

**LAPORAN KEGIATAN
PENELITIAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI DOSEN**



**JUDUL
PERAN MASYARAKAT DALAM MENUNJANG
KEBERLANJUTAN DESTINASI WISATA BELANJA KOTA
BONTANG, KALIMANTAN TIMUR**

**PENELITI
NENSI LAPOTULO, S.ST.Par., M.MPar
AGUNG ARIF GUNAWAN, M.PAR
DEVID TRINALDO SIMATUPANG, S.ST.PAR., M.PAR
OKKI KURNIA, S.PAR., MM
SIMRAN GOBALAN**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DEVISI KAMAR
POLITEKNIK PARIWISATA BATAM
MEI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PENGEMBANGAN KOMPETENSI DOSEN

Jenis Penelitian : Penelitian Pengembangan Kompetensi Dosen
Judul Penelitian : Peran Masyarakat dalam Menunjang Keberlanjutan
Destinasi Wisata Belanja Kota Bontang, Kalimantan Timur

Ketua Kegiatan

a. Nama Lengkap : Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.MPar
b. NIDN : 1010046901
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
e. Nomor HP : 085264267002
f. Alamat surel (e-mail) : in.nen104@gmail.com

Anggota 1

a. Nama Lengkap : Agung Arif Gunawan, M.Par
b. NIDN : 1006117903
c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
d. Program Studi : Manajemen Kuliner
e. Nomor HP : 08121444324
f. Alamat surel (e-mail) : a.arif.g@gmail.com

Anggota 2

a. Nama Lengkap : Devid Trinaldo Simatupang, S.ST.Par., M.Par
b. NIDN : 1030128402
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
e. Nomor HP : 081314323685
f. Alamat surel (e-mail) : devid.simatupang@gmail.com

Anggota 3

a. Nama Lengkap : Okki Kurnia, S.Par., MM
b. NIDN : 1001109202
c. Jabatan Fungsional : Lektor
d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
e. Nomor HP : 082124484544
f. Alamat surel (e-mail) : okki.kurnia@yahoo.com

Anggota 4

a. Nama Lengkap : Simran Gobalan
b. NIM : 2022010011
c. Jabatan : Mahasiswa
d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar
e. Nomor HP : 081239031926
f. Alamat surel (e-mail) : simsim131204@gmail.com

Biaya yang diusulkan

: Rp. 3.600.000,-

Mengetahui,

Batam, 19 Mei 2025

Ketua Program Studi Manajemen Devisi

Ketua Tim Peneliti



Andri Wibowo, S.E., M.Par.
NUPTK: 8433763664130223



Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.M.Par.
NUPTK: 2742747648230142

Menyetujui,

Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat



Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si
NUPTK: 5937748649130220

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada kami Dosen dan Mahasiswa Program Studi Manajemen Devisi Kamar serta Dosen Program Studi Manajemen Kuliner Politeknik Pariwisata Batam untuk melaksanakan penelitian sebagai salah satu pengejawantahan dari Tridharma Perguruan Tinggi. Penelitian yang dilaksanakan berjudul “Peran Masyarakat dalam Menunjang Keberlanjutan Destinasi Wisata Belanja Kota Bontang, Kalimantan Timur”.

Penelitian ini dapat terlaksana berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini perkenankanlah kami menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Siska Amelia Maldin, S.Pd., M.Pd selaku Direktur Politeknik Pariwisata Batam.
2. Bapak Andri Wibowo, SE., M.Par selaku Kaprodi Manajemen Devisi Kamar Politeknik Pariwisata Batam.
3. Bapak Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si selaku Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PUSLITABMAS) Politeknik Pariwisata Batam.
4. Segenap Pejabat Kelurahan Bontang Baru beserta jajaran, Kota Bontang, Provinsi Kalimantan Timur
5. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

Laporan penelitian ini tentu masih belum mencapai target ideal karena keterbatasan waktu yang tersedia. Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, menurut kami perlu kiranya dilakukan penelitian di lain waktu sebagai kelanjutan kegiatan tersebut. Namun demikian, besar harapan kami semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Batam, 19 Mei 2025

Penelitian Pengembangan Kompetensi Dosen

Tim Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI.....	4
ABSTRAK.....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1. Latar Belakang	6
1.2. Tujuan Khusus.....	7
1.3. Urgensi Penelitian	8
1.4. Kontribusi.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Konsep Keberlanjutan dalam Pariwisata.....	12
2.2. Peran Masyarakat dalam Pariwisata.....	12
2.3. Peran Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Belanja di Bontang....	15
2.4. Tantangan dan Peluang	18
2.5. Penelitian Terkait	21
2.6. Kerangka Teoritis	21
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1. Disain Penelitian	29
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4. Analisis Data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Hasil	35
4.2. Pembahasan.....	48
BAB V PENUTUP	59
5.1. Kesimpulan.....	59
5.2. Saran.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Kota Bontang sebagai daerah industri memiliki potensi wisata belanja yang berkembang, namun belum banyak dikaji dalam perspektif keberlanjutan dan partisipasi masyarakat. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis konten terhadap 30 dokumen daring berupa artikel berita, laporan pemerintah, jurnal ilmiah, dan konten digital yang relevan, dipublikasikan pada rentang waktu 2018 hingga 2025. Hasil analisis menemukan tiga tema utama, yaitu: (1) dampak pandemi terhadap perekonomian, (2) kebijakan pemerintah, dan (3) dukungan sosial masyarakat. Ketiga tema ini menunjukkan bahwa masyarakat Bontang memiliki kapasitas adaptif, solidaritas sosial, dan semangat kolaboratif yang tinggi dalam menjaga keberlangsungan usaha wisata belanja. Sementara itu, kebijakan pemerintah yang inklusif menjadi pendukung struktural bagi pemberdayaan masyarakat dan pengembangan destinasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberlanjutan wisata belanja tidak hanya ditentukan oleh infrastruktur atau promosi, tetapi juga oleh kekuatan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat lokal. Implikasi dari penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha dalam pembangunan destinasi wisata berbasis komunitas. Penelitian ini juga memberikan kontribusi pada literatur mengenai pariwisata berkelanjutan di daerah urban-industrial serta membuka ruang untuk studi lanjutan berbasis metode lapangan.

Kata Kunci: Pariwisata berkelanjutan, wisata belanja, peran masyarakat, UMKM lokal, Kota Bontang.

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kota Bontang di Kalimantan Timur selama ini dikenal sebagai kota industri yang dikelilingi oleh banyak perusahaan besar, terutama di sektor pengolahan sumber daya alam (bontangpost, 2023). Dominasi sektor industri pengolahan bahkan mencapai sekitar 78,72% dari struktur ekonomi Bontang pada tahun 2022 (bpsbontang, 2023). Hal ini membuat perekonomian kota sangat bergantung pada sektor industri. Namun, kebergantungan tersebut menjadi tantangan bagi keberlanjutan ekonomi jangka panjang. Jika suatu saat sumber daya industri menurun atau masa operasional perusahaan habis, perekonomian Bontang berisiko mengalami penurunan (bontangpost, 2023). Oleh karena itu, diversifikasi ekonomi melalui sektor pariwisata menjadi salah satu alternatif strategis. Sektor pariwisata termasuk wisata belanja dipandang berpotensi untuk dikembangkan sebagai mesin ekonomi baru kota. Bahkan secara nasional, pariwisata telah ditetapkan sebagai salah satu leading sector pembangunan, dengan dukungan penuh pemerintah pusat untuk mendorong pembangunan daerah melalui pariwisata (Aljurida & Jusriadi, 2023).

Setiap daerah, termasuk Kota Bontang, diharapkan memanfaatkan momentum ini untuk mengoptimalkan pembangunan pariwisata potensial di wilayahnya masing-masing (Aljurida & Jusriadi, 2023). Wisata belanja merupakan bagian penting dari industri pariwisata modern. Wisatawan tidak hanya tertarik pada keindahan alam dan budaya, tetapi juga pada pengalaman berbelanja, baik itu membeli produk lokal, cenderamata, fesyen, maupun kuliner khas. Kota Bontang sendiri memiliki sejumlah destinasi wisata belanja dan kuliner yang bisa diunggulkan. Contohnya antara lain Plaza Taman (Ramayana), Bontang Plaza, Andika Plaza, Ido Niaga, hingga kawasan kuliner berbasis komunitas seperti Bontang Kuala dan berbagai pasar rakyat (pasar tradisional) (RIPPD Kota Bontang, 2014). Destinasi-destinasi ini menawarkan pengalaman belanja mulai dari pusat perbelanjaan modern hingga sentra kuliner laut dan oleh-oleh khas Bontang. Aneka produk lokal khas Bontang pun menjadi daya tarik wisata belanja, misalnya

Amplang Ikan (kerupuk ikan tenggiri khas), gula gait, kue mantau, bakpia Bontang, hingga Batik Kuntul Perak yang bermotif burung kuntul, serta kaos-kaos bertuliskan Bontang sebagai cenderamata (Bobobox, 2023). Keberadaan produk-produk khas ini menunjukkan potensi ekonomi kreatif lokal yang dapat mendukung wisata belanja. Selain itu, destinasi wisata kuliner seperti Bontang Kuala perkampungan nelayan di atas laut tidak hanya menawarkan makanan khas laut, tetapi juga pengalaman budaya lokal yang unik, sehingga turut menjadi magnet bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Meskipun potensinya besar, kontribusi sektor pariwisata termasuk wisata belanja terhadap ekonomi Bontang saat ini masih relatif kecil dibandingkan sektor industrinya. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa struktur ekonomi Bontang 2022 didominasi oleh industri pengolahan (78,72%), konstruksi (7,04%), dan perdagangan besar-eceran, reparasi mobil dan motor (3,32%) (bpsbontang, 2023). Kategori perdagangan besar dan eceran (3,32%) ini mencakup aktivitas toko, pasar, dan pusat perbelanjaan yang terkait dengan wisata belanja. Adapun subsektor akomodasi dan makan-minum yang berkaitan erat dengan pariwisata tidak termasuk empat besar sektor sehingga persentasenya diperkirakan di bawah 1,8% (bpsbontang, 2023). Artinya, secara kuantitatif kontribusi langsung pariwisata (termasuk wisata belanja dan kuliner) terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Bontang masih kecil. Kondisi ini wajar mengingat Kota Bontang baru mulai menggali potensi pariwisatanya dan dikenal lebih sebagai kota industri. Namun, kecilnya porsi tersebut justru mengindikasikan ruang tumbuh yang sangat besar. Pemerintah daerah melihat bahwa pengembangan pariwisata Bontang dapat mendongkrak Pendapatan Asli Daerah (PAD) di masa depan jika dikelola serius (Bontangpost, 2023).

Tren kunjungan wisatawan ke beberapa objek wisata di Bontang mulai menunjukkan peningkatan, yang turut memberi gambaran kontribusi ekonomi tak langsung dari sektor ini. Misalnya, Pulau Beras Basah destinasi wisata bahari andalan Bontang mengalami lonjakan kunjungan sebelum pandemi. Pada hari-hari libur, jumlah pengunjung per hari di pulau tersebut meningkat drastis dari sekitar 450 orang (tahun 2018) menjadi 5.000 orang (tahun 2019) (Aljurida & Jusriadi, 2023). Meskipun sempat menurun pada 2020 akibat pandemi, tingginya animo

wisatawan ke Pulau Beras Basah menunjukkan potensi pariwisata Bontang yang besar (Aljurida & Jusriadi, 2023). Demikian pula destinasi ekowisata Bontang Mangrove Park di Berbas Pantai, yang jumlah pengunjungnya tercatat 13.759 orang pada 2019 dan naik menjadi 17.790 orang pada 2020 (Toar, 2021). Peningkatan kunjungan ini mengindikasikan bahwa minat wisatawan terhadap atraksi di Bontang terus tumbuh. Dengan setiap kunjungan wisatawan, terjadi pengeluaran untuk transportasi lokal, kuliner, maupun belanja cenderamata, yang semuanya berkontribusi pada perputaran ekonomi daerah. Meskipun angkanya belum dominan, kegiatan wisata belanja seperti membeli makanan khas atau suvenir turut menambah pendapatan pelaku UMKM lokal dan pedagang setempat. Sebagai contoh, para wisatawan yang datang ke Bontang kerap membeli amplang dan batik khas sebagai oleh-oleh, sehingga permintaan produk lokal meningkat dan usaha kecil memperoleh manfaat ekonomi.

Upaya pendataan destinasi wisata juga terus dilakukan. Berdasarkan data Dinas Pariwisata atau BPS, Kota Bontang kini memiliki sejumlah objek wisata tersebar dalam berbagai kategori, termasuk wisata belanja. Data statistik menunjukkan bahwa pada tahun 2022, Bontang memiliki sekitar 13 lokasi wisata belanja yang teridentifikasi resmi (bpskaltim, 2023). Angka ini meningkat dibanding tahun-tahun sebelumnya yang belum mencatat destinasi wisata belanja secara spesifik. Bertambahnya jumlah destinasi wisata belanja menandakan semakin diakuinya peran sektor ini dalam portofolio pariwisata daerah. Pemerintah kota melalui Dispopar (Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata) juga aktif mempromosikan potensi wisata Bontang di berbagai ajang. Misalnya, Bontang dan kabupaten/kota lain se-Kaltim ikut serta dalam pameran Borneo Extravaganza di Yogyakarta, memamerkan kerajinan anyaman, permata, kuliner unik, dan paket wisata Kalimantan (bontangpost, 2017). Partisipasi ini diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan berbelanja produk-produk khas Bontang dan sekitarnya. Langkah-langkah promosi dan peningkatan aksesibilitas (seperti perbaikan jalan yang mempersingkat waktu tempuh ke Bontang dari Samarinda menjadi <3 jam (bontangpost, 2023) merupakan peluang untuk meningkatkan kontribusi ekonomi wisata belanja di kota ini.

Mengembangkan destinasi wisata belanja yang berkelanjutan di Bontang tidak lepas dari berbagai tantangan. Beberapa tantangan utama tersebut antara lain: (i) Citra Kota Industri: Image Bontang sebagai kota industri kadang membuat wisatawan luput mempertimbangkannya sebagai destinasi wisata. Mengubah persepsi publik dan membangun citra pariwisata (city branding) Bontang sebagai kota yang juga menarik untuk dikunjungi wisatawan merupakan pekerjaan rumah tersendiri. Hal ini memerlukan strategi komunikasi yang efektif dan promosi yang gencar agar wisata belanja dan atraksi lain di Bontang dikenal luas. (ii) Keterbatasan Atraksi Ikonik: Dibanding kota wisata lain, Bontang masih minim ikon wisata belanja terkenal. Belum ada pusat perbelanjaan bersejarah atau pasar tradisional legendaris yang dikenal skala nasional. Kebanyakan pusat belanja seperti plaza dan pasar di Bontang melayani kebutuhan lokal dan belum dikemas sebagai destinasi wisata. Tantangannya adalah menciptakan daya tarik unik pada lokasi-lokasi tersebut, misalnya melalui penataan tematik, kebersihan, kenyamanan, dan keunikan produk yang dijual. (iii) Kapasitas dan Kualitas SDM Pariwisata: Pelaku usaha dan pekerja di sektor ritel dan kuliner Bontang sebagian belum memiliki pengalaman melayani wisatawan dari luar daerah. Kualitas layanan, kemampuan berbahasa asing, hingga pemahaman hospitality masih perlu ditingkatkan. Tanpa SDM yang mumpuni, sulit bagi destinasi wisata belanja bersaing dan berkelanjutan. Selain itu, inovasi produk lokal perlu terus didorong agar wisatawan tidak bosan dan selalu ada yang baru untuk dibeli. (iv) Infrastruktur Pendukung: Meskipun akses jalan menuju Bontang sudah membaik (Bontangpost, 2023), infrastruktur pendukung wisata di dalam kota perlu ditingkatkan. Misalnya, penataan area parkir dan transportasi di sekitar pasar atau mal, papan petunjuk lokasi wisata dalam dua bahasa, ATM dan fasilitas pembayaran non-tunai untuk kemudahan wisatawan berbelanja, serta sarana toilet umum yang bersih. Tanpa dukungan infrastruktur, wisatawan mungkin enggan berlama-lama atau kembali lagi untuk berbelanja. (v) Persaingan dengan Kota Lain: Wisatawan yang datang ke Kalimantan Timur cenderung lebih mengenal Balikpapan atau Samarinda untuk berbelanja oleh-oleh. Bontang harus bersaing merebut pangsa wisatawan ini. Terlebih dengan rencana pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) ke Kalimantan Timur, kota-kota lain di provinsi ini juga berlomba mengembangkan atraksi wisata

dan pusat oleh-oleh. Bontang perlu menemukan ciri khasnya sendiri agar mampu bersaing secara regional.

Mengatasi tantangan-tantangan di atas menuntut perencanaan dan pengelolaan strategis. Salah satu aspek kunci adalah memastikan keberlanjutan (sustainability) destinasi wisata belanja tersebut, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Prinsip pariwisata berkelanjutan menekankan pengelolaan destinasi yang menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial-budaya (Aljurida & Jusriadi, 2023) Dalam konteks Bontang, ini berarti pengembangan wisata belanja harus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal, sekaligus menjaga agar budaya lokal tetap dihormati dan lingkungan tetap terjaga. Contohnya, mengendalikan penggunaan plastik di pasar wisata, menjaga kebersihan kawasan Bontang Kuala dari sampah, atau memastikan ekspansi pusat belanja tidak menggusur situs budaya. Selain itu, tantangan lainnya adalah konsistensi kebijakan dan dukungan anggaran. Diperlukan komitmen berkelanjutan dari pemerintah daerah untuk menjadikan pariwisata (termasuk wisata belanja) sebagai prioritas, bukan sekadar program sampingan.

Di balik tantangan, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Bontang. Salah satu peluang terbesar adalah antusiasme dan partisipasi masyarakat lokal. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menegaskan bahwa pariwisata diselenggarakan dengan dukungan fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Aljurida & Jusriadi, 2023) Dengan kata lain, masyarakat lokal merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan pariwisata. Peran aktif masyarakat lokal di Bontang dapat terwujud dalam berbagai bentuk, antara lain: (i) Pengembangan Produk dan Jasa Kreatif: Masyarakat dapat melihat wisata belanja sebagai peluang usaha ekonomi kreatif. Misalnya, kelompok pengrajin batik di Kampung Malahing mengembangkan motif khas Bontang (seperti Batik Kuntul Perak) sebagai produk unggulan untuk wisatawan. Sebuah studi pengabdian masyarakat di Kampung Malahing menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan keterampilan (membatik, kerajinan olahan hasil laut, dsb.) mampu meningkatkan variasi produk

kreatif yang ditawarkan kepada wisatawan dan pada gilirannya menambah pendapatan warga lokal (Aznem et al., 2024). Semakin beragam produk dan layanan yang diciptakan warga (kuliner khas, kerajinan souvenir, atraksi lokal), daya tarik destinasi wisata pun meningkat. Ini memberikan efek ganda: wisatawan puas dengan pengalaman belanja yang otentik, sementara masyarakat menikmati manfaat ekonomi langsung. (ii) Pembentukan Kelompok Sadar Wisata: Masyarakat Bontang dapat membentuk Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) di tiap destinasi, misalnya di kawasan Bontang Kuala atau di sekitar pasar oleh-oleh. Pokdarwis ini berperan menjaga kebersihan, ketertiban, dan kenyamanan kawasan wisata belanja. Mereka bisa menjadi mitra pemerintah dalam sosialisasi sapta pesona (aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan). Partisipasi komunitas lokal dalam pengelolaan harian destinasi akan menumbuhkan rasa memiliki sehingga inisiatif pelestarian dapat berjalan kontinu. Contohnya, warga setempat gotong-royong membersihkan area pasar wisata tiap minggu, atau ibu-ibu PKK dilibatkan dalam penyediaan makanan khas di sentra kuliner. Dukungan masyarakat seperti ini penting agar program pemerintah (misal festival kuliner atau pasar murah) mendapat sambutan baik dan berkelanjutan setiap tahun. (iii) Pelayanan yang Ramah dan Khas Lokal: Pengalaman wisata belanja tidak hanya ditentukan oleh barang yang dibeli, tapi juga oleh interaksi wisatawan dengan penduduk lokal. Masyarakat Bontang dapat berperan sebagai duta wisata yang mencerminkan keramahan dan budaya lokal. Misalnya, pedagang di pasar tradisional menyapa dan melayani dengan ramah, serta mungkin mengenakan baju adat atau menggunakan bahasa daerah sebagai daya tarik tersendiri. Hal-hal kecil semacam ini meninggalkan kesan mendalam bagi wisatawan. Dengan keterlibatan masyarakat, wisatawan akan merasa disambut bak saudara, yang mendorong mereka untuk kembali lagi dan merekomendasikan Bontang kepada orang lain. Dukungan sosial ini merupakan kunci keberlanjutan, karena pariwisata pada hakikatnya adalah bisnis pengalaman (experience economy). (iv) Kemitraan dan Komunitas Digital: Generasi muda Bontang yang melek digital juga punya peran besar dalam mempromosikan wisata belanja melalui media sosial. Munculnya komunitas seperti GenPI (Generasi Pesona Indonesia) di berbagai daerah bisa diadopsi di Bontang. Mereka bisa memproduksi konten kreatif (vlog, Instagram

post, TikTok) tentang spot-spot belanja menarik di Bontang, makanan khas di warung lokal, atau cerita sukses pelaku UMKM setempat. Promosi digital oleh warga lokal ini akan menambah jangkauan promosi dengan biaya minimal, sekaligus melatih generasi muda berkontribusi dalam pariwisata. Dengan demikian, masyarakat berperan bukan hanya sebagai pelaku langsung di lapangan, tapi juga sebagai pemasar pariwisata kota mereka sendiri.

Peluang lain yang dapat menunjang keberlanjutan wisata belanja di Bontang adalah dukungan lintas sektor. Kehadiran industri besar di Bontang membuka kesempatan Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan untuk mendukung pariwisata lokal. Sebagai contoh, perusahaan dapat membantu membangun pusat oleh-oleh atau mengadakan pelatihan wirausaha bagi penduduk di sekitar destinasi wisata (Aznem et al., 2024). Di Malahing, program CSR PT Pupuk Kaltim berhasil melatih ibu-ibu setempat membuat batik pewarna alami, yang kemudian menjadi produk jual bagi wisatawan (Aznem et al., 2024). Ini menunjukkan sinergi dunia usaha dengan masyarakat mampu melahirkan produk wisata belanja baru yang berkelanjutan. Selain itu, dukungan pemerintah pusat dan provinsi juga menjadi peluang, misalnya melalui dana alokasi untuk pembenahan infrastruktur wisata atau pemasaran bersama destinasi unggulan Kaltim. Terakhir, momentum pemindahan Ibu Kota Negara ke Kaltim memberikan peluang peningkatan arus wisatawan ke wilayah sekitar. Bontang dapat memanfaatkan momentum ini dengan menyiapkan destinasi wisata belanja yang matang, sehingga pejabat, pekerja, atau tamu yang datang ke IKN bisa terdorong berwisata ke kota ini. Dengan komunitas lokal yang siap menyambut, produk lokal yang beragam, serta komitmen menjaga keberlanjutan, wisata belanja di Kota Bontang berpeluang memberi kontribusi ekonomi yang signifikan sekaligus melestarikan kekayaan budaya daerah. Masyarakat lokal yang berperan aktif akan menjadi garda terdepan penunjang keberlanjutan tersebut merekalah yang memastikan bahwa wisatawan “belanja pengalaman” terbaik selama di Bontang, dan kota ini pun mendapatkan manfaat jangka panjang secara ekonomi maupun sosial budaya (Aljurida & Jusriadi, 2023; Aznem et al., 2024).

1.2. Tujuan Khusus

Berikut adalah Tujuan Khusus dari penelitian berjudul "Peran Masyarakat dalam Menunjang Keberlanjutan Destinasi Wisata Belanja Kota Bontang, Kalimantan Timur":

- 1) Mengidentifikasi bentuk-bentuk partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi wisata belanja di Kota Bontang.
- 2) Menganalisis kontribusi ekonomi, sosial, dan budaya masyarakat terhadap keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang.
- 3) Mengevaluasi tantangan dan hambatan yang dihadapi masyarakat dalam mendukung keberlanjutan wisata belanja di tingkat lokal.
- 4) Menyusun rekomendasi strategis berbasis peran masyarakat untuk meningkatkan keberlanjutan pengelolaan destinasi wisata belanja di Kota Bontang secara jangka panjang.

Tujuan khusus ini diharapkan dapat membantu penelitian ini menjadi lebih terarah dan memberikan manfaat yang maksimal untuk menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja Kota Bontang, Kalimantan Timur

1.3. Urgensi Penelitian

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor unggulan yang mampu memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah. Dalam konteks Kota Bontang, Kalimantan Timur, meskipun dikenal sebagai kota industri, potensi pengembangan sektor pariwisata khususnya wisata belanja mulai menunjukkan arah yang positif sebagai alternatif sumber ekonomi baru yang berkelanjutan. Sayangnya, perhatian terhadap wisata belanja di Bontang masih minim dan belum tergarap secara optimal, padahal wisata belanja memiliki dampak ganda (multiplier effect) yang signifikan terhadap UMKM, tenaga kerja lokal, serta pelestarian budaya dan produk khas daerah.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk mengalihkan ketergantungan ekonomi Bontang dari sektor industri pengolahan menuju sektor yang lebih inklusif dan partisipatif, yakni pariwisata. Data Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa kontribusi sektor industri pengolahan terhadap PDRB Bontang mencapai 78,72%, sementara kontribusi sektor perdagangan dan

akomodasi pariwisata masih di bawah 5% (BPS Bontang, 2023). Kondisi ini memperlihatkan ketimpangan dan kerentanan ekonomi jangka panjang jika tidak segera diimbangi oleh sektor lain yang memberdayakan masyarakat secara langsung.

Dalam pengembangan destinasi wisata belanja, peran masyarakat lokal menjadi elemen yang sangat penting. Keberhasilan pengelolaan destinasi sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat dalam penyediaan produk lokal, jasa pelayanan wisata, promosi, hingga pelestarian nilai-nilai budaya lokal. Partisipasi aktif masyarakat tidak hanya meningkatkan daya tarik destinasi, tetapi juga memperkuat rasa memiliki dan tanggung jawab sosial terhadap keberlanjutan wisata itu sendiri.

Sayangnya, hingga saat ini belum banyak kajian akademik yang secara khusus menelaah bagaimana masyarakat Kota Bontang berperan dalam mendukung keberlanjutan wisata belanja. Padahal, pemahaman mendalam terhadap dinamika sosial, hambatan struktural, serta bentuk keterlibatan masyarakat sangat penting sebagai dasar penyusunan kebijakan dan strategi pembangunan pariwisata daerah. Maka dari itu, penelitian ini menjadi relevan dan urgen sebagai upaya ilmiah untuk mengisi kekosongan literatur, menyediakan bukti empiris, serta memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis masyarakat di Kota Bontang.

1.4. Kontribusi

Berikut adalah Kontribusi Penelitian dari penelitian berjudul “Peran Masyarakat dalam Menunjang Keberlanjutan Destinasi Wisata Belanja Kota Bontang, Kalimantan Timur”:

1. Kontribusi Akademik

Penelitian ini memberikan sumbangan teoritis terhadap pengembangan kajian pariwisata berkelanjutan dengan fokus pada peran masyarakat dalam konteks wisata belanja, sebuah topik yang masih jarang diteliti secara spesifik di Indonesia, khususnya di wilayah Kalimantan Timur. Penelitian ini juga memperkaya literatur mengenai partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata, serta

memperluas pemahaman tentang keterkaitan antara pariwisata, ekonomi lokal, dan pembangunan berkelanjutan.

2. Kontribusi Praktis

Temuan penelitian ini dapat menjadi acuan praktis bagi pemerintah daerah, dinas pariwisata, serta pelaku industri pariwisata di Kota Bontang dalam merumuskan kebijakan, strategi, dan program-program pemberdayaan masyarakat yang efektif untuk mendukung pengelolaan wisata belanja secara berkelanjutan. Penelitian ini juga memberikan gambaran bentuk-bentuk peran serta masyarakat yang dapat direplikasi atau dikembangkan dalam destinasi wisata lainnya.

3. Kontribusi Sosial dan Ekonomi

Penelitian ini diharapkan mendorong peningkatan kesadaran dan kapasitas masyarakat lokal dalam memanfaatkan peluang ekonomi dari sektor wisata belanja. Melalui identifikasi peran masyarakat dan tantangan yang dihadapi, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menyusun langkah-langkah pemberdayaan masyarakat agar lebih aktif dalam kegiatan ekonomi kreatif berbasis wisata, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal secara merata dan berkelanjutan.

4. Kontribusi Kebijakan Daerah

Penelitian ini diharapkan memberikan dasar ilmiah bagi penyusunan rencana strategis pembangunan pariwisata di Kota Bontang, terutama dalam upaya diversifikasi ekonomi daerah pasca-industri. Rekomendasi yang dihasilkan dapat membantu pemerintah daerah dalam merancang kebijakan berbasis partisipasi masyarakat yang berorientasi pada keberlanjutan jangka panjang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Keberlanjutan dalam Pariwisata

Keberlanjutan dalam pariwisata merupakan prinsip fundamental yang menjadi landasan dalam pengembangan destinasi di berbagai belahan dunia. Menurut World Tourism Organization (UNWTO, 2021), pariwisata berkelanjutan adalah bentuk pariwisata yang memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini maupun masa depan, serta memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, dan masyarakat tuan rumah. Konsep ini menekankan pentingnya keseimbangan antara tiga pilar utama yaitu: kelestarian lingkungan, kesejahteraan sosial-budaya, dan kelayakan ekonomi (UNWTO, 2021).

Dalam konteks destinasi wisata belanja, keberlanjutan tidak hanya diukur dari peningkatan pendapatan atau jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari sejauh mana aktivitas wisata belanja berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal, penggunaan sumber daya secara bijak, serta dampaknya terhadap struktur sosial masyarakat setempat (Becken & Simmons, 2020). Aktivitas wisata yang tidak dikelola secara berkelanjutan dapat menyebabkan degradasi budaya, pencemaran lingkungan, serta ketimpangan sosial-ekonomi.

Gössling, Scott, dan Hall (2020) menegaskan bahwa keberlanjutan dalam pariwisata tidak dapat dicapai tanpa adanya keterlibatan aktif masyarakat lokal. Masyarakat memiliki peran strategis sebagai penjaga nilai-nilai lokal dan lingkungan tempat berlangsungnya kegiatan wisata. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan destinasi pariwisata menjadi faktor kunci dalam menciptakan praktik wisata yang inklusif dan bertanggung jawab.

Selanjutnya, penelitian oleh Lu & Nepal (2022) juga menyoroti bahwa destinasi wisata yang menerapkan prinsip keterlibatan komunitas cenderung memiliki tingkat keberlanjutan yang lebih tinggi. Hal ini dikarenakan adanya rasa memiliki, kepedulian terhadap dampak jangka panjang, dan komitmen terhadap pelestarian warisan lokal. Dengan demikian, penerapan konsep keberlanjutan dalam wisata belanja perlu didesain secara menyeluruh dan melibatkan masyarakat sebagai pemangku kepentingan utama.

2.2. Peran Masyarakat dalam Pariwisata

Masyarakat lokal memegang peran strategis dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata. Keterlibatan mereka tidak hanya meningkatkan rasa memiliki terhadap destinasi, tetapi juga memperkuat tanggung jawab kolektif dalam menjaga kualitas lingkungan, budaya, dan ekonomi lokal. Scheyvens (2011) menekankan bahwa partisipasi masyarakat dalam pariwisata dapat memperkuat rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap destinasi wisata, mendorong kontribusi aktif dalam menjaga kebersihan, keamanan, dan kelestarian lingkungan.

Lebih lanjut, Tosun (2000) menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan terkait pariwisata dapat meningkatkan manfaat ekonomi yang dirasakan oleh masyarakat. Masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata cenderung lebih memahami pentingnya keberlanjutan dan berkomitmen untuk menjaga daya tarik wisata. Selain itu, keterlibatan masyarakat juga dapat meningkatkan pengalaman wisatawan, karena mereka dapat memberikan informasi dan layanan yang lebih autentik.

Penelitian terbaru oleh Wibowo dan Belia (2023) menyoroti bahwa partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan mencakup keterlibatan dalam perencanaan, pelaksanaan, serta monitoring dan evaluasi kegiatan pariwisata. Keterlibatan ini memungkinkan masyarakat untuk lebih memahami program yang dijalankan dan menumbuhkan rasa memiliki terhadap pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Studi oleh Syarifuddin (2023) juga mengungkapkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kesempatan, kemauan, dan kemampuan. Keterlibatan masyarakat dalam setiap level kebijakan pengembangan pariwisata, termasuk perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan, sangat penting untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan destinasi wisata.

Contoh konkret dari peran aktif masyarakat dalam pengembangan pariwisata dapat ditemukan di Desa Pingge, Bali. Masyarakat desa terlibat langsung dalam menjaga dan mengembangkan potensi wisata, seperti menyediakan homestay, menjadi pemandu wisata, serta mengelola usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menawarkan produk lokal. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan

kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga memastikan pelestarian budaya dan lingkungan setempat (Saskarawati et al., 2023). Dengan demikian, peran masyarakat lokal dalam pariwisata tidak hanya sebagai pelaku pasif, tetapi sebagai agen perubahan yang aktif dalam menciptakan destinasi wisata yang berkelanjutan dan berdaya saing. Keterlibatan mereka dalam berbagai aspek pengembangan pariwisata memastikan bahwa manfaat yang dihasilkan dapat dirasakan secara merata dan berkelanjutan oleh seluruh komunitas.

2.3. Peran Masyarakat dalam Pengembangan Wisata Belanja di Bontang

Peran masyarakat dalam pengembangan wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur, menjadi faktor kunci dalam menciptakan destinasi yang berkelanjutan dan berdaya saing. Keterlibatan aktif komunitas lokal tidak hanya memperkuat identitas budaya daerah, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan peningkatan pengalaman wisatawan. Di kawasan pesisir seperti Bontang Kuala dan Kampung Malahing, masyarakat telah menunjukkan partisipasi yang aktif dalam berbagai kegiatan pariwisata. Mereka tidak hanya menyediakan layanan wisata seperti homestay, makanan lokal, atau pemandu, tetapi juga terlibat dalam menjaga kebersihan kawasan, melestarikan lingkungan mangrove, serta mempromosikan budaya daerah. Inisiatif ini menunjukkan bahwa masyarakat setempat memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan wisata belanja yang berkelanjutan (CTB, 2022).

Salah satu contoh konkret dari peran aktif masyarakat adalah terbentuknya Komunitas Masyarakat Kreatif Pesisir (MASKAPEI) di Bontang Kuala. Komunitas ini berperan sebagai penggerak utama dalam mengembangkan potensi wisata lokal melalui pendekatan pengorganisasian masyarakat. MASKAPEI telah berhasil meningkatkan daya tarik wisata, pasar wisata, transportasi, masyarakat penerima wisatawan, serta promosi dan pemasaran destinasi wisata. Melalui kegiatan seperti pembersihan sungai, perbaikan jembatan, dan pelatihan kepada pemilik rumah makan, MASKAPEI mendorong kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dan memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan. Pendekatan

ini menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata belanja dapat meningkatkan kualitas destinasi secara keseluruhan (Kartini, 2022).

Selain itu, pemberdayaan ekonomi melalui wisata belanja juga menjadi aspek penting dalam peran masyarakat. Masyarakat lokal terlibat dalam produksi dan penjualan berbagai produk khas daerah, seperti olahan hasil laut, kerajinan tangan, dan kuliner tradisional. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendorong pelestarian budaya lokal. Sebagai contoh, masyarakat di Bontang Kuala memproduksi berbagai olahan hasil laut yang dijadikan sebagai souvenir, bahkan diekspor hingga keluar negeri. Kegiatan seperti "Wisata Belanja Ramadan" yang diselenggarakan oleh PT. PAMA menunjukkan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta dalam mendukung kegiatan wisata belanja yang berdampak sosial positif (PPID, 2025)

Pemerintah daerah juga telah berupaya memperkuat peran masyarakat melalui program pelatihan dan penguatan kapasitas kelembagaan, seperti sosialisasi Sadar Wisata 5.0 yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. Program ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat agar lebih memahami pentingnya sapta pesona, pelayanan prima, serta manajemen keberlanjutan pariwisata berbasis komunitas. Dengan meningkatnya kapasitas dan kesadaran masyarakat, pengelolaan destinasi wisata belanja dapat dilakukan secara lebih profesional, terarah, dan inklusif (Disparkaltim, 2024)

Namun demikian, pengembangan wisata belanja di Bontang tidak terlepas dari sejumlah tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, minimnya promosi digital yang menjangkau pasar luar daerah, serta masih terbatasnya inovasi produk lokal. Selain itu, image Kota Bontang sebagai kota industri juga memerlukan reposisi agar dapat lebih dikenal sebagai destinasi wisata yang menarik. Oleh karena itu, dukungan masyarakat lokal menjadi sangat penting untuk memperkuat citra kota melalui pelibatan aktif dalam pembuatan konten promosi digital, penyelenggaraan event budaya, serta peningkatan kualitas layanan di sentra-sentra wisata belanja. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat menjadi kunci dalam mengatasi tantangan ini dan memaksimalkan potensi wisata belanja di Bontang (Harahap, 2023).

Dengan partisipasi masyarakat yang kuat dan kolaboratif, pengembangan wisata belanja di Kota Bontang tidak hanya akan memberikan manfaat ekonomi jangka pendek, tetapi juga menciptakan dampak jangka panjang yang positif terhadap pembangunan daerah. Masyarakat menjadi garda terdepan dalam memastikan keberlangsungan pariwisata, baik melalui pelestarian lingkungan, pengembangan produk lokal, maupun peningkatan kualitas interaksi antara wisatawan dan warga. Oleh sebab itu, peran aktif masyarakat bukan hanya sebagai pelengkap, melainkan sebagai penggerak utama dalam menjadikan wisata belanja Bontang sebagai destinasi yang berdaya saing, berkelanjutan, dan berbasis nilai-nilai lokal.

2.4. Tantangan dan Peluang

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan wisata belanja di Kota Bontang adalah keterbatasan infrastruktur pendukung, seperti aksesibilitas transportasi dan fasilitas umum. Meskipun terdapat penginapan dan rumah makan di sekitar kawasan wisata, namun fasilitas seperti toilet umum, area berkumpul, dan akses internet masih belum memadai. Selain itu, pengemasan dan branding daya tarik wisata belum optimal, sehingga mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung (Rina et al., 2024).

Kurangnya promosi dan pemasaran destinasi wisata belanja juga menjadi tantangan. Meskipun beberapa komunitas telah memanfaatkan media sosial untuk promosi, namun belum ada strategi pemasaran yang terintegrasi dan berkelanjutan. Hal ini menyebabkan rendahnya tingkat kunjungan wisatawan dan kurangnya kesadaran masyarakat luas terhadap potensi wisata belanja di Bontang (Kartini, 2022).

Keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang terampil dalam mengelola dan mengembangkan destinasi wisata juga menjadi hambatan. Kurangnya pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat lokal dalam bidang pariwisata menyebabkan rendahnya kualitas layanan dan pengalaman wisatawan. Selain itu, kurangnya keterlibatan generasi muda dalam sektor pariwisata menghambat inovasi dan keberlanjutan destinasi wisata belanja (Toar, 2021).

Tantangan lainnya adalah kurangnya koordinasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta dalam pengembangan wisata belanja. Meskipun terdapat upaya dari masing-masing pihak, namun belum ada sinergi yang efektif untuk menciptakan strategi pengembangan yang holistik dan berkelanjutan. Hal ini menyebabkan duplikasi program, pemborosan sumber daya, dan ketidakefisienan dalam pengelolaan destinasi wisata.

Meskipun menghadapi berbagai tantangan, pengembangan wisata belanja di Kota Bontang memiliki peluang yang signifikan. Keberagaman budaya dan kekayaan alam, seperti hutan mangrove dan kehidupan bahari, dapat diintegrasikan dalam konsep wisata belanja yang unik dan menarik. Dengan memadukan elemen budaya lokal dalam produk dan pengalaman wisata, Bontang dapat menarik segmen pasar yang mencari keaslian dan keunikan (Wartakini, 2025). Peran aktif komunitas lokal, seperti Komunitas Masyarakat Kreatif Pesisir (MASKAPEI), menunjukkan potensi besar dalam pemberdayaan masyarakat untuk mengembangkan destinasi wisata. Melalui pelatihan, pengorganisasian, dan kolaborasi dengan berbagai pihak, komunitas ini berhasil meningkatkan daya tarik wisata dan kesejahteraan masyarakat. Model ini dapat direplikasi di kawasan lain untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata belanja.

Dukungan dari pemerintah dan sektor swasta juga membuka peluang untuk pengembangan wisata belanja. Program-program seperti Sadar Wisata 5.0 yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan kapasitas masyarakat dalam mengelola destinasi wisata. Selain itu, keterlibatan sektor swasta melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dapat menyediakan sumber daya dan keahlian untuk mendukung pengembangan infrastruktur dan promosi destinasi wisata.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi memberikan peluang untuk meningkatkan promosi dan pemasaran wisata belanja di Bontang. Dengan memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan situs web, pelaku wisata dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas destinasi. Selain itu, penggunaan teknologi dapat meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan destinasi dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi wisatawan.

2.5. Penelitian Terkait

Berikut adalah matriks tinjauan pustaka (literature review matrix) yang merangkum lima penelitian terkini terkait peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur:

Tabel 2.1 Literature Review Matriks

Referensi	Judul	Tujuan Penelitian	Metode	Hasil
Azhar Aljurida, A.M., & Jusriadi, A. (2023).	Kebijakan Alternatif Pengembangan Pariwisata Potensial di Kota Bontang.	Menganalisis dan mendeskripsikan kondisi eksisting sektor pariwisata di Kota Bontang serta upaya pengembangan kebijakan alternatif.	Kualitatif, studi kasus, wawancara, observasi, telaah dokumen	Pemerintah mulai menetapkan kawasan prioritas wisata melalui RTRW, namun pengembangannya masih bersifat parsial dan belum menyentuh aspek sosial-ekonomi masyarakat secara menyeluruh.
Widya, A., & Gafur, A. (2024)	Analisis Pengembangan Wisata Urban di Kota Bontang dalam Perspektif Komunikasi Strategis.	Mengetahui pendekatan komunikasi strategis yang tepat dalam pengembangan wisata urban di Bontang.	Kualitatif, wawancara, observasi, dokumentasi	Hubungan pemkot dengan stakeholder internal masih minim partisipasi, sedangkan dengan pihak eksternal lebih kolaboratif, namun belum terintegrasi sepenuhnya.
Kartini, Z. A. (2022)	Peran Komunitas Masyarakat Kreatif Pesisir dalam Pengembangan Potensi Wisata di Bontang Kuala	Menganalisis peran komunitas lokal dalam pengembangan potensi wisata berbasis masyarakat.	Kualitatif, studi kasus, wawancara, observasi	MASKAPEI berperan dalam promosi, pengelolaan wisata, peningkatan kualitas SDM lokal dan pelestarian lingkungan.
Pradana, M. A. W. (2022)	Peran Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dalam Mengembangkan Objek Wisata Mangrove	Menganalisis peran Dispopar dan hambatan yang dihadapi dalam pengembangan wisata alam	Deskriptif kualitatif, wawancara, observasi	Peran aktif Dispopar terlihat dari berbagai program edukasi dan konservasi, namun masih terkendala minimnya

	Berbas Pantai di Kota Bontang			anggaran dan permasalahan sampah kiriman.
Harahap, R. N. (2023)	Pengembangan Ecotourism Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Kampung Malahing	Mengevaluasi kontribusi masyarakat dalam menjaga kebersihan dan keberlanjutan wisata	Kualitatif, studi kasus	Peran masyarakat penting dalam pengelolaan sampah dan pelestarian lingkungan melalui program edukatif dan gotong royong

Matriks ini menggambarkan kerangka konseptual dan temuan-temuan penting dari berbagai studi yang mendukung penyusunan penelitian utama. Lima penelitian yang dikaji memiliki relevansi kuat dalam konteks partisipasi masyarakat, peran pemerintah, serta strategi pengembangan wisata di Kota Bontang secara umum maupun dalam konteks wisata belanja secara khusus.

Penelitian pertama oleh Azhar Aljurida dan Jusriadi (2023) memberikan gambaran makro tentang arah kebijakan pembangunan pariwisata di Kota Bontang, dengan fokus pada bagaimana pemerintah daerah menetapkan kawasan prioritas pariwisata melalui kebijakan tata ruang wilayah. Penelitian ini penting karena menunjukkan peran kebijakan sebagai kerangka pengarah dalam pembangunan wisata yang berkelanjutan, namun masih bersifat parsial dan belum melibatkan peran masyarakat secara menyeluruh.

Penelitian kedua oleh Widya dan Gafur (2024) membahas pengembangan wisata urban dari perspektif komunikasi strategis. Ditemukan bahwa komunikasi antara Pemkot dan pemangku kepentingan internal masih minim partisipasi, sedangkan hubungan dengan eksternal lebih bersifat kolaboratif. Hasil ini menjadi penting karena menunjukkan perlunya perbaikan komunikasi lintas sektor, termasuk dalam melibatkan masyarakat dalam promosi dan pengelolaan destinasi wisata.

Penelitian ketiga oleh Kartini (2022) secara khusus membahas peran komunitas lokal dalam pengembangan destinasi wisata pesisir Bontang Kuala melalui studi pada Komunitas MASKAPEL. Penelitian ini menunjukkan bahwa peran komunitas sangat vital dalam peningkatan daya tarik wisata, pelayanan kepada wisatawan, promosi, serta pelestarian lingkungan. Temuan ini sejalan

dengan fokus utama penelitian tentang bagaimana masyarakat dapat menjadi penggerak utama dalam menunjang keberlanjutan wisata belanja.

Selanjutnya, penelitian oleh Pradana (2022) memfokuskan analisis pada peran Dispar dalam pengembangan objek wisata alam Mangrove Berbas Pantai. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat peran aktif pemerintah dalam pengembangan destinasi wisata, terdapat kendala dalam implementasi, seperti keterbatasan anggaran dan pengelolaan lingkungan. Ini memperkuat argumen bahwa sinergi antara pemerintah dan masyarakat menjadi penting untuk menjaga keberlanjutan wisata.

Terakhir, studi oleh Harahap (2023) meneliti pengembangan ekowisata berbasis pemberdayaan masyarakat di Kampung Malahing. Penelitian ini memberikan contoh nyata bagaimana masyarakat mampu mengelola aspek kebersihan dan lingkungan secara kolektif demi mendukung destinasi wisata yang berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa pelibatan masyarakat dalam aspek manajemen lingkungan dapat menjadi faktor penentu dalam pengembangan destinasi wisata belanja yang ramah lingkungan.

Secara keseluruhan, kelima penelitian dalam matriks ini membentuk dasar konseptual yang kuat bagi penelitian utama, baik dari sisi kebijakan, peran komunitas, strategi promosi, maupun aspek keberlanjutan lingkungan. Matriks ini menegaskan bahwa keberhasilan destinasi wisata belanja di Bontang tidak hanya ditentukan oleh kebijakan pemerintah, tetapi sangat bergantung pada keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat lokal secara aktif, berkelanjutan, dan strategis.

2.6. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini bertumpu pada pemahaman multidisipliner yang mengaitkan teori-teori utama dalam pariwisata berkelanjutan, partisipasi masyarakat, pemberdayaan komunitas, ekonomi kreatif, serta pendekatan pemangku kepentingan. Keseluruhan teori ini membentuk fondasi analisis untuk mengkaji bagaimana peran masyarakat lokal dapat secara signifikan memengaruhi keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang.

Pariwisata berkelanjutan menjadi landasan utama dalam kajian ini. Menurut definisi dari United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2021),

pariwisata berkelanjutan adalah kegiatan wisata yang mempertimbangkan secara penuh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik saat ini maupun di masa depan, dengan tetap memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, dan masyarakat tuan rumah. Dalam konteks wisata belanja, keberlanjutan bukan hanya berarti peningkatan nilai transaksi atau jumlah kunjungan, tetapi juga mencakup pelestarian budaya lokal, penggunaan sumber daya secara bijak, dan pemberdayaan komunitas lokal agar memperoleh manfaat langsung dari kegiatan pariwisata.

Selain itu, teori partisipasi masyarakat juga menjadi kerangka penting dalam penelitian ini. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata menurut Tosun (2000) meliputi partisipasi dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan, serta pembagian manfaat. Partisipasi yang bermakna dapat memperkuat rasa memiliki terhadap destinasi dan meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga keberlanjutan lingkungan sosial dan budaya. Dalam konteks Kota Bontang, keterlibatan masyarakat dalam operasionalisasi kegiatan wisata belanja, seperti pengelolaan pusat oleh-oleh, pelaksanaan event promosi produk lokal, dan pemberian layanan wisata merupakan cerminan nyata dari bentuk partisipasi tersebut. Hal ini juga senada dengan pandangan Scheyvens (2011) bahwa partisipasi yang kuat akan mendorong tanggung jawab bersama dalam menjaga kualitas destinasi.

Berikutnya, teori pemberdayaan masyarakat menjadi pilar yang tidak terpisahkan dari keberhasilan pembangunan destinasi pariwisata yang berorientasi pada masyarakat. Menurut Sofield (2003), pemberdayaan dalam konteks pariwisata mencakup dimensi ekonomi, sosial, psikologis, dan politik. Masyarakat tidak hanya diberi ruang untuk berpartisipasi, tetapi juga didorong agar mampu mengelola dan mengembangkan potensi lokal mereka secara mandiri. Dalam pengembangan wisata belanja di Bontang, pemberdayaan dapat diwujudkan melalui pelatihan produksi kreatif, penguatan kelompok sadar wisata (Pokdarwis), serta akses terhadap pasar dan permodalan yang inklusif.

Selain pemberdayaan, teori ekonomi kreatif turut memperkuat kerangka teoritis dalam penelitian ini. Ekonomi kreatif, sebagaimana dijelaskan oleh Howkins (2001), merupakan bentuk ekonomi yang menjadikan kreativitas, bakat, dan keterampilan sebagai aset utama dalam menghasilkan produk dan jasa yang

bernilai jual tinggi. Produk khas seperti amplang ikan, batik motif khas Bontang, kerajinan tangan, dan kuliner lokal menjadi bagian penting dalam ekosistem wisata belanja. Dengan mengembangkan dan mempromosikan produk lokal ini, masyarakat Bontang memiliki peluang besar untuk meningkatkan pendapatan sekaligus memperkuat identitas budaya daerah.

Terakhir, pendekatan stakeholder atau pemangku kepentingan menjadi elemen penting dalam menyusun kerangka teoritis penelitian ini. Pendekatan ini menekankan pentingnya kolaborasi antar aktor seperti pemerintah, masyarakat lokal, pelaku usaha, komunitas, dan wisatawan dalam mewujudkan destinasi wisata yang berkelanjutan. Menurut Freeman (1984), stakeholder adalah setiap pihak yang memiliki kepentingan terhadap keberhasilan suatu kebijakan atau program. Dalam konteks pengembangan wisata belanja, stakeholder yang terlibat harus memiliki kesepahaman dan peran masing-masing dalam menjaga kesinambungan pengelolaan destinasi, mulai dari penyusunan kebijakan, promosi wisata, peningkatan kualitas SDM, hingga pengawasan mutu layanan.

Berdasarkan keseluruhan teori tersebut, maka kerangka teoritis penelitian ini menggambarkan hubungan antara pariwisata berkelanjutan sebagai tujuan utama, dengan peran masyarakat lokal sebagai aktor utama yang dimediasi oleh tingkat partisipasi, pemberdayaan, dan dukungan ekosistem ekonomi kreatif. Kolaborasi stakeholder menjadi penguat untuk menjamin bahwa proses pembangunan wisata belanja di Bontang dapat berjalan secara inklusif, adaptif, dan berorientasi jangka panjang.



Gambar 2.1 Conceptual Framework

Kerangka konseptual ini menjelaskan secara menyeluruh bagaimana peran masyarakat berkontribusi dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Di dalam model ini, masyarakat lokal ditempatkan sebagai aktor utama yang memiliki keterlibatan langsung dalam berbagai aspek pembangunan pariwisata, mulai dari perencanaan, pengelolaan, promosi hingga produksi dan penyediaan barang serta jasa wisata. Kerangka ini dibangun atas dasar pemahaman bahwa keberhasilan destinasi wisata tidak hanya bergantung pada aspek ekonomi, tetapi juga pada dimensi sosial dan lingkungan yang dijaga oleh partisipasi aktif komunitas lokal.

Peran masyarakat dalam kerangka ini dijabarkan dalam tiga bentuk keterlibatan utama, yaitu dalam pengambilan keputusan, pemanfaatan manfaat ekonomi, dan pengelolaan lingkungan serta budaya lokal. Keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan mencerminkan sejauh mana aspirasi dan kepentingan masyarakat diakomodasi dalam kebijakan dan perencanaan pembangunan wisata belanja. Sementara itu, peran dalam pemanfaatan manfaat ekonomi tercermin dari kegiatan masyarakat dalam menjalankan usaha kecil menengah (UMKM), produksi kerajinan khas, kuliner lokal, serta keterlibatan dalam sektor jasa wisata. Sedangkan peran dalam pengelolaan lingkungan dan pelestarian budaya terlihat dari kepedulian komunitas dalam menjaga kebersihan kawasan wisata, penggunaan sumber daya yang bijak, serta upaya mempertahankan identitas budaya dalam kegiatan pariwisata.

Kerangka ini dibangun atas fondasi empat teori utama, yaitu teori pariwisata berkelanjutan, teori partisipasi masyarakat, teori pemberdayaan komunitas, dan teori ekonomi kreatif. Teori pariwisata berkelanjutan menjelaskan pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pembangunan destinasi. Teori partisipasi masyarakat memberikan pemahaman tentang pentingnya keterlibatan komunitas dalam seluruh proses pembangunan. Teori pemberdayaan menjelaskan bahwa masyarakat perlu memiliki kapasitas, akses, dan kontrol terhadap sumber daya serta informasi agar dapat terlibat secara mandiri dan efektif. Sementara teori ekonomi kreatif menekankan pada potensi produk lokal yang berbasis kearifan budaya dan kreativitas sebagai daya tarik utama dalam wisata belanja.

Kerangka ini juga menempatkan peran stakeholder eksternal seperti pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas wisata, dan sektor swasta sebagai pendukung utama. Kolaborasi antara masyarakat dan stakeholder lain dipandang penting untuk menciptakan sinergi dalam pembangunan destinasi, mulai dari penyediaan infrastruktur, pendampingan usaha, pelatihan sumber daya manusia, hingga dukungan promosi wisata yang terintegrasi. Kehadiran stakeholder juga penting dalam memastikan bahwa pembangunan pariwisata dilaksanakan secara terarah dan berkelanjutan.

Pada bagian akhir, kerangka ini menggambarkan bahwa semua interaksi tersebut akan mengarah pada hasil akhir berupa keberlanjutan destinasi wisata belanja. Keberlanjutan tersebut ditandai oleh meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal, terjaganya kelestarian budaya dan lingkungan, meningkatnya daya tarik dan daya saing wisata belanja di Bontang, serta terwujudnya tata kelola pariwisata yang inklusif dan berorientasi jangka panjang. Oleh karena itu, kerangka konseptual ini menjadi acuan penting dalam memahami hubungan antarelemen yang berperan dalam pembangunan destinasi wisata berbasis komunitas dan berkelanjutan.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1. Disain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk memahami secara mendalam peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena sosial dalam konteks alami dan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pengalaman, pandangan, dan makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu fenomena (Creswell, 2014).

Metode analisis konten digunakan untuk menganalisis data teks yang diperoleh dari berbagai sumber daring, seperti dokumen kebijakan, artikel berita, media sosial, dan publikasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Analisis konten kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, tema, dan makna dalam data teks secara sistematis dan objektif (Krippendorff, 2018).

Menurut Bengtsson (2016), analisis konten kualitatif melibatkan proses pengkodean data teks ke dalam kategori-kategori yang bermakna, yang kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data. Pendekatan ini cocok untuk penelitian yang bertujuan untuk memahami makna yang terkandung dalam komunikasi tertulis atau lisan, serta untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam data teks.

Dalam konteks penelitian ini, analisis konten kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi bagaimana masyarakat berperan dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, dengan menganalisis berbagai sumber data daring yang menggambarkan aktivitas, pandangan, dan kebijakan terkait pariwisata dan peran masyarakat.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bontang, Kalimantan Timur, dengan fokus pada destinasi wisata belanja yang ada di wilayah tersebut. Namun, karena metode yang digunakan adalah analisis konten kualitatif, pengumpulan data tidak

terbatas pada lokasi fisik tertentu. Sebaliknya, data dikumpulkan dari berbagai sumber daring yang relevan, seperti dokumen kebijakan, artikel berita, dan konten media sosial yang berkaitan dengan aktivitas wisata belanja di Kota Bontang. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengakses dan menganalisis data yang relevan tanpa harus melakukan interaksi langsung dengan responden, sehingga efisien dalam hal waktu dan sumber daya.

Waktu penelitian ini direncanakan selama empat bulan, dimulai dari bulan Maret hingga Juni 2025. Periode ini dipilih untuk memberikan waktu yang cukup dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data yang diperoleh dari berbagai sumber daring. Dengan rentang waktu tersebut, peneliti dapat memastikan bahwa data yang dikumpulkan mencerminkan kondisi terkini dan relevan dengan topik penelitian.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kontribusi masyarakat dalam pengembangan dan keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung atau menghambat partisipasi tersebut.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dilakukan melalui analisis dokumen daring (online document analysis), yang merupakan metode pengumpulan data kualitatif dengan cara menelaah berbagai sumber informasi tertulis yang tersedia secara daring. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengakses dan menganalisis data yang relevan tanpa harus melakukan interaksi langsung dengan responden, sehingga efisien dalam hal waktu dan sumber daya.

Menurut Bowen (2009), analisis dokumen adalah proses sistematis untuk mengevaluasi atau menafsirkan dokumen guna memperoleh pemahaman dan makna dari fenomena yang sedang diteliti. Dokumen yang dianalisis dapat berupa teks tertulis, gambar, atau materi audiovisual yang tersedia secara publik.

Sumber data dalam penelitian ini meliputi: (i) Dokumen Kebijakan dan Laporan Resmi: Mencakup peraturan daerah, rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD), dan dokumen strategis lainnya yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata di Kota Bontang. (ii) Artikel Berita dan Publikasi Media

Daring: Berita dan artikel dari media lokal maupun nasional yang membahas tentang aktivitas wisata belanja dan peran masyarakat di Bontang. (iii) Konten Media Sosial: Postingan dari akun resmi pemerintah daerah, komunitas lokal, dan pelaku usaha pariwisata di platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter yang berkaitan dengan promosi dan kegiatan wisata belanja. (iv) Laporan dan Studi Penelitian Sebelumnya: Dokumen hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik, yang tersedia melalui repositori institusi akademik atau jurnal ilmiah daring.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui tahapan berikut: (i) Identifikasi Sumber Data: Menentukan dan memilih sumber data yang relevan dengan topik penelitian, seperti situs web resmi pemerintah, media daring, dan platform media sosial. (ii) Pengumpulan Dokumen: Mengunduh atau menyimpan dokumen dan konten yang telah diidentifikasi untuk dianalisis lebih lanjut. (iii) Organisasi Data: Mengklasifikasikan dokumen berdasarkan kategori tertentu, misalnya berdasarkan jenis sumber (pemerintah, media, komunitas) atau topik bahasan (kebijakan, kegiatan masyarakat, promosi wisata). (iv) Penyimpanan Data: Menyimpan data dalam format digital yang terorganisir, seperti folder atau database, untuk memudahkan akses dan analisis selanjutnya.

Dalam pengumpulan data dari sumber daring, pertimbangan etis menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Peneliti memastikan bahwa data yang dikumpulkan berasal dari sumber yang tersedia secara publik dan tidak melanggar privasi individu atau kelompok. Selain itu, peneliti juga menjaga integritas dengan tidak memodifikasi isi dokumen dan mencantumkan sumber data secara akurat dalam laporan penelitian.

3.4. Analysis Data

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten. Metode ini bertujuan untuk memahami makna dan pola yang terkandung dalam data teks yang dikumpulkan dari berbagai sumber daring, seperti dokumen kebijakan, artikel berita, dan konten media sosial. Proses analisis dimulai dengan pengkodean terbuka (open coding), di mana peneliti membaca data secara menyeluruh untuk mengidentifikasi unit-unit makna yang relevan. Setiap unit makna kemudian diberi kode yang mencerminkan isi dan konteksnya. Langkah ini

memungkinkan peneliti untuk mengorganisasi data secara sistematis dan objektif, serta mempermudah identifikasi tema-tema utama yang muncul dari data.

Setelah proses pengkodean, peneliti melakukan rekontekstualisasi, yaitu meninjau kembali data yang telah dikode untuk memastikan bahwa konteks asli dari informasi tetap terjaga dan relevan dengan tujuan penelitian. Langkah ini penting untuk menjaga integritas data dan memastikan bahwa interpretasi yang dilakukan tidak menyimpang dari makna asli yang dimaksud oleh sumber data. Langkah selanjutnya adalah kategorisasi dan kompilasi, di mana kode-kode yang telah dibuat dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih luas berdasarkan kesamaan makna atau tema. Proses ini membantu peneliti dalam menyusun tema-tema utama yang mencerminkan peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang. Tema-tema ini kemudian dianalisis lebih lanjut untuk memahami hubungan antar kategori dan bagaimana mereka berkontribusi terhadap fenomena yang diteliti.

Selama proses analisis, peneliti juga melakukan reduksi data, yaitu menyaring dan merangkum data yang telah dikategorikan untuk memfokuskan pada informasi yang paling relevan dan signifikan. Langkah ini bertujuan untuk menyederhanakan data yang kompleks dan mempermudah penarikan kesimpulan yang bermakna. Akhirnya, peneliti melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan tema dan pola yang telah diidentifikasi. Kesimpulan ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana masyarakat berperan dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, serta faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi mereka. Proses ini dilakukan dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang melatarbelakangi data yang dianalisis (Safitri et al., 2022)

Dengan mengikuti tahapan-tahapan tersebut, analisis konten kualitatif dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipercaya, serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang peran masyarakat dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis konten induktif. Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi dan memahami peran masyarakat dalam keberlanjutan destinasi wisata belanja secara mendalam, terutama mengingat keterbatasan

literatur yang membahas topik ini secara spesifik di Kota Bontang. Menurut Elo dan Kyngäs (2008), analisis konten induktif tepat digunakan ketika pengetahuan sebelumnya tentang fenomena yang diteliti terbatas atau terfragmentasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk membangun pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena dengan menggali data secara sistematis dan objektif.

Proses analisis data dalam penelitian ini melibatkan beberapa tahapan. Tahap pertama adalah persiapan, di mana peneliti menentukan sampel penelitian dan jenis data teks yang akan dianalisis. Data yang digunakan dapat berupa dokumen kebijakan, artikel berita, dan konten media sosial yang relevan dengan topik penelitian. Tahap berikutnya adalah pengkodean terbuka, di mana peneliti membaca data secara menyeluruh untuk mengidentifikasi unit-unit makna yang relevan. Setiap unit makna kemudian diberi kode yang mencerminkan isi dan konteksnya. Langkah ini memungkinkan peneliti untuk mengorganisasi data secara sistematis dan objektif, serta mempermudah identifikasi tema-tema utama yang muncul dari data.

Setelah proses pengkodean, peneliti melakukan rekontekstualisasi, yaitu meninjau kembali data yang telah dikode untuk memastikan bahwa konteks asli dari informasi tetap terjaga dan relevan dengan tujuan penelitian. Langkah ini penting untuk menjaga integritas data dan memastikan bahwa interpretasi yang dilakukan tidak menyimpang dari makna asli yang dimaksud oleh sumber data. Langkah selanjutnya adalah kategorisasi dan kompilasi, di mana kode-kode yang telah dibuat dikelompokkan ke dalam kategori yang lebih luas berdasarkan kesamaan makna atau tema. Proses ini membantu peneliti dalam menyusun tema-tema utama yang mencerminkan peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang. Tema-tema ini kemudian dianalisis lebih lanjut untuk memahami hubungan antar kategori dan bagaimana mereka berkontribusi terhadap fenomena yang diteliti.

Akhirnya, peneliti melakukan penarikan kesimpulan berdasarkan tema dan pola yang telah diidentifikasi. Kesimpulan ini memberikan pemahaman mendalam tentang bagaimana masyarakat berperan dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, serta faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi mereka. Proses ini dilakukan dengan mempertimbangkan konteks sosial, budaya,

dan ekonomi yang melatarbelakangi data yang dianalisis. Dengan mengikuti tahapan-tahapan tersebut, analisis konten kualitatif dalam penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipercaya, serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang peran masyarakat dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kota Bontang.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil

4.1.1 Gambaran umum objek penelitian

Kota Bontang, yang terletak di pesisir timur Kalimantan Timur, dikenal sebagai kota industri dengan kehadiran perusahaan besar seperti PT Pupuk Kaltim dan PT Badak NGL. Namun, di balik identitas industrinya, Bontang juga memiliki potensi pariwisata yang signifikan, khususnya dalam sektor wisata belanja. Dengan jumlah objek wisata belanja yang setara dengan Kota Balikpapan, yaitu sebanyak 13 lokasi, Bontang menunjukkan komitmennya dalam mengembangkan sektor ini sebagai bagian dari diversifikasi ekonomi lokal.

Destinasi wisata belanja di Bontang mencakup pusat oleh-oleh khas daerah, pasar tradisional, dan toko-toko yang menjual produk kerajinan lokal. Produk-produk ini tidak hanya mencerminkan kekayaan budaya dan kearifan lokal, tetapi juga menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat setempat. Keberadaan destinasi ini memberikan peluang bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk berkembang dan berkontribusi pada perekonomian kota.

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan destinasi wisata belanja sangat penting untuk memastikan keberlanjutan sektor ini. Masyarakat dapat terlibat dalam berbagai aspek, mulai dari produksi barang, pelayanan kepada wisatawan, hingga promosi destinasi. Keterlibatan ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan, tetapi juga memperkuat rasa memiliki dan tanggung jawab masyarakat terhadap destinasi wisata di daerahnya.



Gambar 4.1 Wisata Belanja di Bontang

Pemerintah Kota Bontang telah menunjukkan komitmennya dalam mendukung pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Melalui visi menjadi

kota berkelanjutan, Bontang mengintegrasikan pembangunan sosial, ekonomi, dan lingkungan dalam perencanaan strategisnya. Hal ini tercermin dalam berbagai inisiatif, seperti pengembangan kawasan wisata Kampung Laut Bontang Kuala, yang menggabungkan konservasi lingkungan dengan pemberdayaan masyarakat.

Dalam konteks ini, peran masyarakat menjadi kunci dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja. Dengan keterlibatan aktif, masyarakat tidak hanya menjadi penerima manfaat dari sektor pariwisata, tetapi juga menjadi pelaku utama dalam menjaga dan mengembangkan destinasi tersebut. Melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat, diharapkan destinasi wisata belanja di Kota Bontang dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat dan pelestarian budaya lokal.

Bontang memiliki beberapa pasar tradisional yang masih aktif dan menjadi tujuan wisata belanja bagi penduduk lokal maupun pengunjung. Salah satu contohnya adalah Pasar Taman Rawa Indah, sebuah pasar tradisional di pusat kota yang menjual beragam kebutuhan sehari-hari mulai dari hasil pertanian, hasil perikanan, hingga produk dapur lainnya (bontangpost, 2018). Suasana jual beli di pasar tradisional ini sangat hidup; pembeli dan penjual saling tawar-menawar harga dalam interaksi yang khas. Selain itu, di pesisir Bontang terdapat sentra pasar ikan tradisional di Tanjung Limau, yang dikenal sebagai pusat penjualan ikan segar hasil tangkapan nelayan setempat. Keberadaan pasar-pasar tradisional tersebut memberikan pengalaman belanja autentik dan memperlihatkan kehidupan sehari-hari masyarakat Bontang.

Untuk wisatawan yang mencari buah tangan khas Bontang, tersedia beberapa pusat oleh-oleh dan lokasi penjualan kerajinan lokal. Pusat Oleh-Oleh Bontang Smart Center di Jalan MT Haryono merupakan contoh destinasi wisata belanja modern yang diresmikan pada tahun 2018 (idntime, 2024). Tempat ini menjual aneka produk UMKM Bontang mulai dari makanan khas (seperti amplang ikan, gula gait, olahan mangrove) hingga kerajinan tangan dan souvenir lokal. Semua produk yang dijual di Smart Center adalah buatan asli pelaku industri lokal Bontang, sehingga wisatawan bisa mendapatkan cendera mata otentik sekaligus mendukung ekonomi kreatif daerah. Selain Smart Center, kawasan Ido Niaga di Kelurahan Berebas Pantai juga terkenal sebagai kompleks pertokoan oleh-oleh dan

kerajinan sejak 1998. Di Ido Niaga, pengunjung dapat menemukan beragam kerajinan tradisional Kalimantan Timur, seperti ukiran kayu, patung, batu akik dan giok, kalung manik-manik, tas anyaman, kain tenun, hingga pakaian adat dan senjata tradisional. Kemampuan untuk tawar-menawar harga di tempat ini menambah daya tarik pengalaman belanja tradisional bagi wisatawan. Tak ketinggalan, Bontang memiliki produk kerajinan unggulan berupa Batik Kuntul Perak, yaitu motif batik khas Bontang bergambar burung kuntul perak (hewan maskot kota tersebut). Toko Batik Kuntul Perak di Jalan Brigjen Katamsa menjual berbagai kain batik dan pakaian batik dengan motif khas lokal ini. Batik Kuntul Perak pertama kali diperkenalkan tahun 2009 oleh seorang perajin lokal (Sayid Abdul Kadir Assegaf atau Ading) dan kini telah menjadi trademark kebanggaan Kota Bontang. Wisatawan dapat berkunjung ke galerinya untuk melihat proses pembuatan batik secara tradisional dan membeli produk batik sebagai oleh-oleh berkualitas.



Gambar 4.2 Oleh-oleh dari Bontang

Selain pasar dan toko oleh-oleh tetap, Kota Bontang juga memiliki aktivitas belanja musiman yang menjadi atraksi wisata tersendiri, contohnya pasar

Ramadhan atau sering disebut pasar senggol. Menjelang dan selama bulan Ramadhan, pemerintah dan komunitas lokal menyelenggarakan bazar Ramadhan di beberapa lokasi, seperti di Pasar Taman Rawa Indah, Pasar Telihan, dan kawasan Loktuan (Dkumpp, 2024). Salah satu yang paling terkenal adalah Pasar Senggol Loktuan di Bontang Utara, yang dianggap sebagai destinasi belanja bersejarah dan unik karena menghadirkan nuansa tempo dulu (timesindonesia, 2023). Pasar senggol ini biasanya berlangsung meriah pada sore hari hingga menjelang waktu berbuka puasa, menjual aneka takjil, makanan dan minuman khas Ramadhan, pakaian, aksesoris, serta kebutuhan lainnya dengan harga terjangkau.

Tradisi pasar Ramadhan ini tidak hanya menjadi tempat berbelanja, tetapi juga menjadi sarana aktivitas sosial masyarakat. Pengunjung dapat merasakan pengalaman berbelanja yang berbeda dari pasar modern, sekaligus menikmati kebersamaan dan kekhasan budaya lokal selama Ramadhan (timesindonesia, 2023). Pasar senggol seperti di Loktuan telah menjadi bagian dari sejarah perkembangan Bontang dan kini dihidupkan kembali untuk melestarikan warisan budaya sambil mendorong perekonomian rakyat setempat. Warga Bontang maupun wisatawan dapat menikmati keramaian, mencicipi kuliner tradisional, dan membeli suvenir musiman dalam suasana hangat penuh kebersamaan di kawasan wisata belanja temporer ini.

4.1.2 Deskripsi Data

Tabel 4.1 Deskripsi Data yang Dianalisis

No	Jenis Sumber Data	Jumlah Dokumen	Tahun Publikasi	Karakteristik Data
1	Artikel Berita Daring	15	2018-2025	Berasal dari media lokal dan nasional seperti Kaltim Post, Tribun Kaltim, dan Radar Bontang. Memuat informasi mengenai peran masyarakat, event wisata, dan UMKM.
2	Jurnal Ilmiah Online	7	2019-2024	Diambil dari jurnal terakreditasi nasional seperti SINTA dan e-journal universitas. Fokus pada kajian partisipasi masyarakat,

				pariwisata berkelanjutan, dan pengembangan lokal.
3	Laporan dan Dokumen Pemerintah	5	2020-2025	Berupa RPJMD Kota Bontang, laporan Dinas Pariwisata, dokumen Musrenbang, dan roadmap pengembangan UMKM.
4	Konten Digital (Website/Blog)	3	2021-2025	Meliputi situs resmi pariwisata Bontang, blog komunitas lokal, serta informasi kegiatan masyarakat dalam promosi wisata belanja.
Total		30	2018-2025	Semua data dipilih berdasarkan relevansi dengan topik penelitian, tersedia dalam format publik, dan dianalisis menggunakan pendekatan analisis konten induktif.

Pada tabel 4.1 memuat empat kategori utama data yang digunakan dalam analisis konten kualitatif untuk menjawab fokus penelitian mengenai peran masyarakat dalam keberlanjutan sektor wisata belanja. Kategori pertama adalah artikel berita daring sebanyak 15 dokumen, yang diterbitkan oleh media lokal dan nasional seperti Bontang Post, Radar Bontang, Liputan6, dan Times Indonesia. Artikel-artikel ini memberikan informasi aktual tentang aktivitas masyarakat, event wisata, kondisi pasar, kisah pelaku UMKM, dan kebijakan daerah yang berhubungan dengan pengembangan wisata belanja. Data ini dipilih karena mencerminkan dinamika lokal dan narasi yang berkembang di masyarakat mengenai potensi dan tantangan wisata belanja.

Kategori kedua adalah jurnal ilmiah online sebanyak 7 dokumen yang bersumber dari jurnal terakreditasi nasional maupun repositori universitas. Topik dalam jurnal-jurnal ini berkaitan dengan konsep-konsep teoretis seperti partisipasi masyarakat, pemberdayaan UMKM, pengembangan pariwisata berkelanjutan, dan ekonomi kreatif. Analisis terhadap jurnal ini digunakan untuk mendukung validitas teoritis dan memberikan perbandingan terhadap konteks Bontang dengan daerah lain yang memiliki karakteristik serupa.

Kategori ketiga mencakup dokumen resmi pemerintah sebanyak 5 dokumen yang meliputi dokumen perencanaan seperti Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD), laporan tahunan Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta hasil Musrenbang (Musyawarah Perencanaan Pembangunan). Dokumen ini penting untuk memahami kebijakan dan strategi pembangunan sektor pariwisata yang secara langsung atau tidak langsung memengaruhi peran masyarakat lokal dalam kegiatan wisata belanja.

Kategori keempat adalah konten digital sebanyak 3 dokumen yang berasal dari situs resmi pemerintah, blog komunitas, dan platform media sosial. Data ini memberikan gambaran tentang aktivitas promosi wisata, testimoni pengunjung, hingga peran komunitas dalam mengembangkan citra destinasi. Sumber-sumber ini memperlihatkan bagaimana masyarakat berinteraksi dalam ruang digital untuk mendukung keberlanjutan wisata belanja.

Secara keseluruhan, keempat jenis data tersebut dianalisis menggunakan metode analisis konten induktif untuk mengidentifikasi pola, makna, dan tema yang berkaitan dengan partisipasi masyarakat. Rentang waktu publikasi data antara tahun 2018 hingga 2025 memberikan cakupan yang cukup luas untuk melihat tren, perubahan kebijakan, dan perkembangan peran masyarakat dalam sektor pariwisata belanja Kota Bontang secara komprehensif.

4.1.3 Kategori dan Tema

Analisis dilakukan secara induktif melalui tahapan pengkodean terbuka, rekontekstualisasi, dan kategorisasi. Dari proses tersebut, diperoleh tiga tema utama yang terbentuk dari pengelompokan kode-kode yang muncul secara konsisten dalam data.

Tabel 4.2 Tema dan Katagori

Tema Utama	Kategori/Subtema	Kode
Dampak Pandemi terhadap Perekonomian	- Penurunan pendapatan pelaku UMKM - Adaptasi usaha ke platform digital - Ketergantungan ekonomi lokal pada sektor wisata belanja	- “Omzet turun drastis selama pandemi” - “Berjualan lewat media sosial” - “Warung sepi sejak pariwisata tutup”
Kebijakan Pemerintah	- Program pelatihan	- “Pelatihan branding

	UMKM - Revitalisasi pasar tradisional - Dukungan regulasi untuk produk lokal - Bantuan sosial dan stimulus ekonomi	oleh Dispar” - “Revitalisasi Pasar Loktuan” - “Kebijakan harga sewa lapak” - “BLT UMKM dari Pemkot”
Dukungan Sosial Masyarakat	- Kolaborasi antar pelaku usaha - Partisipasi dalam event lokal - Solidaritas dan gotong royong komunitas	- “UMKM saling bantu promosi” - “Warga ramaikan Bontang Carnival” - “Komunitas adakan pelatihan bersama”

Tema 1: Dampak Pandemi terhadap Perekonomian, tema ini mencerminkan tekanan yang dialami masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan sektor informal, akibat pembatasan mobilitas selama masa pandemi. Banyak pelaku usaha wisata belanja mengalami penurunan pendapatan, namun juga terlihat upaya adaptif seperti memanfaatkan platform digital untuk pemasaran produk.

Tema 2: Kebijakan Pemerintah, tema ini muncul dari berbagai data yang menunjukkan adanya intervensi pemerintah daerah dalam bentuk kebijakan dukungan terhadap UMKM dan sektor pariwisata. Kebijakan tersebut meliputi pelatihan, pemberian bantuan, penyediaan fasilitas, hingga regulasi terkait pengelolaan ruang usaha masyarakat.

Tema 3: Dukungan Sosial Masyarakat, dari data yang dianalisis, muncul pola keterlibatan aktif komunitas lokal dalam memperkuat ekosistem wisata belanja. Hal ini terwujud dalam bentuk kolaborasi usaha, penyelenggaraan event lokal, dan solidaritas sosial seperti promosi bersama atau pelatihan komunitas.

Struktur kategori dan tema ini menjadi dasar dalam menjelaskan bagaimana masyarakat berperan secara nyata dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Bontang. Setiap kategori berakar dari kode-kode yang sering muncul dalam data dan memiliki keterkaitan kuat dengan realitas sosial yang dibangun oleh masyarakat lokal.

4.1.4 Subtema atau Subkategori

Dalam penelitian ini, hasil analisis konten menghasilkan sejumlah subtema atau subkategori yang memperkaya pemahaman terhadap tiga tema utama yang

telah diidentifikasi, yaitu dampak pandemi terhadap perekonomian, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Subkategori ini muncul dari proses pengkodean dan kategorisasi terhadap data teks yang dianalisis secara induktif, dan memberikan gambaran lebih spesifik mengenai bagaimana masyarakat berperan dalam menjaga keberlanjutan sektor wisata belanja di Kota Bontang.

Pada tema pertama mengenai dampak pandemi terhadap perekonomian, muncul subtema yang menunjukkan bahwa pandemi menyebabkan penurunan signifikan terhadap pendapatan pelaku UMKM, khususnya yang bergerak di sektor oleh-oleh, pasar tradisional, dan kerajinan lokal. Ketergantungan yang tinggi terhadap transaksi langsung dan kunjungan wisatawan menyebabkan masyarakat mengalami tekanan ekonomi yang cukup berat. Meski demikian, subtema lain memperlihatkan adanya respon adaptif dari masyarakat. Mereka mulai menerapkan strategi bertahan dan inovasi, seperti berpindah ke sistem penjualan daring melalui media sosial, merancang produk yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar saat itu, serta memperkuat jaringan usaha dalam skala komunitas kecil.

Pada tema kedua, yakni kebijakan pemerintah, subtema yang ditemukan memperlihatkan adanya peran aktif pemerintah daerah dalam mendukung keberlanjutan pariwisata melalui berbagai intervensi kebijakan. Program pendampingan dan pelatihan UMKM secara rutin diberikan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam pemasaran, manajemen usaha, dan inovasi produk. Selain itu, terdapat bentuk dukungan berupa bantuan langsung tunai, subsidi, serta penyederhanaan izin usaha yang mempermudah pelaku usaha dalam bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi. Pemerintah juga melakukan revitalisasi infrastruktur seperti pasar tradisional dan sentra oleh-oleh, sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya tarik destinasi belanja. Selain intervensi fisik, dukungan dalam bentuk regulasi seperti mendorong penggunaan produk lokal dalam acara resmi dan promosi terpadu juga menjadi bagian dari langkah strategis pemerintah.

Sementara itu, tema ketiga mengenai dukungan sosial masyarakat melahirkan subtema yang menekankan kekuatan komunitas dalam memperkuat

keberlanjutan wisata belanja. Masyarakat menunjukkan solidaritas dan rasa kebersamaan melalui kolaborasi antarpelaku usaha. Mereka saling membantu dalam promosi, berbagi informasi dan sumber daya, serta mengadakan pelatihan bersama. Partisipasi dalam berbagai event lokal seperti festival kuliner, pameran UMKM, dan pasar Ramadhan menjadi saluran penting dalam memperkuat ikatan sosial sekaligus menggerakkan ekonomi berbasis budaya. Selain itu, berbagai inisiatif swadaya muncul dalam bentuk kegiatan sosial yang mendukung pelaku usaha terdampak, termasuk penggalangan dana, dukungan moral, dan penyediaan ruang promosi gratis.

Ketiga tema dan subtema yang ditemukan menggambarkan peran masyarakat tidak hanya dalam dimensi ekonomi, tetapi juga dalam aspek sosial dan kultural. Hasil ini menunjukkan bahwa keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang sangat ditentukan oleh sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan lingkungan sosial yang mendukung. Masyarakat tidak lagi hanya berperan sebagai penerima manfaat dari sektor wisata, tetapi telah menjadi motor penggerak utama dalam menjaga dan mengembangkan identitas pariwisata lokal secara berkelanjutan.

4.1.5 Kutipan Data

Kutipan data berikut merupakan hasil dari proses analisis konten yang dilakukan terhadap sejumlah dokumen daring, termasuk artikel berita, laporan resmi, jurnal online, dan konten digital yang relevan dengan fokus penelitian ini. Dari keseluruhan data yang dianalisis, kutipan-kutipan ini dipilih secara selektif sebagai representasi dari temuan utama yang telah dikategorikan ke dalam tiga tema, yaitu dampak pandemi terhadap perekonomian, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Setiap kutipan menggambarkan pengalaman, praktik, atau persepsi yang mencerminkan keterlibatan masyarakat dalam mendukung keberlanjutan wisata belanja di Bontang. Data ini dianalisis secara induktif dan dikembangkan melalui proses pengkodean terbuka serta kategorisasi tematik yang relevan.

4.3 Kutipan Data

No	Kutipan	Sumber	Tahun	Konteks
----	---------	--------	-------	---------

1	“Banyak pelaku UMKM di sektor oleh-oleh dan kerajinan lokal beralih ke platform digital untuk mempertahankan omzet dan menjangkau pelanggan dari luar kota.”	Bontang Post	2022	Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi dampak pandemi terhadap sektor wisata belanja.
2	“Lebih dari 100 UMKM lokal berpartisipasi aktif dalam event tahunan ini dengan tujuan memperluas pasar produk lokal dan memperkenalkan identitas budaya Bontang kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.”	Laporan Pelangi Expo	2023	Peran masyarakat dalam memperkuat promosi dan partisipasi aktif pada event wisata belanja.
3	“Program pelatihan dan pendampingan kepada pelaku usaha kecil diarahkan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan mendorong penguatan ekosistem usaha berbasis komunitas.”	Renstra Dinas Koperasi & UMKM Bontang	2021	Peran kebijakan pemerintah daerah dalam pemberdayaan masyarakat untuk mendukung pariwisata belanja.
4	“Kami tidak hanya menjual produk, tapi juga menceritakan cerita di balik produk itu kepada wisatawan, karena mereka ingin membeli sesuatu yang memiliki nilai dan identitas.”	Radar Bontang	2024	Peran masyarakat dalam memperkaya pengalaman wisata melalui nilai-nilai budaya dan cerita lokal.
5	“Sejak pasar direvitalisasi, jumlah	Suara Kaltim	2023	Dampak revitalisasi

	pengunjung meningkat, dan kami merasa lebih nyaman berdagang. Fasilitas lebih layak juga membuat wisatawan betah.”			infrastruktur pasar terhadap kenyamanan pelaku usaha dan wisatawan.
6	“Kami saling bantu promosi lewat media sosial komunitas, kalau ada yang buka lapak baru pasti kita bantu viralkan.”	Bekesah.co	2024	Solidaritas sosial antar pelaku usaha dalam mendukung pemasaran dan keberlanjutan usaha lokal.
7	“Festival Ramadan jadi momen terbaik warga jualan. Selain ramai, kita bisa pameran makanan khas Bontang ke pengunjung dari luar.”	Radar Bontang	2022	Partisipasi masyarakat dalam event musiman sebagai sarana promosi wisata kuliner dan produk lokal.
8	“Kami mengajukan permohonan agar produk UMKM bisa masuk ke toko oleh-oleh resmi, supaya wisatawan lebih mudah menemukannya.”	Bontang Post	2023	Inisiatif masyarakat dalam memperluas akses pasar untuk produk-produk lokal.

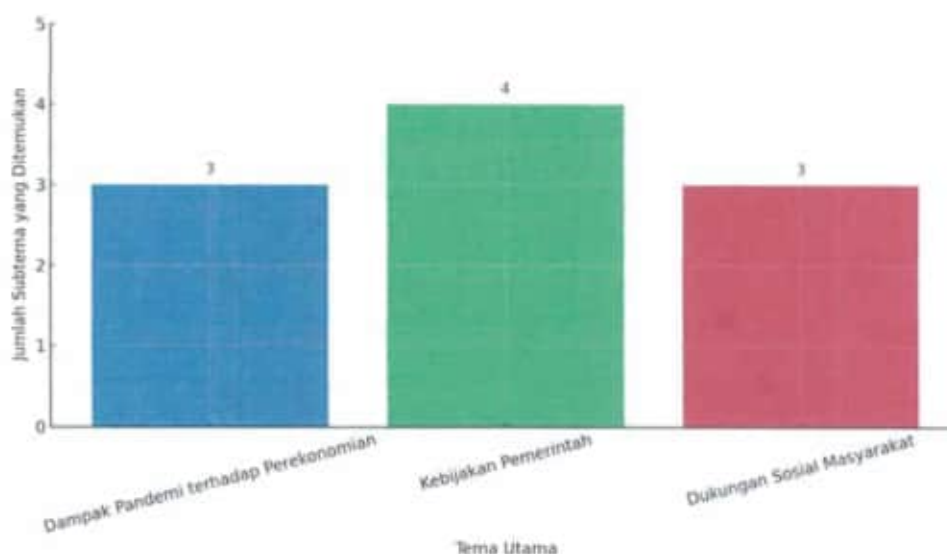
Secara keseluruhan, kutipan data yang ditampilkan memperkuat temuan penelitian mengenai pentingnya peran aktif masyarakat dalam mempertahankan keberlangsungan destinasi wisata belanja. Melalui upaya adaptasi terhadap pandemi, partisipasi dalam berbagai event promosi, serta kolaborasi sosial yang terjadi di tingkat komunitas, terlihat bahwa masyarakat Bontang memiliki kapasitas untuk menjadi motor penggerak dalam pengembangan pariwisata lokal yang berkelanjutan. Selain itu, dukungan dari pemerintah melalui kebijakan dan fasilitas

yang berpihak pada UMKM turut menjadi pendorong terciptanya ekosistem wisata belanja yang lebih inklusif dan tangguh. Kutipan-kutipan ini tidak hanya merefleksikan realitas yang ada, tetapi juga menjadi dasar argumentatif bagi simpulan bahwa keberlanjutan pariwisata tidak dapat dipisahkan dari keterlibatan langsung dan kesadaran kolektif masyarakat lokal.

4.1.6 Visualisasi Data

Visualisasi data disusun untuk menggambarkan hasil analisis konten dalam penelitian ini. Dengan mengidentifikasi tiga tema utama yang berulang dalam data, yaitu dampak pandemi terhadap perekonomian, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Masing-masing tema terdiri dari sejumlah subtema yang diperoleh melalui proses pengkodean terbuka dan kategorisasi data secara induktif.

Tujuan dari visualisasi ini adalah untuk menyajikan sebaran jumlah subtema yang ditemukan dalam setiap tema, sehingga pembaca dapat melihat dengan jelas sejauh mana tiap isu dikaji dan mendominasi dalam data. Tema kebijakan pemerintah menjadi yang paling kompleks dengan jumlah subtema terbanyak, diikuti oleh tema dampak pandemi dan dukungan sosial masyarakat. Visualisasi ini juga menunjukkan bahwa ketiga tema tersebut saling melengkapi dan berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan bagaimana masyarakat Bontang berperan dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata belanja di daerahnya.



Gambar 4.3 Visualisasi Data

Visualisasi di atas menunjukkan distribusi jumlah subtema yang ditemukan dari masing-masing tema utama dalam penelitian ini. Tiga tema utama tersebut adalah dampak pandemi terhadap perekonomian, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Setiap tema terdiri dari sejumlah subtema yang dihasilkan melalui analisis konten kualitatif, mencerminkan keragaman isu dan dinamika peran masyarakat dalam keberlanjutan destinasi wisata belanja. Visual ini membantu memperjelas fokus dominan dalam penelitian serta memperlihatkan kedalaman analisis terhadap kontribusi masyarakat di setiap aspek.

Dari visualisasi yang disajikan, terlihat bahwa masing-masing tema utama memiliki bobot dan kedalaman analisis yang berbeda, namun saling melengkapi dalam memberikan gambaran menyeluruh mengenai peran masyarakat dalam keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang. Jumlah subtema yang cukup merata pada ketiga tema menunjukkan bahwa keberlanjutan pariwisata bukan hanya dipengaruhi oleh satu aspek tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi yang kompleks antara faktor ekonomi, kebijakan publik, dan kekuatan sosial masyarakat.

Tingginya jumlah subtema pada tema kebijakan pemerintah menandakan adanya intensitas peran negara dalam membentuk ruang partisipasi masyarakat, sedangkan tema dampak pandemi mencerminkan kondisi lapangan yang menjadi tantangan aktual bagi pelaku usaha lokal. Sementara itu, tema dukungan sosial masyarakat memperkuat temuan bahwa nilai-nilai kebersamaan, gotong royong, dan kolaborasi komunitas menjadi fondasi sosial yang tidak terpisahkan dari keberlanjutan sektor wisata belanja.

Dengan demikian, visualisasi ini tidak hanya memperlihatkan peta distribusi tematik, tetapi juga menegaskan pentingnya sinergi antaraktor dan dimensi dalam menciptakan destinasi wisata yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan. Hasil ini dapat menjadi pijakan bagi para pemangku kepentingan, baik pemerintah, pelaku usaha, maupun komunitas lokal, untuk merumuskan strategi yang lebih terarah dalam pembangunan pariwisata berbasis peran aktif masyarakat.

4.2. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam bagaimana keterlibatan masyarakat lokal memengaruhi keberlangsungan dan pengembangan destinasi wisata belanja. Berdasarkan hasil analisis konten terhadap berbagai sumber data daring yang terdiri dari artikel berita, jurnal ilmiah online, laporan pemerintah, dan konten digital lainnya, ditemukan bahwa masyarakat memainkan peran yang sangat signifikan dalam tiga aspek utama, yaitu dampak pandemi terhadap perekonomian, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat.

Temuan pertama menunjukkan bahwa pandemi memberikan dampak besar terhadap pelaku usaha wisata belanja di Bontang, terutama UMKM lokal yang bergantung pada arus kunjungan wisatawan. Namun, masyarakat menunjukkan daya adaptasi yang tinggi dengan beralih ke model bisnis berbasis digital seperti penjualan melalui media sosial dan platform daring. Inovasi produk, pengemasan ulang, serta penguatan promosi berbasis komunitas juga menjadi strategi adaptif masyarakat dalam menjaga keberlanjutan usaha mereka. Hal ini sesuai dengan hasil kutipan data yang menyebutkan bahwa banyak pelaku UMKM mengalihkan kegiatan mereka ke kanal digital demi mempertahankan pasar dan eksistensi usahanya selama masa krisis. Kemampuan masyarakat dalam berinovasi menunjukkan resiliensi sosial-ekonomi yang menjadi fondasi penting dalam keberlanjutan destinasi wisata.

Pada dimensi kebijakan pemerintah, ditemukan bahwa keterlibatan negara melalui program pelatihan, fasilitasi infrastruktur, bantuan tunai, dan penguatan ekosistem UMKM sangat berpengaruh dalam mendukung keberlangsungan sektor wisata belanja. Pemerintah Kota Bontang secara aktif mendorong pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan kewirausahaan, pengembangan produk lokal, hingga revitalisasi pasar tradisional sebagai ruang strategis wisata belanja. Temuan ini menunjukkan bahwa ketika kebijakan bersifat inklusif dan berpihak pada masyarakat, maka dampaknya bukan hanya pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga pada penguatan struktur sosial ekonomi daerah. Kebijakan yang responsif terhadap kebutuhan masyarakat berkontribusi secara langsung terhadap kualitas destinasi dan kepuasan wisatawan.

Dukungan sosial masyarakat juga menjadi kekuatan penting dalam menjamin keberlanjutan wisata belanja. Melalui kolaborasi antarpelaku usaha, solidaritas komunitas, serta partisipasi aktif dalam berbagai kegiatan promosi dan event lokal seperti Pelangi Expo dan Pasar Ramadan, masyarakat membuktikan bahwa mereka bukan hanya pelaku pasif, melainkan mitra aktif dalam pembangunan pariwisata. Kutipan data memperlihatkan adanya kebersamaan yang kuat, misalnya dalam kegiatan saling bantu promosi, pelatihan komunitas secara swadaya, dan usaha kolektif untuk meningkatkan visibilitas produk lokal. Partisipasi masyarakat dalam menghidupkan event musiman juga tidak hanya berdampak pada perputaran ekonomi, tetapi juga pada penguatan identitas dan citra budaya Bontang sebagai destinasi belanja yang otentik.

Visualisasi data menunjukkan bahwa tema kebijakan pemerintah memiliki jumlah subtema terbanyak, disusul oleh dukungan sosial masyarakat dan dampak pandemi. Hal ini mengindikasikan bahwa kebijakan publik memainkan peran sentral sebagai pemicu ekosistem wisata belanja yang sehat, tetapi tidak dapat berjalan sendiri tanpa dukungan sosial dan kreativitas masyarakat. Oleh karena itu, keberlanjutan pariwisata tidak hanya dapat dibaca dari aspek ekonomi semata, tetapi juga dari keterhubungan antara inisiatif masyarakat dan keberpihakan kebijakan publik.

Kutipan-kutipan yang dianalisis semakin memperkuat bahwa keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang dibentuk melalui relasi yang erat antara masyarakat, pemerintah, dan lingkungan sosial-budaya. Peran masyarakat sebagai agen perubahan terbukti penting tidak hanya dalam mempertahankan keberadaan destinasi, tetapi juga dalam menciptakan nilai tambah dan pengalaman yang autentik bagi wisatawan. Dengan kata lain, keberlanjutan pariwisata di Bontang tidak mungkin terwujud tanpa keterlibatan dan kesadaran kolektif masyarakat sebagai subjek utama pembangunan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pembangunan destinasi wisata belanja yang berkelanjutan di Kota Bontang sangat bergantung pada sinergi antara kapasitas adaptif masyarakat, kebijakan pemerintah yang inklusif, serta kekuatan solidaritas sosial yang terus diperkuat melalui praktik kolaboratif dan inovatif di tingkat komunitas lokal. Penelitian ini tidak hanya

memberikan kontribusi teoretis terhadap literatur pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat, tetapi juga menghadirkan bukti empirik yang dapat dijadikan dasar pengambilan kebijakan dan strategi pengembangan destinasi wisata yang lebih partisipatif dan berkelanjutan.

4.2.1 Interpretasi Temuan

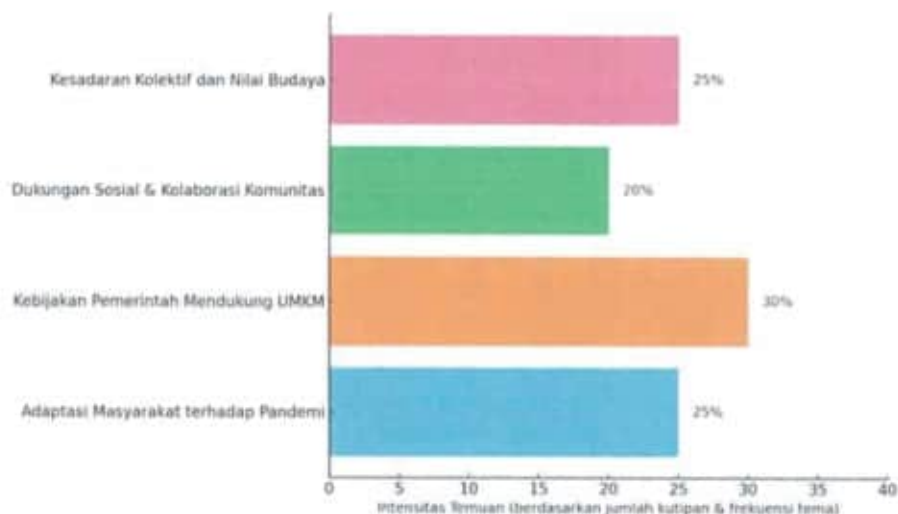
Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif masyarakat lokal. Interpretasi ini diperoleh dari hasil analisis konten terhadap berbagai dokumen daring yang menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya menjadi pelaku ekonomi, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial dan budaya yang menopang keberlanjutan sektor wisata belanja.

Pertama, peran masyarakat terlihat nyata dalam konteks adaptasi terhadap krisis, khususnya selama masa pandemi. Penurunan jumlah wisatawan dan pembatasan aktivitas ekonomi secara langsung berdampak pada keberlangsungan usaha kecil dan menengah di sektor wisata belanja. Namun, masyarakat menunjukkan ketangguhan dengan melakukan inovasi dan mengadopsi strategi digital dalam memasarkan produk mereka. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Bontang memiliki kapasitas resilien dan mampu merespons situasi yang tidak stabil dengan cara-cara kreatif. Temuan ini mendukung pandangan bahwa partisipasi masyarakat bukan hanya pada tataran ekonomi, tetapi juga mencerminkan fleksibilitas sosial dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan struktural dalam sektor pariwisata.

Kedua, keterlibatan pemerintah dalam mendukung partisipasi masyarakat juga menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan wisata belanja. Dari kutipan data dan dokumentasi yang dianalisis, terlihat bahwa kebijakan pemerintah daerah sangat menentukan arah dan ruang gerak masyarakat dalam sektor ini. Kebijakan yang berpihak pada pelaku UMKM, seperti pelatihan kewirausahaan, bantuan langsung tunai, serta revitalisasi pasar dan pusat oleh-oleh, memperkuat posisi masyarakat sebagai aktor utama dalam pembangunan ekonomi lokal. Dengan kata lain, peran pemerintah menjadi katalisator yang mempercepat transformasi masyarakat menuju sistem pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Ketiga, dimensi sosial masyarakat dalam bentuk solidaritas dan kolaborasi juga memberikan kontribusi signifikan. Interpretasi terhadap data menunjukkan bahwa masyarakat Bontang memiliki jejaring sosial yang kuat, terlihat dari inisiatif promosi kolektif, pelatihan komunitas secara mandiri, hingga partisipasi aktif dalam berbagai event lokal. Dukungan sosial ini bukan hanya memperkuat posisi ekonomi para pelaku wisata belanja, tetapi juga menjadi sumber modal sosial yang penting dalam membangun rasa memiliki terhadap destinasi. Masyarakat tidak hanya menjaga keberlangsungan secara fisik, tetapi juga merawat nilai, identitas, dan kebudayaan lokal yang menjadi bagian penting dari daya tarik wisata belanja itu sendiri.

Interpretasi keseluruhan dari temuan penelitian ini mengarah pada satu kesimpulan utama: keberlanjutan destinasi wisata belanja tidak hanya bertumpu pada daya tarik fisik atau kualitas produk, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas hubungan sosial, dukungan kebijakan publik, dan kesadaran kolektif masyarakat dalam menjaga dan mengembangkan destinasi tersebut. Peran masyarakat sebagai subjek pembangunan, bukan sekadar objek, menjadi kunci utama dalam model pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis komunitas. Dengan kata lain, keberlanjutan bukan sekadar soal lingkungan atau ekonomi, melainkan proses sosial yang melibatkan partisipasi aktif, kolaboratif, dan berkesinambungan dari seluruh elemen masyarakat lokal.



Gambar 4.4 Interpretasi Temuan

Informasi di atas menyajikan hasil interpretasi temuan dari penelitian ini. Dengan menunjukkan empat dimensi utama yang muncul dari proses analisis konten, masing-masing merepresentasikan area tematik dengan frekuensi atau intensitas temuan yang berbeda berdasarkan jumlah kutipan, pengulangan isu, dan kedalaman bahasan dalam data yang dianalisis.

Dimensi dengan intensitas tertinggi adalah Kebijakan Pemerintah Mendukung UMKM dengan skor 30%, yang menandakan bahwa topik ini paling sering muncul dan paling kuat ditekankan dalam dokumen sumber. Hal ini menunjukkan betapa besar peran pemerintah daerah, khususnya melalui Dinas Koperasi dan UMKM serta Dinas Pariwisata, dalam mendorong keberlangsungan usaha masyarakat melalui berbagai program pelatihan, fasilitasi infrastruktur, dan bantuan ekonomi langsung.

Disusul kemudian oleh dua dimensi lain, yaitu Adaptasi Masyarakat terhadap Pandemi dan Kesadaran Kolektif dan Nilai Budaya, masing-masing dengan bobot 25%. Adaptasi masyarakat tercermin dari kemampuan pelaku UMKM untuk berinovasi dan berpindah ke model bisnis digital selama krisis pandemi. Sementara kesadaran kolektif dan pemeliharaan nilai budaya muncul melalui praktik narasi produk, pelestarian identitas lokal, dan penciptaan pengalaman otentik bagi wisatawan yang tidak hanya membeli produk, tetapi juga merasakan cerita dan budaya yang melekat pada produk tersebut.

Dimensi dengan frekuensi terendah adalah Dukungan Sosial dan Kolaborasi Komunitas dengan skor 20%. Meskipun memiliki intensitas yang sedikit lebih rendah, dimensi ini tetap penting karena menggambarkan kekuatan hubungan sosial dan gotong royong dalam komunitas pelaku wisata belanja. Bentuk dukungan seperti promosi bersama, pelatihan swadaya, dan kolaborasi dalam event lokal memperlihatkan peran aktif masyarakat dalam mempertahankan keberlanjutan destinasi secara mandiri.

Secara keseluruhan, menunjukkan bahwa keberlanjutan destinasi wisata belanja di Bontang merupakan hasil sinergi dari kebijakan publik yang efektif, kapasitas adaptif masyarakat, kekuatan jaringan sosial, serta kesadaran terhadap pentingnya menjaga nilai budaya lokal. Setiap dimensi saling melengkapi dan

menjadi fondasi penting dalam membangun ekosistem pariwisata yang tangguh, inklusif, dan berkelanjutan.

4.2.2 Hubungan dengan Teori atau Literatur

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif masyarakat lokal. Temuan ini sejalan dengan teori-teori dasar dalam literatur pariwisata berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat, yang menekankan pentingnya kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung keberlangsungan destinasi (Hall & Lew, 2009).

Salah satu teori yang relevan dalam menjelaskan temuan ini adalah konsep pariwisata berkelanjutan sebagaimana dikemukakan oleh United Nations World Tourism Organization, yang menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan harus memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini dan masyarakat tuan rumah, sembari melindungi serta meningkatkan peluang di masa depan (UNWTO, 2021). Temuan terkait kemampuan masyarakat Bontang dalam beradaptasi selama pandemi, khususnya melalui digitalisasi usaha dan inovasi produk lokal, mencerminkan dimensi ekonomi dan sosial dari konsep ini.

Lebih lanjut, teori partisipasi masyarakat yang dikemukakan oleh Scheyvens (2011) memperkuat argumen bahwa masyarakat harus diposisikan sebagai pelaku aktif dalam pariwisata. Dalam teorinya, Scheyvens menjelaskan bahwa keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan pariwisata akan memperkuat rasa memiliki dan tanggung jawab terhadap destinasi, yang pada akhirnya mendorong keberlanjutan sosial dan budaya. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa masyarakat Bontang tidak hanya mencari manfaat ekonomi, tetapi juga berpartisipasi dalam pelestarian budaya lokal melalui narasi produk dan partisipasi dalam event lokal.

Selain itu, stakeholder theory dari Freeman (1984) memberikan kerangka analitis yang kuat untuk memahami bagaimana pengelolaan kepentingan berbagai pihak masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha merupakan prasyarat penting dalam pembangunan pariwisata yang seimbang dan berkelanjutan. Dukungan pemerintah Kota Bontang dalam bentuk pelatihan, subsidi, dan revitalisasi pasar

tradisional menunjukkan adanya struktur koordinatif yang efektif antar aktor yang terlibat dalam pembangunan destinasi wisata belanja.

Dukungan sosial masyarakat yang muncul dalam bentuk kolaborasi antar pelaku usaha, kegiatan promosi bersama, hingga pelatihan komunitas juga berkaitan dengan konsep modal sosial seperti yang dijelaskan oleh Putnam (2000). Modal sosial, yang mencakup kepercayaan, norma, dan jaringan sosial, terbukti memainkan peran penting dalam memperkuat ketahanan sosial-ekonomi masyarakat serta memfasilitasi inovasi dan solidaritas dalam menghadapi tantangan eksternal seperti pandemi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya didukung oleh data empiris, tetapi juga sejalan dengan kerangka teori dalam studi pariwisata berkelanjutan, pemberdayaan masyarakat, dan pengelolaan stakeholder. Keterlibatan aktif masyarakat Bontang dalam berbagai aspek ekonomi, sosial, budaya membuktikan bahwa pembangunan destinasi wisata belanja yang berkelanjutan membutuhkan pendekatan yang berbasis komunitas, responsif terhadap konteks lokal, dan mengintegrasikan kebijakan yang mendukung dari pemerintah daerah.

4.2.3 Implikasi dari Temuan

Temuan dari penelitian ini memiliki sejumlah implikasi penting baik secara praktis maupun teoretis, khususnya dalam konteks pembangunan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat di daerah yang bukan tergolong destinasi wisata utama. Implikasi ini mencerminkan bagaimana peran aktif masyarakat dapat menjadi faktor kunci dalam menciptakan ketahanan ekonomi lokal, memperkuat identitas budaya, serta membentuk tata kelola pariwisata yang lebih inklusif dan adaptif.

Secara praktis, temuan ini menekankan pentingnya memperkuat kapasitas masyarakat lokal, terutama pelaku usaha mikro dan kecil, agar dapat bertahan dan berkembang dalam sistem ekonomi pariwisata yang dinamis. Adaptasi masyarakat Bontang terhadap dampak pandemi, seperti adopsi teknologi digital, inovasi produk, dan pemasaran daring, memberikan pelajaran berharga bagi pengembangan strategi pendampingan UMKM di sektor pariwisata. Pemerintah daerah dan lembaga terkait perlu menjadikan pengalaman ini sebagai dasar dalam merancang

program pelatihan dan bantuan yang berkelanjutan, dengan pendekatan berbasis kebutuhan riil masyarakat dan bukan sekadar program normatif.

Temuan juga memberikan implikasi penting terhadap formulasi kebijakan. Partisipasi masyarakat yang aktif dalam promosi, pengelolaan, dan narasi wisata belanja lokal menunjukkan bahwa kebijakan pembangunan pariwisata tidak boleh bersifat top-down, tetapi harus melibatkan masyarakat sebagai mitra utama. Kebijakan yang hanya fokus pada infrastruktur tanpa memperkuat ekosistem sosial-ekonomi masyarakat berisiko menciptakan ketimpangan manfaat dan melemahkan rasa memiliki warga terhadap destinasi wisata. Oleh karena itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penyusunan kebijakan daerah yang lebih inklusif dan partisipatif, termasuk dalam hal distribusi sumber daya, pemberian insentif, dan regulasi pasar.

Dari sisi sosial budaya, keterlibatan masyarakat dalam menjaga dan mempromosikan produk lokal yang mengandung nilai-nilai budaya tradisional memiliki implikasi terhadap pelestarian identitas daerah. Produk oleh-oleh khas, kerajinan tangan, dan cerita di balik setiap barang menjadi bagian dari narasi destinasi yang membentuk daya tarik wisata. Dalam hal ini, masyarakat berperan bukan hanya sebagai penyedia produk, tetapi juga sebagai agen kebudayaan yang menjaga kesinambungan antara tradisi dan pasar pariwisata modern. Hal ini penting untuk dijadikan perhatian dalam merancang strategi promosi wisata berbasis storytelling atau interpretasi budaya lokal.

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi pada penguatan literatur mengenai peran masyarakat dalam keberlanjutan pariwisata, terutama pada konteks wisata belanja yang sering kali kurang mendapat perhatian dibanding wisata alam atau budaya. Temuan ini menguatkan teori partisipasi masyarakat (Scheyvens, 2011), stakeholder theory (Freeman, 1984), dan konsep modal sosial (Putnam, 2000), dengan menunjukkan bukti nyata dari lapangan bahwa pembangunan destinasi wisata dapat berjalan berkelanjutan apabila didukung oleh sinergi antara kebijakan yang berpihak dan kekuatan komunitas lokal. Penelitian ini juga membuka ruang untuk pengembangan studi lanjutan mengenai dinamika sosial ekonomi wisata belanja di kota-kota industri seperti Bontang.

Dengan demikian, implikasi dari temuan ini mencakup aspek penguatan kapasitas masyarakat, penyusunan kebijakan daerah yang kolaboratif, pelestarian budaya lokal melalui ekonomi kreatif, serta kontribusi terhadap pengembangan kerangka teoretis dalam studi pariwisata berkelanjutan. Semua ini mengarah pada satu kesimpulan besar bahwa masyarakat bukan sekadar pelengkap dalam sistem pariwisata, melainkan aktor sentral yang menentukan arah dan masa depan keberlanjutan destinasi wisata di tingkat lokal.

4.2.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui metode analisis konten terhadap data sekunder berupa artikel berita, laporan daring, jurnal ilmiah, dan dokumen kebijakan yang dipublikasikan secara online dalam kurun waktu 2018 hingga 2025. Meskipun pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengakses data yang luas dan relevan tanpa keterbatasan geografis, tetap terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicermati dan menjadi pertimbangan untuk penelitian lanjutan.

Pertama, keterbatasan utama terletak pada ketersediaan dan kedalaman data sekunder. Karena data yang digunakan sebagian besar merupakan dokumen publik yang ditulis oleh pihak ketiga, maka informasi yang dikandung di dalamnya tidak sepenuhnya dapat menggambarkan pengalaman atau persepsi mendalam masyarakat lokal secara personal. Tidak semua sumber memberikan sudut pandang langsung dari masyarakat sebagai aktor utama, sehingga beberapa interpretasi harus dibangun berdasarkan representasi teks, bukan hasil wawancara langsung.

Kedua, analisis konten kualitatif berbasis dokumen daring memiliki keterbatasan dalam menjangkau dinamika kontekstual yang sering kali bersifat lokal, spontan, dan berubah cepat. Beberapa aktivitas masyarakat yang terjadi dalam skala kecil atau informal mungkin tidak terdokumentasi secara digital dan akibatnya tidak terwakili dalam data. Hal ini dapat mengurangi kelengkapan informasi, terutama mengenai praktik kolaborasi atau inovasi lokal yang tidak dipublikasikan oleh media atau pemerintah.

Ketiga, penggunaan pendekatan induktif dalam pengkodean dan kategorisasi data bersifat subjektif, sehingga hasil analisis sangat dipengaruhi oleh perspektif

dan interpretasi peneliti terhadap isi dokumen. Meskipun langkah sistematis telah dilakukan untuk menjaga konsistensi dan objektivitas, potensi bias interpretatif tetap menjadi tantangan yang melekat dalam metode kualitatif.

Keempat, fokus geografis yang terbatas pada Kota Bontang menyebabkan hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi secara langsung ke daerah lain dengan kondisi sosial ekonomi dan struktur pariwisata yang berbeda. Kota Bontang memiliki karakteristik khusus sebagai kota industri yang sedang mengembangkan potensi pariwisatanya, sehingga temuan ini paling relevan diterapkan dalam konteks serupa.

Kelima, meskipun rentang data yang dikaji cukup panjang (2018–2025), sebagian besar sumber data terkonsentrasi pada periode 2020–2024 karena meningkatnya dokumentasi digital selama dan setelah masa pandemi. Hal ini membuat beberapa aspek historis dari pengembangan wisata belanja sebelum tahun tersebut mungkin kurang tergali secara komprehensif.

Dengan mempertimbangkan keterbatasan-keterbatasan ini, penelitian ini tetap memberikan kontribusi bermakna dalam memahami peran masyarakat dalam konteks keberlanjutan pariwisata belanja di tingkat lokal.

4.2.5 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan hasil temuan dan keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk penelitian di masa mendatang agar hasil yang diperoleh menjadi lebih komprehensif, mendalam, dan dapat memberikan kontribusi yang lebih luas baik secara akademik maupun praktis.

Pertama, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer, seperti wawancara mendalam, observasi partisipatif, atau diskusi kelompok terarah (FGD) dengan pelaku UMKM, pengunjung wisata belanja, dan tokoh masyarakat lokal. Pendekatan ini akan memberikan data yang lebih kaya secara konteks dan emik (berbasis pengalaman langsung), sehingga mampu menggali makna yang lebih mendalam dari persepsi dan praktik masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja.

Kedua, penelitian berikutnya dapat mengadopsi metode campuran (mixed

methods) dengan menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif untuk mengukur dampak partisipasi masyarakat terhadap aspek-aspek spesifik keberlanjutan, seperti pertumbuhan ekonomi UMKM, kepuasan wisatawan, atau pelestarian budaya lokal. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya analisis, tetapi juga memperkuat validitas dan triangulasi data.

Ketiga, cakupan geografis penelitian dapat diperluas dengan membandingkan Kota Bontang dengan kota/kabupaten lain di Kalimantan Timur yang memiliki karakteristik wisata belanja serupa, seperti Samarinda atau Balikpapan. Studi komparatif ini dapat mengidentifikasi pola-pola partisipasi masyarakat yang berbeda dan praktik terbaik (best practices) yang dapat direplikasi atau disesuaikan dengan konteks lokal.

Keempat, untuk memperdalam kajian tentang keberlanjutan wisata belanja, penelitian lanjutan dapat difokuskan pada dimensi tertentu secara lebih spesifik, misalnya hanya pada aspek sosial-budaya, aspek ekonomi digital, atau analisis kebijakan pemerintah daerah. Dengan fokus tematik yang lebih tajam, penelitian dapat memberikan kontribusi teoretis yang lebih mendalam dan rekomendasi kebijakan yang lebih aplikatif.

Kelima, disarankan agar studi berikutnya juga mengeksplorasi peran generasi muda dan komunitas kreatif dalam mendorong inovasi dalam wisata belanja, termasuk pemanfaatan media sosial, platform digital, serta ekonomi berbasis pengalaman (experience economy). Hal ini penting mengingat perkembangan teknologi dan perubahan perilaku wisatawan semakin mengarah pada interaksi digital dan pencarian pengalaman yang autentik.

Dengan memperhatikan saran-saran ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperkuat basis ilmiah mengenai peran masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan serta mendorong kebijakan dan praktik yang lebih inklusif, partisipatif, dan responsif terhadap dinamika lokal di sektor pariwisata belanja.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis bagaimana peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur, dengan pendekatan kualitatif menggunakan metode analisis konten. Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai sumber data daring yang dipublikasikan antara tahun 2018 hingga 2025, diperoleh tiga tema utama yang menunjukkan kontribusi nyata masyarakat dalam mendukung keberlanjutan sektor wisata belanja, yaitu: dampak pandemi terhadap perekonomian, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat.

Pertama, masyarakat menunjukkan kapasitas adaptif yang tinggi dalam menghadapi dampak pandemi. Mereka melakukan berbagai strategi bertahan, seperti pemanfaatan platform digital, inovasi produk, dan peralihan model usaha. Ini menunjukkan bahwa masyarakat Bontang memiliki potensi resilien yang menjadi salah satu pilar utama keberlanjutan ekonomi pariwisata lokal.

Kedua, dukungan pemerintah daerah melalui program pelatihan UMKM, bantuan ekonomi, serta revitalisasi pasar tradisional berperan penting dalam membuka ruang partisipasi masyarakat secara lebih luas. Kebijakan-kebijakan tersebut memberikan fondasi struktural yang memungkinkan masyarakat mengembangkan usaha dan mempromosikan produk-produk lokal sebagai bagian dari daya tarik wisata belanja.

Ketiga, aspek dukungan sosial masyarakat terbukti menjadi kekuatan kolektif yang memperkuat keberlanjutan destinasi. Kolaborasi, gotong royong, dan partisipasi dalam event-event lokal seperti festival UMKM dan pasar musiman membentuk solidaritas sosial yang memperkuat ikatan antar pelaku wisata sekaligus menciptakan pengalaman otentik bagi wisatawan.

Dari ketiga aspek tersebut, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang tidak hanya bergantung pada infrastruktur atau dukungan kebijakan semata, melainkan sangat dipengaruhi oleh keterlibatan langsung masyarakat dalam kegiatan ekonomi, sosial, dan budaya. Masyarakat

tidak hanya sebagai objek pembangunan, tetapi juga subjek utama yang menghidupkan dan menjaga keberlanjutan pariwisata lokal.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk berbagai pihak yang berkepentingan maupun untuk penelitian selanjutnya:

Pertama, pemerintah daerah perlu terus memperkuat program pemberdayaan masyarakat berbasis kebutuhan riil dan potensi lokal. Pendekatan yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan akan menciptakan ekosistem wisata belanja yang tangguh dan inklusif.

Kedua, masyarakat lokal diharapkan terus mengembangkan inovasi usaha, memperkuat jejaring komunitas, serta menjaga nilai-nilai budaya lokal yang menjadi daya tarik khas Kota Bontang. Pengembangan narasi budaya dan identitas lokal dalam produk wisata belanja juga penting untuk meningkatkan nilai jual dan diferensiasi destinasi.

Ketiga, peneliti selanjutnya disarankan untuk melakukan studi lapangan secara langsung menggunakan metode wawancara atau observasi agar dapat menggali pengalaman subjektif masyarakat secara lebih mendalam. Penelitian juga dapat diperluas ke kota lain untuk melakukan perbandingan model partisipasi masyarakat dalam konteks pariwisata berkelanjutan.

Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memperkaya khasanah akademik, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi pembangunan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis masyarakat, khususnya dalam konteks wisata belanja di daerah urban-industrial seperti Kota Bontang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aljurida, A.M. Azhar & Jusriadi, A, 2023. Kebijakan Alternatif Pengembangan Pariwisata Potensial Di Kota Bontang. Indonesian Journal of Intellectual Publication (IJIP Publication) p-ISSN: 2774-1907; e-ISSN: 2774-1915; Vol.4, No.1 Nopember 2023. <https://doi.org/10.51577/ijpublication.v4i1.479>
- Azhar Aljurida, A.M., & Jusriadi, A. (2023). Kebijakan Alternatif Pengembangan Pariwisata Potensial di Kota Bontang. Indonesian Journal of Intellectual Publication, 4(1), 32-38
- Azhar Aljurida, A.M., & Jusriadi, A. (2023). Kebijakan Alternatif Pengembangan Pariwisata Potensial di Kota Bontang. International Journal of Intelek Publication, 4(1), 32-38. <https://journal.intelekmadani.org/index.php/ijpublication/article/view/479>
- Aznem A, Muhamad, Kardiyati E.N 2024. Empowerment of The Malahing Tourism Village Community in The Development of The Creative Economy. Jurnal Abdi Sains Indonesia, 1(8), 271-279 DOI: <https://doi.org/10.62885/abdisci.v1i8.329>
- Becken, S., & Simmons, D. (2020). Tourism and Climate Change: Risks and Opportunities. Channel View Publications.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. NursingPlus Open, 2, 8-14. <https://doi.org/10.1016/j.npls.2016.01.001>
- Berita Resmi Statistik, April 2023.
- Bincang-Bincang Pariwisata, dengan tema "Optimalisasi Pariwisata Berbasis Digital". Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur, 2024.
- Bobobox, 2023. Cobain 10 Oleh-Oleh Khas Bontang Ini! <https://bobobox.com/blog/oleh-oleh-khas-bontang>
- Bontang Post. (2023). DPRD Bontang Minta Pemkot Serius Kembangkan Pariwisata (17 Juni 2023).
- Bontang Siap Menjadi Destinasi Pariwisata Unggulan Melalui Peran Strategis MASATA. Wartakini.co.id, 2024. wartakini.co.id

- Bontangpost, 2017. Tampilkan Penari dan Musik Daerah Di Pameran Funtastic Borneo Yogyakarta. <https://bontangpost.id/tampilkan-penari-dan-musik-daerah-di-pameran-funtastic-borneo-yogyakarta>
- Bontangpost, 2023. DPRD Bontang Minta Pemkot Serius Kembangkan Pariwisata. <https://bontangpost.id/dprd-bontang-minta-pemkot-serius-kembangkan-pariwisata>
- BPS Bontang, 2023. Bontang Municipality's Economy Grows 2.46% in 2022. <https://bontangkota.bps.go.id/en/pressrelease/2023/04/03/677/bontang-municipalitys-economy-grows-2-46-persen-in-2022.html>
- BPS Kaltim, 2023. Jumlah Objek Wisata, 2020-2022. <https://kaltim.bps.go.id/id/statistics-table/2/NDQ4IzI=-/jumlah-obyek-wisata.html>
- BPS Prov. Kalimantan Timur. (2022). Jumlah Obyek Wisata Menurut Jenis di Kaltim 2020-2022 kaltim.bps.go.id
- City Tourism Bontang. (2022). Wisata Alam Mangrove Bontang Kuala Ecotourism. Diakses dari <https://citytourism.bontangkota.go.id/2022/10/04/wisata-alam-mangrove-bontang-kuala-ecotourism>
- Creswell, J. W. (2014). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.). SAGE Publications.
- Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. (2024). Tingkatkan Peran Serta Pokdarwis, Dispar Provinsi Kaltim Gelar Sosialisasi Sadar Wisata 5.0 pada Sapta Pesona di Kota Bontang. Diakses dari <https://dispar.kaltimprov.go.id/2024/06/29/tingkatkan-peran-serta-pokdarwis-dispar-provinsi-kaltim-gelar-sosialisasi-sadar-wisata-5-0-pada-sapta-pesona-di-kota-bontang>
- Faktor yang Berpengaruh dalam Pengembangan Ekowisata di Mangrove Edu Park Kelurahan Berbas Pantai Kota Bontang Berdasarkan Preferensi Stakeholder. Jurnal Teknik ITS, Vol. 10, No. 2, 2021.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman Publishing.

- Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi, Administrator Senin, 24 Februari 2025 13:02 WIB, <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/9026/geliat-sektor-pariwisata-pacu-pertumbuhan-ekonomi>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. London: Routledge.
- Harahap, R. N. (2023). Pengembangan Ecotourism Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Pesisir di Kampung Malahing. *Jurnal Masyarakat Madani*, 8(2), 23–46. <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/jmm/article/download/24583/9846>
- Kartini, Z. A., & Nanang, M. (2022). Analisis Peran Komunitas Masyarakat Kreatif Pesisir dalam Pengembangan Potensi Wisata di Kelurahan Bontang Kuala. *eJournal Sosiatri-Sosiologi*, 10(4), 113–126. <https://ijsoc.goacademica.com/index.php/ijsoc/article/view/1261>
- Kebijakan Alternatif Pengembangan Pariwisata Potensial di Kota Bontang. *International Journal of Intelek Publication*, Vol. 1, No. 1, 2023. journal.intelekmadani.org
- Krippendorff, K. (2018). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Lu, J., & Nepal, S. K. (2022). Sustainable tourism research: An analysis of publications in top-tier tourism journals. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 675-693. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1882990>
- PPID Kota Bontang. (2025). Wisata Belanja Ramadan PT. PAMA, Wali Kota Serahkan Voucher Belanja Senilai 500 Ribu kepada 210 Anak Yatim. Diakses dari <https://ppid.bontangkota.go.id/news/7d226af9-72e6-4aad-8866-b36827eb52be/wisata-belanja-ramadan-pt-pama-wali-kota-serahkan-voucher-belanja-senilai-500-ribu-kepada-210-anak-yatim>
- Pradana, M. A. W. (2022). Peran Dinas Pemuda, Olahraga dan Pariwisata dalam Mengembangkan Objek Wisata Mangrove Berbas Pantai di Kota Bontang.

- eJournal Ilmu Pemerintahan FISIP UNMUL. <https://ejournal.ip.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2022/04/JURNAL%20M.%20Aditya%20Wisnu%20Pradana%20FIX%20%2804-13-22-12-02-51%29.pdf>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Rina Juwita, Ainun Nimatu Rohmah, Hisyam Ihsan Mazaya. 2024. Analisis Pengembangan Wisata Urban di Kota Bontang dalam Perspektif Komunikasi Strategis. *Risenologi: Jurnal Sains, Teknologi, Sosial, Pendidikan, dan Bahasa*, Vol. 9, Issue 1, April 2024. ResearchGate
- RIPPD Kota Bontang 2014. Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kota Bontang 2014. Kerangka Acuan Kerja (KAK) Perencanaan RIPPD.
- Safitri, D., Saufi, A., & Sakti, D. P. B. . (2022). Penerapan Analisis Konten Kualitatif Pada Studi Revisit Intention Wisatawan Muslim Ke Lombok Dalam Konteks Pariwisata Halal. *JMM UNRAM - MASTER OF MANAGEMENT JOURNAL*, 11(4), 308–320. <https://doi.org/10.29303/jmm.v11i4.740>
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism and Poverty*. London: Routledge.
- Statistik Wisatawan Nusantara 2023. Volume 6, 2024. Katalog/Catalogue: 8401009. bvkCj1lnl6ZoZn663dG7, PDF (disporapar.kalbarprov.go.id)
- Toar, C.N., 2021. Arahana Pengembangan Ekowisata Di Mangrove Edu Park, Kelurahan Berbas Pantai, Kota Bontang Berdasarkan Preferensi Stakeholder. Departemen Perencanaan Wilayah Dan Kota Fakultas Teknik Sipil, Perencanaan dan Kebumihan Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya 2021
- UNWTO. (2021). *Tourism for Sustainable Development Goals – Journey to 2030*. United Nations World Tourism Organization.
- Widya, A., & Gafur, A. (2024). Analisis Pengembangan Wisata Urban di Kota Bontang dalam Perspektif Komunikasi Strategis. *Risenologi: Jurnal Sains, Teknologi, Sosial, Pendidikan, dan Bahasa*, 9(1). <https://www.researchgate.net/publication/380609987>

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Peran Masyarakat dalam Menunjang Keberlanjutan
Destinasi Wisata Belanja Kota Bontang, Kalimantan
Timur

Jenis Penelitian : Penelitian Dosen Internal

Identitas Ketua Peneliti :

a. Nama Lengkap : Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.M.Par.

b. NUPTK : 2742747648230142

c. Jabatan Fungsional : Tenaga Pengajar

d. Program Studi : Manajemen Devisi Kamar

e. Alamat Surel (email) : nlapotulo@btp.ac.id

Anggota / Prodi :

- Agung Arif Gunawan, MM.Par. (4438757658130153) /
Manajemen Kuliner
- Devid Trinaldo Simatupang, S.ST.Par., M.Par.
(3562762663130223) / Manajemen Devisi Kamar
- Okki Kurnia, S.Par., MM. (0333770671130343) /
Manajemen Devisi Kamar

Mahasiswa yang terlibat : - Simran Gobalan (2022010011) / Manajemen Devisi
Kamar

Tanggal Pelaksanaan : 12 Maret 2025 - 12 September 2025

Sumber Pendanaan : Yayasan Vitka

Batam, 12 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Devisi
Kamar



Andri Wibowo, S.E., M.Par.
NUPTK: 8433763664130223

Ketua Tim Peneliti



Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.M.Par.
NUPTK: 2742747648230142

Menyetujui,

Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat



Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si
NUPTK: 5937748649130220

SURAT TUGAS

Nomor: 015/LPPM/ST/PEN/III/2025

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata Batam memberikan tugas kepada:

NAMA	NUPTK/NIK/NPM	JABATAN FUNGSIONAL	PROGRAM STUDI	PERAN
Nensi Lapotulo, S.ST.Par., M.M.Par.	2742747648230 142	Tenaga Pengajar	Manajemen Devisi Kamar	Ketua
Agung Arif Gunawan, MM.Par.	4438757658130 153	Tenaga Pengajar	Manajemen Kuliner	Anggota
Devid Trinaldo Simatupang, S.ST.Par., M.Par.	3562762663130 223	Tenaga Pengajar	Manajemen Devisi Kamar	Anggota
Okki Kurnia, S.Par., MM.	0333770671130 343	Tenaga Pengajar	Manajemen Devisi Kamar	Anggota
Simran Gobalan	2022010011	-	Manajemen Devisi Kamar	Anggota

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian dengan judul "Peran Masyarakat dalam Menunjang Keberlanjutan Destinasi Wisata Belanja Kota Bontang, Kalimantan Timur" yang akan dilaksanakan pada:

Tanggal : 12 Maret 2025 - 12 September 2025

Sumber Dana : Yayasan Vitka

Demikian surat tugas ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya. Setelah melaksanakan tugas, nama di atas diwajibkan untuk membuat laporan penelitian dan luarannya.

Batam, 12 Maret 2025 Ketua Puslitabmas Politeknik Pariwisata Batam  <u>Dr. Agung Edy Wibowo, SE., M.Si</u> NUPTK: 5937748649130220	PENGESAHAN PENERIMA 
---	---

PERAN MASYARAKAT DALAM MENUNJANG KEBERLANJUTAN DESTINASI WISATA BELANJA KOTA BONTANG KALIMANTAN TIMUR

Nensi Lapotulo¹, Agung Arif Gunawan², Devid Trinaldo Simatupang³, Okki Kumia⁴, Simran Gobalan⁵, Miratia Afriani⁶

^{1,2,3,4,5,6} Politeknik Pariwisata Batam
Email: nlapotulo@btp.ac.id

Abstract

This study aims to analyse the role of the community in supporting the sustainability of shopping tourism destinations in Bontang City, East Kalimantan. A qualitative approach was employed, utilising a content analysis method, on 30 online documents comprising news articles, government reports, scientific journals, and digital content from 2018 to 2025. The results reveal three primary themes: the pandemic's impact on the economy, government policies, and community social support. The findings show that the social, cultural, and economic strengths of local communities are the foundation for the sustainability of shopping tourism. This study emphasises the importance of collaboration between the community, government, and business actors in building community-based tourism destinations.

Keywords: *Shopping tourism, sustainability, community role, UMKM, Bontang*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran masyarakat dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Pendekatan kualitatif digunakan dengan metode analisis konten terhadap 30 dokumen daring berupa artikel berita, laporan pemerintah, jurnal ilmiah, dan konten digital dari tahun 2018–2025. Hasil menunjukkan tiga tema utama: dampak pandemi terhadap ekonomi, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Temuan menunjukkan bahwa kekuatan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat lokal menjadi fondasi keberlanjutan wisata belanja. Penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha dalam membangun destinasi wisata berbasis komunitas.

Kata kunci: Wisata belanja, keberlanjutan, peran masyarakat, UMKM, Bontang

PENDAHULUAN

Kota Bontang, yang terletak di pesisir timur Kalimantan Timur, selama ini dikenal sebagai kota industri yang didominasi oleh sektor migas dan petrokimia. Kontribusi sektor industri pengolahan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Bontang bahkan mencapai 78,72% pada tahun 2022 (BPS Bontang, 2023). Ketergantungan yang tinggi pada sektor industri tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi keberlanjutan ekonomi kota, terutama ketika sektor ini menghadapi gejolak pasar atau penurunan produksi. Oleh karena itu, pemerintah daerah mulai mendorong diversifikasi ekonomi melalui sektor pariwisata, termasuk wisata belanja, sebagai alternatif pembangunan jangka panjang.



Gambar 1.1 Bontan city tourism

Sumber: <https://citytourism.bontangkota.go.id>

Wisata belanja merupakan bagian dari tren pariwisata modern yang semakin berkembang, di mana wisatawan tidak hanya tertarik pada atraksi budaya atau alam, tetapi juga pengalaman konsumsi dan pembelian produk lokal yang unik (Lapotulo, 2024). Dalam konteks ini, Kota Bontang memiliki potensi besar melalui produk khas daerah seperti amplang, batik kuntul perak, dan berbagai hasil laut olahan yang diproduksi oleh pelaku UMKM lokal. Namun, potensi ini belum sepenuhnya tergarap maksimal. Data BPS menunjukkan bahwa sektor perdagangan besar dan eceran, yang mencakup aktivitas wisata belanja, hanya menyumbang 3,32% terhadap PDRB Bontang (BPS Bontang, 2023), angka yang menunjukkan bahwa kontribusinya masih relatif kecil dibandingkan sektor industri.



Gambar 1.2 Produk dari UMKM Center Bontang

Sumber: <https://citytourism.bontangkota.go.id/2022/10/15/wisata-belanja>

Di sisi lain, peran masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata terbukti menjadi kunci penting bagi keberhasilan dan keberlanjutan sebuah destinasi. Menurut Scheyvens

(2011), keterlibatan masyarakat lokal dapat memperkuat rasa memiliki, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan hubungan yang lebih baik antara tuan rumah dan wisatawan. Hal ini diperkuat oleh Tosun (2000) yang menyatakan bahwa partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan, pelaksanaan program, dan distribusi manfaat pariwisata dapat meningkatkan legitimasi sosial dan efektivitas pembangunan pariwisata.

Pengalaman daerah lain di Indonesia menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata belanja dapat meningkatkan kualitas destinasi. Di Kampung Wisata Air Sumber Banteng, Kota Kediri, keterlibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata telah menghasilkan peningkatan kunjungan wisatawan serta manfaat ekonomi yang merata (Rokhmawati & Khairunnisa, 2023). Sementara itu, di Kabupaten Berau, masyarakat pesisir dilibatkan dalam program pelatihan dan promosi digital produk lokal melalui media sosial, yang terbukti meningkatkan eksposur destinasi wisata (Sasmita & Aulia, 2023).

Di Bontang, upaya untuk melibatkan masyarakat dalam pengembangan wisata telah dilakukan melalui beberapa program kolaboratif, salah satunya adalah pengembangan kawasan wisata bahari Selangan City. Pendekatan yang digunakan adalah collaborative governance, di mana masyarakat, pemerintah, dan sektor swasta berkolaborasi dalam perencanaan dan pengelolaan wisata (Prasetyo & Yustisia, 2023). Program ini mencerminkan adanya kesadaran bahwa masyarakat lokal bukan hanya penerima manfaat, tetapi juga pelaku utama dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata.

Namun, masih banyak tantangan yang dihadapi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di sektor wisata belanja. Beberapa di antaranya adalah keterbatasan infrastruktur pendukung seperti akses transportasi dan fasilitas umum, rendahnya kualitas sumber daya manusia di bidang pariwisata, serta minimnya promosi destinasi secara digital (Toar, 2021). Selain itu, citra Bontang sebagai kota industri masih menjadi hambatan psikologis yang menghalangi persepsi wisatawan untuk melihat Bontang sebagai tujuan wisata alternatif (Widya & Gafur, 2024).

Peluang yang tersedia juga cukup besar. Masyarakat Bontang, khususnya komunitas di Bontang Kuala dan Kampung Malahing, memiliki tradisi gotong royong dan kreativitas yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat wisata belanja berbasis komunitas. Komunitas

MASKAPEI (Masyarakat Kreatif Pesisir), misalnya, telah berhasil mengembangkan berbagai produk wisata dan kerajinan lokal serta meningkatkan kesadaran warga terhadap pentingnya kebersihan dan kenyamanan destinasi (Kartini, 2022). Selain itu, program CSR dari perusahaan industri di Bontang seperti PT Pupuk Kaltim juga mulai diarahkan untuk mendukung pelatihan kewirausahaan dan pengembangan sentra oleh-oleh (Azmem et al., 2024).

Konsep keberlanjutan dalam pariwisata menekankan pada pentingnya menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan nilai-nilai sosial budaya (UNWTO, 2021). Dalam konteks wisata belanja di Bontang, keberlanjutan berarti memastikan bahwa kegiatan wisata tidak hanya meningkatkan pendapatan lokal, tetapi juga melestarikan budaya daerah serta menjaga integritas lingkungan. Oleh karena itu, keterlibatan masyarakat menjadi syarat mutlak untuk memastikan bahwa pembangunan sektor ini tidak bertentangan dengan nilai-nilai lokal dan tidak menimbulkan eksklusi sosial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai bagaimana peran masyarakat lokal di Kota Bontang dalam menunjang keberlanjutan wisata belanja. Fokus utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk partisipasi masyarakat, kontribusi sosial-ekonomi yang dihasilkan, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses tersebut. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis konten terhadap dokumen-dokumen daring yang relevan, baik dari media, kebijakan pemerintah, maupun publikasi ilmiah dan konten komunitas. Melalui analisis ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang utuh mengenai dinamika sosial yang terjadi dalam konteks pembangunan wisata belanja berbasis masyarakat.

Dengan adanya pemahaman tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pariwisata berkelanjutan, serta kontribusi praktis dalam merumuskan kebijakan pembangunan pariwisata yang lebih inklusif dan partisipatif di Kota Bontang dan daerah lainnya. Dengan memperkuat peran masyarakat, wisata belanja tidak hanya menjadi wahana konsumsi wisatawan, tetapi juga sarana pemberdayaan ekonomi, pelestarian budaya, dan penguatan identitas lokal yang berdampak jangka panjang bagi keberlanjutan kota.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN LITERASI

Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat telah menjadi pendekatan strategis dalam menciptakan destinasi yang berkelanjutan dan inklusif. Partisipasi aktif masyarakat lokal tidak hanya meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan tetapi juga memperkuat identitas budaya dan ekonomi lokal. Hal ini terlihat pada Komunitas MASKAPEI di Bontang Kuala yang mampu mengembangkan potensi wisata melalui pengorganisasian masyarakat, pelestarian lingkungan, serta promosi digital yang dilakukan secara mandiri oleh warga lokal (Zhapira, 2022). Inisiatif ini mencerminkan pentingnya keterlibatan komunitas dalam membentuk destinasi yang otentik dan berdaya saing.

Literasi pariwisata menjadi elemen fundamental dalam mendukung pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan. Kemampuan masyarakat untuk memahami, mengakses, dan memanfaatkan informasi mengenai kepariwisataan menentukan sejauh mana mereka dapat terlibat secara efektif dalam pengelolaan maupun promosi destinasi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa peningkatan literasi masyarakat, khususnya dalam aspek digital, sangat penting untuk memperkuat sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di era modern (Kemenparekraf, 2023). Dengan literasi digital yang memadai, masyarakat lokal dapat mengembangkan konten promosi, memahami tren wisatawan, dan memperluas jaringan kerja sama pariwisata secara digital.

Program pelatihan dan edukasi di desa wisata menunjukkan bahwa literasi pariwisata dapat meningkatkan kapasitas masyarakat, terutama dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada wisatawan. Studi yang dilakukan oleh Sari dan Nugroho (2023) menjelaskan bahwa program pelatihan literasi wisata di Desa Wisata Pancasila mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pelayanan wisata dan pentingnya sapta pesona. Selain itu, pelatihan ini membantu masyarakat untuk lebih aktif terlibat dalam perencanaan dan pengelolaan kegiatan wisata secara berkelanjutan.

Di era digital, literasi media memainkan peran krusial dalam strategi promosi pariwisata lokal. Kemampuan masyarakat untuk membuat konten visual, narasi promosi, dan membagikannya di media sosial menjadi keunggulan kompetitif bagi destinasi baru. Putri dan Santoso (2023) menemukan bahwa komunitas wisata yang memiliki tingkat literasi media digital yang tinggi berhasil meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara

signifikan melalui promosi berbasis platform digital seperti Instagram dan TikTok. Dalam konteks ini, literasi media bukan hanya soal kemampuan teknis, melainkan juga tentang pemahaman terhadap nilai dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens global.

Literasi pariwisata yang efektif juga harus mencakup aspek keberlanjutan. Rahmawati dan Hidayat (2023) menekankan bahwa masyarakat perlu dibekali dengan pengetahuan tentang konservasi lingkungan, penggunaan sumber daya alam yang bijak, serta pelestarian budaya lokal sebagai nilai tambah destinasi wisata. Mereka menunjukkan bahwa di beberapa desa wisata yang telah menerapkan prinsip ekowisata, partisipasi masyarakat dalam pelestarian lingkungan meningkat seiring peningkatan pemahaman mereka terhadap literasi keberlanjutan. Hal ini menunjukkan hubungan langsung antara pemahaman literasi dan perilaku pro-lingkungan.

Selain aspek teknis dan lingkungan, literasi pariwisata juga harus meliputi literasi sosial dan budaya. Yuliana dan Prasetyo (2023) mengungkapkan bahwa dalam pengembangan destinasi wisata berbasis komunitas, pemahaman terhadap nilai-nilai sosial, norma budaya, dan etika interaksi antarbudaya menjadi krusial. Hal ini mendorong masyarakat untuk tidak hanya menjadi penyedia layanan wisata, tetapi juga penjaga nilai-nilai lokal yang menjadi daya tarik utama destinasi tersebut. Dengan memperkuat literasi ini, masyarakat dapat menyesuaikan diri dengan kebutuhan wisatawan tanpa kehilangan jati diri budaya mereka.

Dalam konteks Kota Bontang, peningkatan literasi pariwisata dapat menjadi strategi utama untuk mendorong keterlibatan masyarakat dalam pengembangan wisata belanja. Literasi digital memungkinkan pelaku UMKM lokal memasarkan produk-produk khas Bontang secara lebih luas, sementara literasi keberlanjutan memastikan bahwa pengembangan destinasi dilakukan dengan mempertimbangkan daya dukung lingkungan dan budaya. Kolaborasi lintas sektor, baik dari pemerintah daerah, lembaga pendidikan, maupun sektor swasta, diperlukan untuk menyelenggarakan pelatihan yang menasar berbagai jenis literasi ini. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya berdaya secara ekonomi, tetapi juga menjadi aktor utama dalam pembangunan destinasi wisata yang inklusif dan berkelanjutan.

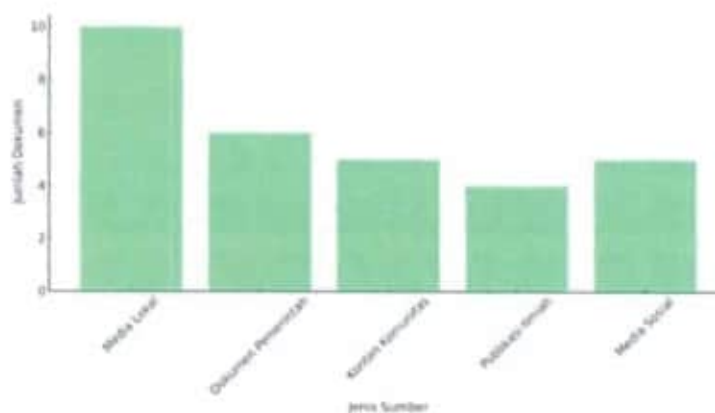
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis konten untuk memahami secara mendalam peran masyarakat dalam mendukung keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi makna, pengalaman, dan narasi sosial yang terekam dalam dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek studi. Tujuan dari penelitian ini bukan untuk menggeneralisasi, melainkan untuk memahami fenomena sosial secara kontekstual dan interpretatif (Creswell & Poth, 2018).

HASIL PENELITIAN

Karakteristik konten

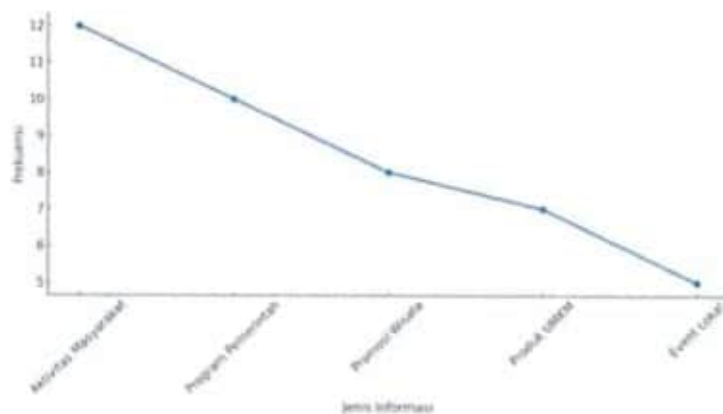
Berdasarkan hasil identifikasi sumber data, terdapat lima kategori utama dokumen yang digunakan dalam analisis. Sumber paling dominan berasal dari media lokal sebanyak 10 dokumen, diikuti oleh dokumen pemerintah sebanyak 6 dokumen, konten komunitas sebanyak 5 dokumen, publikasi ilmiah sebanyak 4 dokumen, dan konten media sosial sebanyak 5 dokumen. Informasi ini pada gambar 1.3 yang menunjukkan distribusi proporsional setiap jenis sumber data. Hasil ini menunjukkan bahwa media lokal dan komunitas menjadi aktor penting dalam penyebaran informasi terkait wisata belanja di Bontang. Keanekaragaman sumber ini memperkaya dimensi analisis konten dan mendukung validitas data melalui triangulasi.



Gambar 1.3 Distribusi jenis sumber dokumen

Koleksi Konten

Informasi yang dikumpulkan dari dokumen dianalisis dan dikelompokkan ke dalam lima kategori utama: aktivitas masyarakat, program pemerintah, promosi wisata, produk UMKM, dan event lokal. Dari analisis frekuensi, aktivitas masyarakat menjadi informasi yang paling sering muncul (12 kali), diikuti oleh program pemerintah (10 kali), promosi wisata (8 kali), produk UMKM (7 kali), dan event lokal (5 kali). Gambar 1.4 memperlihatkan bahwa keterlibatan masyarakat sebagai subjek aktif dalam pengembangan destinasi muncul secara konsisten dalam berbagai dokumen. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa keberlanjutan destinasi sangat dipengaruhi oleh seberapa besar kontribusi masyarakat dalam aktivitas sehari-hari yang mendukung pariwisata.



Gambar 1.4 Distribusi informasi yang dikumpulkan

Deskripsi Konten

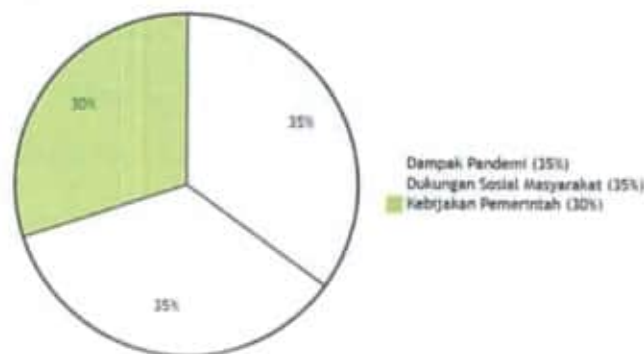
Konten yang dianalisis mencakup berbagai aspek terkait keberlanjutan wisata belanja. Aspek masyarakat menunjukkan keterlibatan mereka dalam produksi dan promosi produk wisata. Aspek pemerintah mencerminkan dukungan kebijakan serta program pelatihan dan fasilitasi UMKM. UMKM berperan sebagai produsen produk khas Bontang seperti amplang dan batik, sementara komunitas menjalankan fungsi promosi digital dan event berbasis lokal. Media berperan dalam menyebarkan informasi dan membentuk opini publik. Tabel 1.1 memberikan ringkasan deskripsi konten berdasarkan aspek-aspek tersebut.

Tabel 1.1 Distribusi Aspek dalam Deskripsi Konten

Aspek	Deskripsi	Porsi
Masyarakat	Terlibat dalam produksi dan promosi produk wisata lokal	25%
Pemerintah	Memberikan dukungan kebijakan serta pelatihan dan fasilitasi UMKM.	20%
UMKM	Memproduksi produk khas Bontang seperti amplang dan batik.	20%
Komunitas	Mengelola promosi digital dan menyelenggarakan event lokal.	20%
Media	Menyebarkan informasi dan membentuk opini publik terkait pariwisata.	15%

Analisis konten

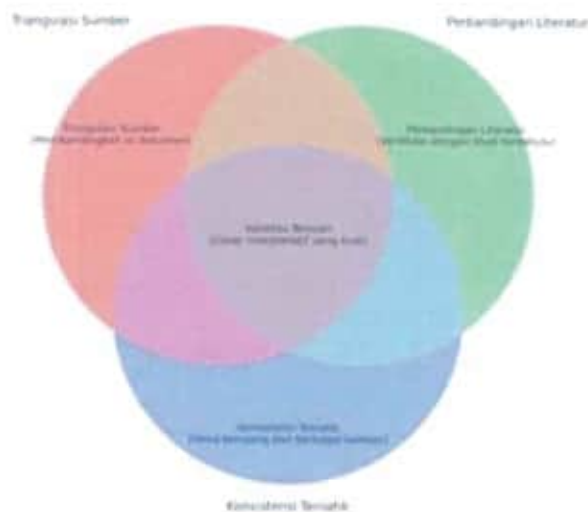
Melalui proses pengkodean dan kategorisasi, analisis konten menghasilkan tiga tema utama: dampak pandemi kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Masing-masing tema memiliki proporsi yang relatif seimbang, yaitu 35% untuk tema pertama dan ketiga, serta 30% untuk tema kebijakan. Tema pertama menyoroti perubahan aktivitas ekonomi dan sosial selama pandemi yang memengaruhi sektor wisata belanja. Tema kedua menekankan pada berbagai kebijakan dan program pemerintah daerah dalam mendukung pariwisata dan UMKM. Tema ketiga menunjukkan peran aktif masyarakat dalam menjaga keberlanjutan destinasi melalui inisiatif lokal. Gambar 1.5 menunjukkan keseimbangan naratif dalam dokumen.



Gambar 1.5 Keseimbangan naratif dalam dokumen

Validasi Temuan

Validitas temuan penelitian diperkuat melalui tiga pendekatan. Pertama, triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan isi dari berbagai jenis dokumen (media, komunitas, kebijakan). Kedua, hasil temuan dibandingkan dengan literatur dan studi terdahulu yang relevan untuk melihat kesesuaian dan penguatan data. Ketiga, dilakukan analisis terhadap konsistensi tema yang muncul berulang kali dalam dokumen dari berbagai sumber. Ketiga metode ini menjamin bahwa kesimpulan yang dihasilkan memiliki dasar interpretatif yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.



Gambar 1.6 Pendekatan validasi temuan penelitian

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lokal memainkan peran yang sangat penting dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang. Partisipasi mereka tidak bersifat simbolis, melainkan nyata dan konkret dalam berbagai bentuk, mulai dari produksi barang khas seperti amplang dan batik kuntul perak, pengelolaan promosi melalui media sosial, hingga inisiatif komunitas dalam menyelenggarakan event wisata berbasis lokal. Temuan dari konten collection memperlihatkan bahwa aktivitas masyarakat merupakan informasi yang paling sering muncul dalam dokumen yang dianalisis, mengindikasikan bahwa keberadaan mereka sebagai aktor utama dalam praktik wisata sangat relevan dengan teori pariwisata berbasis komunitas. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas seperti MASKAPEI menjadi contoh keberhasilan pengorganisasian sosial yang berbasis kesadaran budaya dan ekonomi lokal.

Hal ini sejalan dengan gagasan Scheyvens (2011) tentang pentingnya penguatan komunitas dalam konteks pembangunan pariwisata, yang menyatakan bahwa pemberdayaan masyarakat lokal merupakan indikator utama dari keberlanjutan sosial suatu destinasi.

Di Bontang, semangat gotong royong dan kolaborasi antarwarga menjadi kekuatan sosial yang menopang transformasi kawasan wisata. Selain itu, peran pemerintah juga teridentifikasi kuat dalam mendorong partisipasi masyarakat melalui kebijakan dan program pelatihan UMKM. Data dari hasil analisis menunjukkan bahwa program pemerintah merupakan kategori konten terbesar kedua, yang menunjukkan adanya perhatian serius terhadap sektor pariwisata dan usaha kecil. Pemerintah tidak hanya menciptakan kebijakan, tetapi juga memfasilitasi pelatihan, pendampingan, dan infrastruktur pendukung untuk mendorong pengembangan sektor ini. Model collaborative governance yang diterapkan dalam pengembangan kawasan wisata bahari Selangan City menjadi bukti bahwa kemitraan antara pemerintah, komunitas, dan swasta mampu membangun struktur tata kelola destinasi yang efektif dan partisipatif. UMKM di Bontang juga memainkan peran penting sebagai penggerak ekonomi lokal dalam konteks wisata belanja. Dengan memproduksi barang-barang yang memiliki nilai budaya dan ekonomi, UMKM menjadi simpul antara wisatawan dan produk lokal. Peran ini diperkuat melalui pelatihan yang diberikan baik oleh pemerintah maupun lembaga swadaya masyarakat yang memfasilitasi branding produk, pemasaran digital, dan inovasi kemasan.

Temuan dari deskripsi konten mengungkap bahwa UMKM menyumbang 20% dari keseluruhan narasi, setara dengan komunitas dan pemerintah, menunjukkan bahwa ketiganya memiliki kontribusi yang hampir seimbang terhadap keberlanjutan wisata. Media lokal dan media sosial juga teridentifikasi sebagai saluran penting dalam menyebarkan informasi, membentuk persepsi publik, dan mendukung promosi destinasi. Meskipun porsi lebih kecil dibandingkan aspek lain, peran media tetap krusial dalam membangun citra wisata dan mendorong partisipasi masyarakat melalui penyebaran informasi dan peliputan aktivitas lokal. Temuan yang sangat menarik adalah bahwa pandemi menjadi latar belakang dominan yang memengaruhi hampir seluruh dinamika konten yang dianalisis. Dampaknya tidak hanya menurunkan aktivitas ekonomi wisata, tetapi juga memaksa masyarakat dan pemerintah untuk beradaptasi melalui inovasi, kolaborasi digital, dan

pelibatan komunitas dalam penanganan dampak sosial ekonomi. Ini terlihat dari munculnya berbagai bentuk dukungan sosial dari masyarakat terhadap pelaku wisata dan pelaku UMKM, mulai dari penggalangan dana, distribusi sembako, hingga pelatihan daring untuk mempertahankan eksistensi usaha. Dengan demikian, pembahasan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan wisata belanja di Kota Bontang ditentukan oleh sinergi tiga pilar utama: masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha lokal. Ketiganya tidak berdiri sendiri, melainkan saling menguatkan dalam konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang khas Bontang. Strategi yang berbasis komunitas dan didukung literasi digital menjadi fondasi penting bagi kelanjutan sektor ini di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran masyarakat lokal merupakan elemen kunci dalam menunjang keberlanjutan destinasi wisata belanja di Kota Bontang, Kalimantan Timur. Partisipasi masyarakat terlihat dalam berbagai bentuk, termasuk produksi produk khas, promosi digital, pengelolaan event, hingga keterlibatan dalam perencanaan kawasan wisata. Keterlibatan ini bukan hanya bersifat partisipatif tetapi juga transformasional, karena masyarakat bertindak sebagai penggerak utama perubahan sosial dan ekonomi berbasis pariwisata.

Dari hasil analisis konten terhadap 30 dokumen yang mencakup media lokal, kebijakan pemerintah, dan publikasi komunitas, diperoleh tiga tema dominan: dampak pandemi, kebijakan pemerintah, dan dukungan sosial masyarakat. Ketiga tema ini tidak berdiri sendiri, tetapi saling terkait dan membentuk struktur naratif yang kuat tentang bagaimana wisata belanja bertahan dan berkembang dalam konteks lokal yang kompleks. Pandemi menjadi katalis perubahan, di mana masyarakat mengembangkan berbagai strategi adaptif yang memperkuat solidaritas sosial dan inovasi lokal. Kebijakan pemerintah memberikan dukungan regulatif dan programatik, sementara komunitas membangun jaringan sosial yang menghubungkan wisatawan dengan identitas budaya Bontang.

Keberhasilan inisiatif komunitas seperti MASKAPEI, partisipasi UMKM dalam branding produk lokal, serta penyebaran informasi oleh media membuktikan bahwa keberlanjutan pariwisata dapat dicapai ketika seluruh aktor bekerja secara kolaboratif. Validitas temuan

diperkuat melalui triangulasi sumber, perbandingan dengan literatur, dan analisis tema berulang, yang memastikan bahwa kesimpulan ini dibangun atas dasar data yang konsisten dan kontekstual.

Ke depan, keberlanjutan wisata belanja di Kota Bontang sangat tergantung pada penguatan literasi masyarakat, kesinambungan kebijakan pemerintah, dan keberanian komunitas dalam berinovasi. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan kolaboratif, Bontang memiliki peluang besar untuk menjadi model wisata belanja berbasis masyarakat yang tangguh, inklusif, dan berdaya saing di tingkat regional maupun nasional.

Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk melengkapi kajian ini dengan pendekatan lapangan melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam terhadap pelaku UMKM, komunitas lokal, wisatawan, serta pemangku kebijakan. Pendekatan ini akan memperkuat akurasi data, memperdalam konteks temuan, serta memberikan gambaran yang lebih menyeluruh tentang kontribusi masyarakat dalam pengembangan wisata belanja yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aznem, R., et al. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui CSR Berbasis Ekowisata. *Jurnal Pariwisata Kreatif*.
- Bontang City Tourism (2022). Wisata Belanja. Diskominfo Kota Bontang. <https://citytourism.bontangkota.go.id/2022/10/15/wisata-belanja>.
- BPS Bontang. (2023). Produk Domestik Regional Bruto Kota Bontang Tahun 2022.
- Creswell, J.W. and Poth, C.N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches*. 4th Edition, SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks.
- Kartini, Z. A. (2022). Peran Komunitas MASKAPEI dalam Pengembangan Potensi Wisata Bontang Kuala. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pariwisata*.
- Lapotulo, N., Afriani, M., Sukmamedian, H., & Saputra, E. (2024). The Influence of Service Quality on Visitor Satisfaction at Tiban Global Night Market Shopping Tourism in Batam. *Jurnal Cahaya Mandalika* ISSN 2721-4796 (online), 3(3), 1736-1747. Retrieved from <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jcm/article/view/2946>
- Prasetyo, B., & Yustisia, I. (2023). *Collaborative Governance dalam Pengembangan Selangan City*. JPGS UNDIP.
- Rokhmawati, R. A., & Khairunnisa, N. (2023). *Partisipasi Masyarakat dalam Wisata Kampung Air Kediri*. Publikasi UNESA.
- Sasmita, F., & Aulia, R. (2023). *Promosi Digital Destinasi Pesisir oleh Komunitas Lokal*. Musytari NERACA.
- Scheyvens, R. (2011). *Tourism and Poverty*. Routledge.
- Tosun, C. (2000). Limits to Community Participation in the Tourism Development Process. *Tourism Management*, 21(6), 613-633.

- Toar, D. A. (2021). Analisis Tantangan Infrastruktur Wisata di Bontang. *Jurnal Ekowisata Tropis*.
- UNWTO. (2021). *Tourism for Inclusive Growth*. World Tourism Organization.
- Widya, A., & Gafur, A. (2024). Komunikasi Strategis Pengembangan Wisata Urban Bontang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Kalimantan*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2023). Pentingnya Literasi di Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Diakses dari <https://kemenparekraf.go.id>
- Putri, A. M., & Santoso, B. (2023). Literasi Media Digital pada Komunitas Pariwisata di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Pariwisata*, 7(2), 60–70.
- Rahmawati, L., & Hidayat, T. (2023). Pengembangan Literasi Ekowisata di Desa Wisata. *Jurnal Ekowisata*, 4(1), 30–40.
- Sari, D. P., & Nugroho, R. A. (2023). Sosialisasi Wisata Literasi pada Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 45–52.
- Yuliana, S., & Prasetyo, A. (2023). Pentingnya Literasi Pariwisata dalam Mewujudkan Destinasi Berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 6(2), 75–85.
- Zhapira, N. (2022). Peran MASKAPEI Dalam Pengembangan Potensi Wisata di Bontang Kuala. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 10(2), 115–125.