

Strategi Pengembangan Wisata Di Pantai Cemara Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka

Tourism Development Strategy at Cemara Beach, Rebo Village, Sungailiat District, Bangka Regency

Rini Desriyati¹, Sudirman Adibrata¹, dan Arthur M. Farhaby¹

¹Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan FPPK-UBB, Balunijuk

Email korespondensi: rinidesriyati@gmail.com

Abstract

Cemara Beach is an example of the use of protected forest land from a former mining area that is managed as a natural tourist attraction. This beach has an attraction as a new tourist destination because it is known for its neatly arranged and shady pine trees and provides a cool atmosphere with a beautiful sea panorama. This study aims to analyze the right strategy in developing tourism at Cemara Beach. This study was conducted in April 2025 at Cemara Beach, Rebo Village Sungailiat District Bangka Regency. The research method used was direct interviews with visitors an interview guideline. The results of the study indicate that the priority strategies that can be carried out are in the self-improvement strategy, including 1) Cooperating between managers and stakeholders (government, community and investors) in the form of promotion, training, socialization to develop Cemara Beach tourism so that it can increase the number of visitors and provide a satisfying experience in traveling. 2) Maximizing collaboration with business actors (UMKM, entrepreneurs and investors) so that business opportunities are opened so that they can meet visitor demand and also increase the income of Cemara Beach managers. 3) Carrying out promotional strategies by increasing tourism events, actively loading advertisements, interesting content on social media and print media.

Keywords : *Bangka Regency, Cemara Beach, Development*

PENDAHULUAN

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Yoswaty dan Samiaji 2013). Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Pengembangan daya tarik wisata tergantung dengan kegiatan yang direncanakan untuk perkembangan yang biasanya tergantung pada kondisi dan potensi di daerah, sistem pengelolaan wisata dan kondisi destinasi pariwisata (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021).

Pantai Cemara merupakan salah satu contoh wisata alam dari pemanfaatan lahan bekas kegiatan pertambangan dikawasan hutan lindung. Pantai Cemara mulai dibangun pada tahun 2018 yang dikelola oleh CV. Mulia Asri Sukhitata atas Izin Usaha Pemanfaatan Jasa Lingkungan Wisata Alam Penyedia Sarana Wisata Alam (IUPJLWA-PSWA). Konsep wisata dari Pantai Cemara memberikan panorama dari pohon cemara yang rapi, fasilitas yang memadai, lingkungan yang bersih dan pemandangan laut dengan hamparan pasir putih yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Pantai ini dibangun pada tahun 2018 secara bertahap dan rata-rata pengunjung yang datang mengalami fluktuasi tiap tahunnya. Pada tahun 2022 hingga tahun 2023 rata-rata pengunjung mencapai 500 hingga 1.000 pengunjung perbulannya. Namun, pada pertengahan tahun 2024

hingga awal tahun 2025 mengalami penurunan berkisar 300 hingga 500 pengunjung (Pengelola Pantai Cemara, 2025).

Penurunan ini dikarenakan beberapa faktor diantaranya belum maksimalnya promosi, belum maksimalnya pembangunan infrastruktur dan fluktuasi ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Dewi, *et al.*, (2020) menyimpulkan bahwa dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan yaitu melakukan promosi, kerjasama dengan pemerintah, fasilitas infrastruktur yang memadai. Blegur, *et al.*, (2023) menambahkan bahwa faktor penyebab menurunnya wisatawan dikarenakan fasilitas yang kurang terawat, belum maksimalnya promosi dan kondisi lingkungan wisata yang kurang rapi dan bersih.

Dalam menanggapi persoalan sektor pariwisata bukan hanya pemerintah saja yang bertanggung jawab namun peran pemerintah, swasta dan masyarakat sangat dibutuhkan. Ketiga aktor tersebut yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat saling berkolaborasi dalam mengembangkan potensi sumberdaya alam yang ada namun tetap memperhatikan pengelolaan yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pendapat Adibrata, *et al.*, (2023) mengatakan bahwa pendekatan wisata yang berkelanjutan, kolaboratif dan inovatif dapat mengembangkan potensi yang ada serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, melestarikan alam dan budaya serta memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung. Manajemen di sektor pariwisata jika dikelola dengan pihak swasta akan memberikan perkembangan yang lebih cepat dikarenakan pembangunan lebih diprioritaskan, anggaran yang maksimal dan fasilitas yang tersedia lebih memadai dan

terawatt serta manajemen pengelola yang terstruktur (Kurniawansyah, *et al.*, 2021). Pengelolaan perlu direncanakan secara matang dengan mempertimbangkan segala aspek yang saling mempengaruhi agar tidak terjadi terjadi kesalahan yang berakibat buruk pada potensi sumberdaya alam (Putra, *et al.*, 2019). Oleh karena itu, salah satu upaya dalam pengelolaan wisata dengan mengidentifikasi apasaja potensi, peluang dan faktor

penghambat di di Pantai Cemara Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025. Lokasi pengambilan sampel penelitian yaitu Pantai Cemara Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka. Peta lokasi penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



GAMBAR 1. PETA LOKASI PENELITIAN

1. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara (*interview guide*) dengan penyebaran kuesioner menggunakan skala likert, yaitu skala pengukuran yang digunakan dengan data yang diperoleh berupa data kualitatif kemudian diubah dalam bentuk angka dengan menggunakan penilaian skor. Sementara itu, data kuantitatif yang diperoleh dideskripsikan dengan menggunakan angka kemudian diukur dan dihitung melalui pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner. Menurut Sugiyono (2018) mengatakan bahwa metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pedahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

2. Penentuan Responden

Populasi dapat dimaknai sebagai seluruh kelompok orang, kejadian atau hal-hal yang menarik perhatian peneliti dalam melakukan investigasi dan menarik kesimpulan terhadapnya (Sekaran dan Bougie, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung wisata di Pantai Cemara Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka yang diperoleh dari Laporan Data Pengunjung tahun 2024 sebanyak 4.637 pengunjung (Pengelola Pantai Cemara, 2025).

Sampel berarti sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dari populasi (Sugiyono, 2016). Penentuan jumlah responden ditetapkan berdasarkan rumus dari metode Slovin (Sugiyono, 2018) dengan persamaan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

Keterangan:

n : Jumlah Responden

N : Jumlah Populasi Responden

e : Batas Toleransi Kesalahan (10%)

$$n = \frac{4.637}{1 + 4.637 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{4.637}{1 + 46.370}$$

$$n = \frac{4.637}{47,37} = 97 \text{ responden}$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka perhitungan total jumlah responden yang akan diwawancarai dalam penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu *accidental sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja pengunjung yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (responden) apabila orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

3. Metode Pengumpulan Data

a. Metode Survei

Metode survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel dalam suatu objek penelitian (Sugiyono, 2018). Metode ini dilakukan untuk pengumpulan data dengan mengajukan lembar kuesioner daam sesi tanya jawab atau wawancara secara mendalam. Pada tahap ini peneliti melakukan pengamatan terhadap

responden di di Pantai Cemara Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka.

b. Metode Wawancara

Wawancara dilakukan peneliti untuk mengajukan pertanyaan dengan bertatap muka langsung pada responden sehingga dapat mendapatkan informasi secara langsung dan jawaban lebih rinci (Sarosa, 2017). Teknik wawancara merupakan pengumpulan data melalui proses wawancara bertatap muka dengan pengujung (*interview guide*). Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak dengan mengajukan pertanyaan kepada responden untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2018).

c. Kuesioner

Penyebaran angket (kuesioner) dalam penelitian ini ditujukan kepada responden dengan kriteria responden. Kuesioner dalam penelitian ini berisi pertanyaan terkait variabel faktor internal (daya tarik objek wisata, fasilitas sarana dan prasarana dan manajemen pengelolaan) sedangkan variabel eksternal (data dan informasi yang di peroleh dari objek wisata yang berpengaruh terhadap pengembangan objek wisata).

4. Analisis Data

a. Analisis SWOT

Data yang telah terkumpul dari hasil penelitian akan di tabulasi dan dilakukan pendeskripsian dalam bentuk tabel dan grafik (Sugiyono, 2018). Data yang diperoleh dianalisis dengan metode analisis SWOT. Menurut Rangkuti (2017), tahap pengumpulan data merupakan suatu kegiatan klasifikasi dan pra analisis. Model yang dipakai pada tahap ini yaitu matriks faktor strategi internal dan matriks faktor strategi eksternal. Langkah-langkah menentukan faktor strategi internal dan eksternal adalah sebagai berikut:

- 1) Melakukan pengumpulan data dan menentukan indikator apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman). Pemberian nilai bobot berdasarkan dari peneliti yang dianggap besarnya tingkat kepentingan atau urgensi (Rangkuti, 2017) dengan nilai skala likert 1 (sangat tidak penting) hingga 5 (sangat penting).
- 2) Pemberian nilai rating pada faktor (kekuatan dan peluang) dengan skala likert dari 1 (sangat penting), 2 (cukup penting), 3 (penting) dan 4 (tidak penting) sedangkan pada faktor (kelemahan dan ancaman) dengan skala likert dari -1 (akan berkurang/perubahan tahun selanjutnya), -2 (sama dengan tahun selanjutnya), -3 (tetap lemah/ancaman), -4 (akan bertambah lemah/ancaman). Penilaian ini berdasarkan hasil dari responden (Tabel 1).

Tabel 1. Penilaian Bobot dan Rating

Faktor Internal			
No.	Kekuatan	Bobot	Rating
1.	Indikator	Penilaian dari peneliti dengan skala likert 1	Penilaian skala likert dari 1 (tidak
2.	Indikator	(sangat tidak penting), 2 (tidak penting),	penting) – 4 (sangat penting)
3.	Indikator	3 (cukup penting), 4 (penting) dan 5	
		(sangat penting)	
No	Kelemahan	Bobot	Rating
1.	Indikator	Penilaian dari peneliti dengan skala likert 1	Penilaian skala likert dari -1
2.	Indikator	(sangat tidak penting), 2 (tidak penting),	(kelemahan akan berkurang) -4
3.	Indikator	3 (cukup penting), 4 (penting) dan 5	(akan bertambah lemah)
		(sangat penting)	
Faktor Eksternal			
No.	Peluang	Bobot	Rating
1.	Indikator	Penilaian dari peneliti dengan skala likert 1	Penilaian skala likert dari 1 (tidak
2.	Indikator	(sangat tidak penting), 2 (tidak penting),	penting) – 4(sangat penting)
3.	Indikator	3 (cukup penting), 4 (penting) dan 5	
		(sangat penting)	
No	Ancaman	Bobot	Rating
1.	Indikator	Penilaian dari peneliti dengan skala likert 1	Penilaian skala likert dari - 1
2.	Indikator	(sangat tidak penting), 2 (tidak penting),	(kelemahan akan berkurang) -4
3.	Indikator	3 (cukup penting), 4 (penting) dan 5	(akan bertambah lemah)
		(sangat penting)	

Sumber : Rangkuti (2017)

- 3) Melakukan perhitungan skor dari nilai bobot x rating. Untuk mendapatkan nilai sumbu X dilakukan dengan menjumlahkan subtotal nilai

bobot x rating kekuatan dengan subtotal nilai bobot x rating kelemahan sedangkan sumbu Y diperoleh dari subtotal nilai bobot x rating peluang dengan subtotal nilai bobot x rating ancaman.

- 4) Tahapan yang terakhir yakni pengambilan keputusan dan menentukan strategi yang akan diambil dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara Kabupaten Bangka dengan melihat posisi dan titik koordinat pada sumbu X dan Y dengan menyusun diagram SWOT

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor Internal

Berdasarkan analisis yang dilakukan, berikut disajikan dalam bentuk tabel terkait analisis faktor internal pada penelitian yang telah dilakukan:

Tabel 2. Faktor Internal

Faktor Internal					
No.	Kekuatan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1.	Pantai cemara memiliki ciri khas dengan konsep wisata alam yang dikelilingi mangrove dan pohon cemara yang memberikan suasana sejuk, bersih dan menarik.	5	0,18	4	0,72
2.	Fasilitas sarana dan prasarana wisata di Pantai Cemara sudah tersedia.	4	0,16	4	0,64
3.	Perjalanan menuju wisata Pantai Cemara mudah di akses.	3	0,14	2	0,28
Total			0,48		1,64
No.	Kelemahan	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1.	Biaya tiket masuk di Pantai Cemara relatif mahal.	5	0,18	-4	-0,72
2.	Jarak tempuh antara pantai dengan laut lumayan jauh.	5	0,18	-3	-0,54
3.	Belum maksimalnya promosi.	4	0,16	-3	-0,48
Total			0,52		-1,74
Total SW (X)			1,00		-0,10

Sumber : Data Pribadi (2025)

a. Indikator Kekuatan

- 1) Pantai Cemara memiliki ciri khas dengan konsep wisata alam yang dikelilingi mangrove dan pohon cemara yang memberikan suasana sejuk, bersih dan menarik merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek lingkungan

Salah satu keunikan Pantai Cemara dikenal dengan pantai yang memberikan panorama pohon cemara yang tersusun rapi disepanjang pantai yang menjadikan suasana terasa sejuk dan nyaman bagi pengunjung. Keunikan lainnya yang menjadi daya tarik pengunjung yaitu memiliki spot-spot foto yang menarik apalagi dengan lingkungan yang bersih dan tertata memberikan kesan yang berbeda pada pantai lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola, pantai cemara ini merupakan bekas lahan tambang yang dikelola karena itu banyak kolong yang sekarang dijadikan kolam ikan yang ditumbuhi beberapa jenis mangrove seperti *Rhizophora sp.* Selain itu juga, pantai ini juga sangat bersih dimana terstruktur dan tertata rapi.

Menurut pengelola untuk para pengunjung yang ingin menikmati pemandangan dengan santai dan membawa makanan diarahkan untuk bersantai di pesisir pantai dimana lokasi ini juga sangat sejuk dibawah pohon-pohon cemara yang rindang dengan pemandangan laut dengan pasir putih yang luas. Sedangkan di lokasi pantai merupakan tempat fasilitas sarana dan prasarana yang dilarang membawa makanan dalam jumlah yang banyak dan bersantai seperti menggelar tikar. Menurut pengelola hal ini untuk menjaga di fasilitas-fasilitas tertentu seperti wahana playground, disekitaran kolam kano, kolam renang dan di restoran agar tetap bersih, nyaman dan aman.

- 2) Fasilitas sarana dan prasarana wisata di Pantai Cemara sudah tersedia merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek sosial

Sarana wisata adalah fasilitas yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung dengan indikator sarana yakni fasilitas perjalanan dan transportasi (Yusuf, 2017; Ananda, 2020; Ratar, *et al.*, 2021). Prasarana adalah semua fasilitas utama atau dasar yang memungkinkan sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan (Humagi, *et al.*, 2021; Suastika, 2021). Berdasarkan hasil obeservasi lapangan, sarana dan prasarana di Pantai Cemara sudah cukup memadai diantaranya MCK (mandi, cuci dan kakus) yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, mushola, restoran, tempat parkir, gazebo, wahana *playground*, kolam berenang, permainan ATV, perahu kano. Prayitno, *et al.*, (2021) mengatakan bahwa pengelolaan wisata pantai perlu memperhatikan daya tarik wisata, infrastruktur serta fasilitas dan pelayanan.

Biaya penggunaan toilet (mandi, cuci, kakus) dan parkir tidak dikenakan biaya dikarenakan sudah termasuk biaya tiket masuk begitu juga dengan wahana playground. Biaya kolam berenang sebesar Rp. 15.000 per orang, biaya perahu kano sebesar Rp.15.000 per orang dengan waktu 20 menit dan biaya ATV sebesar Rp.50.000 per orang dengan waktu 15 menit. Fasilitas yang tersedia sudah cukup tersedia namun perlu dilakukan perawatan berkala seperti pengecatan ulang pada bangunan-bangunan agar terlihat menarik, menyediakan pagar pada setiap gazebo dan kebersihan pada setiap fasilitas. Menurut Setyaningsih (2018) mengatakan bahwa pentingnya peran serta fungsi

sarana dan prasarana adalah menjadi salah satu fasilitas yang penting dalam menunjang suatu pelaksanaan kegiatan wisata.

- 3) Perjalanan menuju wisata Pantai Cemara mudah diakses merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek ekonomi

Lokasi Pantai Cemara berada di Jalan Lintas Timur Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Pantai ini sangat mudah ditemukan karena letaknya berdekatan dengan pantai lainnya di kawasan wisata Sungailiat. Jalan yang dilalui sangat nyaman, sudah beraspal dan tepat di jalur utama Jalan Lintas Timur. Lokasi Pantai bisa diakses menggunakan kendaraan pribadi namun tidak ada angkutan umum atau bus yang menuju ke lokasi. Aksesibilitas menuju Pantai Cemara sangat mudah diakses dan dijangkau jika perjalanan dari pusat Kota Pangkalpinang dapat melalui jalur lintas timur dengan memerlukan waktu 45 menit hingga 1 jam sedangkan jika perjalanan dari Sungailiat memerlukan waktu 30 menit. Selain itu juga, lokasi Pantai Cemara dapat diakses melalui *Google Maps* dengan akurat. Berdasarkan hasil analisis, menunjukkan bahwa semua responden mengatakan bahwa perjalanan menuju ke Pantai Cemara sangat mudah dijangkau, diakses karena berada disekitaran kawasan wisata dan juga ada spanduk sebagai penanda yang memudahkan pengunjung.

b. Indikator Kelemahan

- 1) Biaya tiket masuk di Pantai Cemara relatif mahal merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek ekonomi

Harga tiket masuk pantai cemara sebesar Rp.10.000 per orang namun untuk anak dibawah 5 tahun tidak dikenakan biaya (gratis). Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung hampir keseluruhan responden mengeluhkan biaya tiket masuk karena lebih mahal dibandingkan pantai yang ada di sekitarnya. Menurut pengunjung jika dengan biaya masuk Rp.10.000 per orang seharusnya fasilitas yang ada harus dimaksimalkan lagi misalnya jumlah tempat duduk yang tersedia lebih banyak, variasi wahana permainan anak-anak, tersedia jajanan ringan yang beragam, wahana wisata air, ukuran saung atau gazebo yang lebih besar khususnya di daerah laut serta adanya tempat pemancingan sehingga kenyamanan di Pantai cemara lebih lengkap. Berdasarkan wawancara dengan pihak pengelola, perubahan harga tiket masuk dimulai dari per januari 2025 sebelumnya tiket masuk hanya Rp.5000 per orang namun menurut pengelola biaya masuk Rp.10.000 per orang itu sudah termasuk dengan penggunaan toilet sepuasnya dan biaya parkir.

- 2) Jarak tempuh antara pantai dengan laut lumayan jauh merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek sosial

Jarak antara laut dan pantai lumayan jauh hal ini menyebabkan sebagian pengunjung merasa sedikit terganggu karena jarak yang jauh untuk melihat laut di pantai cemara. Namun, untuk menuju lokasi kearah laut dapat dilakukan menggunakan kendaraan jika kondisi memungkinkan dan ketika tidak ramai. Keluhan yang

dirasakan pengunjung dikarenakan semua fasilitas ada di pantai sehingga butuh waktu berkisar 10 menit. Di lokasi ini juga tersedia toilet namun hanya memiliki 2 pintu namun dan tekendala air yang minim. Menurut pendapat Yoeti (2012) dan Ghani (2017) mengatakan bahwa tersedianya fasilitas sarana dan prasarana pariwisata untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata agar dapat berjalan lancar dan menjadi indikator wisatawan.

- 3) Belum maksimalnya promosi merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek ekonomi

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang atau suatu perusahaan dengan masyarakat luas dimana tujuannya adalah untuk memperkenalkan sesuatu (barang / jasa / merk / perusahaan) kepada masyarakat dan sekaligus mempengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut (Ningrum, et al., (2023). Promosi dapat diartikan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan nilai beli, daya tarik, minat dan atau partisipasi seseorang. Kurangnya promosi strategi yang sudah dilakukan oleh pihak pengelola sudah memiliki akun media sosia aktif seperti instagram dan tiktok cemara beach resort, pernah berkolaborasi dengan media dalam promosi. Berdasarkan hasil survey, menunjukkan bahwa sebanyak 60% pengunjung mengetahui Pantai Cemara dari media sosial seperti facebook, instagram, tiktok dan whatsapp. Oleh karena itu, untuk meningkatkan jumlah pengunjung perlu untuk selalu aktif dimedia sosial dengan konten yang menarik sehingga dapat mempercepat branding Pantai Cemara. Hal ini sejalan dengan pendapat Adibrata, et al., (2023) menyimpulkan bahwa pengetahuan pengunjung terhadap destinasi wisata berdasarkan informasi dari media digital, dari kerabat atau teman, media cetak dan media komunikasi.

Salah satu strategi pihak pengelola Pantai Cemara mengadakan event seperti cemara run, family gathering, aktrasi barongsai, perayaan malam tahun baru dan tahun imlek. Hal ini sejalan dengan pendapat Adiyanto dan Supriatna (2018) menyimpulkan bahwa peran promosi sangat diandalkan dalam mengembangkan pariwisata diantaranya mengadakan event kepariwisataan, melalui media cetak dan sosial, serta berkolaborasi dengan pihak tour agent dan public figure. Suhrini, et al., (2021) menambahkan bahwa strategi pemasaran yang dapat dilakukan dengan melibatkan peran hubungan masyarakat (public relations) terbukanya kerjasama dengan karang taruna dan kelompok sadar wisata (pokdarwis). Oktaviani dan Fatchiya (2019) menyimpulkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media promosi sangat efektif dalam tahap menarik minat pengunjung. Akkase, et al., (2023) menambahkan bahwa harus adanya sinergi antara pemerintah, pengelola, dan juga masyarakat demi tercapainya peningkatan jumlah pengunjung di objek wisata.

Berdasarkan analisis IFAS indikator pada kekuatan yang paling tertinggi berada pada indikator Pantai cemara memiliki ciri khas dengan konsep wisata alam yang dikelilingi mangrove dan pohon cemara yang memberikan suasana sejuk, bersih dan menarik dengan

nilai (0,72) memiliki nilai rating 4 hal ini berarti menurut pengunjung indikator ini merupakan yang sangat penting atau menjadi daya tarik untuk berwisata. Sedangkan analisis IFAS indikator pada kelemahan yang terendah pada indikator biaya tiket masuk di Pantai Cemara relatif mahal dengan nilai (-0,72) dan memiliki nilai rating (-4) hal ini berarti indikator tersebut sangat berpengaruh dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara. Nilai negatif pada indikator kelemahan menunjukkan bahwa apabila kita merasa baha kelemahan yang kita miliki saat ini akan bertambah lemah akibat perubahan yang akan terjadi tahun depan. Apabila nilai negatif makin mengecil

diasumsikan bahwa indikator tersebut akan semakin berkurang tahun depan (Rangkuti, 2019).

2. Faktor Eksternal

Tabel 3. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal					
No.	Peluang	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1.	Adanya dukungan pemerintah pusat dan daerah.	5	0,18	4	0,72
2.	Terbukanya peluang bisnis diantaranya pelayanan sewa transportasi, penginapan dan fasilitas rekreasi.	4	0,16	3	0,48
3.	Sudah terjalinya kerjasama dengan pihak stakeholder (swasta, pemerintah, masyarakat) dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara.	5	0,18	4	0,72
Total			0,52		1,92
No.	Ancaman	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1.	Adanya kegiatan penambangan timah.	5	0,18	-4	-0,72
2.	Adanya limbah kiriman dari kegiatan tambak udang yang beroperasi di kawasan Pantai Cemara.	3	0,14	-3	-0,42
3.	Fluktuasi perekonomian masyarakat (pengunjung).	4	0,16	-2	-0,32
Total			0,48		-1,46
Total OT (Y)			1,00		0,46

Sumber : Data Pribadi, 2024

a. Indikator Peluang

- 1) Adanya dukungan pemerintah pusat dan daerah merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek sosial

Peran pemerintah dalam mengembangkan dan mengelola pariwisata secara garis besar adalah menyediakan infrastruktur, memperluas fasilitas, kerjasama dengan *stakeholder* serta pengaturan dan promosi umum ke daerah lain maupun luar negeri. Bentuk dukungan pemerintah pusat dan daerah yaitu menjadikan Pantai Cemara sebagai tuan rumah dalam acara 75 desa wisata terbaik pada tahun 2023 dimana dihadiri Bapak Sandiaga Salahuddin Uno selaku Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dukungan lainnya terlihat adanya pembinaan dengan melakukan program pelatihan pemanfaatan wisata alam pada tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Kementerian Kehutanan Balai Pelatihan LHK Bogor. Selain itu juga, partisipasi pemerintah daerah yakni memberikan pengawasan setiap adanya *event* yang diselenggarakan oleh pihak dan adanya perencanaan *hopping island* antara Pantai Rebo dan

Pantai Cemara yang nanti nya akan ada aktivitas laut sehingga terbukanya peluang bisnis dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bangka (Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka, 2025).

- 2) Terbukanya peluang bisnis diantaranya pelayanan sewa transportasi, penginapan dan fasilitas rekreasi merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek ekonomi

Wisata Pantai Cemara mulai dikenal banyak orang pada Tahun 2021 dimana saat ini sudah banyak perubahan salah satunya penambahan sarana dan prasarana. Daya tarik pantai ini bukan hanya pemandangan laut dan pohon cemara yang rapi dan sejuk namun terbukanya bisnis yang meningkatkan pendapatan. Peluang bisnis yang tersedia diantaranya restoran yang menyediakan tempat berjualan dan masih ada beberapa yang belum diisi, ada juga beberapa stand di area gazebo yang sudah tersedia tapi tidak ada yang berjualan, kemudian ada juga kolam ikan yang dijadikan permainan kano saja hal ini bisa adanya penambahan kegiatan wisata air dan juga di Pantai Cemara banyak kolong-kolong bekas tambang yang belum dimanfaatkan seperti sebagai area pemancingan yang menjadikan peluang

bisnis. Peluang bisnis yang dapat dioptimalkan dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara yaitu makanan dan penginapan hal ini dikarenakan berdasarkan wawancara dengan responden mereka mengeluhkan ketersediaan makanan yang kurang variasi. Saat pengambilan data menu yang tersedia memang lebih ke makanan berat dan minuman namun tidak tersedia makanan ringan yang bervariasi.

- 3) Sudah terjalinnya kerjasama dengan pihak *stakeholder* (swasta, pemerintah, masyarakat) dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek ekonomi

Wisata di Pantai Cemara memberikan peluang untuk adanya kerja sama dengan banyak pihak (*stakeholder*). Pantai ini menyediakan *area camping* dilengkapi dengan fasilitas memadai yang berkolaborasi dengan salah satu pengusaha sewa alat *outdoor* di Pangkalpinang namun dikarenakan pergantian manajemen kolaborasi sudah tidak dilanjutkan dan pihak pengelola menyediakan fasilitas sendiri. Selain itu juga, pantai ini mempunyai restoran dengan tempat yang masih ada beberapa belum di isi penghuni yang sudah dilengkapi meja dan kursi makan dengan lantai 2 tingkat, tempat yang bersih, wastafel yang berfungsi dengan baik serta pelayanan yang ramah. Menurut pengelola, mereka menyambut hangat bagi siapa saja yang mau berkolaborasi dalam mengembangkan wisata Pantai Cemara. Ketika ada event atau acara besar pihak pengelola dan pihak Desa Rebo berkolaborasi untuk mengundang para UMKM yang bersedia dan mengisi produknya di pasaran sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan menjalin silaturahmi antara pengelola dan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Rifan, *et al.*, (2023) mengatakan bahwa salah satu dalam mengembangkan pariwisata yaitu adanya peran dan keikutsertaan masyarakat, pemerintah, dan pelaku wisata menjalin sehingga dapat menjadi wadah pembangunan perekonomian. Pembangunan di Pantai Cemara secara keseluruhan dibangun dengan anggaran perusahaan. Berdasarkan wawancara dengan pengelola, menyatakan bahwa adanya rencana pembangunan penginapan pada tahun 2025 yang berkolaborasi dengan group Parai Beach Resort.

b. Indikator Ancaman

- 1) Adanya kegiatan penambangan timah merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek lingkungan

Tolak ukur menentukan suatu wisata pantai baik atau tidak secara estetika yaitu memiliki keindahan laut yang bebas dari kegiatan penambangan timah. Secara perizinan tidak boleh ada kegiatan penambangan timah di kawasan Pantai Cemara. Akan tetapi, permasalahan tumpang tindih pemanfaatan ruang laut masih sulit untuk ditindak lanjuti secara tegas. Dampak yang paling nyata ditimbulkan yaitu hilangnya keindahan panorama

laut yang berwarna biru dan bersih di Pantai Cemara selain itu juga berdasarkan wawancara dengan responden, mereka menyatakan sangat terganggu dengan adanya aktivitas timah di laut Pantai Cemara. Dampak negatif adanya aktivitas pertambangan adalah pencemaran lingkungan yang mempengaruhi kualitas ekosistem sekitarnya (Mahfudz, *et al.*, 2023). Akibat lainnya yang ditimbulkan ketika masyarakat desa sedang melakukan perbaikan terhadap ponton dan kapalnya yang menyebabkan sampah bekas sisa kayu dan minyak hanyut dan berserakan di pesisir Pantai Cemara.

- 2) Adanya limbah kiriman dari kegiatan tambak udang yang beroperasi di kawasan Pantai Cemara merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek lingkungan

Kegiatan tambak udang beroperasi tidak jauh dari lokasi Pantai Cemara. Pada Oktober 2024 sudah terjadi pencemaran air laut yang diduga dari kegiatan tambak udang berupa limbah cair atau minyak dapat dilihat pada. Limbah ini mencemari sepanjang pesisir pantai berangsur hilang saat air laut pasang akibatnya jika pengunjung sedang bermain air laut terkena badan terasa gatal-gatal dan berminyak (Berdasarkan wawancara dengan pihak pengelola). Upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola berkoordinasi dengan pihak pengawasan setempat dan ditindak lanjuti oleh perusahaan tambak namun saat ini Mei 2025 perairan di Pantai Cemara masih terkena dampak limbahnya.

- 3) Fluktuasi perekonomian masyarakat (pengunjung) merupakan aspek yang dilihat berdasarkan aspek sosial

Perubahan naik turun (fluktuasi) kondisi perekonomian masyarakat menjadi salah satu kekhawatiran bagi pengelola Pantai Cemara dikarenakan berpengaruh terhadap jumlah pengunjung wisatawan. Pada awal 2020 dampak adanya virus Covid-19 menyebabkan penurunan drastis jumlah pengunjung sekaligus pendapatan wisata Pantai Cemara. Tahun 2023-2024 rata-rata pengunjung mulai mencapai 1.000 perbulan sedangkan pada tahun 2025 terjadi penurunan kembali rata-rata pengunjung hanya mencapai 300-500 perbulan. Hal ini disebabkan ekonomi masyarakat di Bangka Belitung sangat bergantung pada industri timah namun adanya kasus penyitaan asset smelter oleh Kejaksaan Agung telah membuat banyak masyarakat tidak dapat bekerja dan menyerahkan hasil tambang. Selain itu juga sulitnya untuk mendapatkan pekerjaan dan terbatasnya lapangan kerja menjadikan ketimpangan pertumbuhan ekonomi secara besar.

Berdasarkan analisis EFAS indikator pada peluang yang paling tertinggi berada pada indikator adanya dukungan pemerintah pusat dan daerah dan sudah terjalinnya kerjasama dengan pihak *stakeholder* (swasta, pemerintah, masyarakat) dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara dengan nilai (0,72) dan memiliki nilai rating (4). Hal ini berarti bahwa semakin besar nilai pada rating menunjukkan bahwa indikator tersebut diasumsikan akan bertambah

kuat dan memberikan peluang lebih besar (Rangkuti, 2019). Sedangkan analisis IFAS indikator pada ancaman yang terendah pada indikator adanya kegiatan penambangan timah yang beroperasi di sekitar perairan Pantai Cemara dengan nilai (-0,72) dan memiliki nilai rating (-4).

3. Matriks SWOT Pengembangan Wisata di Pantai Cemara Desa Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Kekuatan	Kelemahan
	- Pantai Cemara memiliki ciri khas dengan konsep wisata alam yang dikelilingi mangrove dan pohon cemara yang memberikan suasana sejuk, bersih dan menarik. - Fasilitas sarana dan prasarana wisata di Pantai Cemara sudah tersedia. - Perjalanan menuju wisata Pantai Cemara mudah di akses.	- Biaya tiket masuk di Pantai Cemara relatif mahal. - Jarak tempuh antara pantai dengan laut lumayan jauh. - Belum maksimalnya promosi.
Peluang	Strategi Agresif	Strategi Berbenah Diri
- Adanya dukungan pemerintah pusat dan daerah. - Terbukanya peluang bisnis diantaranya pelayanan sewa transportasi, penginapan dan fasilitas rekreasi. - Sudah terjalinya kerjasama dengan pihak <i>stakeholder</i> (swasta, pemerintah, masyarakat) dalam mengembangkan wisata di Pantai Cemara.	✓ Melakukan kerjasama dengan pemerintah, swasta, BUMN dan akademisi untuk berkolaborasi dalam mengembangkan wisata diantaranya dengan melakukan penelitian, menyelenggarakan penanaman bibit mangrove seperti pohon cemara dan kelapa untuk memaksimalkan penanaman di kawasan pesisir Pantai Cemara. ✓ Mengoptimalkan pembangunan infrastruktur sarana dan prasarana utama seperti penginapan dan sarana penunjang seperti wahana bermain anak-anak tempat duduk, spot foto	✓ Melakukan kerjasama antara pengelola dengan <i>stakeholder</i> (pemerintah, masyarakat dan investor) dalam bentuk promosi, pelatihan, sosialisasi untuk mengembangkan wisata Pantai Cemara sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan pengalaman yang memuaskan dalam berwisata. ✓ Memaksimalkan kolaborasi dengan para pelaku usaha (UMKM, pengusaha dan investor) agar terbukanya peluang bisnis sehingga dapat memenuhi permintaan pengunjung dan juga meningkatkan pendapatan pengelola Pantai Cemara. ✓ Melakukan strategi promosi dengan cara memperbanyak <i>event</i> kepariwisataan, aktif memuat

	<i>instagramble</i> dan wisata pantai seperti <i>paddle boat</i> dan <i>banana boat</i> dan tempat pemancingan sebagai upaya meningkatkan daya tarik pengunjung dan investor. ✓ Memperbanyak promo dan <i>event</i> untuk meningkatkan kunjungan dengan memaksimalkan peran pemerintah dan <i>stakeholder</i>.	periklanan, konten yang menarik di media sosial dan media cetak.
Ancaman 1. Adanya kegiatan penambangan timah. 2. Adanya limbah kiriman dari kegiatan tambak udang yang beroperasi di kawasan Pantai Cemara. 3. Fluktuasi perekonomian masyarakat (pengunjung).	Strategi Diversifikasi ✓ Melakukan pengawasan terhadap aktivitas tambang timah dengan melaporkan ke pemerintah setempat untuk di tindaklanjuti sehingga tidak memberikan kerugian terhadap estetika wisata di Pantai cemara. ✓ Menindaklanjuti dengan tegas kepada pelaku usaha tambak mengenai aliran limbah yang mengalir ke salah satu spot ikonik di Pantai Cemara sehingga tidak menyebabkan kerusakan pada fasilitas dan mempengaruhi kualitas air kolam. ✓ Mengoptimalkan penggunaan teknologi modern seperti <i>website</i> informasi tentang Pantai Cemara, <i>google maps</i> yang akurat sehingga memberikan kemudahan bagi wisatawan berkunjung ke Pantai Cemara.	Strategi Defensif ✓ Melakukan diskusi internal terkait retribusi tiket masuk yang relatif mahal atau memberikan penjelasan di spanduk bahwa biaya tiket masuk sudah termasuk fasilitas apa saja yang diterima. ✓ Meningkatkan pelayanan yang berkualitas dengan memaksimalkan pembangunan untuk memudahkan pengunjung sehingga mendapatkan pengalaman wisata yang tak terlupakan. ✓ Melakukan pengecekan secara berkala akibat dampak yang ditimbulkan dari kegiatan penambangan timah dan limbah tambak udang sehingga tidak menimbulkan kerugian yang lebih besar sehingga dapat menjamin potensi mengembangkan wisata Pantai Cemara.

Sumber : Data Pribadi, 2025

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa prioritas strategi yang tepat dilakukan pada pengembangan wisata di Pantai Cemara Desa Rebo

Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka berada pada strategi berbenah diri (W-O) diantaranya:

- ✓ Melakukan kerjasama antara pengelola dengan *stakeholder* (pemerintah, masyarakat dan

investor) dalam bentuk promosi, pelatihan, sosialisasi untuk mengembangkan wisata Pantai Cemara sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan pengalaman yang memuaskan dalam berwisata.

- ✓ Memaksimalkan kolaborasi dengan para pelaku usaha (UMKM, pengusaha dan investor) agar terbukanya peluang bisnis sehingga dapat memenuhi permintaan pengunjung dan juga meningkatkan pendapatan pengelola Pantai Cemara.
- ✓ Melakukan strategi promosi dengan cara memperbanyak *event* kepariwisataan, aktif memuat periklanan, konten yang menarik di media sosial dan media cetak.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa prioritas strategi pengembangan wisata di Pantai Cemara Desir Rebo Kecamatan Sungailiat Kabupaten Bangka berada pada strategi berbenah diri (WO), diantaranya: Melakukan kerjasama antara pengelola dengan *stakeholder* (pemerintah, masyarakat dan investor) dalam bentuk promosi, pelatihan, sosialisasi untuk mengembangkan wisata Pantai Cemara sehingga dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan memberikan pengalaman yang memuaskan dalam berwisata. Memaksimalkan kolaborasi dengan para pelaku usaha (UMKM, pengusaha dan investor) agar terbukanya peluang bisnis sehingga dapat memenuhi permintaan pengunjung dan juga meningkatkan pendapatan pengelola Pantai Cemara. Melakukan strategi promosi dengan cara memperbanyak *event* kepariwisataan, aktif memuat periklanan, konten yang menarik di media sosial dan media cetak.

Saran

Adapun saran dalam penelitian ini yaitu adanya diskusi internal terkait biaya retribusi tiket masuk mengingat hampir keseluruhan responden memperlakukan hal tersebut sehingga adanya perubahan untuk pengembangan wisata di Pantai Cemara untuk jangka panjang dan perlunya menjaga dan mengoptimalkan fasilitas yang tersedia untuk menjamin kenyamanan pengunjung dalam berwisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Bapak Sudirman Adibrata, S.T., M.Si dan Bapak Arthur M. Farhaby, S.Si., M.Si selaku dosen pembimbing yang telah berkenan memberikan bimbingan penelitian. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada teman-teman yang telah membantu mengumpulkan data lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdulhaji, S., & Yusuf, I. S. H. (2017). Pengaruh Atraksi, Aksesibilitas dan Fasilitas Terhadap

Citra Objek Wisata Danau Tolire Besar di Kota Ternate. *Humano: Jurnal Penelitian*, 7(2), 34–148.

Adibrata, S., Umroh., Franto., & Fatimah, S. (2023). Potensi Wisata Pesisir dengan Peningkatan Atraksi Wisata Berbasis Sumberdaya Perairan Berkelanjutan. *Jurnal Sumberdaya Akuatik Indopasifik*, 7(4), 445-460.

Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2018). Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Lebak Banten. *Jurnal Sains Manajemen*, 4(2), 83-93.

Akkase, C.S., & Ramansyah. (2023). Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Pengunjung di Desa Wisata. *Jurnal of Sociology Research and Education*, 10(1), 52-60.

Ananda, V. (2020). Persepsi Pengunjung Tentang Sarana dan Prasarana Objek Wisata Rumah Pohon Tabek Patah. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 1(2), 88–95.

Blegur, M. I., Tang, M. I. P., Fanpada, N., Haan, J. S., Padamani, M., Famai, M. G. R., & Selly, J. (2023). Faktor Penyebab Menurunnya Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Kadelang Fatang. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 1(3), 285-299.

Dewi, D.L., Indrawati, L.R., & Septiani, Y. (2020). Analisis Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Jumlah Objek Wisata, Jumlah Hotel dan Jumlah Penduduk Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Provinsi Jawa Tengah Tahun 2014-2018. *Directory Journal of Economic*, 2(3), 647-658.

Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka, (2025).

Hudayani, A., Aspan., & Yana, N. F. (2018). Peran *Tour Agency* Orangutan *Journey* dalam Peningkatan Kunjungan Wisatawan di Taman Nasional Tanjung Puting Kabupaten Kotawaringin Barat. *Magenta*, 7(1), 35-42.

Humagi, F., Moniaga, I. L., & Prijadi, R. (2021). Analisis Kebutuhan Prasarana dan Sarana Pariwisata di Kecamatan Kaidipang Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Spasial*, 8(2), 190–200.

Ghani, Y.A. (2017). Pengembangan Sarana dan Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat. *Jurnal Pariwisata*, 5(10), 22-31.

Kurniawansyah, H., Salahuddin & Prianti, A. (2021). Perbandingan Manajemen di Sektor Pariwisata Oleh Pemerintah dan Swasta di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Kapita Selekta Administrasi Publik*, 2(2), 120-129.

Ningrum, Puri, L.M., & Ratnasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(1), 394-403.

Mahfudz, Husain I, Abdul W.M, Muljibir R dan Ramla. (2023). Dampak Pertambangan Terhadap Ekonomi Masyarakat Pesisir Prespektif Ekonomi Islam. *Robusy*, 3(1), 74-84.

- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.
- Pengelola Pantai Cemara, (2025).
- Prayitno, A. A., Winarno, G. D., Rusita, R. R., & Harianto, S. P. (2021) Persepsi Wisatawan Terhadap Objek Daya Tarik Wisata di Pantai Ketapang, Kabupaten Pesawaran, Provinsi Lampung. *Journal of Tropical Marine Science*, 4(2), 65-72.
- Ratar, M., Sangkoy, M., & Budiman, M. (2021). Pengaruh ketersediaan Prasarana dan Sarana Pariwisata terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Kunjungan Wisata di Manado (Studi Kasus Daerah Wisata Bunaken). *Global Science*, 2(1), 7–14.
- Rifan, A.A., Ferdinandsyah, M.R., Ramadhani, A.W., Agatha, D.S., Bryliandita, F.A., dan Dinar, M.F. (2023). Identifikasi Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Cemarasewu di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Kepariwisata*, 17(1), 37-46.
- Rangkuti, F. (2017). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sarosa, S. (2017). *Penelitian Kualitatif*. Indeks: Jakarta.
- Sekaran, U dan Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian*. Salemba: Jakarta.
- Setyaningsih, D. (2018). Analisis Faktor-Faktor Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Sub Sektor Pariwisata di Provinsi Saerah Istimewa Yogyakarta. [SKRIPSI]: Universitas Islam Indonesia.
- Suastika, I. M. (2021). Implementasi Kebijakan Pemerintah Provinsi Bali Dalam Penanganan Pandemi Covid 19 Dan Upaya Pemulihan Pariwisata. *SISTA: Jurnal Akademisi Dan Praktisi Pariwisata*, 1(1), 41–51.
- Suhrini, T., Adhrianti, L & Sari, E.V. (2021). Strategi Promosi Pariwisata Air Terjun Untuk Medukung Pembangunan Daerah (Studi Pada Wisata Air Terjun Palak Siring Kelurahan Kemumu Kecamatan Arma Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara). *Jurnal Kaganga*, 5(2), 139-148.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D Edisi 2*. Bandung: Alfabeta.
- Yoeti, A. Yoeka. (2012). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Yoswati, D dan J. Samiaji. (2013). *Buku Ajar Ekowisata Bahari*. UR Press: 111 hlm.