

POTENSI PENGEMBANGAN WISATA KULINER HALAL DALAM UPAYA PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT KOTA SAMARINDA (STUDI PADA MAHAKAM RIVERSIDE MARKET)

Muhammad Fauzi¹, Bambang Iswanto², Dharma Yanti³

muhammadfauzi385326@gmail.com¹, bambangiswanto@uinsi.ac.id², dhyanti88.dy@uinsi.ac.id³

Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

ABSTRACT

This research is motivated by the development of tourism in Indonesia, in addition to developing tourism is also considered as the sector that has the most positive impact on all lines, both in terms of social, culture, especially in terms of economic growth of the community. The contribution of tourism has had an impact on the surrounding community in addition to the opening of new jobs, the establishment of tourist destinations also provides opportunities for the surrounding community to grow their creative economy by seeing existing business opportunities. Along with the increasing public awareness of the importance of consuming halal food, the need for tourist destinations that serve halal food is also increasing, considering that Indonesia is a country with a majority Muslim population. So the purpose of this study is to determine the Potential for Halal Culinary Tourism Development in Efforts to Improve the Economy of the Samarinda City Community (Study on Mahakam Riverside Market). This study uses a descriptive qualitative research method, in the form of field research. Data sources consist of primary and secondary data. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. Data analysis used is data reduction, data presentation, drawing conclusions. The results of the study show that, first, Mahakam Riverside Market Samarinda City has met the four main components that are indicators of tourist attraction, namely Attraction, Accessibility, Amenity, and Ancillary. Second, Marimar has the potential to become a halal culinary tourism in Samarinda based on halal tourism indicators, namely in terms of Accessibility, Communication, Environment and Services. But there are still several obstacles, namely related to halal certification and the lack of government programs related to the development of halal tourism. Third, the establishment of Marimar has a positive impact on the people of Samarinda City, starting from the opening of employment opportunities, and the growth of the creative economy of the community by seeing business opportunities to open businesses and increasing community income.

Keywords: *Community Economy, Potential, Halal Culinary Tourism).*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah. Sektor pariwisata tersebut dianggap sebagai sektor yang memberikan banyak dampak yang positif bagi pembangunan di segala lini, baik dari segi sosial, segi budaya, dan terutama dalam hal pertumbuhan ekonomi (Aziz, 2022). Pengembangan sektor pariwisata seharusnya tidaklah sulit mengingat Indonesia kaya akan keindahan alam, kesenian, dan kebudayaan (Sayekti, 2019). Oleh karena itu, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan perlu di dukung dengan perencanaan yang lebih matang dan harus memenuhi tiga dimensi kepentingan, yaitu industri pariwisata, daya lingkungan, dan kontribusi masyarakat setempat guna memenuhi sasaran untuk membangun ekonomi dan peningkatan kualitas serta kesejahteraan hidup masyarakat (Sari & De Fretes, 2021).

Pembangunan pariwisata dapat memicu peningkatan kondisi ekonomi bangsa, karena pariwisata memberikan kesempatan beroperasinya sejumlah aktivitas perekonomian masyarakat karena sejumlah pengunjung destinasi wisata dapat memberikan keuntungan, baik dari segi sosial maupun finansial benefit. Destinasi wisata juga dapat memberikan

tambahan terhadap pendapatan daerah dan devisa bagi negara. Oleh karena itu, perkembangan tersebut memerlukan kontribusi dari berbagai pihak, mulai dari masyarakat, pengelola destinasi, hingga pemerintah setempat, guna dapat mencapai dan memperoleh manfaat dari pengembangan wisata tersebut (Rahayu dkk., 2022).

Tujuan dari pengembangan destinasi wisata selalu melihat keuntungan yang dihasilkan bagi masyarakat di sekitar destinasi wisata. Adanya kemajuan dari sektor wisata yang begitu pesat membuat pemerintah pusat mengeluarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 2014 tentang pemerintah daerah, yang menyatakan bahwa pemerintah pusat memberikan kewenangan kepada pemerintah daerah untuk mengatur serta mengelola baik wilayah darat maupun lautnya secara mandiri, tujuannya agar mencapai kesejahteraan yang lebih cepat dan mendapatkan keuntungan yang optimal dari sumber daya yang dimiliki masing-masing daerah. Hal tersebut membuat setiap daerah mulai berlomba dalam meningkatkan sektor pariwisata dan mulai gencar dalam mempromosikan daerahnya sebagai tujuan wisata (Sudiarta dkk., 2021).

Segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu destinasi dan memiliki daya tarik dapat disebut sebagai potensi wisata (Setiawan dkk., 2023). Salah satunya wisata yang memanfaatkan bantaran sungai (Riverside). Provinsi Kalimantan Timur memiliki sumber daya yang potensial sebagai destinasi wisata yaitu Sungai Mahakam. Sungai Mahakam sebagai sungai utama yang membelah Kota Samarinda memiliki panjang 920 km dengan luas 149.277 km² telah memberikan sejumlah manfaat bagi masyarakat Kota Samarinda (Daniswari, 2024). Sungai Mahakam sejak dahulu hingga saat ini memiliki peran penting bagi kehidupan masyarakat Kota Samarinda sebagai sumber air, sarana transportasi, dan perikanan. Seiring berkembangnya zaman hingga saat ini Sungai Mahakam tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai penyambung kehidupan masyarakat saja, tetapi saat ini juga dimanfaatkan sebagai destinasi wisata.

Salah satu lapangan usaha yang dominan berkontribusi dalam pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sektor pariwisata Kota Samarinda adalah Penyedia Akomodasi, Makan dan Minum. Dalam konteks sektor pariwisata, suatu destinasi tidak terlepas dari tempat penyedia makanan dan minuman atau yang bisa disebut dengan kuliner, kuliner dapat menjadi daya tarik tersendiri yang dapat meningkatkan jumlah pengunjung. Oleh karena itu, pengembangan wisata kuliner dapat berkontribusi dengan signifikan terhadap pertumbuhan daerah dengan meningkatkan ekonomi masyarakat, terbukanya kesempatan kerja, dan menggerakkan sektor-sektor ekonomi lainnya (Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur, 2024). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Samarinda, tercatat bahwa laju pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha penyedia akomodasi, makan dan minum pada tahun 2019 sebesar 7,66%, pada tahun 2020 laju pertumbuhan tersebut sempat menurun menjadi -3,74% dan pada tahun 2021 mulai mengalami peningkatan sebesar 2,00%. Laju pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha penyedia akomodasi makan dan minum pada tahun 2022 kembali mengalami peningkatan hingga mencapai 9,59% dan terakhir pada tahun 2023 laju pertumbuhan tersebut sebesar 9,13%. Berdasarkan hal tersebut, dapat kita lihat bahwa laju pertumbuhan PDRB Kota Samarinda menurut lapangan usaha penyedia akomodasi, makan dan minum meningkat, meskipun sempat mengalami penurunan yang drastis pada tahun 2020 (Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur, 2024).

Laju pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha penyedia akomodasi, makan dan minum tersebut tidak terlepas dari bertumbuhnya sektor pariwisata. Jika jumlah wisatawan baik domestik hingga mancanegara terus meningkat, maka permintaan terhadap akomodasi, makan dan minum juga ikut meningkat. Saat ini Kota Samarinda memiliki berbagai lokasi yang dijadikan sebagai destinasi kuliner yang dikemas semenarik mungkin, seperti Alaya

Food Festival atau yang sekarang disebut Kultur+, Wisata Belanja Sempaja, Wisata Belanja Islamic Center dan Mahakam Riverside Market. Berbagai pusat kuliner tersebut dikemas semenarik mungkin dan menjadi destinasi yang menarik untuk dikunjungi oleh berbagai kalangan masyarakat. Bisnis kuliner di Kota Samarinda memiliki perkembangan yang sangat tinggi. Data UMKM Tahun 2023, terdapat 362.845 unit UMKM yang tersebar di Benua Etam. Sementara di Kota Samarinda ada 103.724 unit UMKM yang terdiri dari kuliner 45.653 unit, industri pengolahan 1.522 unit, kerajinan 591 unit, dagang 44.851 unit, 11.107 unit sektor lainnya (Nicolsen, 2024). Berdasarkan data tersebut dapat dilihat bahwa jumlah UMKM kuliner memiliki pertumbuhan yang paling tinggi, sehingga tingkat kesadaran berbagai pihak yang bergerak dibidang kuliner diperlukan dalam memanfaatkan lokasi-lokasi yang berpotensi menjadi pusat kuliner. Pemerintah berharap pembangunan pusat kuliner tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah, tetapi juga memberikan peluang bagi pertumbuhan UMKM lokal. Pembangunan pusat kuliner diharapkan dapat mendongkrak perekonomian masyarakat dan menjadi wadah untuk rekreasi keluarga sehingga mengembangkan potensi daerah (Kusuma, 2024).

Salah satu kawasan yang menjadi pusat kuliner di Kota Samarinda adalah Mahakam Riverside Market (MARIMAR). Di kawasan ini menyediakan tenant-tenant yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman tradisional hingga modern, serta didukung oleh tempat yang memiliki daya tarik tersendiri karena bernuansa outdoor dan berada di bantaran Sungai Mahakam. Mahakam Riverside Market atau biasa disebut MARIMAR merupakan wisata yang cukup terkenal di Kota Samarinda, masyarakat samarinda mengenal MARIMAR sebagai wisata yang menyediakan berbagai jenis makanan dan minuman. Pengunjung yang datang mulai dari berbagai kalangan, pengunjung yang datang ke MARIMAR hanya sekedar untuk menghabiskan waktu bersantai sambil menikmati jajanan kuliner dengan pemandangan langsung Sungai Mahakam dan Jembatan Mahakam. Pembangunan dan pengembangan MARIMAR memberikan manfaat untuk berbagai kalangan masyarakat. Sebagian masyarakat Kota Samarinda merasa nyaman karena memiliki tempat wisata kuliner, dan sebagian masyarakat lagi menganggap MARIMAR sebagai peluang untuk membangun usaha dan kesempatan terbukanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi makanan halal, kebutuhan akan destinasi wisata yang menyajikan makanan halal juga semakin meningkat, mengingat Indonesia merupakan negara dengan penduduk mayoritas menganut agama Islam (Sayekti, 2019). Wisata yang halal adalah wisata yang mampu menerapkan prinsip-prinsip Islam di dalamnya, seperti penyediaan fasilitas layanan ibadah yang memadai dan memberikannya jaminan kehalalan di setiap produknya (Rahmi, 2020).

Indonesia merupakan negara yang memiliki penduduk dengan mayoritas penganut agama Islam. Hal tersebut membuat pemerintah selalu berupaya memberikan kesejahteraan dan kenyamanan kepada setiap masyarakat, salah satu upaya pemerintah dalam memperhatikan kepentingan masyarakat muslim tanpa menyampingkan kepentingan masyarakat non muslim adalah memberlakukan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) sebagai landasan hukum yang memberi perlindungan konsumen muslim terhadap ketidakpastian penggunaan berbagai produk makanan dan minuman halal baik dalam bentuk barang dan jasa sesuai dengan hukum Islam. Setelah Undang-Undang ini disahkan semua produk yang dijual kepada masyarakat wajib untuk mencantumkan sertifikasi halal pada kemasannya dan sebaliknya apabila produk terbuat dari bahan yang mengandung unsur non-halal berdasarkan pasal 29 ayat 2 pelaku usaha wajib mencantumkan tanda tidak halal pada kemasannya. Produk yang memiliki tanda jaminan produk halal pada kemasannya sudah menandakan bahwa produk tersebut

aman untuk dikonsumsi masyarakat muslim maupun non-muslim, serta memiliki perlindungan hukum oleh MUI setelah produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang diproduksi oleh suatu perusahaan atau seseorang diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI (Syafrida, 2016).

Meskipun potensi pengembangan wisata kuliner halal di Indonesia sangat besar, masih terdapat berbagai tantangan yang harus di hadapi. Tantangan utama adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran masyarakat serta pelaku usaha tentang pentingnya sertifikasi halal, serta keterbatasan infrastruktur dan fasilitas pendukung seperti tempat ibadah yang memadai. Sertifikasi halal ini menyangkut tanggung jawab pihak pelaku usaha untuk menjamin bahwa makanan yang diperdagangkan berasal dari bahan-bahan yang terbebas dari unsur non halal, dan fasilitas layanan ibadah menjadi tempat yang penting untuk di sediakan bagi pengunjung muslim (Dhimas & Makhtum, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, data primer dalam penelitian ini diperoleh secara langsung oleh peneliti dari kegiatan penelitian lapangan, dan data sekunder yang digunakan merupakan data yang diperoleh dari studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan model analisis menurut Sugiyono yaitu redaksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Serta keabsahan data yang digunakan yaitu triangulasi teknik untuk memverifikasi keakuratan data dengan menggunakan metode pengumpulan data yang mengarah ke sumber yang sama. Adapun lokasi dalam penelitian ini adalah destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market yang berlokasi di Jl. Slamet Riyadi, Karang Asam Ilir, Kec. Sungai Kunjang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dan Daya Tarik Mahakam Riverside Market

Mahakam Riverside Market atau yang disingkat MARIMAR merupakan salah satu wisata kuliner yang ada di Kota Samarinda. Mahakam Riverside Market beralamat di Jalan Slamet Riyadi, Karang Asam Ilir, Kec. Sungai Kunjang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur 75243. Mahakam Riverside Market menyediakan berbagai macam jenis tenant kuliner, mulai dari menjual makanan dan minuman yang bervariasi, bahkan tidak sampai disitu, di MARIMAR juga terdapat tenant yang menjual hewan peliharaan seperti hamster. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terdapat 32 tenant aktif dan beberapa tenant yang kosong. Tenant yang ada sifatnya bisa keluar dan bisa masuk, tergantung kontrak sewa yang mereka buat terhadap Mahakam Riverside Market. Fasilitas yang tersedia di wisata kuliner tersebut cukup memadai, mulai dari tersedianya mushola, tempat berwudhu dan bersuci, toilet yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, lahan parkir yang luas, tersedianya meja dan kursi dalam jumlah yang banyak bagi pengunjung, hingga panggung hiburan yang menampilkan live musik di setiap malam. Mahakam Riverside Market buka setiap hari dan jam operasionalnya mulai dari pukul 16.00-23.00.

Mahakam Riverside Market merupakan wahana kuliner yang bergabung dalam platform PT. Samaco yang memegang kontrak kawasan tersebut dalam hal wahana destinasi keluarga. Mahakam Riverside Market terkoneksi dengan Mahakam Lampion Garden, pada awalnya sebelum pandemi sebenarnya kawasan Mahakam Riverside Market lebih menasar untuk wahana hiburan atau destinasi keluarga yaitu Mahakam Lampion Garden. Namun, pada saat itu animo lumayan tinggi dan timbul kebutuhan lain dari pada konsumen

yaitu tempat makan, karena space di Mahakam Lampion Garden sudah tidak punya ruang untuk mengadakan kuliner dalam bentuk foodcourt, lahan yang saat ini menjadi Mahakam Riverside Market kemudian dikembangkan menjadi destinasi kulinernya yang menampung kurang lebih 50 tenant, tepatnya itu dibuka pada tanggal 15 desember 2019, jadi sudah berjalan 5 tahun.

Menurut Cooper mengemukakan bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, antara lain ialah Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary (Fadillah, 2024). Attraction atau Atraksi merupakan elemen utama baik berupa hasil karya manusia maupun alam yang memiliki daya tarik yang dapat memikat wisatawan (Erfinda dkk., 2024). Accessibility atau Aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menuju ke daerah tujuan wisata, tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi mencapai tujuan wisata tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju lokasi wisata dan lainnya (Rumawak dkk., 2025). Amenity atau sarana dan prasarana adalah segala bentuk fasilitas pendukung yang dapat digunakan wisatawan untuk memenuhi kebutuhannya seperti tempat parkir, tempat ibadah, dan lain-lain (Rossadi & Widayati, 2018). Ancillary atau pelayanan tambahan adalah pelayanan tambahan atau pendukung yang disediakan oleh pemerintah daerah seperti layanan keuangan, toko souvenir, laundry, klinik, dan asuransi perjalanan (Rumawak dkk., 2025).

Kondisi Mahakam Riverside Market Kota Samarinda tentunya tidak terlepas dari pandangan pengunjung dan masyarakat sekitar yang memiliki usaha di dalam Mahakam Riverside Market. Maka dari itu peneliti mencoba untuk mengulik pandangan dari pihak-pihak tersebut mengenai kondisi daya tarik dari Mahakam Riverside Market, dengan beberapa komponen 4A yang merupakan komponen penting dalam pariwisata yaitu Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary:

a. Attraction (Atraksi)

Daya tarik dari Mahakam Riverside Market Samarinda adalah objek wisatanya yang merupakan tempat atau destinasi kuliner yang menyediakan berbagai macam tenant kuliner dengan berbagai macam cita rasa. Di Mahakam Riverside Market Samarinda terdapat berbagai kuliner, mulai dari makanan berat, makanan ringan, hingga aneka minuman. Keberagaman tersebut yang menjadi daya tarik tersendiri bagi Mahakam Riverside Market Samarinda, rasa penasaran pengunjung hadir ketika masuk ke area destinasi tersebut karena keberagaman menu yang dijual.

Selain objek wisatanya Mahakam Riverside Market Samarinda juga menawarkan pemandangan yang mahal, karena lokasi destinasi yang tepat berdiri di bantaran Sungai Mahakam. Setiap pengunjung yang datang terkadang memilih untuk duduk di area pinggir untuk menikmati pemandangan Sungai Mahakam, dan destinasi yang bertema outdoor juga memberikan rasa nyaman karena banyaknya udara yang masuk. Tidak adanya biaya masuk, dan tersedianya hiburan berupa live musik yang ada di setiap malam, menjadi nilai tambah dari wisata Mahakam Riverside Market, sehingga pengunjung senang mengunjungi tempat tersebut.

b. Accessibility (Aksesibilitas)

Akses menuju Mahakam Riverside Market dalam kondisi yang bagus. Selain kondisi jalan yang bagus, terdapat transportasi umum yang memadai karena berada di pinggir jalan industri, serta pencahayaan yang memadai karena berada di pinggir jalan padat penduduk sehingga tingkat keamanan relatif tinggi. Berdasarkan pengamatan terkait akses di sekitar lokasi, terdapat sedikit area yang belum di semenisasi yaitu area parkir dari Mahakam Lampion Garden.

c. Amenity (Sarana dan Prasarana)

Kondisi sarana dan prasarana yang ada di Mahakam Riverside Market Samarinda sangat memadai dan terjaga, mulai dari tersedianya tenant yang rapi, toilet yang bersih dan terpisah antara laki-laki dan perempuan, kursi dan meja yang banyak, tempat pembuangan sampah yang ada disetiap titik, area parkir yang luas, hingga fasilitas pendukung seperti mushola yang ber ac beserta perlengkapannya. Hal tersebut disediakan pengelola dengan tujuan memberikan rasa nyaman kepada pengunjung dengan tersedianya fasilitas-fasilitas yang memadai serta menjaga kerja sama dengan mitra tenant agar dapat bekerja sama dalam jangka waktu yang panjang. Akan tetapi masih terdapat sedikit koreksi yaitu tidak adanya penutup untuk area wudhu perempuan.

d. Ancillary (Layanan Tambahan)

Mahakam Riverside Market tidak menyediakan layanan tambahan seperti layanan kesehatan, hotel, atm, dan layanan tambahan lain, akan tetapi lokasi dari Mahakam Riverside Market cukup strategis dan dekat dengan fasilitas-fasilitas layanan tambahan tersebut seperti rumah sakit, hotel, took oleh-oleh dan lain-lain. Dapat diketahui juga bahwa Mahakam Riverside Market hanya menyediakan pos keamanan yang mengatur jalannya aktivitas operasional baik disekitar lokasi maupun di dalam area destinasi, mulai dari menjaga gate masuk dan gate keluar, hingga ngeakomodir kendaraan diluar sehingga memberikan rasa nyaman dan aman kepada pengunjung.

Potensi Pengembangan Mahakam Riverside Market Kota Samarinda Sebagai Wisata Kuliner Halal

Dalam menetapkan standar untuk pariwisata halal di Indonesia, Global Muslim Travel Index atau yang dikenal sebagai GMTI dijadikan sebagai acuan utama. Global Muslim Travel Index atau GMTI dikeluarkan oleh CrescentRating yang merupakan sebuah perusahaan yang mengembangkan panduan perjalanan halal berdasarkan wawasan gaya hidup, riset pasar, perilaku konsumen, serta kebutuhan wisatawan muslim. Didirikan pada tahun 2008, CrescentRating menyediakan layanan yang dimanfaatkan oleh berbagai pelaku industri pariwisata, termasuk pemerintah dan agen perjalanan, untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Layanan yang ditawarkan meliputi penilaian dan akreditasi, konsultasi, pelatihan dan sertifikasi, laporan industri, serta penyelenggaraan konferensi halal in travel dan lainnya. Global Muslim Travel Index (GMTI) merupakan hasil penelitian dari CrescentRating, dimana index berfungsi sebagai acuan kriteria wisata halal yang menghasilkan ranking bagi negara di dunia. indikator pengembangan destinasi halal menurut kriteria GMTI didasarkan pada model ACES yang mencakup empat faktor utama yaitu Accessibility, Communication, Environment, dan Services dalam menilai destinasi wisata halal (Febriana, 2021).

Berikut penjelasan dari empat indikator menurut kriteria GMTI, pertama Accessibility atau aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menuju ke daerah tujuan wisata, tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan mencapai tujuan wisata tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju lokasi wisata dan lainnya (Rumawak dkk., 2025). Kedua, Communication atau komunikasi merupakan kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan. Kegiatan komunikasi bukan hanya memberi informasi, tetapi juga merupakan kegiatan persuasif. Artinya, suatu kegiatan yang dilakukan dengan cara membujuk dan bertujuan agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan. Tujuan akhirnya ialah agar orang lain mau melakukan suatu tindakan yang sesuai dengan yang diharapkan pemberi pesan (Caropeboka, 2017). Ketiga, Environment atau lingkungan merupakan kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia dan segala perilakunya yang mempengaruhi kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lain (Astuti, 2022). Dan keempat, Service

atau layanan secara sederhana, dapat diartikan sebagai melakukan sesuatu bagi orang lain. Akan tetapi, tidaklah mudah mencari padanan kata dalam bahasa Indonesia yang pas untuk istilah tersebut. setidaknya ada tiga kata yang mengacu pada istilah tersebut, yakni jasa, layanan, dan servis. Dalam konteks wisata service atau layanan dapat diartikan sebagai sesuatu yang dilakukan untuk orang lain guna menciptakan kepuasan pengunjung (Tjiptono, 2022).

Berdasarkan Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2019 penjelasan ACES sebagai berikut, indikator yang ada dalam layanan Accessibility (Aksesibilitas) ini meliputi: persyaratan visa, konektivitas, infrastruktur transportasi. Indikator ini juga mengukur wisatawan dalam proses menjangkau lokasi wisata dan memberikan penilaian dari wisatawan terhadap baik dan buruknya akses lokasi yang dituju. indikator yang ada dalam layanan Communications (Komunikasi) ini meliputi: diluar jangkauan, kemudahan komunikasi, dan kehadiran digital. Indikator ini juga mengukur kemudahan wisatawan untuk mengetahui informasi terkait destinasi wisata yang ingin dituju. indikator yang ada dalam layanan Environment (Lingkungan) ini meliputi: keamanan dan budaya, kedatangan pengunjung, iklim lingkungan. Lingkungan yang baik akan mendapatkan penilaian yang positif bagi pengunjung dan sebaliknya. indikator yang ada dalam Service (Layanan) ini meliputi: kebutuhan makanan halal, fasilitas sholat, layanan ramadhan, kamar mandi atau toilet, tidak adanya kegiatan non halal, dan fasilitas layanan rekreasi dengan privasi (Afandi, 2023).

Untuk melihat hal tersebut peneliti menggunakan beberapa kriteria wisata halal menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) dalam penilaian wisata halal dunia yang mencakup empat indikator (ACES) diantaranya Accessibility, Communication, Environment, dan Service.

a. Accessibility (Aksesibilitas)

Akses menuju MARIMAR sudah terbilang cukup baik dikarenakan kondisi jalan di depan lokasi yang sangat bagus karena merupakan jalan utama penghubung Samarinda Seberang dan Samarinda Kota. Letak lokasi berdirinya MARIMAR tidak mengambil area jalan dan di area tersebut terdapat gate masuk dan gate keluar sehingga memudahkan akses bagi pengunjung. Akses menuju MARIMAR terdapat transportasi umum, karena lokasi MARIMAR yang strategis berada di pinggir jalan utama. Sesuai dengan perkembangan zaman yang serba digital, untuk menuju MARIMAR masyarakat dapat menggunakan layanan ojek online dan transportasi umum tidak lagi jadi pilihan satu-satunya untuk menuju destinasi tersebut.

MARIMAR memiliki lahan parkir yang luas dan mampu menampung banyak kendaraan, akan tetapi pada saat-saat tertentu atau pada saat meledaknya pengunjung, lahan parkir tersebut bisa ditambah di area depan lapangan panahan dan tetap tidak mengakibatkan kemacetan jalan. Untuk keamanan area MARIMAR sendiri dari hasil wawancara dan pengamatan, karena lokasi MARIMAR berada di pinggir jalan utama yang padat masyarakat, maka tingkat keamanan jauh lebih tinggi baik di siang hari dan khususnya pada malam hari. Dan untuk di area MARIMAR sendiri sudah memiliki petugas penjaga yang mengatur atau menjaga aktivitas operasionalnya, seperti penjaga gate masuk dan gate keluar, serta petugas parkir yang sedia untuk menjaga kendaraan pengunjung.

Pencahayaan menjadi salah satu konsen utama dalam destinasi tersebut. MARIMAR ingin menunjukkan bahwa destinasi tersebut merupakan destinasi yang termaintenance dengan baik, artinya jika pencahayaan yang memadai membuat destinasi tersebut di lirik masyarakat, berbeda halnya dengan destinasi yang tidak memiliki pencahayaan yang memadai membuat masyarakat tidak tertarik untuk berkunjung.

Indikator aksesibilitas terdiri dari tiga hal yaitu persyaratan visa, konektivitas, dan ketersediaan transportasi. Dari beberapa indikator yang telah disebutkan destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market sudah memenuhi kriteria wisata halal menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) dalam standar Accessibility (Aksesibilitas). Akan tetapi masih terdapat koreksi yaitu akses parkir yang masih terdapat sedikit kerusakan dan harus segera dibenahi karena aksesibilitas memainkan peranan penting dalam sebuah destinasi.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Rokhyah dan Andriana, Aksesibilitas memainkan peran penting dalam membuat destinasi wisata lebih mudah untuk dijangkau dan nyaman bagi pengunjung, mencakup faktor-faktor seperti kemudahan transportasi, ketersediaan informasi, dan jalan yang terawat baik menuju lokasi wisata (Candra & Sari, 2024).

b. Communication (Komunikasi)

Promosi yang dilakukan oleh pengelola terkait destinasi MARIMAR menggunakan dua cara, yaitu cara offline dan cara online. Untuk cara offline pengelola melihat momentum seperti event yang mengundang banyak pengunjung dan mempromosikan hal-hal terkait destinasi langsung di atas panggung. Dan untuk cara online, MARIMAR menggunakan media sosial dengan cukup produktif seperti Instagram, tiktok, facebook, dan media sosial lainnya.

Selain itu penggunaan media sosial juga cukup efektif guna memudahkan pengunjung untuk mendapatkan informasi mengenai produk apa saja yang di jual. Pengelola menyampaikan bahwa 80% penggunaan media sosial digunakan untuk menonjolkan tentang kulinernya, apa saja kegiatan UMKM di dalamnya, dan produk apa saja yang menjadi ciri khas dari setiap tenant. Berdasarkan pengamatan, setiap tenant sudah memiliki dan memasang banner terkait produk apa saja yang mereka jual, hal tersebut digunakan sebagai upaya memudahkan pengunjung untuk mengetahui informasi menu apa saja yang dijual di tenant tersebut.

Meskipun pengunjung jarang menanyakan kehalalan produk akan tetapi setiap tenant mencoba memenuhi kebutuhan pengunjung dengan menyediakan berbagai kuliner yang terbebas dari unsur non halal. Karena mayoritas penduduk di Samarinda merupakan penganut agama islam.

Indikator komunikasi terdiri dari tiga hal yaitu diluar jangkauan, kemudahan komunikasi, dan kehadiran digital. Dari beberapa indikator yang telah disebutkan, destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market sudah memenuhi kriteria wisata halal menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) dalam standar Communication (Komunikasi). Destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market menerapkan komunikasi pemasaran menggunakan media online atau media sosial. Media komunikasi yang digunakan dapat membantu destinasi wisata menyampaikan informasi yang ingin disampaikan kepada pengunjung dan calon pengunjung. Kelebihan komunikasi menggunakan media online adalah jangkauan pasar yang lebih luas, tidak memerlukan biaya yang besar cukup dengan koneksi internet, kegiatan pemasaran pun tidak terikat waktu. Dan pengembangan yang masih perlu dilakukan agar memenuhi kriteria penilaian wisata halal dengan standarisasi GMTI yaitu indikator diluar jangkauan, yaitu strategi yang digunakan untuk menjangkau kelompok yang memiliki hambatan untuk menjangkau informasi.

Pentingnya komunikasi di destinasi Mahakam Riverside Market Samarinda sejalan dengan penelitian Elisabeth Sitepu dan Sabrin yang menyatakan bahwa komunikasi berperan penting dalam destinasi wisata, hal tersebut guna mempromosikan dan memberitahukan kepada masyarakat dimana tempat-tempat wisata yang baik untuk dikunjungi (Sitepu & Sabrin, 2020).

c. Environment (Lingkungan)

Keberhasilan yang di dapat dari destinasi tersebut dalam mempertahankan hubungan jangka panjang dan berdiri hingga lebih dari 5 tahun di dorong oleh komitmen untuk menciptakan lingkungan yang nyaman dan saling bertanggung jawab antara semua pihak, baik dari pengelola maupun para mitra tenant. Hal ini mencakup upaya menjaga komunikasi yang baik, memberikan fasilitas yang memadai, serta memastikan pemahaman yang tepat kepada para tenant. Artinya kedua belah pihak sama-sama menyadari bahwa mereka harus bergerak bersama, karena kalau hanya mitra tenant yang tampil dan berkembang, sedangkan manajemen tidak berbenah, maka lingkungannya tidak akan menyenangkan begitupun sebaliknya.

Dapat diketahui juga bahwa sejak awal kerja sama, kebersihan menjadi regulasi wajib yang harus dipatuhi oleh semua pihak. Pengelola menyediakan tenaga kebersihan untuk area umum, sementara para pemilik tenant juga diwajibkan untuk menjaga kebersihan area tenant mereka sendiri. Hal ini penting karena kebersihan tenant menjadi salah satu aspek penting dalam menarik perhatian pengunjung, karena jika tenant tersebut kotor dan tidak terawat maka pengunjung juga tidak memiliki ketertarikan untuk singgah dan membeli produk dari tenant tersebut dan memilih untuk mencari tenant yang lebih baik.

Para mitra tenant berpendapat bahwa kondisi lingkungan MARIMAR semakin bersih dan nyaman seiring berjalannya waktu, terutama dengan adanya peningkatan fasilitas-fasilitas pendukung seperti semenisasi dan lain-lain. Hubungan antara pihak pengelola dan juga mitra tenant terjaga dengan baik, meskipun ada beberapa hal yang masih perlu diperbaiki, akan tetapi mereka saling mengingatkan satu dengan yang lain. Informasi terkait kekurangan yang ada di masing-masing pihak juga tersampaikan dengan baik, baik secara langsung maupun secara online seperti melalui grup obrolan.

Mahakam Riverside Market Samarinda mengutamakan kebersihan dengan menyediakan fasilitas tempat pembuangan sampah yang ada disetiap titik lokasi MARIMAR. Tempat sampah yang disediakan juga cukup berkualitas dengan ukuran yang besar dan memiliki tutup sehingga mencegah bau sampah yang keluar. Dan para staf tenaga kerja MARIMAR yang sigap dalam membersihkan dan membuang sampah bekas pengunjung. Setiap pagi, sampah akan diambil oleh mitra untuk diolah di tempat pengolahan sampah sesuai prosedur yang ditetapkan.

Adapun indikator lingkungan terdiri dari tiga hal yaitu keamanan dan budaya, kedatangan pengunjung, dan iklim lingkungan. Dari beberapa indikator yang telah disebutkan, destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market sudah memenuhi kriteria wisata halal menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) dalam standar environment (Lingkungan). Dapat disimpulkan bahwa upaya pengembangan wisata halal dilihat dari aspek lingkungan sudah diterapkan di destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market. Konsen terhadap masalah kebersihan lingkungan agar tidak tercemar dan tingkat keamanan yang memadai menciptakan rasa aman, nyaman dan terlindungi bagi pengunjung sehingga menimbulkan citra positif dari suatu destinasi.

Kebersihan lingkungan merupakan faktor penting dalam keberhasilan pariwisata, hal ini berpengaruh terhadap dorongan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tersebut (Sidabutar & Hidayat, 2023).

d. Service (Layanan)

Pengelola wisata kuliner Mahakam Riverside Market telah memberikan layanan yang cukup baik, dibuktikan dengan tersedianya fasilitas-fasilitas yang memadai seperti tersedianya mushola beserta perlengkapannya seperti sarung, mukena, peci, al-quran dan lain-lain, toilet yang bersih dan terpisah antara perempuan dan laki-laki, serta tempat duduk dan meja yang banyak sehingga mampu menampung banyak pengunjung.

Dapat diketahui bahwa para tenant yang ada belum memiliki sertifikasi halal, akan tetapi pendataan dan pengajuan sertifikasi halal bagi setiap tenant sudah dilakukan dan tinggal menunggu penerbitan sertifikat halal itu sendiri. Menanggapi hal tersebut Maysaroh selaku Ketua LPM UINSI yang sebelumnya mendampingi UMKM yang ada di MARIMAR untuk memiliki sertifikasi halal, menjelaskan bahwa tenant yang bersertifikasi halal baru 10 tenant. Kendala utama yang menyebabkan hal tersebut adalah untuk yang jaga tenant kebanyakan karyawan bukan pemilik tenant tersebut sehingga pas pendampingan mereka tidak bisa memutuskan berapa produk yang disertifikasi, mereka tidak dapat menentukan dan akhirnya slow respon dari ownernya. Jadi sertifikasi halal itu ada dua jalur yaitu subdiclear dan reguler, sebdiclear itu usaha rumahan seperti kripik dan kue kering, sedangkan untuk reguler untuk makanan berat seperti olahan-olahan daging atau catering. Untuk yang subdiclear itu dibiayain pemerintah dan gratis, jadi tidak perlu bayar dan melengkapi persyaratan lalu akan didampingi oleh pendamping. Sedangkan sertifikasi halal jalur reguler itu ada biayanya, tergantung jumlah menunya berapa, standar biayanya dimulai dari 3.500.000, dan kebanyakan UMKM yang ada di Kalimantan Timur sangat kesulitan saat mendengar biayanya sekian dan akhirnya memilih mundur, mereka mending mengembangkan usaha selama belum ada tindakan yang signifikan dari pemerintah yang membuat mereka tidak bisa berjualan. Undang-Undang Jaminan Halal yang belum ditegakkan secara kuat di Kalimantan Timur, membuat para UMKM lebih memilih untuk menunggu bantuan dari pemerintah.

Meskipun tenant yang ada belum memiliki sertifikasi halal akan tetapi pengelola tetap terus berupaya untuk memberikan rasa nyaman dan aman terhadap pengunjung, salah satunya dengan konsen terhadap masalah kebersihan karena erat hubungannya dengan sesuatu yang masuk kedalam tenggorokan orang lain. Hal tersebut yang membuat MARIMAR lulus audit kebersihan dengan nilai yang baik, yaitu 98% pada standar CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability), dan saat ini MARIMAR juga bekerja sama dengan ARI (Asia Recycle Indonesia) yang merupakan platform pengelolaan sampah yang bisa di daur ulang, jadi sampah dari destinasi MARIMAR dikumpulkan dan dikembangkan kembali menjadi sesuatu yang lebih bermanfaat.

Begitu juga halnya dengan para pemilik tenant, meskipun sertifikasi halal yang telah diajukan belum terbit, akan tetapi setiap tenant berusaha untuk memberikan dan menawarkan kuliner yang bebas dari unsur non halal, dengan proses pembuatan yang memperhatikan kebersihan dan kesucian, pelayanan yang dilakukan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan, dan transaksi yang dilakukan atas dasar kesepakatan dan tanpa paksaan.

Adapun indikator layanan terdiri dari enam hal yaitu makanan halal, fasilitas sholat, layanan ramadhan, toilet yang bersih dan terpisah, tidak adanya kegiatan non halal, dan fasilitas layanan rekreasi dengan privasi. Dari beberapa indikator yang telah disebutkan, destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market sudah memenuhi kriteria wisata halal menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) dalam standar service (layanan). Dapat diketahui bahwa Mahakam Riverside Market telah menyediakan berbagai layanan dan fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Mulai dari tersedianya mushola yang dilengkapi ac beserta perlengkapannya, toilet yang bersih dan terpisah antara laki-laki dan perempuan, serta layanan ramadhan yang memberikan pengalaman unik kepada wisatawan yang bernuansa keislaman. Akan tetapi masih terdapat sedikit koreksi dan harus segera dibenahi yaitu kendala dalam penerbitan sertifikasi halal serta tidak tersedianya penutup untuk area wudhu perempuan. Untuk sertifikasi halal yang belum terbit hendaknya untuk tetap terus diikuti perkembangannya dan untuk fasilitas-fasilitas yang belum lengkap hendaknya segera dilengkapi.

Pelayanan yang baik maka akan membuat pengunjung merasa untuk tidak datang hanya sekali. Hal tersebut senada dengan penelitian Yusril, Amir Mahmud, Dkk. yang mengatakan bahwa pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam pariwisata, karena dapat kita ketahui bahwa pelayanan yang baik dianggap mampu mempengaruhi masyarakat untuk kembali berkunjung ke suatu destinasi wisata (Yusril dkk., 2021).

Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi dan wawancara yang telah dikumpulkan, dapat diketahui bahwa destinasi wisata kuliner Mahakam Riverside Market telah memenuhi kriteria Zona Kuliner, Halal, Aman, dan Sehat atau dikenal sebagai zona KHAS dengan memenuhi beberapa persyaratan yang sudah tertera dalam buku pedoman Zona Kuliner, Halal, Aman, dan Sehat. Berikut beberapa persyaratan tersebut:

1. Memiliki izin usaha sebagai kawasan kuliner atau sejenisnya
2. Sudah memiliki pengelola atau manajemen yang menjalankan usaha secara profesional
3. Mempunyai SDM halal, paling sedikit terdiri dari satu manajer halal/penanggung jawab halal
4. Lokasi proses produk halal, terletak jauh dari peternakan babi atau kegiatan pengolahannya, sehingga dapat mencegah terjadinya kontaminasi melalui karyawan dan peralatan
5. Terletak jauh dari area yang dapat menyebabkan pencemaran seperti tempat penampungan sementara (TPS) sampah, tempat pemrosesan akhir (TPA) sampah, instalasi pengolahan air limbah (IPAL) dan peternakan
6. Tidak menyajikan makanan dan minuman tidak halal
7. Memiliki fasilitas ibadah (tempat sholat) yang dilengkapi dengan peralatan yang layak dan bersih dengan dilengkapi fasilitas bersuci/berwudhu sesuai dengan persyaratan atau dekat dengan sarana ibadah/masjid dengan jarak maksimal 500 meter yang terletak dalam satu lingkungan.
8. Tidak menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan tindak asusila yang bertentangan prinsip-prinsip syariah seperti dangdut dengan pakaian yang tidak etis
9. Tidak memiliki dekorasi patung yang menyerupai manusia dan hewan atau memperindah kawasan kulinernya
10. Memiliki pelaku usaha dengan usaha produktif sesuai dengan ketentuan zona KHAS yang bersedia dilakukan pendampingan legalitas usaha dan sertifikasi produk.

Selanjutnya diluar dari indikator wisata halal, peneliti juga mengumpulkan informasi terkait hambatan dan dukungan Mahakam Riverside Market Samarinda menjadi Wisata Kuliner Halal.

Hambatan selama berdirinya MARIMAR adalah masalah cuaca, karena jika terjadi hujan maka menghambat jalannya aktivitas yang ada di MARIMAR, seperti kurangnya pengunjung yang datang. Meskipun demikian tenant yang ada saat ini banyak merupakan tenant yang sudah bekerja sama sejak lama dan bertahan sejak awal sampai sekarang. Hal tersebut menunjukkan bahwa keuntungan yang diperoleh jauh lebih besar dibandingkan hambatan yang ada. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara kepada pengelola dan para pemilik tenant, masih terdapat hambatan lain yang ada di MARIMAR yaitu masalah sertifikasi halal, pengelola sudah melakukan pendataan dan pengajuan sertifikasi halal untuk setiap tenant, akan tetapi terhambat dengan penerbitan sertifikasi halal yang hingga saat ini belum terbit.

Sedangkan dukungan selama berdirinya MARIMAR adalah pengelola memberikan aturan khusus terhadap setiap tenant untuk menjual makanan dan minuman yang halal saja dan terbabas dari unsur non halal demi memberikan kepercayaan, keamanan, dan

kenyamanan bagi pengunjung. Selain itu dukungan yang diberikan pemerintah dari awal sampai saat ini yang luar biasa tanpa kesulitan tentang perizinan.

Berdasarkan hasil penelitian dengan pemangku kebijakan yaitu Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata Kota Samarinda dapat diketahui juga bahwa untuk pengkategorian wisata halal di Kota Samarinda itu belum ada, akan tetapi hanya terdapat wisata religi, hal tersebut menjadi informasi dan masukan untuk mulai memperhatikan pengembangan wisata halal di Kota Samarinda dan bekerja sama dengan instansi atau lembaga yang memiliki wewenang terkait kehalalan produk.

Dampak Pengembangan Mahakam Riverside Market Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM atau Tenant, Serta Tenaga Kerja Yang Ada di Mahakam Riverside Market.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa dampak dari pengembangan Mahakam Riverside Market Kota Samarinda terhadap para UMKM dan tenaga kerja yang ada di Marimar, dampak tersebut antara lain:

a. Terbukanya Lapangan Pekerjaan Baru

Berdirinya Mahakam Riverside Market Samarinda berdampak positif dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru, melalui operasionalnya, MARIMAR membuka peluang kerja yang lebih luas bagi masyarakat Kota Samarinda. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Samarinda, saat ini tingkat pengangguran yang ada di Kota Samarinda tercatat pada tahun 2024 mencapai 5,75%. Dari hasil wawancara dengan pengelola dan beberapa tenaga kerja yang ada, tenaga kerja yang ada di MARIMAR banyak yang masih merupakan seorang siswa, mahasiswa, hingga orang yang berumur tetapi tidak memiliki pekerjaan guna membantu perekonomian keluarganya. Menurut salah satu tenaga kerja yang ada waktu kerja yang ada di MARIMAR itu fleksibel jadi untuk yang masih melaksanakan pendidikan masih bisa mencari uang tambahan biaya pendidikan, serta ekonomi keluarga.

Berdasarkan hal tersebut dapat kita ketahui bahwa berdirinya Mahakam Riverside Market ini memberikan peluang untuk terbukanya lapangan pekerjaan bagi siapa saja yang membutuhkan dan berkontribusi mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Kota Samarinda.

Senada dengan penelitian Alya Hardianty, yang menyatakan pengembangan wisata berdampak terhadap perekonomian, hal ini dapat dilihat dengan pengembangan pariwisata ini memberikan dampak pada kesempatan kerja masyarakat sehingga mengurangi pengangguran di daerah sekitar pengembangan pariwisata (Hardianty, 2022).

b. Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Dengan Membuka Usaha

Selain terciptanya lapangan pekerjaan baru, berdirinya Mahakam Riverside Market Samarinda menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat. Berdirinya Mahakam Riverside Market memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melihat peluang usaha yang ada. Peluang usaha tersebut berupa tempat yang disediakan untuk menjual berbagai produk mereka dalam satu lingkup atau dalam sebuah destinasi, yang menarik pengunjung untuk datang.

Para pemilik tenant banyak yang merupakan ibu rumah tangga yang ingin membantu menambah penghasilan suami dan untuk biaya sekolah anak-anaknya, anak muda yang sekedar ingin menyalurkan hobi memasak dan berusaha, serta pedagang yang melihat potensi dari destinasi wisata MARIMAR karena jumlah pengunjung yang hadir di wisata tersebut berpengaruh terhadap pendapatan setiap tenant, banyaknya pengunjung memberikan dampak yang positif bagi para pemilik tenant, karena memungkinkan terjualnya banyak produk dan penghasilan yang mereka dapat.

Hal diatas sejalan dengan penelitian Sri Rahayu, I Putu Gede Diatmika, dan Wahyu Haryadi yang mengatakan bahwa hadirnya wisata kuliner menyajikan kebermanfaatannya sendiri bagi penduduk lokal, khususnya bagi UMKM yang ada di wisata kuliner tersebut pada aspek pendapatan dengan merasakan transformasi berupa meningkatnya penghasilan melalui kehadiran wisata kuliner tersebut (Rahayu dkk., 2022).

c. Meningkatkan Ekonomi Masyarakat

Hadirnya Mahakam Riverside Market Kota Samarinda sebagai destinasi kuliner berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari segi pendapatan penduduk, yang dimana sebelumnya tidak memiliki penghasilan menjadi berpenghasilan, dan ada yang pendapatannya meningkat dari pendapatan sebelumnya. Masyarakat yang paling merasakan dampak dari berdirinya MARIMAR adalah masyarakat yang mampu berinovasi atau mampu melihat peluang kerja, dan peluang usaha yang ada di destinasi tersebut.

Beberapa pemilik tenant menjelaskan pendapatan yang mereka dapat selama berjualan di MARIMAR, ada yang mengatakan bahwa keberadaan MARIMAR mempengaruhi pendapatan, yang awalnya hanya bisa beli pokok-pokok saja jadi bisa membeli yang lain-lain juga dan misalnya usaha di luar lagi sepi tetapi ada usaha di MARIMAR pendapatan jadiimbang karena tetap ada pemasukan, untuk pendapatan perbulan yang di dapat jika bulan rame 5.000.000 – 6.000.000 dan kalau bulan sepi 3.000.000 – 4.000.000 perbulan. Ada juga yang berpendapat bahwa buka usaha di MARIMAR dapat menambah pendapatan keluarga, pendapatan meningkat karena suami memiliki pekerjaan dan usaha di MARIMAR hanya sebagai sampingan, untuk pendapatan sebulan tidak tentu, jika dihitung pendapatan di hari biasa bisa dapat 300.000 dan di setiap hari weekend bisa 700.000 – 1.000.000. Ada juga yang berpendapat bahwa, membuka usaha di MARIMAR memberikan peningkatan pendapatan, karena usaha di MARIMAR hanya sebagai tambahan, jadi yang awalnya dapat berapa menjadi meningkat semenjak buka usaha di MARIMAR, untuk penghasilan tidak tentu, akan tetapi kalau di bulan rame bisa dapat 7.000.000 – 8.000.000 perbulan. Ada juga yang berpendapat bahwa sebelumnya merupakan pedagang juga sebelum membuka usaha di MARIMAR, dan setelah membuka usaha di MARIMAR memberikan pengaruh yang lebih terhadap pendapatan, untuk pendapatan sebulan tidak bisa di pastikan, tetapi kalau di hari biasa bisa dapat 500.000 dan di hari weekend bisa dapat sampai 1.000.000.

Selain itu, peneliti juga mengumpulkan informasi kepada para tenaga kerja terkait dampak dari berdirinya MARIMAR terhadap peningkatan pendapatan mereka. Ada yang berpendapat bahwa berdirinya MARIMAR sangat membantu, sebelumnya tidak memiliki pendapatan dan setelah bekerja di MARIMAR jadi memiliki pendapatan untuk membantu biaya sekolah dan keluarga, pendapatan yang di dapat 1.500.000 perbulan jika selalu turun karena digaji perhari 50.000. Ada juga yang berpendapat bahwa, pendapatan yang didapat kurang lebih sama di pekerjaan sebelumnya yaitu 1.500.000 akan tetapi jarak dari MARIMAR dengan rumah terbilang cukup dekat jadi terbantu dengan kurangnya biaya bensin kendaraan yang keluar. Ada juga yang berpendapat bahwa mengalami peningkatan pendapat dari sebelum dan sesudah bekerja di MARIMAR, karena dipekerjaan sebelumnya hanya dapat 1.500.000 dan setelah bekerja di MARIMAR mendapatkan pendapatan di atas 2.000.000. Dan ada juga yang berpendapat meski pendapatan sebelumnya lebih di tinggi karena sesuai dengan standar UMR akan tetapi bekerja di MARIMAR lebih nyaman karena fleksibel dan menyesuaikan jam kuliah, pendapatan yang di dapat 1.800.000 perbulan.

Berdasarkan hal tersebut, dapat kita ketahui bahwa, berdirinya MARIMAR berpotensi memberikan atau meningkatkan pendapatan masyarakat. Meskipun pendapatan yang ada sedikit, tetapi dengan berdirinya MARIMAR memberikan potensi kepada masyarakat untuk memiliki penghasilan yang lebih dari membuka usaha dan bekerja di destinasi tersebut, hal

tersebut yang membuat MARIMAR berpotensi untuk mengurangi tingkat pengangguran dan angka kemiskinan di masyarakat.

Hal diatas sejalan dengan penelitian Ade Eko Setiawan yang mengatakan bahwa perkembangan pariwisata tentu memberikan pengaruh terhadap pendapatan setiap daerah karena adanya lokasi wisata, lokasi wisata tersebut dapat menarik jumlah pengunjung. banyaknya pengunjung yang hadir memberikan dampak kepada masyarakat yang memiliki usaha disekitar destinasi wisata (Setiawan dkk., 2023).

Selain berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat dan menciptakan peluang kerja, Mahakam Riverside Market juga memberikan dampak yang positif terhadap pendapatan daerah.

Kontribusi yang diberikan MARIMAR terhadap pendapatan daerah adalah mereka membayarkan sejumlah pajak yang dikelola oleh pemerintah kota. Adapun beberapa informasi terkait kontribusi pajak yang diberikan MARIMAR adalah pajak parkir, pajak makan dan minum, dan pajak hiburan. Untuk laporan pajak mereka masih mengatasnamakan satu nama badan usaha yaitu Mahakam Lampion Garden (PT Samaco) . Untuk pajak makan dan minum menggunakan nama objek pajak Mahakam Riverside Market, sedangkan untuk pajak parkir dan hiburan menggunakan nama objek pajak Mahakam Lampion Garden. Hal tersebut terjadi karena mereka masih satu pengelola hanya beda di bidang usaha. Untuk Mahakam Lampion Garden merupakan wahana hiburan keluarga, sedangkan untuk Mahakam Riverside Market merupakan wahana kuliner atau resto, dan untuk laporan pajak parkir masih dalam pengelolaan Mahakam Lampion Garden.

Pemangku kebijakan menjelaskan bagaimana mekanisme perhitungan pajak yang diberikan oleh Mahakam Lampion Garden dan Mahakam Riverside Market. Untuk perhitungan pajak, pemangku kebijakan memberikan wewenang kepada pengelola untuk menghitung sendiri setiap omset yang mereka terima dan setelah itu dikenakan pajak 10%. Laporan itu mereka buat setiap bulan, dari rekap laporan harian mereka rekap dalam bentuk laporan bulanan. Setelah rekap laporan itulah yang dilaporkan ke pemerintah kota dalam hal ini bapenda Kota Samarinda. Jadi untuk potongan pajaknya yaitu 10%, jadi semisal 300.000 yang mereka terima tiap bulan berarti 10%nya 30.000 , itulah yang mereka setorkan setiap bulannya ke pemerintah kota. Berdasarkan hal tersebut dapat kita lihat kontribusi yang diberikan Mahakam Lampion Garden dan Mahakam Riverside Market Kota Samarinda.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Mahakam Riverside Market Kota Samarinda telah memenuhi empat komponen utama yang menjadi indikator daya tarik wisata yaitu Attraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary. Daya tarik yang dimiliki oleh Mahakam Riverside Market Kota Samarinda adalah sebagai objek wisata yang menyediakan banyak tenant yang menjual berbagai macam produk kuliner baik makanan maupun minuman. Selain objek wisatanya, Mahakam Riverside Market juga mempunyai daya tarik lain yaitu view atau pemandangannya, karena lokasinya tepat di bantaran sungai Mahakam. Kondisi jalan yang bagus memudahkan akses bagi pengunjung yang ingin menuju destinasi dan lokasinya tidak jauh dari masyarakat Samarinda Seberang dan Samarinda Kota. Selain itu, fasilitas destinasi yang memadai, tidak ada biaya masuk dan dihibur oleh live musik disetiap malam menjadi nilai tambah untuk Mahakam Riverside Market.
2. Mahakam Riverside Market Kota Samarinda memiliki potensi untuk dikembangkan atau dikategorikan sebagai wisata halal karena dari segi aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan yang sangat memadai. Dukungan yang ada berupa: antusiasme

masyarakat untuk meramaikan Mahakam Riverside Market, pengelolaan yang berlandaskan Islami seperti memberikan aturan khusus bagi setiap tenant untuk menjual makanan dan minuman halal saja demi menjaga kepercayaan, keamanan, dan kenyamanan pengunjung, serta menyediakan fasilitas ibadah yang memadai. Akan tetapi selain dukungan terdapat juga hambatan yang terjadi di Mahakam Riverside Market Kota Samarinda yaitu hambatan terkait sertifikasi halal yang belum terbit hingga sekarang. Dan belum adanya program pengembangan atau pengkategorian wisata halal di Kota Samarinda.

3. Mahakam Riverside Market Kota Samarinda memberikan dampak yang positif terhadap perekonomian masyarakat. Dampak tersebut berupa, terbukanya lapangan pekerjaan baru, menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat dalam mengembangkan bisnis, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar lokasi wisata kuliner tersebut. Selain berdampak positif terhadap masyarakat, Mahakam Riverside Market juga berkontribusi terhadap daerah dengan membayarkan sejumlah pajak yang dikelola pemerintah dan tercatat sebagai pendapatan daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur. (2024). Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten/Kota Di Provinsi Kalimantan Timur Menurut Lapangan Usaha 2019-2023. Badan Pusat Statistik Provinsi Kalimantan Timur.
- Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. (2024). Laporan Kinerja Instansi Pemerintahan (LKJIP). <https://dispar.kaltimprov.go.id/wp-content/uploads/2024/05/LKJIP-2023>
- Sari, S. N., & De Fretes, M. D. (2021). Pengembangan Pariwisata Dalam Upaya Pembangunan Ekonomi Masyarakat Di Pulau Pari Kepulauan Seribu. *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 2(2), 8.
- Sayekti, N. W. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal DI Indonesia. *Jurnal Strategi Pengembangan Pariwisata Halal DI Indonesia*, 24(4), 159–160.
- Rahayu, S., Diatmika, I. P. G., & Haryadi, W. (2022). Analisis Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Perekonomian UMKM Pesisir Saliper Ate Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Riset Kajian Teknologi dan Lingkungan*, 5(1), 1–2. <https://doi.org/10.58406/jrktl.v5i1.954>
- Sudiarta, I. M., Suharsono, N., & Tripalupi, L. E. (2021). Analisis Dampak Perkembangan Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat. *Business and Accounting Education Journal*, 2(1), 23.
- Setiawan, A. E., Noviartha, H., & Hanif. (2023). Potensi Pengembangan Kuliner Halal Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(7), 3067–3070.
- Daniswari, D. (2024). Sungai Mahakam Di Kalimantan Timur: Sejarah, Kedalaman, Manfaat, dan Wisata Pesut. dalam <https://regional.kompas.com/read/2022/03/26/124220278/sungai-mahakam-di-kalimantan-timur-sejarah-kedalaman-manfaat-dan-wisata-pesut>
- Kusuma, R. F. (2024). Antusias Masyarakat Padati Alaya Food Festival. <https://rri.co.id/index.php/wisata/478664/antusias-masyarakat-padati-alaya-food-festival>
- Rahmi, A. N. (2020). Perkembangan Pariwisata Halal dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 4. <https://doi.org/10.32678/ije.v11i1.226>
- Syafrida. (2016). Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Jurnal Adil: Jurnal Hukum*, 7(2), 161–162.
- Dhimas, P., & Makhtum, A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 3(2), 93.
- Candra, A. C., & Sari, W. N. (2024). Analisis Strategi Pengembangan Amenitas dan Aksesibilitas

- Pariwisata di Jasmine Park Cisauk. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1), 4. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i1.3327>
- Sitepu, E. & Sabrin. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Dalam Meningkatkan Minat Berwisata Di Sumatera Utara. *Jurnal Massage Komunikasi*, 9(1), 30.
- Sidabutar, D. K., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Pengelolaan Lingkungan Dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Kampung Wisata Sawah. *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1211.
- Yusril, Mahmud, A., Razak, S. R., & Prihatin, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Bira Di Kabupaten Bulukumba. *Center Of Economic Student Journal*, 4(3), 226.
- Hardianty, A. (2022). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Lokal Kota Sabang Studi Pada Pantai Iboih [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Ar-Rainry.
- Fadillah, N. (2024). Analisis Komponen 4A Dalam Peningkatan Daya Tarik Wisata Kuliner Masakan Tradisional Rumah Empangku Di Kabupaten Barru [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Pare-Pare.
- Erfinda, Y., Jaumil, N., Mappesangka, L. O. D., Putri, S. N., Andini, F. R., Jumartin, R. H., Santosa, M. F., Kamila, N., & Muhammad, F. J. (2024). Ragam Pesona Wisata Pesisir. PT. Nasya Expanding Management.
- Rumawak, I., Judijonto, L., Nurjannah, Martalia, D., Pertiwi, H. P., & Pracintya, I. A. E. (2025). Perencanaan Destinasi Pariwisata. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal Of Tourism and Economic*, 1(2), 112.
- Febriana, L. L. (2021). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal (Halal Tourism) Pada Destinasi Wisata Lereng Gunung Wilis Kabupaten Madiun [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Caropeboka, R. M. (2017). Konsep dan Aplikasi Ilmu Komunikasi. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Astuti, A. S. P. (2022). Pentingnya Lingkungan. Medan: UD. Bookies Indonesia.
- Tjiptono, F. (2022). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Afandi, I. F. (2023). Pelayanan Pariwisata Ramah Muslim Berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI) Di Firdaus Fatimah Zahra Semarang [Skripsi]. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.