

Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit di Kecamatan Muntok Kabupaten Bangka Barat

Ahmad Zulfajrin*, Hilwati Hendarsah

Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*ahmadzulfajrin@gmail.com

Abstract. In national development tourism activity is one of the potential contributors to national economic growth. According to Law No. 10 of 2009 concerning tourism, tourism is a variety of tourism activities supported by various facilities and services provided by the community, businessmen and local government. The West Bangka Regency Government has determined that Muntok District has tourism potential that is not too well known for other tourism, one of which is Batu Rakit Beach tourism which has not yet developed. This study intends to develop a strategy for developing tourist attraction areas capable of becoming a leading tourist area for West Bangka Regency and can increase regional income and improve the quality of the economy of the local community. The approach taken in this study was to identify potential and problems of facilities and infrastructure in the Batu Rakit Beach tourist area, identify visitor aspirations and preferences as well as Batu Rakit Beach tourism actors, improve infrastructure in the Batu Rakit Beach tourist area and formulate strategies for the development of facilities and infrastructure in the Batu Rakit Beach Tourism Area.

Keywords: Development Strategy, Tourist Attraction, Batu Rakit Beach

Abstrak. Dalam pembangunan nasional aktivitas pariwisata merupakan salah satu potensi penyumbang pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Undang Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha dan pemerintah daerah. Pemerintah Kabupaten Bangka Barat telah menetapkan bahwa Kecamatan Muntok memiliki potensi wisata yang belum terlalu terkenal dengan wisata lainnya salah satunya wisata Pantai Batu Rakit yang belum ada pengembangan. Studi ini bermaksud menyusun strategi pengembangan kawasan objek wisata mampu menjadi kawasan wisata unggulan bagi Kabupaten Bangka Barat serta dapat meningkatkan pendapatan daerah dan meningkatkan kualitas perekonomian masyarakat setempat. Pendekatan yang dilakukan dalam studi ini adalah melakukan identifikasi potensi dan masalah sarana dan prasarana yang ada di kawasan wisata Pantai Batu Rakit, mengidentifikasi aspirasi dan preferensi pengunjung serta pelaku wisata Pantai Batu Rakit, meningkatkan sarana prasarana di kawasan wisata Pantai Batu Rakit serta merumuskan strategi untuk pengembangan sarana dan prasarana di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit.

Kata kunci: Strategi Pengembangan, Objek Wisata, Pantai Batu

Rakit.

1. Pendahuluan

Pariwisata menjadi sektor andalan Indonesia yang menjanjikan dalam pemasukan devisa negara sebesar US\$ 12,44 miliar. Selain letak Indonesia yang strategis, hal ini juga dikarenakan Indonesia sedang tahap pembangunan dalam segala macam aset potensi wisata. Peranan tersebutlah yang akan memberikan dampak pada berbagai bidang, baik bidang ekonomi, sosial, maupun kebudayaan. Hal ini sangat berpengaruh dalam pengembangan pariwisata karena saling terkait menghasilkan barang atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan.

Pantai Batu Rakit merupakan salah satu pantai yang menyimpan banyak sejarah, dimana terdapat beberapa kapal karam bekas peninggalan Jepang dan Australia di tepian Pantai Batu Rakit ini. Dengan melihat potensi wisata pantai Batu Rakit di Kecamatan Muntok seharusnya dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya oleh pemerintah Kabupaten maupun masyarakat Kelurahan Tanjung. Untuk mendukung pengembangan wisata di Kawasan Pantai Batu Rakit maka perlu adanya pembangunan fasilitas wisata dan aksesibilitas yang layak. Potensi daya tarik yang berada di Kawasan Pantai Batu Rakit harus didukung dengan fasilitas dan akomodasi yang layak sehingga wisatawan yang akan mengunjungi Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit akan aman, nyaman dan berkelanjutan. Potensi daya tarik yang ada harus selalu di promosikan agar wisatawan yang akan datang terlebih dahulu mengetahui kondisi wisata yang ada di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit. Pemasaran Wisata Pantai Batu Rakit disasarkan kepada wisatawan nusantara dan wisatawan asing. Berdasarkan isu-isu dan permasalahan di atas maka diperlukan upaya Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit di Kelurahan Tanjung, Kecamatan Muntok maka studi ini bermaksud menyusun strategi pengembangan kawasan wisata sehingga dapat berkembang secara optimal dan mampu menjadi kawasan wisata unggulan bagi Kabupaten Bangka Barat.



Gambar 1. Pantai Batu Rakit di Kecamatan Muntok, Kabupaten Bangka Barat.

Di samping itu pula, Pantai Batu Rakit terletak di Kelurahan Tanjung dengan luas kawasan 11.6 Ha dengan ketinggian rata-rata diatas permukaan laut 15m/dpl dan kontur 0-17 m/dpl. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada **Gambar 3 Peta Administrasi Kelurahan Tanjung** dan **Gambar 4 Peta Eksisting Pantai Batu Rakit**



Gambar 3. Peta Administrasi Kelurahan Tanjung



Gambar 4. Peta Eksisting Pantai Batu Rakit

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Faktor apa saja sarana dan prasarana penunjang di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit yang harus ditingkatkan?
2. Bagaimana peran pemerintah dalam pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit?
3. Bagaimana Strategi pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit?

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini adalah merumuskan strategi pengembangan kawasan wisata Pantai Batu Rakit di Kecamatan Muntok Kabupaten Bangka Barat.

2. Landasan Teori

2.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan konsep multidimensional. Tidak bisa dihindari bahwa beberapa pengertian pariwisata dipakai oleh para praktisi dengan tujuan dan perspektif yang berbeda sesuai tujuan yang ingin dicapai. Definisi pariwisata memang tidak dapat sama persis diantara para ahli. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. (UU No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan).

2.2 Elemen-Elemen dan Komponen Pariwisata

Menurut Lieper (2004), ia mencatat ada 4 elemen sebagai subsistem dalam setiap sistem pariwisata yang menyeluruh, yaitu:

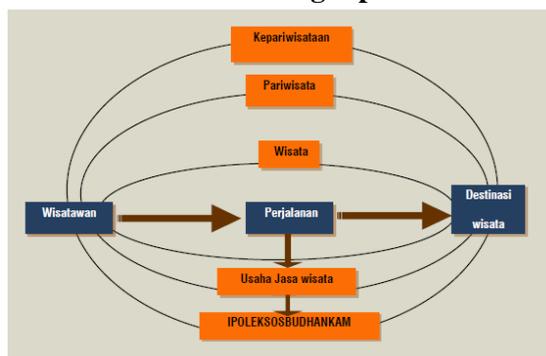
Menurut Lieper (2004), ia mencatat ada 4 elemen sebagai subsistem dalam setiap sistem pariwisata yang menyeluruh, yaitu:

1. wisatawan (*tourist*) yang merupakan elemen manusia yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata;
2. daerah asal wisatawan (*traveller-generating regions*), merupakan elemen geografi yaitu tempat dimana wisatawan mengawali dan mengakhiri perjalanannya;
3. daerah tujuan wisata (*tourist destination region*) sebagai element geografi yaitu tempat utama yang dikunjungi wisatawan; dan
4. industri pariwisata (*tourist industry*) sebagai elemen organisasi, yaitu kumpulan dari organisasi yang bergerak usaha pariwisata, bekerjasama dalam pemasaran pariwisata untuk menyediakan barang, jasa dan fasilitas pariwisata.

Komponen-komponen yang harus diperhatikan dalam perencanaan pariwisata adalah terdiri dari:

1. Atraksi dan kegiatan wisata baik itu alam, budaya maupun fitur khusus lainnya yang menarik wisatawan untuk berkunjung;
2. Akomodasi, sebagai tempat untuk menginap berupa hotel atau bentuk lainnya dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada tamu (wisatawan) selama mereka berada di daerah tujuan wisata;
3. Fasilitas wisata dan pelayanan lainnya, yang termasuk dalam kelompok ini adalah *tour operator*, tempat ibadah, masjid atau mushola, restoran, rumah makan, toko *handicraft*, dan lainnya;
4. Transportasi, sebagai akses ke ODTW (transportasi internasional) dan alat transportasi lokal atau internal yang menghubungkan antara negara asal wisatawan dengan negara tujuan wisata, daerah atau objek wisata satu dengan objek wisata atau daerah tujuan wisata lainnya;
5. Infrastruktur lainnya, yaitu bentuk pelayanan publik lain yang dapat mendukung pengembangan pariwisata seperti, sarana jalan, bandar udara, pelabuhan laut, terminal bus, stasiun kereta api, suplai air bersih, sarana penerangan, tempat penampungan sampah, telepon, drainase yang baik dan lainnya; dan
6. Elemen-elemen Institusi, elemen ini juga memegang peranan penting dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata yaitu program perencanaan, pendidikan dan pelatihan, strategi pemasaran dan program promosi, organisasi pariwisata baik pemerintah maupun swasta, peraturan yang menyangkut pariwisata, kebijakan investasi sektor pemerintah maupun swasta, program kontrol terhadap dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial budaya.

Dalam Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Perbedaan lingkup wisata, pariwisata, dan kepariwisataan dapat dilihat dalam **Gambar 5. Lingkup Pariwisata**



Gambar 5. Lingkup Pariwisata

3. Metode

Metode pendekatan ini digunakan untuk mencapai output penelitian yang optimal dan sesuai dengan kebutuhannya.

3.1 Metode Analisis Deskriptif

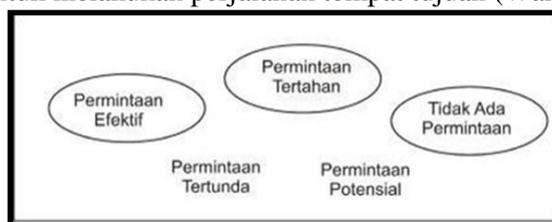
Menurut Punaji (2010) bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuannya untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata.

1. Ciri-ciri metode deskriptif

- Metode deskriptif mempunyai ciri-ciri atau karakteristik sebagai berikut:
 - Memusatkan penyelidikan pada pemecahan masalah aktual atau masalah yang dihadapi pada masa sekarang.
 - Menjelaskan setiap langkah penelitian secara rinci.
 - Data yang telah dikumpulkan disusun dan dijelaskan, kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik analitik.
2. Kriteria metode deskriptif
Dalam kriteria metode deskriptif mempunyai beberapa pokok, yang dibagi atas kriteria umum dan kriteria khusus.
 3. Langkah-langkah dalam metode deskriptif
 - Menentukan tujuan dari penelitian yang akan dikerjakan. Tujuan dari penelitian harus konsisten dengan rumusan dan definisi dari masalah
 - Memilih dan merumuskan masalah yang menghendaki konsepsi ada kegunaan masalah tersebut serta dapat diselidiki dengan sumber yang ada.

3.2 Metode Analisis Penawaran (Supply) dan Permintaan (Demand)

Menurut Gunn (1988) sistem fungsional pariwisata melalui pendekatan Demand dan Supply. Dari sisi demand komponen pariwisata adalah masyarakat atau pasar wisata yang memiliki kemauan dan kemampuan untuk melakukan perjalanan wisata. Permintaan (Demand) wisata dapat digambarkan sebagai kelompok heterogen orang-orang yang sedang berusaha bepergian setelah terdorong motivasi oleh motivasi tertentu. Ada setumpuk keinginan, kebutuhan, cita rasa, kesukaan yang sedang berbaur dalam diri seseorang. Atau juga dikatakan sebagai motivasi dari wisatawan untuk melakukan perjalanan tempat tujuan (Wahab, 1996:143).



Gambar 6. Permintaan Wisata (Wahab, 1996:143)

Dalam analisis Supply dan Demand, variabel pada kuesioner diolah menggunakan Skala Likert yang telah dimodifikasi, Skala likert menurut Sugiyono (2010:93) adalah “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”

Tabel 1. Skala Penilaian Untuk Pernyataan Positif dan Negatif

No	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1.	Sangat setuju	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu	3	3
4.	Tidak setuju	2	4
5.	Sangat tidak setuju	1	5

Sumber: Sugiono (2010:94)

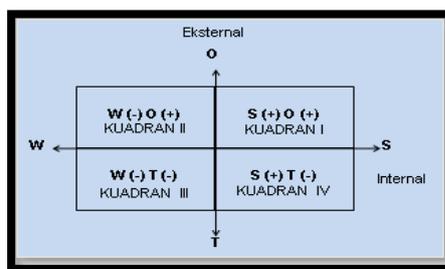
3.3 Metode Analisis Penawaran (Supply) dan Permintaan (Demand)

Analisa SWOT adalah sebuah bentuk analisa situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif

(memberi gambaran). Analisa ini menempatkan situasi dan kondisi sebagai sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing.

Tabel 2. Matris SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO menciptakan Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI ST menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman



Gambar 7. Kuadran Analisis SWOT

Kaitan analisis SWOT dengan studi ini adalah untuk mengetahui potensi, masalah, peluang dan tantangan dalam pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit sebagai Objek Wisata ingin bekerja sama dalam dalam pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit sebagai Objek Wisata.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

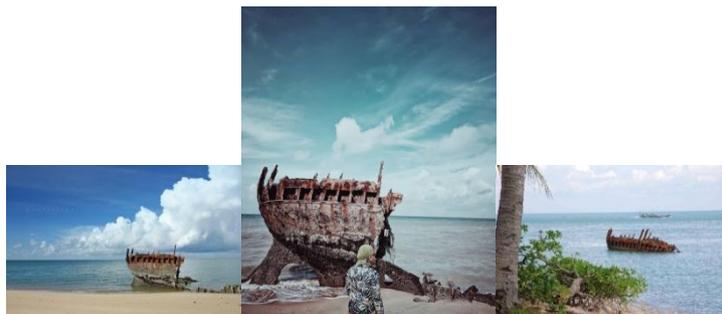
4.1 Aspek Sediaan (Supply) Wisata Pantai Batu Rakit

1. Daya Tarik

Daya tarik di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit sangat beragam di mana pantai tersebut memiliki visual alam yang indah, terdapat beberapa kapal karam bekas peninggalan Jepang dan Australia di tepian pantai sehingga pada tiga tahun terakhir Pantai Batu Rakit mengalami kenaikan jumlah kunjungan.

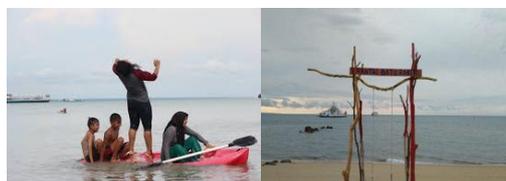
2. Daya Tarik Bangkai Kapal Karam

Salah satu daya tarik di pantai Batu Rakit adalah terdapat bangkai kapal yang sudah puluhan tahun berada di bibir pantai Batu Rakit. Konon ceritanya bangkai kapal tersebut adalah bangkai kapal dari Korps Perawat Angkatan Darat Australia yang dikandaskan tentara Jepang pada Perang Dunia II. Mercusuar Tanjung Kalian merupakan saksi bisu pembantaian massal tentara Jepang terhadap 22 perawat dari Australia tanggal 16 Februari 1942. Dalam peristiwa tersebut hanya satu yang selamat, yakni suster Lt Vivian Bullwinkel.



Gambar 8. Potensi Daya Tarik Bangkai Kapal Karam Jepang dan Australia

3. Daya Tarik Alam
4. Daya tarik lainnya yaitu daya tarik alam, dimana terdapat beberapa spot untuk foto dan arus gelombang di Pantai Batu Rakit tersebut sangat baik untuk melakukan aktifitas seperti berenang dan berperahu sehingga menjadi tujuan wisatawan pergi ke Pantai Batu Rakit.



Gambar 9. Potensi Daya Tarik Alam

5. Fasilitas Wisata
Kawasan Wisata Pantai batu Rakit yang memiliki keindahan alam dan sejarah yang menjadi menjadi daya tarik wisata di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit.

Tabel 3. Fasilitas Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit

Aspek Fasilitas	Ketersediaan	Keterangan
Infrastruktur jalan	Sudah tersedia akses menuju lokasi wisata	Kondisi jalan dari pusat kota menuju Kelurahan Tanjung sudah baik, begitu pula menuju Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit dan jembatan sudah dapat dilalui oleh kendaraan roda 4
Infrastruktur Telekomunikasi	Sudah tersedia sinyal dan internet	Di lokasi wisata sudah tidak sulit sinyal dan akses internet
Infrastruktur Sumber daya air	Air bersih sudah tersedia	Untuk penyediaan air di kawasan Wisata Pantai Batu Rakit dilakukan dengan menggunakan pompa air tanah
Perbankan dan minimarket	Belum tersedia ATM, money changer	Untuk sarana perbankan hanya tersedia BRlink dan bank SumselBabel saja, minimarket hanya didominasi warung kecil..

Berdasarkan tabel maka perlu adanya penyediaan ATM konvensional agar pengunjung dapat mengambil uang yang dibutuhkan untuk berbelanja di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit.

1. Aksesibilitas Wisata

Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit tidak terlalu jauh dari pusat kota Kabupaten Bangka Barat. Jarak dari pusat kota Kabupaten Menuju Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit hanya 15 km dengan waktu tempuh 20 – 30 menit.

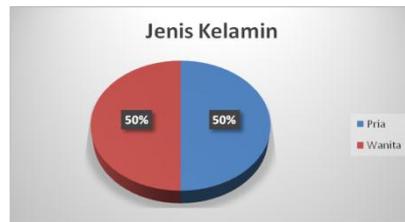
4.2 Aspek Permintaan (Demand) Wisata Pantai Batu Rakit

Mengetahui aspek permintaan pariwisata perlu dilakukan untuk melihat sejauh mana wisata alam yang akan dikembangkan diminati dan dapat berkembang sesuai keinginan dan kebutuhan wisatawan sehingga tepat sasaran. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 100 responden yang disebar dalam hari Sabtu dan Minggu, dikarenakan mengingat hari minggu merupakan hari paling banyak terdapat wisatawan.

1. Gambaran Karakteristik dan Pola Perjalanan Wisatawan

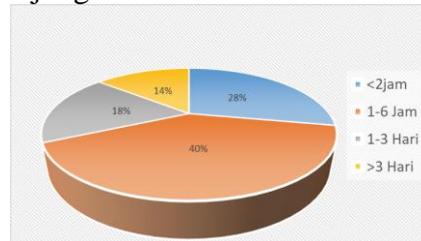
Tourist descriptor merupakan gambaran mengenai karakteristik wisatawan, yaitu meliputi karakteristik demografis, geografis dan psikografis.

▪ Jenis Kelamin



Gambar 10. Persentase Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin

▪ Lama Wisatawan Berkunjung



Gambar 11. Persentase Menurut Frekuensi Kunjungan Wisatawan

Tabel 4. Proyeksi Kunjungan Wisatawan Pantai Batu Rakit Setiap 5 Tahun

Tahun	Jumlah Wisatawan (orang)	Asumsi Wisatawan Berkunjung (orang)
2018	14.028	7.014
2023	26.328	13.164
2028	41.703	20.852
2033	57.078	28.539
2038	72.453	36.227

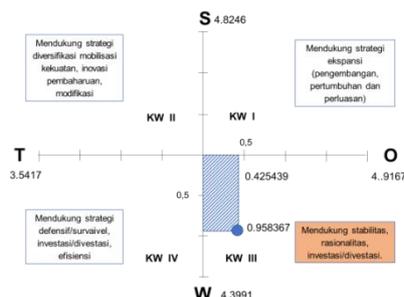
4.3 Analisis SWOT

Analisis strategi ini diawali dengan mengetahui potensi dan persoalan pemeliharaan kawasan. Berikut ini ditampilkan tabel potensi dan persoalan kawasan Pantai Batu Rakit.

Tabel 5. Persoalan dan Potensi di Pantai Batu Rakit

	Aspek	Persoalan	Potensi
Pariwisata Pantai Batu Rakit	Fisik	<ul style="list-style-type: none"> Sedimentasi pada pantai 	<ul style="list-style-type: none"> Kondisi alam yang asri Terdapat bangkai kapal karam
	Fungsional	<ul style="list-style-type: none"> Pemanfaatan fungsi pantai yang belum maksimal 	<ul style="list-style-type: none"> Sejarah dan event yang sering diadakan
	Kelembagaan	<ul style="list-style-type: none"> Kemampuan pemerintah dalam pemeliharaan sangat terbatas Kurangnya petugas Kinerja dari Lembaga berwenang yang kurang optimal Birokrasi dari berbagai macam dinas yang menaungi Pantai Batu Rakit 	<ul style="list-style-type: none"> Adanya kerjasama dengan pihak lain dalam pemeliharaan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pemilihan faktor keberhasilan prioritas dapat digambarkan pada kekuatan yang ada dalam rangka pengembangan Pantai Batu Rakit, seperti pada diagram berikut ini:



Gambar 12. Diagram Kekuatan Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit Berdasarkan Analisis SWOT

Dengan melihat diagram di atas dapat diartikan bahwa Pantai Batu Rakit memiliki peluang yang besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala atau kelemahan pada internal. Di mana fokus pada strategi ini yaitu memfokuskan stabilitas, rasionalitas, dan investasi/divestasi.

5. Kesimpulan

5.1 Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit

Setelah melakukan analisis yaitu Analisis Supply dan Demand, dan SWOT, maka di dapat beberapa langkah efektif sebagai strategi yang dapat dikembangkan untuk menunjang Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit. Adapun langkah – langkah efektif untuk mengembangkan produk wisata adalah sebagai berikut:

- Membuat lintasan untuk jogging (Jogging Track / Broadwalk) di sekitar Kawasan Pantai.
- Membuat sarana dan prasarana untuk kegiatan perkemahan.
- Membuat sarana dan prasarana untuk kegiatan outbound.
- Membuat sarana pemasaran produk lokal yaitu penyediaan cendera mata atau *souvenir* khas daerah yang mana berupa makanan, pakaian seperti kaos atau topi, dan peralatan rumah tangga yang ditulisi untuk menandai asalnya.
- Membuat saung-saung di sekitar Kawasan Pantai untuk pengunjung agar dapat menikmati suasana pantai dengan nyaman.

Untuk memperoleh pendapatan, kawasan wisata Pantai Batu Rakit sangat tergantung dari jumlah wisatawan yang masuk sehingga diperlukan strategi yang tepat agar masyarakat luas dapat lebih mengenai tentang keberadaan Pantai Batu Rakit, adapun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- Memasarkan produk wisata Pantai Batu Rakit dengan citra dan tema Melayu dan mengarahkan pemasaran ke segmen pasar yang tepat.
- Memanfaatkan segmen pasar wisatawan eksisting, sekaligus mengembangkan segmen pasar wisatawan baru dalam rangka melakukan pemasaran yang efektif dan tepat sasaran.
- Memanfaatkan program kerjasama pada pihak swasta, seperti promosi-promosi kawasan pariwisata, dan kerjasama lainnya.

5.2 Strategi Pengembangan Fisik dan Pengaturan Tata Letak Komponen Fasilitas

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat ditarik beberapa hal penting dari "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit Kecamatan Muntok" adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pembangunan warung yang memiliki kelengkapan kebutuhan

- masyarakat dan pengunjung.
2. Pembangunan Tourist Information Center (TIC) yang akan menjadi pusat informasi kegiatan wisata di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit di
 3. Pembangunan souvenir shop berfungsi sebagai tempat untuk menjual hasil alam, hasil kerajinan masyarakat dan yang lainnya.
 4. Pembangunan Fasilitas Ruang ganti dan Toilet menjadi hal penting dalam pentingnya penyediaan fasilitas di lokasi wisata.
 5. Penyediaan area parkir diperuntukan untuk kendaraan yang berada di lokasi wisata, dimana setiap lokasi wisata membutuhkan area parkir yang sesuai dengan standard dan kebutuhan.
 6. Pembangunan Fasilitas untuk beribadah di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit
 7. Penyediaan tempat sampah dan penerangan jalan umum di sepanjang jalan di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit.
 8. Meningkatkan strategi pemasaran pariwisata melalui promosi dan informasi daya tarik wisata.
 9. Pembangunan entrance gate berfungsi untuk memberitahukan bahwa pengunjung telah memasuki Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit dan dapat menjadi landmark selamat datang di Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit



Gambar 13. Peta Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Batu Rakit

Daftar Pustaka

- [1] Fandeli, Chafid. 2002. Perencanaan Kepariwisata Alam. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- [2] Gunawan Mira P. dan Ina Herlina. 2000. Garis Besar Perencanaan Pengembangan dan Pemasaran Periwisata di Tingkat Lokal dan Wilayah. Pusat Penelitian Kepariwisata Institut Teknologi Bandung. Bandung.
- [3] Gunn, Clare A. dan T. Var. 2002. Tourism Planning. Routledge. New York.
- [4] Morrison, Alastair M., E. Pramita Marsongko dan Dicky Arsyul Salam. (2017). Hanbook Pengantar Pengelolaan Destinasi Pariwisata. Bandung
- [5] Inskeep, Edward. 1991. Tourism Planning; An Integrated and Sustainable Development Approach, Van Nostrna Reindhold. New York.
- [6] Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. P.T. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- [7] Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2008. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba. Empat
- [8] Suwardjoko, Warpani P. dan Warpani P. Indira. 2007. Pariwisata dalam Tata Ruang. ITB. Bandung.
- [9] Suwena. I Ketut. dan Ngurah Widyatama. I Gusti. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar.
- [10] Yoeti, Okka. A. 1994. Pengantar Ilmu Pariwisata. Angkasa. Bandung.
- [11] Yoeti, Okka. A. 1994. Pemasaran Pariwisata. Angkasa. Bandung.

- [12] Yoeti, Okka. A. 1994. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradnya Paramita, Jakarta.
- [13] Peraturan Daerah. 2014. *Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bangka Barat Tahun 2014-2034*. Kabupaten Bangka Barat.
- [14] *Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Kabupaten (RIPPARKAB)*. Tahun 2016-2025. Kabupaten Bangka Barat
- [15] Republik Indonesia. 2009. *Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta.