



SOAR Analysis untuk Keberlanjutan Wisata Pasar Apung Banjarmasin

Mohdari^{1*}, Lisawanto², Enjelina Aulia Putri³, Siswanto⁴, Saberto⁵

¹Manajemen, STIE Nasional Banjarmasin, Banjarmasin, Indonesia

^{2,3}Manajemen, STIE Dahani Dahanai Buntok, Indonesia

^{4,5}Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Palangka Raya, Indonesia

*Email: mohdari@stienas-ybp.ac.id¹, Lisawanto@gmail.com², Enjelina30ap@gmail.com³, sisw6564@gmail.com⁴, sabertoliong.1213@gmail.com⁵

Doi : <https://doi.org/10.37339/e-bis.v10i1.3128>

Diterbitkan oleh Politeknik Piksi Ganesha Indonesia

Info Artikel

Diterima :
2026-04-20
Diperbaiki :
2026-05-14
Disetujui :
2026-06-20

Kata Kunci : SOAR,
Pasar Apung, Banjarmasin

Keywords : SOAR,
Floating Market,
Banjarmasin Tourism

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya menjaga keberlanjutan wisata Pasar Apung Banjarmasin sebagai salah satu ikon budaya dan ekonomi lokal di Kalimantan Selatan. Penelitian bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan berkelanjutan melalui pendekatan SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*). Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Kajian difokuskan pada identifikasi kekuatan internal seperti keunikan budaya dan tradisi, peluang eksternal berupa peningkatan minat wisata, serta aspirasi pemangku kepentingan terhadap pengembangan wisata yang berkelanjutan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Pasar Apung memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui inovasi promosi digital, peningkatan fasilitas, serta kolaborasi antar pihak terkait. Kesimpulannya, penerapan analisis SOAR mampu memberikan arah strategis yang positif dalam mendukung keberlanjutan wisata Pasar Apung Banjarmasin secara berkesinambungan

ABSTRACT

This study is motivated by the importance of sustaining the Floating Market tourism in Banjarmasin as a prominent cultural and economic icon in South Kalimantan. The objective of this research is to examine sustainable development strategies using the SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) framework. A qualitative descriptive approach was employed, with data collected through observations, interviews, and documentation. The analysis focuses on identifying internal strengths such as cultural uniqueness and traditional practices, external opportunities including growing tourism interest, and stakeholder aspirations for sustainable development. The findings indicate that the Floating Market holds significant potential for further development through digital promotion, improved facilities, and stronger collaboration among stakeholders. In conclusion, the application of the SOAR analysis provides a constructive strategic direction to support the long-term sustainability of the Banjarmasin Floating Market.

Alamat Korespondensi : Jl. Letnan Jenderal Suprpto No.73 Kebumen, Jawa Tengah, Indonesia 55431

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memberikan pengaruh besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, serta pelestarian budaya lokal.

(Yohanes, 2019). Pengembangan pariwisata di Indonesia tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah koneksi wisatawan (Santoso, 2021), tetapi juga berfokus pada keberlanjutan sehingga manfaat bagi perekonomian, masyarakat, dan lingkungan dapat terwujud dalam jangka panjang. Salah satu destinasi wisata dengan nilai sejarah dan budaya yang tinggi adalah Pasar Apung Banjarmasin (Rosdiana; Sadik Ikhsan; Umi Salawati, 2022), yang telah lama menjadi destinasi wisata terkenal di Kalimantan Selatan. Akibatnya, pasar ini tidak hanya berfungsi sebagai pusat ekonomi tradisional, tetapi juga berkembang menjadi destinasi wisata yang unik dan autentik (Yanuar Sathio Insanaputra, 2023)



Gambar 1. Festival Pasar Apung Banjarmasin
Sumber : www.pesonaindo.com

Secara administratif, Kota Banjarmasin pada akhir tahun 2016 merupakan bagian dari Provinsi Kalimantan Selatan (M Priono, 2024). Wilayah ini didominasi oleh kondisi geologi berupa tanah basah atau alluvial, yang membentuk karakteristik geografis dengan banyak aliran sungai. Sungai-sungai tersebut umumnya bersumber dari Pegunungan Meratus dan mengalir hingga bermuara ke Laut Jawa maupun Selat Makassar (Badan Pusat Statistika, 2023). Kondisi geografis tersebut menjadikan sungai sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, khususnya di Kota Banjarmasin. Selama ratusan tahun, sungai tidak hanya berfungsi sebagai sarana transportasi, tetapi juga membentuk pola hidup dan kebiasaan masyarakat setempat. Interaksi antara manusia dan lingkungan ini kemudian melahirkan budaya khas yang terus dipertahankan hingga saat ini, salah satunya adalah aktivitas perdagangan di atas air. Budaya berjualan ini berkembang sebagai bentuk adaptasi terhadap lingkungan sungai, yang kemudian dikenal sebagai pasar terapung, dan menjadi bagian penting dalam pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat (Nomelani, 2019).

Namun demikian, perkembangan zaman dan perubahan yang berdinamika mengubah perilaku wisatawan dengan menuntut adanya inovasi (Fajrian et al., 2023) dalam pengelolaan destinasi wisata, termasuk Pasar Apung Banjarmasin. Tantangan seperti menurunnya jumlah pedagang tradisional, perubahan fungsi sungai, serta persaingan dengan destinasi wisata modern menjadi isu penting yang perlu diperhatikan (Pujianto et al., 2022). Selain itu, keberlanjutan wisata juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti perkembangan teknologi digital, tren pariwisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya

pelestarian lingkungan (Achmad & Rahmawati, 2020). Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan strategis yang tidak hanya berfokus pada permasalahan, tetapi juga mampu menggali potensi dan peluang yang dimiliki (Ainulyaqin et al., 2024).

Pendekatan SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) menjadi relevan untuk digunakan dalam menganalisis pengembangan wisata Pasar Apung Banjarmasin. Perbedaan yang mendasar dengan analisis tradisional yang berorientasi pada kelemahan dan ancaman (Kamkankaew, 2023), SOAR lebih menekankan pada kekuatan yang dimiliki, peluang yang dapat dimanfaatkan, aspirasi para pemangku kepentingan, serta hasil yang ingin dicapai (Wibowo & Supriyatno, 2024). Pendekatan ini dinilai lebih konstruktif dan kolaboratif dalam merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan. Melalui SOAR, pengelola destinasi dapat mengidentifikasi keunggulan utama seperti nilai budaya yang autentik, potensi daya tarik wisata yang unik, serta peluang pengembangan melalui promosi digital dan kemitraan strategis (Ali, 2015).

Keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, pemilik usaha sekitar wisata (Deti et al., 2022), masyarakat lokal, dan wisatawan, merupakan faktor krusial dalam mendorong pariwisata. Aspirasi dari masing-masing pihak perlu diakomodasi agar strategi yang dihasilkan tidak hanya efektif secara ekonomi, tetapi juga inklusif dan berkelanjutan secara sosial dan lingkungan. Pasar Apung Banjarmasin upaya pelestarian budaya lokal, peningkatan kualitas fasilitas, serta penguatan identitas destinasi menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung menggunakan pendekatan SOAR secara deskriptif (Khotimah et al., 2025) dalam penelitian yang berjudul *Islamic Financial Strategy For Furniture Business Development : A Soar Analysis*, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan analisis SOAR berbasis data empiris lapangan serta mengaitkannya dengan konsep wisata berkelanjutan dan *community-based tourism*. Selain itu, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi faktor SOAR, tetapi juga mengembangkan formulasi strategi berbasis matriks SOAR (S-O, S-A, O-R, A-R) yang lebih operasional. Dengan demikian, studi ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pendekatan SOAR yang lebih aplikatif dan berbasis bukti empiris dalam konteks pariwisata tradisional berbasis budaya (Karadzhev, 2026).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi keberlanjutan wisata Pasar Apung Banjarmasin melalui pendekatan SOAR. Dengan mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang diharapkan, studi ini diharapkan mampu memberikan usulan strategi yang aplikatif untuk mendukung pengembangan destinasi wisata di masa depan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian manajemen pariwisata, khususnya dalam penerapan pendekatan SOAR sebagai alat analisis yang berorientasi pada penguatan potensi dan kolaborasi antar pemangku kepentingan.

KAJIAN PUSTAKA

Analysis SOAR (*Strength, Opportunities, Aspirations , Result*)

SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*) adalah kerangka analisis strategis yang berfokus pada kekuatan dan peluang, serta visi masa depan dan hasil terukur, sebagai alternatif/pelengkap SWOT yang cenderung menyorot kelemahan dan ancaman (Hautsmand & Saifuddin, 2024). Analisis SOAR merupakan pengembangan dari pendekatan tradisional SWOT. Pengembangan ini muncul karena SWOT cenderung lebih menitikberatkan pada aspek kelemahan

dan ancaman, sehingga dapat menguras energi organisasi dan menurunkan semangat dalam menciptakan perubahan (Kamkankaew et al., 2024). Sejumlah literatur strategi juga menyarankan agar organisasi tidak terlalu berfokus pada kelemahan dan ancaman, melainkan lebih menekankan pada penguatan potensi untuk mendorong inovasi dan keunggulan strategis. Konsep dan Tujuan SOAR (Karadzhev, 2026) adalah sebagai berikut :

- a. *Strengths*: kemampuan utama, sumber daya, keunggulan organisasi/individu.
- b. *Opportunities*: kondisi eksternal yang menguntungkan dan bisa dimanfaatkan.
- c. *Aspirations*: harapan, visi, misi, dan cita-cita masa depan.
- d. *Results*: hasil yang ingin dicapai, measurable results dan indikator keberhasilan.

SOAR menggunakan pendekatan *Appreciative Inquiry* dan dialog partisipatif untuk membangun masa depan yang diinginkan, meningkatkan kreativitas, inovasi, dan energi positif pemangku kepentingan (Francis & Hoefel, 2018)

Wisata Berkelanjutan

Wisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) berupaya menyeimbangkan tiga hal: pelestarian lingkungan, manfaat ekonomi, dan keadilan sosial-budaya bagi masyarakat lokal, agar destinasi tetap lestari untuk generasi sekarang dan mendatang (Yohanes, 2019).

Prinsip utama pada wisata berkelanjutan menurut *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO, 2020) adalah:

- a. Harus menjaga kualitas lingkungan (air, tanah, keanekaragaman hayati) sekaligus memberi manfaat ekonomi seperti lapangan kerja dan usaha lokal
- b. Mengurangi jejak karbon lewat transportasi rendah emisi dan akomodasi hemat energi dapat menurunkan emisi CO₂ hingga sekitar 40% serta mengurangi penggunaan air sampai 30% .
- c. Menjamin keadilan, partisipasi, dan pembagian manfaat yang adil bagi komunitas lokal, termasuk pelestarian budaya (Mussadad et al., 2019)

Pariwisata berkelanjutan adalah pendekatan (Muhamad, 2021) dalam pengembangan sektor wisata yang menitikberatkan pada keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan dalam jangka panjang. Konsep ini bertujuan untuk memastikan bahwa aktivitas pariwisata tidak hanya memberi manfaat ekonomi, tetapi juga tetap menjaga kelestarian lingkungan serta nilai-nilai sosial dan budaya masyarakat setempat (Sri Widari, 2020). Konsep ini berkembang sebagai bentuk respons terhadap berbagai dampak negatif dari pariwisata massal, seperti kerusakan lingkungan, berkurangnya keaslian budaya lokal, serta munculnya ketimpangan ekonomi di masyarakat. Oleh karena itu, penerapan wisata berkelanjutan menjadi penting agar pengelolaan destinasi wisata dapat berlangsung secara bertanggung jawab, inklusif, dan mampu memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi generasi saat ini maupun yang akan datang (Mussadad et al., 2019)

Menurut *United Nations World Tourism Organization*, wisata berkelanjutan adalah bentuk pariwisata yang mempertimbangkan secara penuh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini maupun di masa depan, serta memenuhi kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan, dan masyarakat setempat. Definisi ini menekankan pentingnya keseimbangan antara pemanfaatan dan pelestarian sumber daya.

Secara teoritis, wisata berkelanjutan dibangun atas tiga pilar utama, yaitu:

- a. Keberlanjutan Ekonomi

Keberlanjutan ekonomi dalam sektor pariwisata merujuk pada kemampuan suatu destinasi untuk memberikan manfaat finansial secara konsisten dan jangka panjang bagi masyarakat lokal. Manfaat tersebut dapat berupa peningkatan pendapatan, pembukaan peluang kerja serta pertumbuhan dan penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks ini, destinasi wisata seperti pasar tradisional memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal apabila dikelola secara efektif dan berorientasi pada pemberdayaan masyarakat.

Secara teoritis, John Swarbrooke (Wilson et al., 2024) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan harus mampu menjamin keberlangsungan aktivitas ekonomi tanpa merusak sumber daya yang menjadi daya tarik utama wisata. Selain itu, Richard Sharpley dalam (Nathaniela Christy et al., 2022) menekankan bahwa keberlanjutan ekonomi dalam pariwisata ditandai dengan distribusi manfaat yang adil bagi masyarakat lokal serta peningkatan kesejahteraan secara merata. Sementara itu, *United Nations World Tourism Organization* juga menegaskan bahwa pariwisata yang berkelanjutan harus berkontribusi pada pengentasan kemiskinan dan penguatan ekonomi lokal melalui keterlibatan aktif komunitas setempat.

b. Keberlanjutan Sosial dan Budaya

Wisata berkelanjutan menuntut adanya upaya untuk melindungi serta mempertahankan nilai-nilai sosial dan budaya yang hidup dalam masyarakat lokal. Interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat seharusnya mampu memperkuat identitas budaya dan memperkaya pemahaman lintas budaya, bukan justru menyebabkan degradasi atau hilangnya keaslian budaya tersebut. Oleh karena itu, pelestarian tradisi, adat istiadat, serta kearifan lokal menjadi elemen penting dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Secara teoritis, Dallen J. Timothy (Sri Widari, 2020) menyatakan bahwa pelestarian warisan budaya merupakan komponen utama dalam menjaga keberlanjutan destinasi wisata, karena budaya lokal menjadi daya tarik yang tidak tergantikan. Selain itu, Greg Richards menekankan bahwa pariwisata berbasis budaya harus mampu memberikan manfaat bagi komunitas lokal sekaligus menjaga keaslian budaya yang dimiliki. Sementara itu, *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* menegaskan pentingnya perlindungan warisan budaya, baik yang bersifat berwujud maupun tidak berwujud, sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan dalam sektor pariwisata (Nathaniela Christy et al., 2022).

c. Keberlanjutan Lingkungan

Dimensi lingkungan dalam pariwisata berkelanjutan menitikberatkan pada upaya pelestarian sumber daya alam, seperti kualitas air, udara, serta keseimbangan ekosistem. Pengelolaan destinasi wisata perlu dilakukan secara bijaksana dengan mempertimbangkan daya dukung lingkungan, sehingga aktivitas pariwisata tidak menimbulkan kerusakan yang dapat mengancam keberlanjutan destinasi tersebut di masa depan.

Secara teoritis, David Edgell (2019) menyatakan bahwa keberlanjutan lingkungan dalam pariwisata sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam mengendalikan dampak negatif terhadap alam melalui perencanaan yang tepat (Edgell, 2019). Selain itu, Martha Honey (2008) menekankan bahwa pariwisata yang berkelanjutan harus mampu melindungi lingkungan sekaligus memberikan edukasi kepada wisatawan tentang pentingnya konservasi. Sementara itu, *United Nations Environment Programme* juga menegaskan bahwa pengelolaan pariwisata yang bertanggung jawab harus menjaga kelestarian lingkungan dengan meminimalkan pencemaran dan eksploitasi sumber daya alam secara berlebihan (Yasa, 2010).

Konsep wisata berkelanjutan juga berkaitan erat dengan pendekatan *community-based tourism*, yaitu keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Partisipasi masyarakat ini penting agar manfaat dari kegiatan pariwisata dapat dinikmati secara adil dan merata oleh berbagai pihak dan mendukung kesejahteraan lokal (Evita et al., 2015). Dalam praktiknya, penerapan wisata berkelanjutan memerlukan strategi yang terintegrasi, seperti pengembangan infrastruktur yang ramah lingkungan, promosi berbasis digital, serta sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat. Evaluasi secara berkelanjutan juga diperlukan untuk dapat memastikan pengembangan pariwisata tetap berada pada jalur yang sesuai dengan prinsip keberlanjutan.

Dengan demikian, kajian teoritis mengenai wisata berkelanjutan menegaskan bahwa keberhasilan suatu destinasi wisata tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga dari sejauh mana destinasi tersebut mampu menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan perlindungan lingkungan secara berkelanjutan.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif (LEAVY, 2019) untuk menggali kondisi aktual dan merumuskan strategi keberlanjutan wisata Pasar Apung Banjarmasin melalui analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results). Penelitian dilakukan di kawasan wisata Pasar Apung Banjarmasin, Kalimantan Selatan, dengan objek penelitian meliputi aktivitas wisata, pedagang, pengelola wisata, dan wisatawan. Data yang digunakan terdiri atas data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara, serta data sekunder yang berasal dari laporan resmi, jurnal ilmiah, dokumen pemerintah, dan literatur terkait. Informan penelitian berjumlah 12 orang yang terdiri dari 5 pedagang, 3 pengelola wisata, dan 4 wisatawan, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pendekatan SOAR untuk mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi para pemangku kepentingan, serta hasil yang diharapkan guna mendukung keberlanjutan wisata. Hasil penelitian disajikan secara sistematis dalam bentuk deskripsi naratif, tabel analisis SOAR, serta gambar atau ilustrasi pendukung untuk mempermudah pemahaman dan memperkuat interpretasi temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pasar Apung Banjarmasin merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Kalimantan Selatan yang memiliki keunikan berupa aktivitas jual beli di atas perahu (jukung). Kegiatan ini tidak hanya menjadi sarana ekonomi masyarakat lokal, tetapi juga daya tarik wisata berbasis budaya.

Tabel 1. Kondisi Eksisting Pasar Apung Banjarmasin

Aspek	Kondisi Sebelumnya (2018–2019)	Kondisi Saat Ini (2023–2024)
Jumlah Kunjungan	>50.000 wisatawan/tahun	~35.000 wisatawan/tahun (turun ~30%)
Jumlah Pedagang Aktif	±80 pedagang perahu aktif	±45 pedagang perahu aktif (turun ~44%)

Aspek	Kondisi Sebelumnya (2018–2019)	Kondisi Saat Ini (2023–2024)
Pola Konsumsi Wisatawan	Dominan belanja langsung produk tradisional di atas perahu	Bergeser ke konsumsi pengalaman/foto; pembelian produk menurun; wisatawan lebih memilih kuliner modern di pinggir sungai
Promosi Digital	Mengandalkan promosi konvensional dan word of mouth	Akun media sosial ada namun belum dikelola secara optimal dan konsisten
Fasilitas Wisata	Fasilitas terbatas (dermaga sederhana)	Dermaga diperbarui namun fasilitas pendukung (toilet, area parkir, wi-fi publik) masih terbatas
Pengelolaan Sampah	Belum ada sistem pengelolaan khusus	Masih menjadi tantangan utama; kualitas air sungai mempengaruhi kenyamanan wisatawan

Sumber : Hasil observasi dan wawancara lapangan, 2026

Berdasarkan Tabel 1, kondisi eksisting Pasar Apung Banjarmasin menunjukkan adanya penurunan pada beberapa aspek utama pariwisata dan aktivitas ekonomi selama periode 2018–2019 dibandingkan kondisi tahun 2023–2024. Jumlah kunjungan wisatawan mengalami penurunan dari lebih dari 50.000 wisatawan per tahun menjadi sekitar 35.000 wisatawan per tahun atau turun sekitar 30%. Penurunan ini menunjukkan berkurangnya daya tarik wisata Pasar Apung dibandingkan beberapa tahun sebelumnya.

Selain itu, jumlah pedagang perahu aktif juga mengalami penurunan cukup signifikan, yaitu dari sekitar 80 pedagang menjadi hanya sekitar 45 pedagang atau turun sekitar 44%. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa aktivitas ekonomi tradisional di Pasar Apung semakin berkurang, yang dapat dipengaruhi oleh menurunnya jumlah pembeli, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta berkurangnya minat generasi muda untuk melanjutkan usaha perdagangan tradisional di sungai.

Perubahan pola konsumsi wisatawan juga terlihat cukup jelas. Sebelumnya wisatawan lebih dominan melakukan pembelian langsung produk tradisional di atas perahu sebagai bagian dari pengalaman budaya. Namun, saat ini wisatawan cenderung lebih tertarik pada wisata pengalaman, spot foto, dan kuliner modern di sekitar kawasan sungai. Pergeseran ini menyebabkan transaksi perdagangan tradisional mengalami penurunan.

Dari aspek promosi, sebelumnya Pasar Apung lebih banyak mengandalkan promosi konvensional dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Saat ini media sosial mulai digunakan sebagai sarana promosi, namun pengelolaannya masih belum optimal dan belum dilakukan secara konsisten. Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi promosi digital Pasar Apung masih belum dimanfaatkan secara maksimal untuk menarik wisatawan, khususnya generasi muda.

Pada aspek fasilitas wisata, meskipun dermaga telah mengalami pembaruan, fasilitas pendukung seperti toilet, area parkir, dan akses wi-fi publik masih terbatas. Kondisi ini dapat memengaruhi kenyamanan wisatawan selama berkunjung ke kawasan Pasar Apung.

Selain itu, pengelolaan sampah masih menjadi tantangan utama. Kualitas air sungai yang dipengaruhi oleh sampah dapat menurunkan kenyamanan dan citra wisata Pasar Apung. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan lingkungan yang lebih baik agar keberlanjutan wisata berbasis budaya sungai tetap terjaga.

Secara keseluruhan, tabel tersebut menunjukkan bahwa Pasar Apung Banjarmasin memiliki potensi wisata budaya yang kuat, namun menghadapi tantangan berupa penurunan aktivitas perdagangan tradisional, perubahan preferensi wisatawan, keterbatasan fasilitas, dan

belum optimalnya promosi digital. Kondisi ini memerlukan strategi pengembangan yang lebih inovatif dan berkelanjutan agar daya tarik wisata Pasar Apung dapat meningkat kembali.

Tabel 2. Temuan Hasil Wawancara

Informan	Temuan Utama	Dampak terhadap Pasar Apung
Pedagang	Jumlah pembeli menurun pada hari biasa	Pendapatan pedagang tidak stabil
Pengelola	Promosi digital belum optimal	Wisata kurang dikenal generasi muda
Wisatawan	Fasilitas masih terbatas	Menurunkan kenyamanan kunjungan
Masyarakat sekitar	Event budaya mampu meningkatkan kunjungan	Potensi wisata budaya masih besar
Pelaku UMKM	Penjualan meningkat saat festival berlangsung	Event wisata efektif meningkatkan ekonomi local

Sumber : Hasil observasi dan wawancara lapangan, 2026

Berdasarkan Tabel 2, hasil wawancara menunjukkan bahwa Pasar Apung Banjarmasin menghadapi berbagai tantangan sekaligus memiliki potensi pengembangan wisata yang cukup besar. Dari sisi pedagang, menurunnya jumlah pembeli pada hari biasa berdampak pada ketidakstabilan pendapatan. Kondisi ini menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi di Pasar Apung masih sangat bergantung pada tingkat kunjungan wisatawan, terutama pada momen tertentu seperti akhir pekan atau pelaksanaan festival budaya.

Selanjutnya, pihak pengelola mengungkapkan bahwa promosi digital masih belum optimal. Dampaknya, Pasar Apung kurang dikenal oleh generasi muda yang saat ini lebih aktif memperoleh informasi wisata melalui media sosial dan platform digital. Hal tersebut menunjukkan perlunya strategi pemasaran digital yang lebih inovatif dan konsisten agar daya tarik Pasar Apung dapat menjangkau pasar wisata yang lebih luas.

Dari perspektif wisatawan, keterbatasan fasilitas seperti area parkir, toilet, serta fasilitas pendukung lainnya dinilai masih memengaruhi kenyamanan selama berkunjung. Kondisi tersebut dapat menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan dan minat kunjungan ulang ke Pasar Apung.

Sementara itu, masyarakat sekitar menilai bahwa pelaksanaan event budaya mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Temuan ini menunjukkan bahwa Pasar Apung memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata budaya yang dapat dikembangkan melalui kegiatan festival, pertunjukan seni tradisional, maupun atraksi berbasis budaya sungai.

Selain itu, pelaku UMKM menyampaikan bahwa penjualan produk mengalami peningkatan saat festival berlangsung. Hal ini membuktikan bahwa event wisata tidak hanya berdampak pada sektor pariwisata, tetapi juga memberikan efek ekonomi positif bagi pelaku usaha lokal dan masyarakat sekitar.

Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa keberlangsungan Pasar Apung dipengaruhi oleh faktor ekonomi, promosi digital, fasilitas wisata, serta penguatan event budaya. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang terintegrasi antara pengelola, masyarakat, dan pelaku UMKM untuk meningkatkan daya tarik wisata sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal Pasar Apung Banjarmasin.

Hasil Analisis SOAR

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, diperoleh analisis SOAR sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil SOAR Pasar Apung Banjarmasin

Analisis	Hasil analisis
Strengths (Kekuatan)	<ul style="list-style-type: none"> a) Keunikan budaya lokal yang tidak dimiliki daerah lain b) Tradisi jual beli di atas sungai yang masih terjaga c) Menjadi ikon wisata daerah yang memiliki nilai historis tinggi d) Daya tarik visual yang kuat untuk promosi digital
Opportunities (Peluang)	<ul style="list-style-type: none"> a) Adanya potensi peningkatan minat wisatawan terhadap wisata budaya berbasis kearifan lokal b) Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata c) Potensi kolaborasi dengan pelaku industri kreatif
Aspirations (Aspirasi)	<ul style="list-style-type: none"> a) Keinginan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan melalui pariwisata b) Harapan pemerintah untuk menjadikan Pasar Apung sebagai destinasi unggulan nasional c) Kebutuhan akan fasilitas yang lebih memadai dan modern d) Pelestarian budaya lokal agar tetap eksis di tengah modernisasi
Results (Hasil yang Diharapkan)	<ul style="list-style-type: none"> a) Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan b) Meningkatnya pendapatan masyarakat lokal c) Terjaganya kelestarian budaya dan lingkungan d) Terciptanya destinasi wisata yang berkelanjutan

Sumber : diolah Penulis, 2026

Hasil analisis *Strengths* (kekuatan), Pasar Apung Banjarmasin memiliki keunggulan utama yang terletak pada keunikan budaya lokal yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Tradisi jual beli di atas sungai yang masih bertahan hingga saat ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Selain itu, Pasar Apung juga dikenal sebagai ikon wisata daerah yang memiliki nilai historis tinggi, sehingga memperkuat identitas budaya lokal. Keindahan visual aktivitas di atas sungai juga memberikan potensi besar dalam mendukung promosi digital, terutama melalui media sosial.

Dari sisi *Opportunities* (peluang), terdapat berbagai unsur dari luar yang dapat dimanfaatkan sebagai peluang dalam mendukung pengembangan wisata Pasar Apung. Meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata berbasis budaya menjadi peluang utama yang dapat dioptimalkan. Selain itu, perkembangan teknologi digital dan media sosial memberikan kemudahan dalam melakukan promosi secara luas dan efektif. Dukungan pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata juga menjadi faktor penting, ditambah dengan peluang kolaborasi bersama pelaku industri kreatif yang dapat meningkatkan daya tarik destinasi.

Pada aspek *Aspirations* (aspirasi), hasil penelitian menunjukkan adanya harapan dari berbagai pemangku kepentingan terhadap pengembangan Pasar Apung. Masyarakat lokal menginginkan peningkatan kesejahteraan melalui aktivitas pariwisata yang berkelanjutan. Pemerintah juga memiliki visi untuk menjadikan Pasar Apung sebagai destinasi unggulan di tingkat nasional. Di sisi lain, terdapat kebutuhan akan peningkatan fasilitas yang lebih memadai

dan modern guna menunjang kenyamanan wisatawan. Pelestarian budaya lokal juga menjadi aspirasi utama agar tradisi yang ada tidak hilang di tengah arus modernisasi.

Sementara itu, pada aspek *Results* (hasil yang diharapkan), pengembangan Pasar Apung diarahkan pada konsep wisata berkelanjutan (sustainable tourism) dan community-based tourism (CBT). Dalam konsep wisata berkelanjutan, pengembangan destinasi tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan ekonomi, pelestarian budaya lokal, serta kelestarian lingkungan sungai sebagai identitas utama Pasar Apung.

Dari aspek ekonomi, pengembangan wisata diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan pedagang, pelaku UMKM, dan masyarakat sekitar. Dari aspek sosial budaya, pelestarian aktivitas perdagangan tradisional, festival budaya sungai, dan keterlibatan masyarakat lokal menjadi bagian penting dalam menjaga keaslian budaya Pasar Apung. Sementara itu, dari aspek lingkungan, pengelolaan sampah dan kualitas lingkungan sungai perlu diperhatikan agar aktivitas wisata tetap berkelanjutan.

Selain itu, konsep *community-based tourism* diterapkan melalui keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan, promosi, dan pengembangan atraksi wisata. Masyarakat tidak hanya menjadi objek wisata, tetapi juga berperan sebagai pelaku utama dalam menciptakan pengalaman wisata berbasis budaya lokal. Dengan demikian, Pasar Apung diharapkan dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan, berbasis masyarakat, serta mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan secara jangka panjang.

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa Pasar Apung Banjarmasin memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berkelanjutan. Kekuatan utama berupa keunikan budaya menjadi aset penting yang dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan, terutama dalam tren pariwisata berbasis pengalaman (*experience tourism*).

Tabel 4. Matriks Strategi SOAR

Kombinasi	Strategi
S-O	Penguatan promosi digital berbasis storytelling budaya Pasar Apung melalui media sosial dan kolaborasi dengan kreator konten digital untuk menjangkau wisatawan yang lebih luas
S-A	Pelestarian budaya melalui festival rutin berbasis komunitas (<i>community-based tourism</i>) yang melibatkan pedagang, seniman lokal, dan pemerintah daerah secara aktif
O-R	Kolaborasi dengan influencer dan industri kreatif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, disertai dengan pengembangan paket wisata yang mengintegrasikan pengalaman budaya dan lingkungan sungai
A-R	Pengembangan fasilitas berbasis kebutuhan wisatawan dan masyarakat (toilet bersih, area duduk, wi-fi publik, pengelolaan sampah) sebagai prasyarat keberlanjutan lingkungan dan kenyamanan wisatawan

Sumber : diolah penulis 2026

Strategi yang dirumuskan melalui matriks SOAR di atas secara eksplisit terintegrasi dengan konsep wisata berkelanjutan dan *community-based tourism*. Strategi S-A dan O-R secara langsung menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama (*community-based tourism*) dalam pengelolaan dan pengembangan Pasar Apung, bukan sekadar sebagai objek atau penerima manfaat. Hal ini sejalan dengan prinsip wisata berkelanjutan pilar sosial-budaya yang menekankan partisipasi aktif masyarakat lokal (Evita et al., 2015). Strategi A-R berkaitan langsung dengan pilar

keberlanjutan lingkungan, khususnya dalam mengatasi permasalahan pengelolaan sampah dan kualitas air sungai yang menjadi tantangan utama Pasar Apung saat ini. Sementara strategi S-O berhubungan dengan pilar keberlanjutan ekonomi melalui pemanfaatan kekuatan budaya lokal untuk meningkatkan daya saing destinasi secara digital.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi Sugianti (2016) yang menunjukkan bahwa kekuatan utama Pasar Apung terletak pada keunikan budaya lokal. Namun, penelitian ini menemukan bahwa kekuatan tersebut belum dioptimalkan melalui strategi digital, berbeda dengan temuan Fajrian et al. (2023) yang menekankan pentingnya digitalisasi dalam pengembangan destinasi wisata. Dalam kajian teori wisata berkelanjutan (Yohanes, 2019; UNWTO, 2020), pengembangan Pasar Apung belum sepenuhnya memenuhi aspek keberlanjutan lingkungan, khususnya dalam pengelolaan sampah dan kualitas air sungai. Hal ini menunjukkan adanya gap antara konsep teoritis dan implementasi di lapangan yang perlu segera diatasi.

Dengan demikian, pendekatan SOAR terbukti efektif dalam merumuskan strategi yang lebih positif dan berorientasi pada potensi. Strategi ini mampu mendorong inovasi serta meningkatkan daya saing Pasar Apung Banjarmasin sebagai destinasi wisata berkelanjutan berbasis budaya dan komunitas lokal.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan wisata berbasis kekuatan dan peluang, serta didukung oleh aspirasi pemangku kepentingan, dapat menghasilkan strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan. Pendekatan ini juga dapat diterapkan pada destinasi wisata lain yang memiliki karakteristik serupa.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa wisata Pasar Apung Banjarmasin memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan secara berkelanjutan. Melalui pendekatan analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Results*), diketahui bahwa kekuatan utama terletak pada keunikan budaya lokal, tradisi jual beli di atas sungai, serta nilai historis yang tinggi sebagai ikon daerah. Dari sisi peluang, perkembangan teknologi digital, meningkatnya minat wisata budaya, serta dukungan pemerintah menjadi faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan secara optimal. Aspirasi dari para pemangku kepentingan menunjukkan adanya keinginan bersama untuk meningkatkan kualitas destinasi, kesejahteraan masyarakat, serta pelestarian budaya lokal. Hasil yang diharapkan dari upaya pengembangan ini mencakup bertambahnya jumlah wisatawan, meningkatnya pendapatan masyarakat, serta terpeliharanya kelestarian lingkungan dan budaya. Penelitian ini menegaskan bahwa pendekatan SOAR yang diperkaya dengan data empiris dan formulasi strategi operasional mampu memberikan kontribusi yang lebih aplikatif dibandingkan pendekatan deskriptif semata. Temuan ini juga membuka peluang pengembangan model SOAR berbasis partisipatif dalam konteks pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

REFERENSI

- Achmad, G. N., & Rahmawati, R. (2020). Analisis Pengaruh Threat Emotion Konsumen, Brand Trust dan Corporate Image pada Keputusan Penggunaan Jasa. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management*, 13(1), 49. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v13i1.17054>
- Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., Mamun, S., & Lestari, G. A. (2024). Strategi Pemasaran Batara

- Haji Dan Umrah iB Bank Tabungan Negara Syariah Ditinjau Dengan Analisis SOAR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 2002–2009.
- Ali, B. S. (2015). Strategi Pengembangan Fasilitas Guna Meningkatkan Daya Tarik Minat Wisatawan Di Darajat Pass (Waterpark) Kecamatan Pasirwangi Kabupaten Garut. *Universitas Pendidikan Indonesia*, 10, 9–30.
- Badan Pusat Statistika. (2023). Statistik E Commerce. In *Badan Statistiks Nasional (BPS)*. <https://www.bps.go.id/>
- Deti, R., Mantri, Y. M., & Yusuf, R. (2022). Identification of Productivity Factors in Increasing Economic Resilience in West Java. *Wacana Ekonomi*.
- Evita, R., Sirtha, I. N., & Sunartha, I. N. (2015). DAMPAK PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN SARANA AKOMODASI WISATA TERHADAP PARIWISATA BERKELANJUTAN DI BALI : Rossi Evita, I Nyoman Sirtha, I Nyoman Sunartha. *Program Pascasarjana Universitas Udayana, Bali*, 2(1), 1–12. <https://ocs.unud.ac.id/index.php/jip/article/view/3684>
- Fajrian, F., Muhamad Imron Zamzani, & Afrizal, F. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Industri Kreatif Digital di Kota Balikpapan. *Jurnal Surya Teknik*, 10(1), 584–589. <https://doi.org/10.37859/jst.v10i1.4768>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). Generation Z McKinsey. *McKinsey & Company*, 10. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx>
- Hautsmand, F. A. De, & Saifuddin, J. A. (2024). *Analisa Peningkatan Pelanggan Pasang Baru di Pelayanan Teknis Barat PDAM Surabaya Menggunakan Metode SOAR. 1*.
- Kamkankaew, P. (2023). CURRENT TRENDS IN STRATEGIC MANAGEMENT: A COMPARATIVE ANALYSIS OF SWOT AND SOAR APPROACHES. *RMUTT Global Business Accounting and Finance Review*, 7(2).
- Kamkankaew, P., Thanitbenjasith, P., Sribenjachot, S., & Sanpatanon, N. (2024). *How Artificial Intelligence is Helping Businesses Grow and Thrive : The Transformative Role of Artificial Intelligence in Thai B2C Digital Marketing*. 4(1), 137–164.
- Karadzov, V. (2026). How to Create the Best SOAR Analysis. *International Journal of Digital Research*, 2(1), 77–89.
- Khotimah, K., Daulay, A. N., & Harahap, M. I. (2025). ISLAMIC FINANCIAL STRATEGY FOR FURNITURE BUSINESS DEVELOPMENT : A SOAR ANALYSIS. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Islam*, 13(2), 109–124.
- LEAVY, P. (2019). Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches. In *THE GUILFORD PRESS* (Vol. 11, Issue 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- M Priono. (2024). KABUPATEN BANJAR , KALIMANTAN SELATAN SEBAGAI DESA WISATA TERINTEGRASI DENGAN PASAR APUNG LOK BAIN TAN). Desa Paku Alam merupakan salah satu Desa di Kecamatan Gambar 1 . Peta Desa Paku Alam dan Kantor UT Banjarmasin . Terapung Lok Baintan , desa Paku Alam. *Seminar Terbuka Pengabdian*

Pada Masyarakat Universitas Terbuka, 9315, 553–566.

- Muhamad, A. C. G. (2021). STRATEGI PENGELOLAAN PARIWISATA BERKELANJUTAN STRATEGY OF SUSTAINABLE TOURISM MANAGEMENT IN WISATA ALAM. *Jurnal Teknosains, 11*(1), 51–65.
- Mussadad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Manajemen, 2*(1), 73–93.
- Nathaniela Christy, T., Afia, N., Firdausi, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Inovasi Model Bisnis Berkelanjutan: Teknologi, Gaya Hidup & Keberlanjutan. *Journal of Cleaner Production, 45*, 9–19.
- Nomelani. (2019). Sembilan Kota Pusaka. *Budaya Kota Dan Pasar Apung Kalimantan, 1–16.*
- Pujianto, W. E., Musyaffaah, L., Muharrom, M., & Haromainy, A. (2022). Integrated Marketing Communication Pada Daya Tarik Embrio Destinasi Wisata Bahari Melalui Brand Building Abstract . *Iqtisaduna, 8*(1), 57–71. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i1.29593>
- Rosdiana; Sadik Ikhsan; Umi Salawati. (2022). Analisis Kelayakan Usaha Coffee Shop “Setara” Banjarbaru Kalimantan Selatan (Aspek Manajemen Sumberdaya Manusia dan Aspek Finansial). *Frontier Agribisnis, 6*(3), 66–75.
- Santoso, A. (2021). MENAKAR AKAR PENENTU PEMBELIAN JASA WISATA Measuring the Root Determinant of Tourist Services Purchases. *Jurnal Kepariwisata Indonesia, 15*(1), 1–8.
- Sri Widari, D. A. D. (2020). Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan: Kajian Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata, 1*(1), 1–11. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i1.12>
- Wibowo, N. A., & Supriyatno, D. (2024). Analisis Kelayakan Reaktivasi Jalur Kereta Api Madiun-Slahung (Ponorogo) Dengan Pendekatan SOAR (Strengths, Opportunities, Aspiration, Result). *Jurnal Media Publikasi Terapan Transportasi, 2*(1), 13–22.
- Wilson, G., Johnson, O., & Brown, W. (2024). *The Impact of Artificial Intelligence on Digital Marketing Strategies Marketing Strategies.* <https://doi.org/10.20944/preprints202408.0276.v1>
- Yanuar Sathio Insanaputra. (2023). DAMPAK EKONOMI SPORT TOURISM KEPADA UMKM DI DAERAH YOGYAKARTA TERHADAP GAYA HIDUP SPORTY : STUDI KASUS KOMUNITAS LARI BERBASIS DI AGOGE COFFEE. *Jurnal Flight Attendant Kedirgantaraan, 5*(2), 258–271.
- Yasa, I. G. W. M. (2010). Ekonomi Hijau, Produksi Bersih dan Ekonomi Kreatif: Pendekatan Pencegahan Risiko Longkungan Menuju Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas di Pulau Bali. *Jurnal Bumi Lestari, 10*(2), 285–294.
- Yohanes, F. . (2019). PARIWISATA BERKELANJUTAN DALAM PERSPEKTIF PARIWISATA BUDAYA DI TAMAN HUTAN RAYA BANTEN. In *Jurnal Pariwisata* (Vol. 3, Issue 12).