



Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

28%

SIMILARITY INDEX

Submission author: Muhammad Al Mughni
Assignment title: JURNAL
Submission title: PERUBAHAN SOSIAL EKONOMI PEDAGANG KAKI LIMA DI OBJ...
File name: Ejournal_Muhammad_Al Mughni_Pemosos_1.doc
File size: 146K
Page count: 12
Word count: 3,889
Character count: 25,907
Submission date: 25-Aug-2023 01:57:01 (UTC+07:00)
Submission ID: 2151011283



Wakil Dekan Bidang Akademik

Dr. Phil. I Ketut Gunawan, M.A
NIP.19631222 199002 1 001

eJournal Pembangunan Sosial, 2023, 1 (1): 1-7
ISSN 0000-0000, ejournal.ps.fisp-unmul.org
© Copyright 2023

PERUBAHAN SOSIAL EKONOMI PEDAGANG KAKI LIMA DI OBJEK WISATA TEBING LONCENG, KELURAHAN MANGKUPALAS, SAMARINDA SEBERANG

Muhammad Al Mughni¹

Abstrak

Penelitian ini untuk mengetahui perubahan sosial ekonomi yang terjadi pada pedagang kaki lima di objek wisata Tebing Lonceng, Kelurahan Mangkupalas, Samarinda Seberang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan teknik observasi dan wawancara. Analisis lebih mendalam bagaimana keberadaan objek wisata mempengaruhi kehidupan sosial ekonomi pedagang kaki lima di sekitarnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan objek wisata Tebing Lonceng telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan sosial ekonomi pedagang kaki lima. Dalam aspek sosial, objek wisata ini menciptakan peluang sosialisasi antara pedagang kaki lima dan wisatawan, yang berkontribusi pada peningkatan hubungan sosial dan keterbukaan terhadap budaya yang berbeda. Secara ekonomi, objek wisata ini telah meningkatkan pendapatan pedagang kaki lima melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang berdampak pada peningkatan penjualan produk dan jasa yang mereka tawarkan. Studi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika perubahan sosial ekonomi pedagang kaki lima di sekitar objek wisata dan memberikan masukan bagi pihak terkait dalam mengembangkan kebijakan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Perubahan sosial ekonomi, pedagang kaki lima, objek wisata.

Pendahuluan

Kota Samarinda menjadi salah satu kota dari 25 kota yang terpilih sebagai bagian dari keberhasilan gerakan 100 smart city. Dengan terpilihnya Kota Samarinda, salah satu tugas kota terpilih adalah menyusun masterplan dan menetapkan quickwin merupakan salah satu kewajiban kota yang terpilih. Merespon hal tersebut, Peraturan Walikota Samarinda Nomor 8 Tahun 2018 tentang master plan Samarinda smart city bertujuan untuk memberikan arahan percepatan strategi, kebijakan, dan pembangunan kota Samarinda. Adapun salah satu pilar dari smart city adalah smart branding yang merupakan sebuah inovasi dalam memasarkan daerahnya sehingga mampu meningkatkan daya saing daerah

¹Muhammad Al Mughni, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: mhmmud.almughni99@gmail.com