

# STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA BERBASIS GASTRONOMI DI *COASTAL AREA* (PULAU BANGKA)

Winne Riesky Alifah & Geraldine Carla Daniella Podung\*

<http://doi.org/10.5614/wpar.2024.22.1.05>

Diserahkan : 12 November 2023

Diterima: 25 Juni 2025

Diterbitkan: 30 Juni 2024

\*Penulis korespondensi, e-mail:  
andingeraldine@gmail.com

Destinasi pariwisata memerlukan daya tarik yang menjadi poin utama yang akan dijual pada industri pariwisata. Pariwisata berbasis gastronomi menjadi salah satu yang menarik saat ini. Dalam rangka pengembangan suatu destinasi pariwisata, maka dibutuhkan strategi yang tepat. Tujuan penelitian ini untuk melihat dan mengidentifikasi strategi yang cocok untuk diterapkan dalam memulai pengembangan destinasi wisata berbasis gastronomi di Pulau Bangka yang memiliki berbagai potensi dan kekuatan sebagai destinasi pariwisata gastronomi. Sehingga nantinya dengan strategi yang disesuaikan dengan target tersebut dapat dilakukan pengembangan secara bertahap di Pulau Bangka untuk membantu meningkatkan perekonomian melalui pendapatan daerah serta branding terhadap Pulau Bangka.

**Kata Kunci:** Destinasi, Pariwisata Gastronomi dan Pengembangan.

Indonesia adalah Negara yang kaya akan sumber daya alam dan keberagaman budaya, didukung juga dengan karakteristiknya sebagai negara kepulauan, Indonesia memiliki berbagai macam keanekaragaman baik dari suku, budaya, adat istiadat yang tersebar pada setiap daerahnya. Dari keberagaman inilah yang menjadikan Indonesia unik dan memiliki banyak potensi. Salah satunya pada bidang kuliner tradisional. Setiap daerah di Indonesia memiliki kuliner khasnya masing-masing, yang mana hal ini menjadi menarik bagi wisatawan yang senang dengan kegiatan eksplorasi kuliner saat berkunjung ke suatu destinasi wisata. Berwisata untuk menikmati dan mengenal lebih dalam mengenai suatu sajian kuliner dikenal juga dengan sebutan wisata gastronomi.

Gastronomi adalah sebuah ilmu yang mempelajari serta mengapresiasi segala jenis makanan dan minuman. Gastronomi ini mencakup juga pengetahuan mendalam mengenai kuliner khas dari berbagai daerah di seluruh dunia. Berdasarkan pendapat dari Santich B., menjelaskan gastronomi yaitu suatu perpaduan mengenai beragam cara dalam melibatkan setiap hal tentang makanan dan minuman kepada wisatawan tetapi dalam prosesnya, dapat memberikan pengalaman bagi wisatawan selama kegiatan



Sumber: citra google earth, 2023

**Gambar 1.** Peta Administrasi Pulau Bangka

berwisata melalui makanan dan minuman yang mereka cicipi.

Konsumen kontemporer tertarik untuk mengambil sampel dari gastronomi lokal (Miroso, 2012) sedangkan untuk turis modern sendiri mereka berpergian untuk mencari pengalaman kuliner yang berkesan (Wijaya, 2013) mereka juga lebih banyak mengkonsumsi produk makanan yang bersifat artisan dan keberlangsungannya dapat diperluas karena gastronomi untuk menghasilkan keberlanjutan untuk suatu destinasi (Glaesser, 2017). Maka dari itu suatu destinasi harus berupaya memiliki komitmen pada

gastronomi sebagai sumbu atau pusat utama dari produk wisatanya (Chi,2010).

*Coastal tourism* didefinisikan yaitu sebuah kegiatan wisata pantai yang meliputi olahraga, pengamatan alam dan satwa liar, penginapan kesehatan, relawan, dan aktivitas bermain. Tujuan adanya *coastal tourism* ini dikelompokkan menurut aspek budaya dan aktivitas keanekaragaman hayati. Di dalam bagian budaya terdapat gastronomi lokal yang diinginkan oleh para wisatawan yaitu menikmati wisata pantai selama kunjungan mereka. *Coastal tourism* pada saat ini menghadapi tantang besar mengenai bagaimana menyeimbangkan antara masalah lingkungan dengan kegiatan wisata.

Hal ini termasuk juga dengan proses pembuatan atau produksi dari makanan dan minuman tersebut. Dalam kesehariannya, makanan dan minuman dapat dikatakan sebagai salah satu penunjang untuk kemajuan kebudayaan yang ada di beberapa kota, namun dalam hal ini peneliti mengambil studi pada Kepulauan Bangka Belitung, khususnya Pulau Bangka yang merupakan salah satu dari beberapa tujuan destinasi wisata di Indonesia. Pulau Bangka memiliki potensi wisata yaitu wisata alam, wisata budaya dan makanan tradisional. Tradisional sendiri berarti kebiasaan yang sudah dilakukan secara turun temurun, atau yang diwariskan dari ‘nenek moyang’ sehingga cenderung melekat pada masyarakat. Hal tersebut kemudian menjadi sulit diubah atau dihilangkan, seperti layaknya makanan. Jenis tertentu yang biasa dikonsumsi setiap hari, dapat menjadi sesuatu yang diwariskan turun temurun dari leluhur sebelumnya, sehingga kemudian keunikan dari makanan atau minuman tersebut menjadi khas tradisional bagi masyarakat di daerah tersebut.

Masyarakat Pulau Bangka bersifat multietnik, hal ini karena penduduk asli dari Pulau Bangka sebenarnya adalah suku Melayu, namun kemudian hidup berdampingan erat bersama suku Cina yang telah cukup lama hidup dan bermukim di Pulau Bangka, sehingga budaya di Pulau Bangka banyak melibatkan kedua etnis ini. Adnya keberagaman dari masyarakat di Pulau Bangka menjadikan tingginya toleransi dalam masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari bagaimana tradisi dan budaya Melayu Bangka hadir dengan bersendikan agama Islam, akan tetapi mampu berdampingan dengan budaya dan agama lainnya yang ada di daerah tersebut.

Salah satu contoh tradisi Melayu Bangka yang hingga kini masih melekat dan dilakukan oleh penduduknya yaitu Tradisi Nganggung. Adapun tradisi ini adalah bentuk dari kebersamaan dan upaya gotong royong yang dikerjakan oleh masyarakat ketika akan membuat kegiatan bersama atau acara, baik itu berupa perayaan yang berkaitan dengan keagamaan seperti Maulud Nabi, maupun kegiatan yang berkaitan dengan kebudayaan misalnya upacara adat dan hajatan masyarakat seperti rebo kasan. Tradisinya sendiri dilakukan dengan adanya partisipasi masyarakat, di mana setiap keluarga akan membawa membawa satu dulang

makanan yang ditutup dengan tudung saji ke tempat berlangsungnya acara atau hajatan, yang umumnya dilakukan di masjid atau balai desa. Kemudian, oleh karena tradisi Nganggung, identik dengan setiap keluarga atau yang biasa disebut juga ‘pintu rumah’ akan membawa satu dulang makanan untuk si pemilik acara, maka tradisi nganggung ini dikenal juga dengan sebutan adat Sepintu Sedulang.

Pariwisata gastronomi sendiri yaitu kegiatan yang mengunjungi produsen makanan, festival, restoran, dan tempat makan tertentu. Oleh karena itu dari adanya potensi baik dari keberagaman makanan tradisional dan kebudayaan yang ada di Pulau Bangka seperti nganggung di mana aspek dari pembuatan makanan yang ada di dulang tersebut dan juga beberapa prosesi upacara adat maupun keagamaan tersebut sehingga berpotensi untuk menjadi salah satu wisata gastronomi, maka dengan adanya artikel ini yang berkaitan dengan strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk memajukan pengembangan pariwisata dan juga kebudayaan khususnya pada wisata gastronomi di *coastal destination* yaitu Pulau Bangka

### **Destinasi Pariwisata**

Destinasi pariwisata adalah entitas suatu wilayah geografis yang terdiri dari komponen atau produk wisata, didukung oleh layanan, fasilitas penunjang, *stakeholder* terkait baik pelaku industri, warga setempat, institusi pengembang yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan dan mendukung kualitas pengalaman kunjungan para wisatawan yang berkunjung atau berwisata (Legawa, 2008). Kemudian pendapat lain mengenai pengertian destinasi wisata yaitu wilayah geografis tertentu di mana pengunjung dapat menikmati berbagai jenis pengalaman perjalanan (Goeldner & Ritchie, 2003). Destinasi pariwisata adalah wilayah geografis yang mengandung karakteristik lanskap dan budaya yang berada dalam posisi untuk menawarkan produk pariwisata, yang berarti gelombang luas fasilitas dalam transportasi, akomodasi, makanan dan setidaknya satu aktivitas atau pengalaman yang luar biasa dapat dirasakan oleh wisatawan (Framke, 2001).

Destinasi pariwisata dapat diartikan tempat di mana wisatawan memilih untuk menginap sejenak untuk pengalaman wisata, terkait dengan satu atau lebih terkait dengan fitur atau karakteristik suatu tempat yang bisa diartikan semacam daya tarik yang dirasakan (Leiper, 2004). Destinasi pariwisata memiliki artian yaitu suatu Kawasan geografis tertentu yang berisi produk pariwisata yang memotivasi wisatawan yang berkunjung dan mendorong kegiatan pariwisata (Koestantia, et al. 2014). Dengan pengembangan lebih lanjut dan penggunaan bersama definisi pada sisi penawaran spasial dan ekonomi dari destinasi pariwisata, dengan pendekatan yang lebih canggih dapat dibangun, terutama pendekatan sistem jaringan.

Dalam pandangan sistem, destinasi didefinisikan sebagai area yang tidak memiliki batasan administrasi, di mana

aspek wisata dalam hal ini saling terkait dan terintegrasi satu sama lain dengan suatu sistem pariwisata. Sistem pariwisata tersebut meliputi produk wisata yang merupakan obyek yang ditawarkan, di mana di dalamnya 3 bagian unsur utama yakni daya tarik wisata, fasilitas penunjang kegiatan wisata, dan aksesibilitas yang berkaitan dengan kemudahan mencapai daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2002). Daya tarik wisata yang merupakan salah satu dari komponen utama pariwisata ini memiliki 2 jenis yang paling umum, yaitu:

1. Daya tarik wisata budaya, di dalamnya termasuk objek peninggalan bersejarah atau objek purbakala, Bahasa daerah dan adat istiadat, berbagai bentuk kesenian khas, baik itu seni Lukis, seni kerajinan tangan dan ukir, seni musik, tarian, ataupun hasil karya pada bangunan (gaya arsitektur dan lansekap)
2. Daya tarik wisata alam, yang meliputi keberagaman jenis flora dan fauna, kondisi lansekap dan geografi, sumber daya alam gunung, bukit, danau, sungai, laut/pantai, atau perairan lainnya.

Dari kedua komponen di atas mengenai daya tarik wisata maka dalam penelitian ini peneliti akan membahas mengenai area pesisir (*coastal area*) sebagai salah satu daya tarik wisata alam dengan komponen laut atau pantai.

### Konsep dan Definisi Coastal Area, Coastal Destination, dan Coastal Tourism

Wilayah atau kawasan pesisir merupakan daerah peralihan ekosistem darat dan ekosistem laut. Daerah peralihan juga dipengaruhi oleh perubahan dari darat dan laut. Terkait dengan pariwisata pada kawasan pesisir ini, terdapat 5 kategori yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kawasan wisata, antara lain; *shoreline stabilization*; *water quality*; *biodiversity*; *food production*; dan *tourism activity* (Burke, et al, 2002). *Biodiversity* atau biodiversi merupakan keberagaman yang di dalamnya termasuk berbagai jenis sumber daya alam, kebudayaan, alat dan aktivitas. *Tourism* merupakan kegiatan yang di dalamnya akan terjalin interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan atau pengunjung. Wilayah pesisir adalah Kawasan dengan banyak potensi sebagai destinasi wisata di mana biasa digunakan istilah *coastal destination* yang merupakan suatu wilayah pesisir yang dijadikan juga sebagai suatu destinasi untuk kegiatan pariwisatanya. Kegiatan pariwisata yang berlokasi di daerah wilayah pesisir biasa juga disebut dengan *Coastal Tourism*.

*Coastal tourism* merupakan sebutan dari konsep yang memanfaatkan kawasan pesisir (umumnya pesisir pantai), sebagai kawasan wisata yang berkelanjutan dan dapat memberi nilai tambah perekonomian untuk wilayah tersebut. *Coastal tourism* ini melibatkan kombinasi dari keberagaman yang ada di darat dan di laut, baik itu keberagaman alam, keberagaman budaya, dan keberagaman aktivitas masyarakat lokal (Satta, et al. 2009). Dalam pencapaian untuk melakukan penerapan konsep *Coastal*



Sumber: google photos, 2023.

**Gambar 2.** Kuliner khas Bangka

*tourism* ini keberagaman menjadi poin pentingnya. Salah satu bentuk keberagaman yang dapat dilestarikan yaitu aktivitas dari masyarakat lokal itu sendiri.

Dalam implementasinya, aspek sosial-ekonomi warga lokal, khususnya minat masyarakat lokal dan kondisi kesehatan menjadi aspek yang perlu diperhatikan juga dalam pengembangan *coastal tourism* (Satta, et al. 2009). Konsep wisata kawasan pesisir ini lebih baik apabila pekerjaan dari masyarakat setempatnya dapat berkontribusi dalam kegiatan pariwisata. Adapun cara untuk menciptakan *Coastal Tourism* yang berkelanjutan yakni dengan seimbang upaya konservasi lingkungan dan upaya masyarakat dalam pengelolaan serta pemanfaatan sumber daya yang ada (Gosh, 2011).

### Pariwisata Gastronomi

*World Tourism Organization* (UNWTO) mendefinisikan pariwisata gastronomi sebagai salah satu tipe dari aktivitas pariwisata yang berkarakteristik untuk menambah pengalaman wisatawan melalui makan dan beberapa produk yang berkaitan dengan perjalanannya. Pariwisata gastronomi dapat dikaitkan dengan bagian yang berbeda dari rantai produksi yang mengarah ke konsumsi, sehingga gastronomi merupakan elemen yang semakin penting dari pengalaman berwisata (Richard,2021). Pariwisata gastronomi didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang berkaitan dengan penelitian dan penemuan budaya serta sejarah melalui makanan yang mempengaruhi pembentukan pada pengalaman yang tidak bisa dilupakan (Vukolic,2020). Pariwisata gastronomi juga memiliki arti sebagai mengunjungi produsen makanan, festival, restoran dan tempat makan tertentu (Hall, 2001). Pengalaman gastronomi dapat menambah nilai pariwisata dengan menyediakan hubungan antara budaya lokal, lanskap, dan makanan (Prasongthan, 2022). Dalam prosesnya pariwisata gastronomi menawarkan banyak potensi yang menarik untuk meningkatkan manajemen destinasi, mempromosikan

**Tabel 1.** Matriks SWOT Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Gastronomi di Coastal Area (Pulau Bangka)

		INTERNAL	
		Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
		Kunjungan wisatawan ke Pulau Bangka meningkat setiap tahunnya.	Kekurangan transportasi umum untuk aksesibilitas berwisata
		Pulau Bangka memiliki banyak potensi kekayaan dari hasil laut	Masyarakat Pulau Bangka belum terbuka terhadap kegiatan pariwisata di daerahnya
E K S T E R N A L	Peluang (O)	Strategi S-O	Strategi W-O
	Pulau Bangka dapat dijadikan sebagai alternative tourism.	Meningkatkan kinerja operasional dari SDM berkaitan dengan instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pulau Bangka.	Meningkatkan kinerja operasional dan pembangunan infrastruktur seperti angkutan umum dengan melakukan Kerjasama dengan pihak swasta maupun Dinas Perhubungan.
	Peluang masyarakat dan wisatawan terkait dengan produk kuliner di Pulau Bangka.	Mulai melakukan penjualan dan promosi produksi didalam Pulau Bangka ke jenjang penjualan secara nasional.	Perlu nya peningkatan SDM kepada masyarakat lokal khususnya dalam menangani wisatawan yang berkunjung.
	Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
	Pandemi Covid-19 masih melanda dan berpotensi untuk mengurangi jumlah kunjungan wisatawan.	Memfokuskan kunjungan wisatawan khususnya wisatawan nusantara dengan bekerjasama melalui private tour.	Pengadaan fasilitas aksesibilitas seperti paket wisata yang sudah include dengan akomodasi.
	Banyak makanan yang sejenis dengan makanan khas pulau Bangka.	Memberikan hak cipta dan pemberian merek dagang.	Memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal terkait pentingnya melestarikan makanan khas daerahnya.

Sumber: Analisis penulis, 2023.

budaya, dan mendukung industry seperti pertanian dan produksi makanan.

### Studi Area

Pulau Bangka terletak di sebelah pesisir Timur Sumatera Selatan, dan secara administratif berbatasan sebelah Utara dengan Laut China Selatan, di sebelah Timur dengan Pulau Belitung, dan di sebelah Selatan berbatasan dengan Laut Jawa. Pulau Bangka berada pada titik 1°20'-37" Lintang Selatan dan 105° - 107° Bujur Timur memanjang dari Barat Laut ke Tenggara sepanjang ± 180 km.

Adapun Pulau Bangka memiliki kondisi geografis berawa dengan dataran rendah, bukit-bukit dan puncak bukit. Pulau Bangka juga memiliki hutan lebat pada daerah perbukitan, dan hutan bakau pada daerah rawa. Di pulau Bangka terdapat pantai yang memiliki keistimewaan dibandingkan dengan pantai di daerah lainnya, yakni pantainya yang landai, dan berpasir putih dengan dihiasi hamparan batu granit. Pulau Bangka sendiri tercatat memiliki luasan wilayah ± 2.950,68 km<sup>2</sup>, dan dihuni oleh 329.984 jiwa penduduk yang tercatat pada data kependudukan di tahun 2023, sehingga kepadatan penduduknya berada di angka 109 jiwa/km<sup>2</sup>.

Pendekatan pada studi ini menggunakan pendekatan kualitatif digunakan untuk mencari serta mendapatkan data yang alami atau natural, sehingga data yang diperoleh sesuai

dengan realitas dan cenderung apa adanya (semua elemen data yang akat diangkat). Pendekatan penelitian kualitatif ini menggali lebih dalam kepada narasumbernya untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Dengan demikian, maka perlu ditarik hubungan antara ilmu alam dengan manusia yang dapat menyimpulkan, dan ilmu alam menjadi penemuan teori.

Di dalam pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pengumpulan data sekunder dan data primer. Teknik pengumpulan data sekunder dengan memperoleh data dari dokumen dokumen kajian tentang Pulau Bangka, data data dari beberapa artikel seperti jurnal dan skripsi mengenai Pulau Bangka. Sedangkan untuk data primer melakukan pengumpulan data dengan melakukan interview kepada salah satu responden instansi pemerintahan yang berhubungan dengan pariwisata di Pulau Bangka yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Berkaitan dengan pendekatan penelitian yang kualitatif, maka proses analisa data dari hasil temuan juga akan dilakukan secara kualitatif. Teknik analisa data kualitatif menurut Miles dan Huberman (2007) dengan kegiatan analisisnya terdiri dari langkah- langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian untuk analisis selanjutnya menggunakan analisis SWOT. Analisis



SWOT adalah langkah yang digunakan guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu hal yang diteliti (Wheelen dan Hunger, 2012). Analisis ini digunakan untuk menemukan faktor berpengaruh secara sistematis, sehingga kemudian dapat dirumuskan strategi untuk pengembangan atau untuk mencapai tujuan tertentu. Adapun komponen utama yang dianalisa dengan metode ini ialah faktor internal dan eksternal yang bermaksud meningkatkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), serta meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

### **Kunjungan Pariwisata Pulau Bangka**

Jumlah kunjungan wisatawan di Pulau Bangka yang tercatat dalam periode bulan Januari hingga September 2022 mengalami kenaikan, sehingga total kunjungan dalam 9 bulan tersebut mencapai 71.043 wisatawan yang mengunjungi 15 tempat wisata di Pulau Bangka. Dalam beberapa bulan tersebut, berdasarkan data dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pulau Bangka, jumlah kunjungan tertinggi ada pada bulan Maret dengan 10.188 wisatawan, sedangkan jumlah kunjungan terendahnya, ada di Bulan Agustus yaitu 3.617 wisatawan. Jumlah tersebut sudah mencakup wisatawan domestik dan wisatawan asing.

Selanjutnya, dalam periode waktu tersebut, terdapat 39.053 wisatawan nusantara dan 30 wisatawan mancanegara yang tinggal lebih dari semalam di Pulau Bangka. Dari sisi pemerintah juga mendukung aktivitas pariwisata di Pulau Bangka, serta menghimbau masyarakat dan *stakeholder* lainnya untuk bekerja sama dalam mengembangkan pariwisata di Pulau Bangka, sehingga diharapkan juga dapat membawa kontribusi pada perekonomian daerah. Pulau Bangka telah menjadi salah satu dari beberapa destinasi wisata yang terkenal dengan wisata kulinernya, sehingga beberapa sajian kuliner di Pulau Bangka telah banyak dinikmati para wisatawan. Namun dalam penelitian ini, dengan adanya makanan daerah serta potensi wisata pesisir maka penulis memiliki beberapa analisis yang terkait dengan strategi pengembangan destinasi pariwisata berbasis gastronomi.

Adapun beberapa kuliner unggulan Bangka berupa, lempah kuning mie Koba, mie Bangka, otak-otak Belinyu, beragam jenis seafood, es kacang merah, kopi dan berbagai oleh-oleh berupa makanan ringan yang menggunakan hasil olahan laut sebagai bahan utamanya.

### **Analisis SWOT Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Gastronomi**

Strategi dalam pengembangan destinasi pariwisata berbasis gastronomi di Pulau Bangka dapat dilihat dari beberapa fokus yaitu sumber daya alam, kehidupan masyarakat lokal, makanan dan minuman serta industri bahan makanan lainnya.

#### **Internal**

Kekuatan (*Strength*):

- A. Kunjungan wisatawan ke Pulau Bangka meningkat setiap tahunnya
- B. Pulau Bangka memiliki banyak potensi kekayaan dari hasil laut

Kelemahan (*Weakness*):

- A. Kekurangan transportasi umum untuk aksesibilitas berwisata
- B. Masyarakat Pulau Bangka belum terbuka terhadap kegiatan pariwisata di daerahnya

#### **Ekternal**

Peluang (*Opportunities*):

- A. Pulau Bangka dapat dijadikan sebagai alternatif pariwisata
- B. Peluang masyarakat dan wisatawan terkait dengan produk kuliner di Pulau Bangka

Ancaman (*Threats*):

- A. Pandemi Covid-19 masih melanda dan berpotensi untuk mengurangi jumlah kunjungan wisatawan
- B. Banyak makanan yang sejenis dengan makanan khas Pulau Bangka

#### **Strategi**

Strategi S-O:

- A. Meningkatkan kinerja operasional dari sumber daya manusia berkaitan dengan instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pulau Bangka
- B. Mulai melakukan penjualan dan promosi produksi di dalam Pulau Bangka ke jenjang penjualan secara nasional

Strategi W-O:

- A. Meningkatkan kinerja operasional dan pembangunan infrastruktur seperti angkutan umum dengan melakukan kerjasama dengan pihak swasta maupun Dinas Perhubungan
- B. Meningkatkan sumber daya manusia masyarakat lokal, khususnya dalam menangani wisatawan yang berkunjung dan mengelola kegiatan pariwisata di Pulau Bangka

Strategi S-T:

- A. Memfokuskan kunjungan wisatawan khususnya wisatawan nusantara dengan bekerja melalui *private tour*
- B. Memberikan hak cipta dan merek dagang

Strategi W-T:

- A. Pengadaan fasilitas aksesibilitas seperti paket wisata yang include dengan akomodasi

**Tabel 2.** Matriks Analisis *Space*

Posisi Faktor Strategi Internal	Rating	Posisi Faktor Strategi Eksternal	Rating
Kekuatan (KK)		Peluan (PL)	
Kunjungan wisatawan ke Pulau Bangka meningkat setiap tahunnya	4	Pulau Bangka dapat dijadikan sebagai alternatif pariwisata	4
Pulau Bangka memiliki banyak potensi kekayaan dari hasil laut	4	Peluang masyarakat dan wisatawan terkait dengan produk kuliner di Pulau Banga	4
<b>Total</b>	<b>8</b>	<b>Total</b>	<b>8</b>
Kelemahan (KL)		Ancaman (AN)	
Kekurangan transportasi umum untuk aksesibilitas berwisata	-4	Pandemi Covid-19 masih melanda dan berpotensi mengurangi jumlah kunjungan wisatawan	-3
Masyarakat Pulau Bangka belum terbuka terhadap kegiatan pariwisata di daerahnya	-3	Banyak makanan yang sejenis dengan makanan khas Pulau Bangka	-3
<b>Total</b>	<b>-7</b>	<b>Total</b>	<b>-6</b>
KK: 4		PL: 4	
KL: -3.5		AN: -3	

Sumber: Analisis penulis, 2023.

B. Pemberian pelatihan kepada masyarakat lokal terkait pentingnya melestarikan makanan khas daerahnya.

Berdasarkan analisis SWOT tersebut maka strategi pengembangan destinasi pariwisata berbasis gastronomi di *coastal area* khususnya Pulau Bangka adalah sebagai berikut:

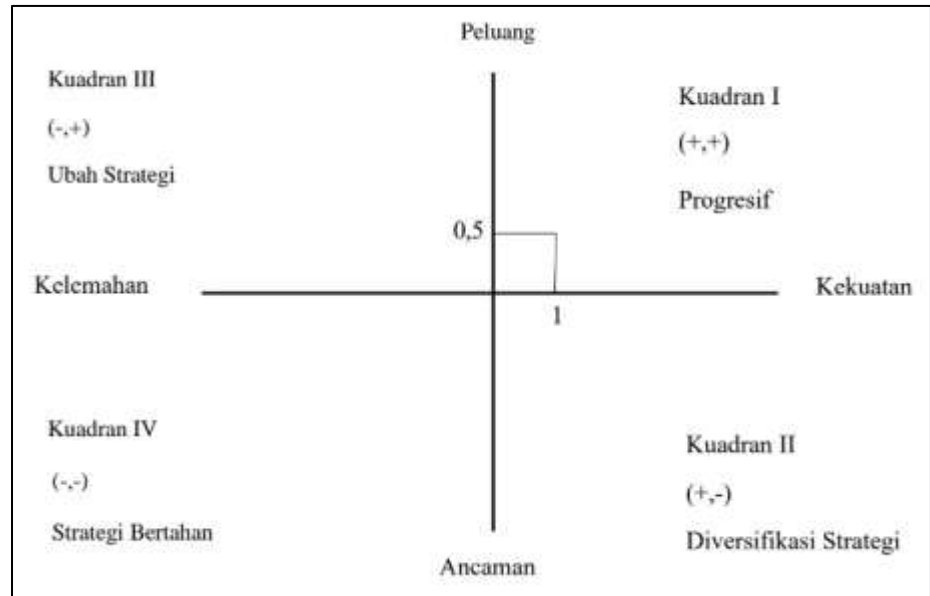
1. Meningkatkan kinerja operasional dari sumber daya manusia berkaitan dengan instansi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pulau Bangka. Oleh karena itu diperlukannya pemberian pelatihan kepada masyarakat dan juga pihak pihak terkait seperti *stakeholder* mengenai pentingnya pariwisata gastronomi sebagai salah satu bentuk pariwisata alternatif.
2. Mulai melakukan penjualan dan promosi produksi di dalam Pulau Bangka ke jenjang penjualan secara nasional. Produk bahan makanan di Pulau Bangka dari makanan kering hingga makanan basah dapat diperkenalkan ke beberapa pasar nasional sehingga masyarakat akan mengetahui kehadiran jenis makanan ini sehingga dapat memunculkan rasa penasaran terkait dengan bagaimana pembuatan makanan tersebut.
3. Meningkatkan kinerja operasional dan pembangunan infrastruktur seperti angkutan umum dengan melakukan Kerjasama dengan pihak swasta maupun Dinas Perhubungan. Pemerintah dapat memberlakukan Kembali pemeliharaan terkait operasional angkutan umum sehingga dapat memudahkan masyarakat untuk bermobilisasi ke

destinasi wisata khususnya pabrik-pabrik pembuatan bahan makanan dan juga rumah produksi.

4. Perlunya peningkatan Sumber Daya Manusia (SDM) kepada masyarakat lokal khususnya dalam menangani wisatawan yang berkunjung. Masyarakat lokal di Pulau Bangka masih berfokus pada mata pencaharian berupa tambang timah, hal ini menyebabkan kurang kesadaran akan potensi pariwisata sehingga dari pihak balai pelatihan atau beberapa instansi terkait pemerintahan untuk mulai memberikan edukasi terkait kegiatan wisata di Pulau Bangka.
5. Memfokuskan kunjungan wisatawan khususnya wisatawan nusantara dengan bekerjasama melalui *private tour*. Dengan adanya kerja sama melalui *private tour* khususnya pada kegiatan gastronomi dapat menjadi salah satu strategi dalam masa pandemic *Covid-19* karena akan memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan dikarenakan jenis perjalanannya bukan *mass tourism* dan juga menyediakan paket wisata gastronomi sebagai salah satu kegiatan minat khusus. Serta dapat melakukan sertifikasi *Cleanliness, Healthy, Safety, Environment* (CHSE) bagi pengelola usaha pariwisata.
6. Memberikan hak cipta dan pemberian merek dagang. Pemberian merek dagang cocok untuk memperkenalkan makanan khas Pulau Bangka sehingga nantinya mudah dikenal dan menimbulkan

$$KK + AN = 4 + (-3) = 1$$

$$KL + PL = (-3.5) + 4 = 0.5$$



Sumber: Analisis penulis, 2023.

Gambar 3. Kuadran Pengembangan Destinasi

kesadaran masyarakat terkait dengan nama ataupun merek dari makanan khas di Pulau Bangka.

7. Pengadaan fasilitas aksesibilitas seperti paket wisata yang sudah termasuk dengan akomodasi. Dalam operasionalnya wisatawan yang datang berkunjung dapat memilih paket wisata dengan beberapa pilihan seperti sudah termasuk dengan akomodasi dalam artian ikut menginap dengan pemilik rumah sehingga wisatawan akan memiliki pengalaman tersendiri dalam melakukan perjalanan gastronominya dengan hidup sebagai masyarakat lokal.
8. Memberikan pelatihan kepada masyarakat lokal terkait pentingnya melestarikan makanan khas daerahnya. Melestarika makanan khas daerahnya merupakan suatu cara agar banyak masyarakat yang mengenal makanan tersebut, dapat dilakukan dengan cara apabila terdapat *event* nasional maupun internasional mulai menjajakan makanan tersebut sebagai menu santap siang atau santap malam.

### Kurva Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Gastronomi

Berdasarkan hasil *rating* menggunakan matriks pada Tabel 2, dapat ditentukan posisi kuadran pengembangan destinasi wisata melalui yang dapat dilihat pada Gambar 3. Berdasarkan hasil dari data temuan yang diperoleh dan juga perhitungan yang telah dilakukan, Pulau Bangka terletak pada Kuadran I (Peluang – Kekuatan) dengan penjelasan berikut:

1. Kuadran I Peluang – Kekuatan mengindikasikan posisi yang menguntungkan

2. Pulau Bangka untuk wisata gastronomi di *coastal area* memiliki potensi yang kuat serta peluang yang bisa dimanfaatkan
3. Untuk posisi Kuadran I ini, strategi yang dapat diterapkan ialah strategi untuk pertumbuhan yang progresif (*Growth Oriented Strategy*)

Grafik kurva di atas menunjukkan hasil perhitungan dari matriks *space* analisis, di mana posisi yang ditentukan berdasarkan penilaian faktor internal dan eksternal berada pada posisi kuadran I bagian Peluang dan Kekuatan, atau terletak pada titik dengan nilai positif pada +1 dan +0.5. Oleh karena itu, dapat dinilai bahwa pengembangan destinasi berada pada posisi yang menguntungkan, di mana masyarakat lokal Pulau Bangka memiliki kekuatan yang sangat baik pada sumber daya alam dan tenaga ahli. Selain itu dapat dikatakan pertumbuhan dinilai agresif karena kegiatan kuliner di Pulau Bangka cukup banyak dengan dukungan dari pemerintahan. Ancaman dan kelemahan yang ada dapat ditutupi oleh kelebihan serta peluang yang ada yaitu dengan dapat memanfaatkan pelaku usaha dan *event* nasional.

### Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka data diketahui bahwa Pulau Bangka memiliki karakteristik yang berbeda dalam produk bahan makanan yang mereka miliki, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan melakukan wisata gastronomi, wisata gastronomi dapat diterapkan menjadi salah satu alternatif pariwisata karena didukung dengan sumber daya alam bahan laut yang melimpah sehingga dapat diberlakukannya inovasi terhadap promosi untuk melakukan wisata gastronomi bagi

calon wisatawan yang akan datang serta melimpahnya sumber daya manusia yang ada di Pulau Bangka itu sendiri yang merupakan masyarakat local sehingga dapat dengan paham terkait dengan informasi dari makanan tersebut.

Implikasi praktis dari penelitian ini termasuk bahwa untuk restoran lokal dapat menawarkan aktivitas kepada konsumen mereka berdasarkan budaya misalnya dengan menunjukkan masakan atau mengajarkan cara menyiapkan makanan local melalui lokakarya di lokasi. Selain itu juga, suasana dan layanan restoran dapat ditingkatkan dengan memasang atau mendekorasi dengan kerajinan tangan lokal. Dengan adanya rekomendasi ini restoran makanan local dapat berkontribusi untuk mengembangkan destinasi

wisata pantai. Pada waktu yang sama juga, penyedia layanan pariwisata akan membuat kunjungan wisatawan lebih menyenangkan dengan memperluas aktivitas budaya, sosial, dan fisik bagi wisatawan.

Pemerintah juga dapat ikut andil dalam melakukan kegiatan pariwisata ini dikarenakan masih banyak infrastruktur sarana dan prasarana yang terkait dengan akomodasi dan mobilisasi kurang baik dan belum bisa dimanfaatkan secara maksimal. Pemerintah juga dapat membuat beberapa komunitas local yang bisa digunakan sebagai pemanfaatan Sumber Daya Manusia (SDM) untuk mulai mengembangkan pariwisata gastronomi di Pulau Bangka

## Daftar Pustaka

- Aikaterini Gkoltsiou, E. M. (2021). The use of Islandscape character assessment and participatory spatial SWOT analysis to the strategic planning and sustainable development of small islands. The case of Gavdos. *Land Use Policy*. doi:<https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105277>
- Antonio Almeida, B. G. (2017). Experiences With Local Food in a Mature Tourist Destination: The Importance of Consumers' Motivations. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 173-187. Doi:10.3727/216929717X14870140201116
- Dirk Glaesser, J. K. (2017). Global travel Patterns: an Overview. *J Travel Med*, 24. Doi:10.1093/jtm/tax007
- Franklin Buiza, E. G. -P. (2021). The Gastronomic Experience: Motivation and Satisfaction of the Gastronomic Tourist—The Case of Puno City (Peru). *Sustainability*, 13. Doi:10.3390/su13169170
- Hall, C. M.; Mitchell, R. Wine and Food Tourism. In *Special Interest Tourism: Context and Cases*, Brisbane; Douglas, N., Derret, R., Eds.; John Wiley & Sons: Hoboken, NJ, USA, 2001 ; pp. 307-329. Available online: <https://www.worldcat.org/title/specialinterest-tourism-context-and-cases/oclc/47661075> (accessed on 2 May 2022)
- Jia Liu, K. A. (2020). A Model of Tourists' Civilized Behaviours: Toward Sustainable Coastal Tourism in China. *Journal of Destination Marketing and Management*. Doi:10.1016/j.jdmm.2020.100437
- Jia Liu, K. A. (2020). A model of tourists' civilized behaviours: Toward sustainable coastal tourism in China. *Journal of Destination Marketing and Management*. doi:10.1016/j.jdmm.2020.100437
- Kuan-Huei Lee, N. S. (2015). Food Tourism Reviewed Using the Paradigm Funnel Approach. *Journal of Culinary Science and Technology*, 13, 95-115. doi:10.1080/15428052.2014.952480
- Lawson, M. M. (2012). Revealing the lifestyles of local food consumer. *British Food Journal*, 816 - 825. doi:10.1108/00070701211234345
- Mauricio Carvache-Franco, M. O.-M.-F.-F. (2022). Gastronomi Motivations as Predictors of Satisfaction at Coastal Destinations. *sustainability*, 14. doi:10.3390/
- Mauricio Carvache-Franco, O. C.-F.-F.-M.-F.-L. (2020). Segmentation by Motivation in Typical Cuisine Restaurants: Empirical Evidence from Guayaquil, Ecuador. *Journal of Culinary Science & Technology*, 270-287. doi:10.1080/15428052.2019.1582446
- Mauricio Carvache-Franco, O. C.-F.-F.-R.-M. (2020). Motivations and segmentation of the demand for coastal cities: A study in Lima, Peru. *International Journal of Tourism Research*, 517-531. doi:10.1002/jtr.2423
- Orams, M. &. (2016). Coastal tourism. In *Encyclopedia of Tourism*, 157-158.
- Riccardo Testa, A. G. (2017). Culinary Tourism Experiences in Agri-Tourism Destinations and Sustainable Consumption-Understanding Italian Tourists' Motivations. *Sustainability*, 11(17), 409. doi:10.3390/su11174588
- Richards, G. (2021). Envolving research perspective on food and gastronomic experiences in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1037-1058. doi:10.1108/IJCHM-10-2020-1217
- Serli Wijaya, B. K. (2013). International visitor dining experiences: A conceptual framework. *Journal of*



*Hospitality and Tourism Management*, 34-42.  
doi:10.1016/j.jhtm.2013.07.001

Vukolic, D. (2020). Gastronomski proizvodi u funkciji razvoja razli citih oblika turizma u Sremskom okrugu. *Održivi Razvoj*, 2(2), 41-54.  
doi:10.5937/OdrRaz2002041V

Yeong Gug Kim, A. E. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism Management*, 1458-1467.  
doi:10.1016/j.tourman.2012.01.015



**Winne Riesky Alifah** lahir di Bandung, 5 Agustus 1999. Saat ini saya aktif sebagai mahasiswa di Program Studi Magister Perencanaan Kepariwisata pada Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung. Sebelumnya, Winne Riesky Alifah telah menyelesaikan studinya pada

Program Studi Industri Perjalanan Wisata di Politeknik Pariwisata NHI Bandung tahun 2021. Saat ini, Winne Riesky Alifah juga aktif mengikuti beberapa aktivitas pengembangan diri seperti mempelajari bahasa isyarat Indonesia.



**Geraldine Carla Daniella Podung** kelahiran tahun 2000, tanggal 29 Oktober di Surabaya. Geraldine Podung saat ini merupakan mahasiswa aktif angkatan 2022 pada program studi Magister Perencanaan Kepariwisata, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan (SAPPK), Institut Teknologi Bandung. Sebelumnya

Geraldine Podung telah mendapatkan gelar sarjananya dari Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Jurusan Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Sam Ratulangi Manado di tahun 2021. Selain aktif sebagai mahasiswa, Geraldine Podung juga terlibat dalam pengerjaan beberapa kajian dan kegiatan sebagai asisten tenaga ahli dan surveyor lapangan.