

## PENGEMBANGAN PARIWISATA PASAR TERAPUNG KOTA BANJARMASIN

### *DEVELOPMENT OF FLOATING MARKET TOURSIM AT THE CITY OF BANJARMASIN*

**Herry A. Pradana**

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan  
Jl. Dharma Praja I, Kawasan Perkantoran Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan, Banjarbaru,  
Kalimantan Selatan, Indonesia  
e-mail: herry.a.pradana@gmail.com

Diserahkan: 24/01/2020, Diperbaiki:18/03/2020, Disetujui: 29/04/2020

#### **Abstrak**

Pentingnya mengembangkan sektor-sektor unggulan berbasis keunikan/kekhasan daerah akan mempercepat pertumbuhan ekonomi regional. Pembangunan pariwisata sebagai sektor unggulan diharapkan dapat menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan ekonomi, hal ini dapat dilihat dari kontribusi pariwisata pada pertumbuhan ekonomi dan penciptaan peluang kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerataan pembangunan. Kota Banjarmasin sebagai kota perdagangan dan jasa telah menetapkan pariwisata sungai sebagai salah sektor unggulannya. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata Pasar Terapung di Kota Banjarmasin. Pengembangan pariwisata Pasar Terapung merupakan komponen utama Sistem Inovasi Daerah (SIDa) Kota Banjarmasin yang bertujuan untuk menghidupkan kembali geliat Pasar Terapung dengan pendekatan pariwisata modern berbasis inovasi dan rekayasa budaya. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif dan dianalisis menggunakan metode SWOT. Pengembangan pariwisata berbasis sungai dengan Pasar Terapung sebagai *icon* utama daerah akan memberikan dampak yang besar bagi Kota Banjarmasin apabila dikelola dan dikembangkan secara serius dan komprehensif. Berdasarkan hasil analisis SWOT, pengembangan pasar terapung difokuskan pada pengembangan ekosistem pariwisata sungai berupa susur sungai dan pengembangan titik persinggahan disepanjang sungai berupa sentra kerajinan dan sentra kuliner.

**Kata Kunci:** Pasar Terapung, Ekosistem Pariwisata, Susur Sungai

#### **Abstract**

*The importance of developing region's leading sectors based on regional uniqueness and competitiveness will accelerate the regional economic growth. Tourism development is expected to be one of the drivers of economic growth, as can be seen from its contribution to economic growth, employment opportunities, income generation and equitable development. City of Banjarmasin is known as a city of trade and services in South Kalimantan, establishing river tourism as one of its leading sectors to support the economy. This study aims to formulate strategies for developing the floating market tourism at the City of Banjarmasin. The development of the Floating Market tourism as a main component of the regional innovation system aims to revive the Floating Market with a modern tourism approach based on innovation and cultural reengineering. This research uses qualitative research with an explorative descriptive approach and analyzed using SWOT method. The development of river-based tourism with the Floating Market as its main icon will have a major impact to their economy if it is managed and developed seriously and comprehensively. Based on the results of SWOT analysis, the development of the floating market will be focused on the development of the river tourism ecosystem in*

*the form of river cruises and the development of transit points along the river for the craft and culinary centers.*

**Keywords:** *Floating Market, Tourism Ecosystem, River Cruise*

## PENDAHULUAN

Pentingnya mengembangkan sektor-sektor unggulan berbasis keunikan/kekhasan daerah akan mengakselerasi pertumbuhan wilayah, khususnya pada sektor ekonomi (A.I. and Escolano-Utrilla S 2016). Kekhasan daerah dari sisi pariwisata dalam kaitannya dengan pembangunan ekonomi sudah tidak diragukan lagi kontribusinya, hal ini dilihat dari banyaknya daerah yang mengembangkan pariwisata dengan serius dan menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan, seperti Bali, Lombok, Jogjakarta dan kota-kota lainnya di Indonesia (Tarigan 2005). Pembangunan pariwisata diharapkan menjadi salah satu motor penggerak pertumbuhan pembangunan ekonomi, terutama dari sektor ketenagakerjaan, peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerataan pembangunan (Center For Innovation, Entrepreneurship, & Leadership, School Of Business And Management ITB 2014).

Kota Banjarmasin sebagai kota perdagangan dan jasa, memiliki potensi yang sangat besar dengan pariwisata sungainya, yang kemudian diangkat sebagai salah sektor unggulannya melalui dokumen *Roadmap* Sistem Inovasi Daerah (SIDa) (Kementerian Riset dan Teknologi, 2013). Pengembangan pariwisata berbasis sungai dengan Pasar Terapung sebagai ikon utama nya akan memberikan dampak yang besar bagi Kota Banjarmasin apabila dikelola dan dikembangkan secara serius, terencana, terintegrasi dan komprehensif (Parrilli and Sacchetti 2008). Pengembangan sektor pariwisata Pasar Terapung dipilih sebagai sektor unggulan Kota Banjarmasin atas dasar Pasar Terapung mencerminkan perilaku sosial kemasyarakatan serta kebudayaan asli Kalimantan Selatan khususnya Kota Banjarmasin (Bappeda Kota Banjarmasin 2013). Selain itu, keberadaan Pasar Terapung yang sudah mulai ditinggalkan

dengan bergesernya pola kehidupan masyarakat yang dulu menggunakan sungai sebagai media transportasi utama menjadi berbasis transportasi darat, mengakibatkan mulai tenggelamnya eksistensi Pasar Terapung di Kota Banjarmasin, khususnya Pasar Terapung di Muara Kuin (Skerratt 2013). Pasar Terapung Muara Kuin keberadaannya sudah semakin terpinggirkan dengan dikembangkannya Pasar Terapung buatan di Siring Tendean dan gencarnya Pemerintah Kabupaten Banjar dalam mempromosikan Pasar Terapung di Lok Baintan. Perlu pemikiran yang mendalam dan usaha keras dari berbagai kalangan, baik itu pemerintah, akademisi, industri, dan komunitas masyarakat dalam menjawab permasalahan ini (Herawati, Lipuring dan Rudatin 2014). Pengembangan pariwisata Pasar Terapung sebagai komponen utama pengembangan sektor unggulan di Kota Banjarmasin bertujuan untuk menghidupkan kembali geliat Pasar Terapung dengan pendekatan pariwisata modern berbasis inovasi dan rekayasa budaya.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif eksploratif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, *Focus Group Discussion* (FGD) dan studi kepustakaan. Informan penelitian terdiri dari pejabat dinas pariwisata, pelaku pariwisata seperti ASITA, ASPPI, Pokdarwis, dan komunitas pemuda, serta kelompok pedagang Pasar Terapung sebagai bahan masukan dalam penyusunan laporan hasil penelitian. Data dan temuan lapangan dianalisis lebih lanjut menggunakan Analisis SWOT. Matriks strategi SWOT, lebih lanjut dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif matriks SWOT sebagaimana dikembangkan oleh *Kearns* yang menampilkan matriks delapan kotak; dua

bagian mewakili faktor eksternal (peluang dan tantangan) dan dua bagian lainnya adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Sedangkan empat bagian lainnya merupakan kotak isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil titik pertemuan antara faktor-faktor internal dan eksternal (Kearns 1992).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pasar Terapung Muara Kuin adalah pasar tradisional yang ada di muara Sungai Kuin, lokasinya berada di kelurahan Kuin Utara Kota Banjarmasin. Pasar ini merupakan ikon pariwisata Kota Banjarmasin yang juga hasil peninggalan sejarah dan budaya masyarakat sejak dimulainya kawasan ini sebagai kawasan pemukiman. Kelurahan Kuin merupakan kawasan permukiman yang berada di sepanjang aliran sungai yang memiliki keunikan dan daya tarik pariwisata, baik berupa wisata alam, maupun budaya. Hilir mudiknya aneka perahu tradisional (jukung) dengan beraneka muatan dapat menjadi tontonan yang menarik bagi wisatawan, bahkan diharapkan dapat dikembangkan menjadi miniatur kampung wisata sehingga dapat dikembangkan potensinya dalam promosi kepariwisataan Kalimantan Selatan, khususnya kota Banjarmasin (Mulunga dan Yazdanifard 2014). Keberadaan Pasar Terapung pada awalnya hanya berfungsi sebagai tempat pertukaran barang atau barter antar masyarakat dari hasil perkebunan dan pertanian, namun dengan kemajuan jaman maka sistem tersebut sudah tidak berlaku dan menggunakan sistem jual-beli dengan menggunakan mata uang yang berlaku (Izzati dan Wilopo 2018).

Seiring dengan berkembangnya pembangunan, dan bergesernya budaya masyarakat, keberadaan Pasar Terapung Muara Kuin ini mulai mengalami penurunan, baik dari sisi area kawasan pasar maupun aktivitas pasarnya. Hal ini menyebabkan nilai-nilai sosial dan budaya yang terkandung di dalam Pasar Terapung ini juga mulai menghilang (C. Gibson 2015). Kondisi Pasar Terapung yang semakin sepi, menuntut kerja keras dari pemerintah dan peningkatan peranan

masyarakat lokal dalam usaha mengembalikan ikon pasar terapung menjadi ikon pariwisata yang menjadi tujuan wisata utama di Kalimantan Selatan (Rahmini 2015).

Pemerintah Kota Banjarmasin mulai menata sektor pariwisata dengan membuka ruang terbuka publik disekitar Siring Tendea (depan Masjid Sabilal Muhtadin), sebagai kawasan Pasar Terapung buatan, khusus pada hari Sabtu dan Minggu (pada saat *car free day*). Hal ini dapat dilihat dari dibangunnya beberapa fasilitas pendukung seperti akses pejalan kaki (*city walk*) di sepanjang sungai Martapura dan taman di sekitarnya, Menara Pandang, peremajaan rumah banjar "Anno", pembangunan sarana olahraga, peresmian pojok baca Bank Indonesia, dan air mancur berbentuk Bekantan raksasa sebagai ikon Kalimantan Selatan.

Pengunjung Pasar Terapung Tendea pada hari Sabtu dan Minggu berjumlah ribuan, bahkan diwaktu-waktu tertentu mencapai lebih dari 10,000 pengunjung dengan jumlah pengguna perahu untuk wisata susur sungai singkat mencapai 2,000 - 3,000 orang. Hal ini menjadi peluang yang sangat besar bagi para pedagang kecil dan usaha kuliner yang juga jumlahnya semakin banyak di sekitar lokasi siring tersebut. Keberadaan dermaga buatan dan paket murah susur sungai di sepanjang sungai Martapura juga menjadi daya tarik yang sangat luar biasa bagi masyarakat lokal. Hanya dengan membayar Rp. 5.000 per orang, masyarakat sudah dapat menikmati paket hemat susur sungai, meskipun juga disediakan paket wisata ke pasar terapung Kuin, Pulau Kembang, Pulau Bromo, Pasar Terapung Lok Baintan, maupun beberapa tujuan wisata lainnya.

Atraksi-atraksi lain yang dapat ditemui di sepanjang Siring Tendea adalah suguhan musik tradisional lengkap beserta alat musik dan penyanyi berkostum tradisional Banjar. Sering kali juga ditemui berbagai komunitas anak muda yang melakukan aksi-aksi unik disekitar lokasi. Di lokasi tersebut juga dapat ditemui kuliner-kuliner berupa kue, jajanan khas

maupun masakan khas Kalimantan Selatan yang dapat dinikmati di atas perahu (jukung). Adanya hiburan baru nan murah bagi masyarakat lokal maupun bagi wisatawan, sedikit banyaknya memberikan kontribusi positif bagi daerah, namun disisi lain hal ini berdampak negatif terhadap keberlangsungan Pasar Terapung Muara Kuin yang semakin sedikit pengunjungnya (Sakbar 2013).

Ada beberapa aspek yang menjadi perhatian utama pemerintah daerah dalam mengembangkan Pasar Terapung Kuin, khususnya dengan kaitan menghidupkan lagi potensi pasar terapung yang mulai meredup, diantaranya adalah daya tarik (*Attraction*), dimana daerah tujuan wisata dalam menarik wisatawan hendaknya memiliki keunikan, kekhasan dan daya tarik tersendiri, baik berupa alam maupun masyarakat serta budayanya (Gong dan Hassink 2017). Pasar Terapung memiliki potensi yang luar biasa sebagai *Heritage Village* (Kawasan Warisan Budaya), selain itu dengan potensi yang ada, Pasar Terapung juga telah diangkat menjadi sektor unggulan Pemerintah Kota Banjarmasin dalam meningkatkan potensi pendapatan asli daerahnya dari sektor pariwisata (Saepulloh 2009). Pengembangan wisata juga harus memenuhi aspek aksesibilitas (*Accesibility*), hal ini dimaksudkan agar wisata domestik dan mancanegara dapat dengan mudah dalam pencapaian tujuan ke tempat wisata (Ife 1995). Dengan akses jalan yang sempit menuju dermaga di Alalak Selatan/Kuin, membuat mobil berkapasitas besar seperti bis pariwisata kesulitan menjangkau daerah tersebut, belum lagi konektivitas transportasi umum yang ada belum dapat diandalkan sebagai sarana transportasi bagi para wisatawan (Wilson 2010). Pembenahan di sektor ini juga sangat krusial peranannya dalam mendukung sektor pariwisata di Kota Banjarmasin. Wisatawan juga mengharapkan kenyamanan berwisata dengan fasilitas yang lengkap (*Amenities and Facilities*) sebagai salah satu syarat Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) dimana wisatawan dapat dengan kerasan

tinggal lebih lama di daerah tersebut (Gibson, Brennan-Horley dan Laurensone al 2012). Fasilitas menjadi urusan wajib jika pemerintah hendak mengembangkan sektor kepariwisataan di Kota Banjarmasin. Keberadaan Hotel, sentra oleh-oleh (suvenir), sentra kerajinan, sentra kuliner serta informasi kepariwisataan baik di *website*, maupun di lokasi-lokasi wisata menjadi hal yang sangat penting untuk disediakan. Selain itu, dengan adanya Lembaga Pariwisata (*Ancillary*), Wisatawan akan semakin mudah dalam hal mengunjungi dan mencari lokasi wisata yang diinginkan (Donald, M.S. dan Tyler 2013). Dengan adanya lembaga pariwisata yang dikembangkan sampai ke level kelurahan dalam bentuk Pokdarwis, koordinasi antar pelaku pariwisata akan lebih mudah terlaksana yang akan berdampak positif pada perkembangan pariwisata di Kota Banjarmasin (Parrilli, Nadvi dan Wa 2013).

### **Identifikasi Permasalahan dan Kendala Pengembangan Pariwisata Kota Banjarmasin**

Analisis SWOT yang dilakukan dalam penelitian ini dirumuskan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dan serangkaian *Focus Group Discussion* (FGD) dengan beberapa pemangku kebijakan yang terdiri dari berbagai kalangan, seperti birokrat, akademisi, teknokrat, praktisi, tokoh masyarakat dan media (Diartho 2017). Lingkup analisis SWOT difokuskan pada pengembangan objek wisata dan sarana serta prasarana pendukungnya, baik transportasi, jalan, dermaga, jembatan, dsb.

Secara lebih detil pengembangan ekosistem pariwisata Pasar Terapung dijabarkan menjadi beberapa aspek fokus, yaitu: titik singgah (*stop-over* objek wisata) yang mencakup kawasan Pasar Terapung (Muara Kuin dan Siring Tendea), susur sungai (perkampungan asli, Pulau Kembang, Pulau Bromo, sentra kuliner, sentra kerajinan, kebun buah, dll); Revitalisasi dan peremajaan sarana transportasi air/sungai berupa perahu/kapal (penumpang dapat berdiri di

dalam kapal); interkoneksi sarana transportasi darat (khususnya bis pariwisata dan transportasi publik lainnya); perbaikan prasarana air/sungai (revitalisasi dermaga kapal wisata di Siring Tende dan di sepanjang Sungai Kuin, jembatan yang aman dan dapat dilewati oleh alat transportasi sungai), dan;

perbaikan prasarana di darat, berupa terminal, *pool track*/ lintasan kendaraan wisata darat.

Berikut adalah hasil analisis SWOT yang difokuskan pada pengembangan ekosistem Pasar Terapung sebagai berikut:

**Tabel 1. Analisis SWOT Pengembangan Ekosistem Pasar Terapung**

Eskternal / Internal	Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Daya tarik originalitas, sistim/budaya jual beli dan proses transaksi yang khas.</li> <li>2. Objek wisata ini sudah dikenal secara nasional, bahkan sampai ke mancanegara.</li> <li>3. Karakteristik sungai yang alami, sensasi Pasar Terapung di atas sungai.</li> <li>4. Profil penjual yang masih alami, menggunakan pakaian dan atribut tradisional.</li> <li>5. Terdapat sentra produksi perahu di Alalak (daerah Kab. Barito Kuala).</li> <li>6. Komitmen pembangunan infrastruktur yang kuat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemukiman dan lokasi yang padat, kumuh, kotor dan miskin.</li> <li>2. Kondisi sungai yang kotor dan mengalami pendangkalan.</li> <li>3. Akses ke Kuin atau menuju pasar terapung, sangat sulit (masalah transportasi).</li> <li>4. Masih seringnya ditemui Calo, preman, dsb.</li> <li>5. Perilaku masyarakat kurang mendukung pariwisata pasar terapung dan tidak menerapkan Pola Hidup Bersih dan Sehat (PHBS).</li> <li>6. Usaha produksi kelotok (pulau Sugara), permintaan pasar sangat kecil / menurun</li> <li>7. Produk yang dijual adalah hasil bumi (pasar terapung lainnya sudah menjual barang siap konsumsi)</li> <li>8. Bentuk dan kondisi perahu yang kurang layak dan kurang nyaman</li> <li>9. Belum banyaknya dermaga-dermaga yang layak, serta minimnya fasilitas disekitar area wisata</li> </ol>

<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
Kondisi saat subuh menjelang matahari terbit di perahu klotok sangat unik dan menarik namun belum banyak dieksploitasi.	Meningkatkan daya tarik pasar terapung Kuin melalui wisata terpadu susur sungai dan pengembangan titik-titik persinggahan berupa sentra-sentra (kerajinan, kuliner, souvenir, dsb).	Revitalisasi sarana dan prasarana sungai, transportasi air, dan dermaga.
Perkampungan tradisional Kuin akan sangat mendukung jika dijadikan cagar budaya dan direhabilitasi.	Menciptakan kolaborasi pemerintah dengan pelaku usaha melalui adanya forum bersama inovasi pariwisata sungai.	Menjaga kualitas produk souvenir, cendera mata, kuliner dan jajanan wisata yang higienis melalui standarisasi dan fasilitasi secara berkesinambungan dan komprehensif.
Komitmen berbagai pihak yang mau membantu seperti BI, perbankan, dll.	Meningkatkan efektifitas pembinaan kepada masyarakat dengan mendorong terbentuknya paguyuban profesi sampai ke tingkat yang terbawah.	
Terdapat beragam <i>stop-over</i> potensial.		
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
Gencarnya pengembangan Pasar Terapung Siring Tende dan Pasar Terapung Lok Baintan.	Membangun dan mengembangkan pusat data dan media informasi pariwisata berkualitas.	Meningkatkan penguatan UMKM/IKM untuk mampu berdaya saing dan mengembangkan kualitas/mutu produk dan pemasaran hasil.
Bantuan pemerintah cenderung kurang tepat (contoh bantuan perahu /jukung dari Pemprov yang desainnya tidak memperhatikan kenyamanan).	Menambah daya tarik ekosistem wisata Pasar Terapung melalui revitalisasi objek wisata disekitar Pasar Terapung Muara Kuin.	
Pembebasan lahan berpotensi menimbulkan masalah.	Melaksanakan pengadaan <i>prototype</i> perahu wisata layak dan nyaman.	
Belum tersedianya/ terujinya model bentuk perahu yang paling pas baik bagi pedagang maupun wisatawan susur sungai.		
Sulitnya mencari jalan alternaif yang lebar untuk menuju kawasan Kuin.		

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan analisis SWOT di atas, dari sudut pandang aspek kelestarian Pasar Terapung Muara Kuin, isu utama pengembangan ekosistem pariwisata sungai adalah bagaimana merekonstruksi penampilan Pasar Terapung dengan segala kelengkapan masa lalunya disajikan pada masa sekarang dan bagi masa depan.

Sangat pentingnya pengembangan dan kelestarian Pasar Terapung sebagai “Pasar” obyek wisata, dan atraksi wisata dalam sebuah ekosistem wisata diharapkan dapat berdampak besar pada sektor pariwisata di Kota Banjarmasin dan Kalimantan Selatan secara umum (Robinson 1994).

Namun pada prakteknya setiap tahun selalu terjadi penurunan minat penjual untuk berdagang di pasar terapung yang cenderung sangat tidak menguntungkan dibandingkan dengan berdagang di Pasar Terapung Siring Tende dan pasar tradisional biasa yang lebih mudah diakses dan didatangi oleh pembeli. Dengan adanya pasar darat tradisional di sekitar wilayah Pasar Terapung Muara Kuin, juga membuat posisi pasar terapung semakin terdesak eksistensinya, hal ini dapat dilihat dari kunjungan pembeli dan wisatawan yang semakin menurun. Kondisi tersebut juga diperparah dengan permasalahan harga komoditas yang dijual melalui pasar terapung yang relatif lebih mahal dari pasar di darat, sehingga minat dari para pembeli menjadi menurun.

Jika dilihat dari profil pedagang yang berjualan di Pasar Terapung ini didominasi oleh kaum wanita, dan kebanyakan dari mereka sudah berumur lebih dari 40 tahun. Selain itu, sebagian besar pedagang Pasar Terapung berdagang hanya sebagai pekerjaan sampingan, diantaranya untuk membantu suami yang kebanyakan bekerja sebagai petani, buruh, pedagang pasar, dsb. Regenerasi pedagang Pasar Terapung juga terancam, dimana generasi selanjutnya lebih memilih untuk memilih jenis pekerjaan yang berbeda (Heenan 2010). Hal ini menjadi problematika tersendiri bagi Pemerintah Kota Banjarmasin untuk bagaimana mencari solusi regenerasi pedagang Pasar Terapung.

Belum adanya koordinasi dan organisasi pedagang yang jelas juga memberikan pengaruh pada penurunan aktivitas Pasar Terapung sepuluh tahun terakhir ini. Paguyuban pedagang Pasar Terapung baru dibentuk dan belum banyak dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan dan manajemen organisasinya, sehingga belum ada proses pencatatan jumlah pedagang. Permasalahan juga dapat dilihat dari sisi aksesibilitas, dimana para wisatawan dan khususnya para pengusaha *tours and travels* seringkali mengeluhkan akses menuju Pasar Terapung yang sulit dijangkau, selain itu banyaknya kendala

dilapangan seperti para calo dan preman cukup menyulitkan mereka. Perilaku masyarakat sekitar juga belum menunjukkan masyarakat yang sadar budaya dan pariwisata, hal ini dapat dilihat dari kondisi sungai yang kotor, banyaknya sampah, kurang terjaganya kebersihan disekitar area wisata dan budaya memintaminta (pengemis) masih sering kali ditemui. Saat ini juga belum ada integrasi antara moda transportasi darat dan sungai, dimana masing masing moda transportasi berjalan sendiri-sendiri. Untuk membuat keduanya menjadi satu kesatuan, maka perlu adanya satu identitas yang mencirikan kawasan wisata ini. Salah satu alternatif yang dapat dilakukan diantaranya adalah memberi warna yang sama dan bertuliskan identitas perahu khusus untuk kawasan wisata pasar terapung. Saat ini juga sulit mengidentifikasi mana perahu untuk aktivitas wisata dan mana perahu untuk kegiatan lainnya, seperti jual beli dan lain-lain, karena bentuk dan warna perahu yang relatif sama. Oleh karena itu, perlu dibedakan antara perahu untuk berwisata dengan perahu yang digunakan untuk berdagang.

Tantangan yang dihadapi di dalam pengembangan Pasar Terapung dengan kondisi yang saat ini antara lain adalah waktu yang relatif sempit untuk menikmati wisata Pasar Terapung, yaitu dari jam 3-7 pagi. Sehingga wisatawan yang datang dari luar kota, bahkan luar negeri harus datang pagi-pagi sekali untuk dapat menikmati suasana Pasar Terapung, hal ini cukup kontras dengan kondisi Pasar Terapung Lok Baintan di Kabupaten Banjar, dimana pasar terapung masih beroperasi sampai pukul 10 pagi.

Selain itu, tantangan lainnya adalah barang yang dijual kurang bervariasi, yaitu hanya menjual sebatas kebutuhan sehari hari dan hasil pertanian yaitu ikan, sayur dan buah-buahan, sehingga wisatawan yang berkunjung ke pasar terapung ini jarang membeli barang dagangan. Hal ini juga yang membuat pendapatan para pedagang pasar terapung yang relatif sedikit yaitu  $\pm$  Rp 15.000-30.000 per harinya. Kondisi yang monoton ini

membuat daya tarik Pasar Terapung menjadi kurang menarik, dikarenakan wisatawan hanya duduk di perahu sepanjang perjalanan tanpa transaksi jual beli, dan tanpa ada titik-titik persinggahan yang menarik. Tanpa ada aktivitas yang menarik dan inovasi pelayanan, hal ini akan membuat pariwisata Pasar Terapung akan semakin ditinggalkan dan dilupakan.

Apabila kondisi seperti ini dibiarkan terus menerus maka bukan tidak mungkin keberadaan Pasar Terapung perlahan-lahan akan hilang. Oleh karena itu, untuk mengatasi hal ini dan untuk lebih mengoptimalkan kegiatan pasar maka keberadaan jam Pasar Terapung harus diperpanjang sehingga wisatawan yang datang dapat lebih lama berada di kawasan ini. Selain itu, barang-barang yang dijual di Pasar Terapung harus lebih bervariasi sehingga wisatawan yang datang tertarik untuk berbelanja selain untuk kegiatan wisata. Akan tetapi, kegiatan mengoptimalkan kegiatan pasar ini jangan menghilangkan nilai tradisional dan budaya Pasar Terapung yang alami, karena *supply* yang dimiliki oleh kawasan ini adalah suasana tradisional interaksi antara penjual dan pembeli. Jika hal ini dapat terwujud maka akan dapat meningkatkan pendapatan para pedagang.

Pengunjung yang datang ke kawasan Pasar Terapung sejauh ini cukup merasa puas bisa menikmati pemandangan pasar yang lain dari pada yang lain. Pemandangan Pasar Terapung yang masih alami menjadi salah satu kepuasan tersendiri yang didapat oleh para pengunjung yang tidak bisa didapatkan ditempat lain. Akan tetapi kurangnya fasilitas penunjang yang terdapat di kawasan terapung ini menyebabkan wisatawan kurang merasa puas. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan para pengunjung perlu adanya perbaikan fasilitas.

Sebagian besar pengunjung berharap adanya penataan dan manajemen yang lebih baik bagi Pasar Terapung ini. Selain itu, diharapkan juga adanya perbaikan penataan kawasan pemukiman dan perusahaan pengolahan kayu yang ada disekitar pasar terapung. Akses menuju

lokasi pasar terapung juga menjadi suatu hal yang perlu diperhatikan, karena saat ini keindahan pasar terapung hanya bisa dinikmati melalui perahu saja sedangkan masyarakat maupun pengunjung yang ingin menikmatinya dari daratan masih sulit. Hal ini dikarenakan banyaknya pemukiman dan perusahaan pengelolaan kayu yang menghalangi pemandangan ke arah pasar terapung.

Selain itu, dengan terus dikembangkannya Pasar Terapung buatan di lokasi siring di pusat Kota Banjarmasin membuat semakin berkurangnya jumlah pedagang pasar terapung di Muara Kuin. Bahkan, Pemerintah Kota Banjarmasin cenderung lebih memprioritaskan pengembangan Pasar Terapung buatan di pusat kota dengan seringnya mengadakan acara dan *event-event* rutin di sekitar area tersebut. Hal ini juga didukung dengan rutinnya diselenggarakan kegiatan di Menara Pandang dan Rumah Anno, pembangunan patung besar Bekantan, pembangunan *city walk*, area olahraga (lapangan basket), pembangunan pojok baca, serta didukung oleh kegiatan *Car Free Day* kerap kali menjaid daya tarik tersendiri bagi para pengunjung. Program Susur Sungai yang dikembangkan oleh Pemko Banjarmasin pun tidak begitu banyak membantu, dikarenakan kebanyakan pengunjung lebih memilih untuk wisata berkeliling sungai di sekitar Mesjid Raya saja dengan jelajah yang pendek.

### **Strategi Pengembangan Pasar Terapung**

Berdasarkan analisis SWOT di atas dan *Focus Group Discussion* (FGD), dirumuskan beberapa strategi yang bertumpu pada penguatan dan pengembangan daya tarik utama dan pendukung Pasar Terapung melalui pembangunan ekosistem wisata terpadu susur sungai.

Paket wisata yang ditawarkan adalah wisata Pasar Terapung yang terintegrasi dengan wisata susur sungai. Konsepnya adalah wisatawan yang ingin menikmati wisata Pasar Terapung juga akan mendapatkan hal yang menarik dan

eksotik dari perjalanan menyusuri sungai dari titik keberangkatan, yaitu Pasar Terapung Tendean menuju lokasi Pasar Terapung Muara Kuin. Titik sentral keberangkatan ke Pasar Terapung adalah di dermaga Siring Tendean, dikarenakan kondisi pengembangan lokasi, infrastruktur dan tata pemukiman disekitar wilayah Alalak dan Kuin dirasa tidak memungkinkan untuk direvitalisasi dalam waktu dekat. Namun kedepannya, berdasarkan perencanaan dari Barenlitbang Kota Banjarmasin, wilayah Kuin dan Alalak akan dijadikan kampung cagar budaya, sehingga akan dilestarikan sesuai kondisi yang ada dan direvitalisasi menggunakan konsep kearifan lokal.

Terkait dengan pengembangan ekosistem wisata Pasar Terapung, perlu dikembangkan juga rute-rute paket wisata susur sungai. Setiap rute paket wisata akan melalui beberapa tujuan wisata ditambah pemandangan lingkungan sekitar sungai yang masih alami dan perkampungan masyarakat khas Banjarmasin. Adapun paket-paketnya berupa paket wisata Pasar Terapung Kuin di Muara Kuin, Paket wisata Pasar Terapung Lok Baintan, Paket ke pulau Kembang, Paket Ekowisata, dan Paket *Stop-over* Sentra Kerajinan dan Sentra Kuliner.

**Paket wisata Pasar Terapung Kuin di Muara Kuin**, merupakan paket utama wisata pasar terapung karena letaknya yang masih berada di wilayah administrasi Kota Banjarmasin. Agar lebih menarik wisatawan, dipandang perlu menciptakan kampung wisata di Kuin, dimana wisatawan bisa ditawarkan menyusuri kampung Kuin dengan menggunakan kapal klotok kecil dan wisatawan juga bisa menginap di kampung Kuin tersebut (dengan memanfaatkan rumah warga yg didesain ulang menjadi rumah tempat tinggal pemilik rumah yang bersangkutan sekaligus menjadi penginapan yang lebih menjadi menarik dan keunikan cita rasa Banjarmasin dapat dirasakan wisatawan). Sejauh ini, pengembangan daerah di Pulau Bromo juga sudah mulai dijalankan. Pulau Bromo merupakan wilayah pemukiman masyarakat pesisir sungai yang berada di

atas sungai (bukan di darat), sehingga sangat unik untuk dikembangkan sebagai bagian dari ekosistem wisata Pasar Terapung.

**Paket wisata Pasar Terapung Lok Baintan** terletak di wilayah Kabupaten Banjar dan masih memiliki jumlah pedagang yang cukup banyak dibandingkan di Pasar Terapung Kuin. Karena titik keberangkatan dirancang dari Siring Tendean, maka rute wisata ini cukup layak dijadikan bagian pariwisata Kota Banjarmasin.

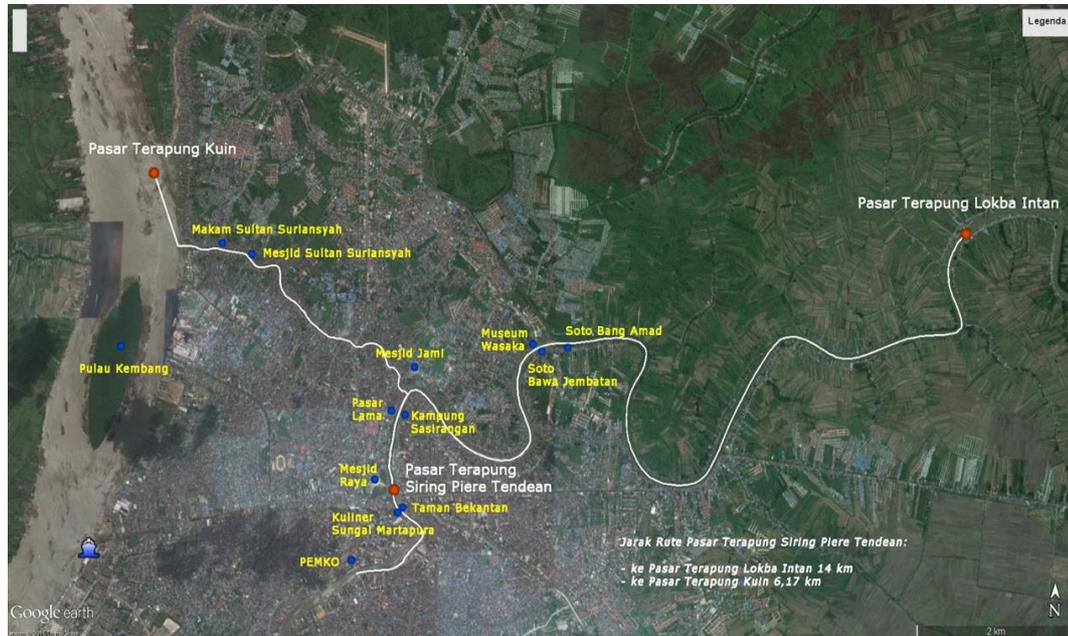
**Paket ke pulau Kembang** merupakan salah satu daerah wisata yang termasuk wilayah wisata daerah Barito Kuala namun dilewati rute susur sungai mulai dari Pasar Terapung Siring Tendean hingga Pasar Terapung Muara Kuin. Dengan demikian paket wisata ini memerlukan kerjasama antara Pemerintah Kota Banjarmasin dengan Pemerintah Kabupaten Barito Kuala agar lebih dapat optimal.

**Paket Ekowisata** menawarkan wisata ekowisata seperti pemandangan biota air sepanjang sungai yang disusuri, dan Paket *Stop-over* Sentra Kerajinan dan Sentra Kuliner.

Pada sepanjang aliran susur sungai akan dikembangkan kampung-kampung wisata berupa sentra kerajinan (baik Sasirangan, Purun, Suvenir, dsb), dan Sentra Kuliner (makanan ringan, makanan khas banjar, dsb). Ada beberapa wilayah yang sudah terlebih dahulu mengembangkan Sentra Kerajinan dan Kuliner seperti di jalan Sultan Adam dimana, setiap pagi diadakan pasar *wadai*. Selain itu, disekitar wilayah Banua Anyar juga ada pasar *wadai* setiap sore pada hari Selasa dan Sabtu. Disekitar daerah Pasar Lama dan Sungai Bilu juga telah dikembangkan sentra sasirangan yang juga dapat diakses melalui sungai. Sebelumnya, pengembangan kampung wisata, sentra kerajinan, maupun sentra kuliner tidak pernah diintegrasikan dengan ekosistem pariwisata yang ada, sehingga pengembangannya bersifat parsial dan tidak menyeluruh. Hal ini yang menjadi salah satu penyebab perkembangan pariwisata di Kalimantan Selatan,

khususnya di Banjarmasin tidak mengalami perkembangan secara berarti.

Berikut adalah peta lokasi Pasar Terapung dan pengembangan ekosistem wisata Pasar Terapung



**Gambar 1. Lokasi Pasar Terapung dan Berbagai Lokasi Wisata**

*Sumber: Google Earth Pro Data diolah*

Selain pengembangan ekosistem wisata Pasar terapung, hal yang tidak kalah penting untuk dilaksanakan adalah menciptakan kolaborasi pemerintah dengan pelaku pariwisata melalui adanya forum bersama inovasi pariwisata sungai dan peningkatkan efektifitas pembinaan kepada masyarakat dengan mendorong terbentuknya paguyuban profesi sampai ke tingkat yang terbawah. Kolaborasi antar aktor mutlak diperlukan sebagai sistem pendorong sistem kepariwisataan, hal ini dikarenakan masing-masing elemen memiliki kompetensi dan peranan masing-masing, khususnya dalam menciptakan dan memastikan kualitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan yang optimal bagi wisatawan. Hal ini yang mendorong pentingnya pengembangan pariwisata yang lebih baik melalui optimalisasi peran pemerintah daerah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, serta media dalam mengembangkan potensi wisata di Kota Banjarmasin.

Pemerintah sebagai salah satu aktor utama dalam pengembangan pariwisata memiliki beberapa fungsi dalam perencanaan pariwisata, pembangunan pariwisata, kebijakan dan peraturan terkait kepariwisataan. Dalam fungsinya sebagai perencanaan kepariwisataan, Pemerintah Kota Banjarmasin telah menyusun dokumen *Roadmap* Sistem Inovasi Daerah (SIDa) yang memfokuskan sektor pariwisata sebagai sektor unggulannya. Pada dokumen tersebut, telah dicantumkan perencanaan pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk memacu pertumbuhan berbagai jenis industri yang berkaitan dengan pariwisata, perencanaan penggunaan lahan, perencanaan infrastruktur yang berhubungan dengan transportasi sungai secara khusus, dan keperluan lainnya seperti; pengelolaan sampah dan perencanaan keamanan yang mencakup keamanan internal untuk daerah tujuan wisata dan para wisatawan (Herawati, Lipuring dan Rudatin 2014). Pembangunan pariwisata umumnya dilakukan oleh sektor swasta terutama pembangunan fasilitas dan jasa pariwisata. Namun, pengadaan infrastruktur umum

seperti akses jalan dan sungai khususnya, yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata merupakan tanggung jawab dari pemerintah. Hal ini yang menjadi pekerjaan rumah yang cukup besar bagi Pemerintah Kota Banjarmasin, khususnya dalam penataan aliran sungai dan bangunan disekitar bantaran sungai. Proyek pembebasan lahan, peninggian jembatan dan penataan kawasan perumahan penduduk disekitar sungai menjadi hal yang belum dapat dilaksanakan secara optimal. Padahal jika hal ini dapat dilaksanakan secara baik, terencana dan komprehensif, maka pengembangan ekosistem pariwisata Pasar Terapung akan dapat dikembangkan dengan lancar. Terkait dengan kebijakan dan peraturan yang terkait dengan kepariwisataan, Pemerintah Kota Banjarmasin sebenarnya cukup aktif. Hal ini dapat dilihat dari dituangkannya perencanaan pengembangan pariwisata Kota Banjarmasin melalui *Roadmap* Sistem Inovasi Daerah, serta telah dicanangkannya sektor Kriya, dalam hal ini Sasirangan Pewarna Alam sebagai produk unggulan Kota Banjarmasin dalam mendukung pengembangan pariwisata.

Namun terlepas dari peranan sentral pemerintah dalam mengembangkan sektor pariwisata di Kota Banjarmasin, peranan media, komunitas dan pelaku usaha lah yang menjadi motor penggerak dan tulang punggung pengembangan pariwisata yang sebenarnya. Media berperan penting dalam kemajuan pariwisata daerah, di mana media berperan selaku corong penyebar informasi sekaligus promosi pariwisata melalui pemberitaan, baik di media cetak, elektronik, dan daring. Komunitas masyarakat selaku penikmat pariwisata juga memiliki peranan tidak kalah penting, khususnya dalam hal penyebaran informasi kepariwisataan yang sedang dikunjunginya. Bahkan beberapa figur publik mempunyai peranan yang sangat besar untuk mengajak para *followers*-nya untuk dapat menikmati pariwisata di daerah tertentu. Pola promosi seperti ini yang masih sangat minim dilaksanakan di Kota Banjarmasin, karena promosi pariwisata masih dilakukan secara

konvensional, dengan jalur promosi yang sangat tradisional pula.

Promosi pariwisata oleh Pemerintah Kota Banjarmasin disamping harus menggunakan *website* khusus promosi pariwisata yang menjadi basis informasi wisata Kota Banjarmasin, promosi pariwisata juga harus dilakukan melalui media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, *WhatsApp* dan media sosial lainnya. Untuk itu SKPD terkait harus membentuk tim khusus untuk membuat dan mengelola akun-akun media sosial sehingga informasi pariwisata Kota Banjarmasin dapat dihadirkan dengan cepat dan informatif, serta interaktif. Dibangunnya bandara baru juga dapat menjadi pintu gerbang utama bagi para wisatawan yang hendak berkunjung ke Kalimantan Selatan, sehingga dapat dimanfaatkan menjadi media promosi yang efektif dalam mempromosikan pariwisata. Dengan adanya media-media promosi tersebut, diharapkan dapat memberikan kesan terhadap pariwisata di Kalimantan Selatan, khususnya Pasar Terapung agar lebih terasa dampaknya dan dapat didokumentasikan oleh wisatawan. Selain itu, ada hal yang cukup penting untuk dilaksanakan yaitu menyusun dan menetapkan *Branding* Pariwisata Kota Banjarmasin. *Branding* pariwisata penting salah satunya dalam bentuk *tagline* yang akan digunakan untuk memperkenalkan pariwisata di Kota Banjarmasin ke para wisatawan domestik dan mancanegara. Selain itu dengan adanya *tagline* akan mempermudah menancapkan ingatan ke benak para wisatawan sehingga Banjarmasin akan diingat oleh wisatawan.

Dari sisi pelaku bisnis, yang paling utama dalam menjalankan bisnis pariwisata adalah iklim kondusif dalam menjalankan bisnis pariwisata. Termasuk di dalamnya pemberantasan pungli atau preman yang dapat meresahkan dan membuat wisatawan merasa tidak nyaman. Selain itu, bagi pelaku bisnis pariwisata faktor infrastruktur yang dibangun pihak pemerintah, seperti jalan, dermaga, dan bandara sangat berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis mereka.

## SIMPULAN DAN REKOMENDASI

### Simpulan

Keberadaan Pasar Terapung Muara Kuin saat ini semakin menurun sehingga cukup sulit untuk kembali pada kondisi jayanya. Hal ini dapat dilihat juga dengan semakin pudarnya budaya sungai seiring dengan aktivitas dan kegiatan ekonomi masyarakat berpindah ke darat. Karena itu, untuk menghidupkan kembali Pasar Terapung Kuin tidak dapat didorong secara alami tetapi dengan menciptakan ekosistem dan aktivitas wisata disepanjang aliran sungai di Kota Banjarmasin. Dengan adanya pengembangan ekosistem pariwisata sungai, diharapkan akan terbentuk ekosistem wisata yang bersinergi satu sama lain serta dapat memberikan pengalaman unik bagi wisatawan. Sektor pariwisata di Kota Banjarmasin apabila dikelola dengan baik, dapat meningkatkan perekonomian daerah secara optimal, khususnya dari sektor jasa, perdagangan, perhotelan dan restoran.

### Rekomendasi

Pengembangan pariwisata perlu meningkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pola pemberdayaan masyarakat dan perencanaan pengembangan infrastruktur dan lingkungan. Sektor-sektor tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis, logis, proporsional, berkesinambungan dan dikerjakan secara bersama-sama. Pengembangan ekosistem pariwisata Pasar Terapung hendaknya dilakukan secara menyeluruh dan dilaksanakan oleh *multistakeholder*, sehingga hasilnya dapat lebih optimal dalam mendukung peningkatan kunjungan wisatawan ke Kalimantan Selatan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ife, Jim. 1995. *Community Development : Creating Community Alternatives, Vision, Analysis and Practice*. Australia: Longman.
- Kearns, K P. 1992. "From Comparative Advantage To Damage Control :

Clarifying Strategic Issues Using SWOT Analysis." *Nonprofit Management and Leadership* 3(1) 3-22.

- Robinson, David S.P. 1994. *Human Resources Management Concept and Practices*. Jakarta: Prenhallindo.
- Tarigan, R. 2005. *Ekonomi Regional Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mudrajad, Kuncoro. 2000. *Ekonomi Pembangunan : Teori, Masalah, dan Kebijakan*. Jogjakarta: UPP AMP YKPN.
- Bappeda Kota Banjarmasin. 2013. *Banjarmasin Kota Sungai: Gerbang Ekonomi Kalimantan*. Banjarmasin: Bappeda Kota Banjarmasin.
- Center For Innovation, Entrepreneurship, & Leadership, School Of Business And Management ITB. 2014. "Accelerating Techno-Creative Innovation And Global Collaboration Toward Sustainable Entrepreneurial Ecosystem." *Proceeding Of The 6th Indonesia International on Innovation, Entrepreneurship and Small Business*. Bali.
- Kementerian Riset dan Teknologi. 2013. *Panduan Penyusunan Roadmap Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa)*. Jakarta: BPPT.
- Rahmini, Noor, et al. 2015. "The Role Of Bonding, Bridging And Linking At Traditional Markets In Indonesia: A Study At Lok Baintan Floating Market Banjar Regency South Kalimantan." *Journal Of Applied Economics And Business. Education And Novel Technology*.
- Sakbar, Sukma Noor. 2013. "Kebermaknaan Hidup Dan Gambaran Perempuan Pedagang Pasar Terapung Lokbaintan Martapura." *Prosiding Seminar*

- Nasional Psikologi (SEMPSI)*.  
Banjarmasin: Universitas  
Lambung Mangkurat.
- Saepulloh, Mochammad. 2009.  
*Perencanaan Lanskap Kawasan  
Pasar Terapung Sungai Barito  
Kota Banjarmasin Kalimantan  
Selatan Sebagai Kawasan Wisata  
Budaya*. Bogor: Institut Pertanian  
Bogor.
- Heenan, Deirdre. 2010. "Social Capital  
and Older People in Farming  
Communities." *Journal of Aging  
Studies* 40-46.
- Mulunga, Selma Ndiwakalunga, and  
Rashad Yazdanifard. 2014.  
"Review of Social Inclusion,  
Social Cohesion and Social  
Capital in Modern Organization,  
Global." *Journal of Management  
and Business Research*, 14 (3), 1-  
7.
- Herawati, Tuty, Christina Lipuring, and  
Tyas Rudatin. 2014. "Potensi Kota  
Bandung Sebagai Destinasi  
Incentive Melalui Pengembangan  
Ekonomi Kreatif." *Jurnal  
Penelitian dan Pengembangan  
Humaniora Epigram* 11 (2) 50-62.
- Izzati, Muhammad Fakhrul, and Wilopo.  
2018. "Implementasi Tripple  
Helix Dalam Mendorong  
Pertumbuhan Industri Kreatif di  
Kota Malang Sebagai Upaya  
Peningkatan Daya Saing Untuk  
Menghadapi Masyarakat  
Ekonomi ASEAN." *Jurnal  
Administrasi Bisnis Universitas  
Brawijaya*.
- A.I., Escalona-Orcao, and Sáez-Pé  
Escolano-Utrilla S. 2016. "The  
location of creative clusters in  
non-metropolitan areas: A  
methodological proposition." *Journal of Rural Studies* 45 112-  
122.
- Gibson, Chris. 2015. "Negotiating  
Regional Creative Economies:  
Academics as Expert  
Intermediaries Advocating  
Progressive Alternatives." *Journal  
of Regional Studies* 49 (3): 476-  
479.
- Gong, Huiwen, and Robert Hassink. 2017.  
"Exploring the clustering of  
creative industries." *Journal of  
European Planning Studies* 25  
(4): 583-600.
- Wilson, N. 2010. "Social creativity:  
requalifying the creative  
economy." *International Journal  
of Cultural Policy* 16 (3) 367–381.
- Skerratt, S. 2013. "Enhancing the analysis  
of rural community resilience:  
evidence from community land  
ownership." *Journal of Rural  
Studies* 31 (ITS) 36–46.
- Gibson, C, C Brennan-Horley, and B  
Laurensonet al. 2012. "Cool  
places, creative places?  
Community perceptions of  
cultural vitality in the suburbs." *International Journal of Cultural  
Studies* 15 (3) (McGraw-Hill  
Companies) 287–301.
- Donald, B, Gertler M.S., and P Tyler.  
2013. "Creatives after the crash." *Cambridge Journal of Regions,  
Economy and Society* 6 (1)  
(Alfabeta) 3–21.
- Diartho, Herman Cahyo. 2017. "Strategi  
Terhadap Pengembangan  
Kelembagaan BUMDesa di  
Kabupaten Jember." *Jurnal  
Ilmu Ekonomi & Studi  
Pembangunan Vol. 17 No. 2*: 200  
-218.
- Parrilli, Mario Davide, Khalid Nadvi, and  
Henry Wa. 2013. "Local And  
Regional Development In Global  
Value Chains, Production  
Networks And Innovation  
Networks: A Comparative Review  
And The Challenges For Future  
Research." *Journal of European  
planning studies* (McMillan).
- Parrilli, Mario Davide, and Silvia  
Sacchetti. 2008. "Linking

Learning With Governance In  
Networks And Clusters: Key  
Issues For Analysis And Policy."  
*Entrepreneurship and Regional  
Development 20, No. 4: 387-408.*