. D., & Ryana, H. (2017). Pengaruh Meal Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Di D'riam Riverside Resort And Resto. *Gastronomy Tourism Journal*, 2(2), 172-179.
- Rangkuti, F. (2013). *SWOT-Balanced Scorecard*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, R. E., Yanita, N., Nadra, A. K., & Wimeina, Y. (2021). Analisis Potensi Wisata Di Kawasan Pantai Baselona Nagari Kuranji Hilir Kabupaten Padang Pariaman. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 7, No. 2, pp. 244-251).
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Setijawan, A. (2018). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan dalam Perspektif Sosial Ekonomi. *Jurnal Planoearth*, 3(1), 7. <https://doi.org/10.31764/jpe.v3i1.213>
- Setyanto, I., & Pangestuti, E. (2019). Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 72(1), 157-167. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/2850>
- Suharno, Y. E., & Prabasmara, P. G. (2019). Studi wisata berbasis satwa sebagai destinasi baru di Kawasan Karangwaru Riverside. *JURNAL ARSITEKTUR PENDAPA*, 2(1), 45-54.
- Tisnawati, E., & Ratriningsih, D. (2017). Pengembangan Konsep Pariwisata Sungai Berbasis Masyarakat; Studi Kasus: Kawasan Bantaran Sungai Gajah Wong Yogyakarta..
- Ulum, M. C., & Ngindana, R. (2017). *Environmental Governance: Isu Kebijakan dan Tata Kelola Lingkungan Hidup*. Universitas Brawijaya Press.
- Yachya, A. N., & Mawardi, M. K. (2016). Pengelolaan Kawasan Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi Masyarakat Berbasis Cbt (Community Based Tourism)(Studi Pada

Kawasan Wisata Pantai Clungup Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 39(2), 107-116.

Yuliani, & Suharto. (2020). Upaya Warga Masyarakat Dusun Bembem Trimulyo Jetis Bantul dalam Mewujudkan Sungai Opak Sebagai Wisata Sungai (River Tourism). *Hotelier Journal*, 6(1).