

Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Gastronomi di *Coastal Tourism* Pulau Bangka

Geraldine Podung^{1*}, Winne Riesky Alifah², Alhilal Furqan³

Institut Teknologi Bandung ^{1,2,3}
andingeraldine@gmail.com

Abstract

The tourism destination requires attractions that serve as the main selling points for the tourism industry. These days, gastronomy-based tourism has become one of the appealing factors. In the development of a tourism destination, the right strategies are needed. The purpose of this research is to observe and identify suitable strategies to be applied in initiating the development of a gastronomy-based tourism destination on Bangka Island, which possesses various potentials and strengths as a gastronomy tourism destination. Therefore, with strategies tailored to this target, gradual development can be carried out on Bangka Island to help boost the local economy through regional income and branding for Bangka Island.

Keywords: Destination, Tourism Gastronomy, Development

Abstrak

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, Pengembangan

A. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki kekayaan sumber daya alam yang sangat melimpah. Indonesia sebagai negara kepulauan juga membuatnya 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 studi dan apresiasi dari semua makanan dan minuman. Gastronomi juga mencakup pengetahuan mendalam mengenai makanan dan minuman nasional dari berbagai negara besar di seluruh dunia. Menurut Cordova-Buiza et al (2021), menjelaskan gastronomi yaitu suatu perpaduan mengenai beragam cara dalam melibatkan setiap hal tentang makanan dan minuman kepada wisatawan tetapi dalam prosesnya mampu memberikan pengalaman yang berharga bagi wisatawan bersama 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

* Corresponding author

yang berkesan (Wijaya, 2013). Turis 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 (Kim, & Eves, 2012).

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 (Liu et al., 2020). Didalam 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 penunjuang 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. Definisi dari makanan tradisional merupakan suatu kebiasaan yang sudah turun temurun diwarisi dari nenek moyang sehingga akan sulit diubah seperti layaknya makanan yang dikonsumsi sehari-hari dapat dikatakan turun temurun dari leluhur atau nenek moyang sebelumnya sehingga makanan tersebut menjadi makanan khas tradisional di daerah tersebut (Almeida & Garrod, 2017).

Masyarakat Pulau Bangka bersifat multietnik dalam artian yaitu penduduk aslinya adalah suku Melayu kemudian hidup berdampingan erat dengan suku Cina yang telah cukup lama hidup dan bermukim di Pulau Bangka, oleh karena keragaman etnik dan budaya menjadi toleransi tinggi diantara warga masyarakat. Dalam perkembangannya, tradisi dan budaya Melayu Bangka tumbuh dengan bersendikan agama Islam namun tetap dapat berdampingan dengan budaya lain yang hadir di daerah itu. Salah satu tradisi Melayu Bangka yang sampai saat ini masih tetap dilakukan oleh masyarakat yaitu tradisi nganggung.

Tradisi ini merupakan suatu bentuk kerja gotong royong yang dilakukan oleh anggota masyarakat dalam rangka menyelenggarakan suatu acara, baik perayaan yang berkaitan dengan keagamaan seperti Maulud Nabi, maupun acara yang berkaitan dengan upacara adat atau hajatan masyarakat seperti rebo kasan. Bentuk partisipasi masyarakat dalam melaksanakan adat ini tercermin dari keikutsertaan setiap keliarga yang berada dalam suatu Kawasan pemukam yang mempunyai hajatan menyelenggarakan adat nganggung. Setiap keluarga membawawatu dulang makanan yang ditutup dengan tudung saji ke tempat berlangsungnya acara, biasanya di masjid atau di balai desa. Di tradisi nganggung, setiap pintu rumah (keluarga) membawa satu dulang makanan. Karena itu tradisi nganggung juga disebut adat Sepintu Sedulang.

Pariwisata gastronomi sendiri yaitu kegiatan yang mengunjungi produsen makanan, festival, restoran, dan tempat makan tertentu (Richards, 2021). Oleh karena itu dari adanya potensi baik dari keberagaman makanan tradisional dan kebudayaan yang ada di Pulau Bangka seperti nganggung dimana 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 wisata adalah suatu entitas pada suatu wilayah geografis tertentu yang didalamnya terdapat komponen produk pariwisata dan layanan, serta unsur pendukung lainnya seperti pelaku industry pariwisata, masyarakat, institusi pengembang yang membentuk suatu sistem yang sinergis dalam menciptakan motivasi kunjungan dan totalitas pengalaman kunjungan bagi para wisatawan yang datang (Badarab et al., 2017). Kemudian pendapat lain mengenai pengertian destinasi wisata yaitu wilayah geografis tertentu dimana pengunjung dapat menikmati berbagai jenis pengalaman perjalanan (Goeldner & Ritchie, 2003). Destinasi pariwisata adalah wilayah geografis yang mengandung karakteristik lanskap dan budayas 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 (Hall & Mitchell, 2006).

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 (Wirawan & Octaviany, 2022). Destinasi pariwisata memiliki artian yaitu suatu kawasan geografis tertentu yang berisi produk pariwisata yang memotivasi wisatawan yang berkunjung dan mendorong kegiatan pariwisata (Eddyono, 2021). 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 system 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 system. Sistem pariwisata tersebut meliputi produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata yang memiliki unsur utama yang terdiri dari 3 bagian yaitu daya tarik wisata, fasilitas, dan kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2002), salah satunya adalah daya tarik daerah tujuan wisata yang dimana daya tarik wisata ini meliputi dua komponen, pertama daya tarik wisata budaya meliputi komponen peninggalan bersejarah dan kepurbakalaan, Bahasa dan istiadat, seni Lukis, kerjainan dan ukir, hasil karya arsitektur dan lansekap, dan suku bangsa. Kedua adalah daya tarik wisata alam dengan komponen flora dan fauna, lansekap, gunung, danau, sungai dan laut/pantai. 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/pantai.

Konsep Coastal Area, Coastal Destination, dan Coastal Tourism

Wilayah pesisir adalah daerah peralihan antara ekosistem darat dan laut yang dipengaruhi oleh perubahan dari darat dan laut. Dalam pengembangan destinasi wisata terdapat lima kategori yang harus menjadi perhatian yaitu stabilisasi garis pantai, kualitas air, keanekaragaman hayati, produksi pangan, dan pariwisata (Orams & Lueck, 2016). Keanekaragaman hayati (*Biodiversity*) merupakan keberagaman yang didalamnya termasuk keberagaman sumber daya, budaya, dan aktivitas. Pariwisata merupakan kegiatan wisata yang melibatkan masyarakat lokal dan turis. Wilayah pesisir yang merupakan Kawasan dengan banyak potensi sebagai destinasi wisata dimana 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* (Liu et al., 2020).

Coastal tourism merupakan salah satu konsep dalam pengembangan Kawasan pesisir menjadi Kawasan wisata berkelanjutan. *Coastal tourism* terdiri dari kombinasi antara keberagaman yang ada di darat dan dilaut, dengan adanya keberagaman tersebut mencakup keberagaman alam,

keberagaman budaya, dan keberagaman aktivitas masyarakat lokal (Orams & Lueck, 2016). Dalam pencapaian untuk melakukan penerapan konsep *coastal tourism* ini keberagaman menjadi poin pentingnya. Salah satu bentuk keberagaman yang dapat dilestarikan yaitu aktivitas dari masyarakat lokal itu sendiri (Carvache-Franco et al., 2022).

Pada penerapan konsep *coastal tourism* ini, secara sosial-ekonomi berupa minat masyarakat lokal dan kondisi kesehatan menjadi aspek pengembangan *coastal tourism* (Liu et al., 2020). Konsep *coastal tourism* lebih baik apabila mata pencaharian masyarakat dapat berkontribusi dalam kegiatan pariwisata. Cara untuk mencapai konsep *coastal tourism* dengan wisata berkelanjutan yaitu Kawasan pesisir harus seimbang antara konservasi lingkungan dan aktivitas masyarakat dalam mengatus sumber daya yang ada (Orams & Lueck, 2016; Carvache-Franco et al., 2022).

Pariwisata Gastronomi

United Nation 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 & Mitchell, 2006). Pengalaman gastronomi dapat menambah nilai pariwisata dengan mengedikan hubungan antara budaya lokal, lanskap, dan makanan (Carvache-Franco et al., 2021). Dalam prosesnya pariwisata gastronomi menawarkan banyak potensi yang menarik untuk meningkatkan manajemen destinasi, mempromosikan budaya, dan mendukung industri seperti pertanian dan produksi makanan (Lee & Scott, 2015; Testa et al., 2019).

B. METODE PENELITIAN

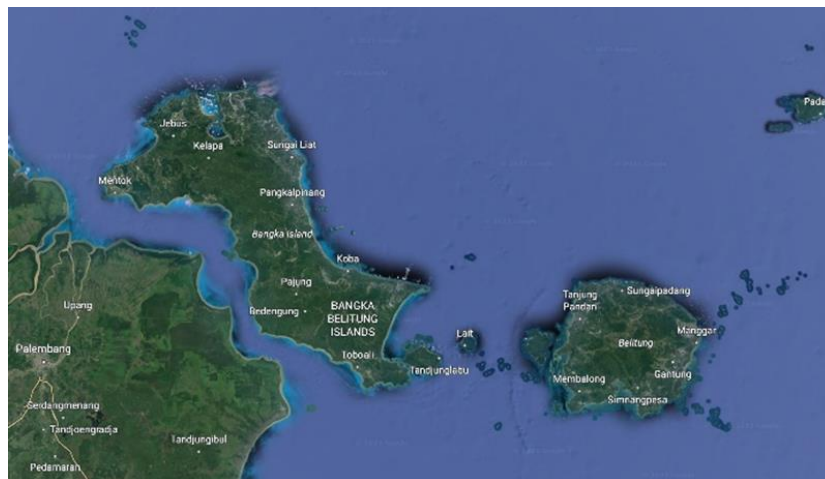
Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif digunakan untuk mencari data dan mendapatkan data yang alami (natural) dilihat dari realitas dan menerapkan apa adanya yaitu semua elemen elemen data yang akan diangkat. Pendekatan penelitian kualitatif ini menggali lebih dalam kepada narasumbernya untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Oleh karena itu perlu ditarik hubungan antara ilmu alam dengan manusia, yang dapat menyimpulkan dan ilmu alam menjadi penemuan teori.

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.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (1994) terdiri dari langkah- langkah yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kemudian untuk analisis selanjutnya menggunakan analisis SWOT, analisis SWOT merupakan sebuah langkah untuk dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap pencapaian tujuan organisasi (Gkoltsiou & Mougiakou, 2021). Analisis ini mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Wilayah Studi

Pulau Bangka terletak di sebelah pesisir Timur Sumatra Selatan, berbatasan dengan Laut China Selatan di sebelah utara, Pulau Belitung di timur dan Laut Jawa di sebelah selatan yaitu 1°20'-3°7' Lintang Selatan dan 105° - 107° Bujur Timur memanjang dari Barat Laut ke Tenggara sepanjang ± 180 km. Pulau ini terdiri dari rawa-rawa, daratan rendah, bukit-bukit dan puncak bukit terdapat hutan lebat, sedangkan pada daerah rawa terdapat hutan bakau. Rawa daratan pulau Bangka tidak begitu berbeda dengan rawa di Pulau Sumatra, sedangkan keistimewaan pantainya dibandingkan dengan daerah lain adalah pantainya yang landai berpasir putih dengan dihiasi hamparan batu granit. Kabupaten Bangka mempunyai luas wilayah ± 2.950,68 km², dengan jumlah penduduk tahun 2003 sebanyak 217.545 jiwa.



Gambar 1. Peta Administrasi Provinsi Bangka Belitung

Sumber: Google Earth, 2023

C. HASIL DAN ANALISIS

Kunjungan Pariwisata Pulau Bangka

Kunjungan pariwisata di Pulau Bangka mengalami kenaikan sebanyak 71.043 wisatawan yang mengunjungi 15 tempat wisata di Kabupaten Bangka pada periode Januari – September 2022. Selama periode itu jumlah kunjungan terbanyak pada bulan Maret mencapai 10.188 wisatawan dan angka kunjungan terendah pada Agustus yang hanya sebanyak 3.617 wisatawan hal ini disampaikan oleh Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangka. Dengan jumlah kunjungan tersebut sudah termasuk wisatawan mancanegara. Wisatawan yang menginap di hotel, penginapan, dan homestay pada periode yang sama meliputi 39.053 wisatawan nusantara dan 30 wisatawan mancanegara. Kepada Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bangka menghimbau agar seluruh masyarakat, pihak swasta dan pemangku kepentingan bisa bersama sama membangun sektor pariwisata sebagai sektor strategis berkelanjutan serta mampu berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Pulau Bangka telah menjadi salah satu dari beberapa destinasi wisata terkait dengan wisata kulinernya sehingga beberapa 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 (Gambar 2). 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.



Gambar 2. Kuliner khas Bangka
 Sumber: Enimekspres, 2023

Analisis SWOT Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Gastronomi

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 didaerahnya
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.	Perlunya 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: Hasil analisa, 2023

Berdasarkan analisis SWOT dari tabel 1, maka strategi pengembangan destinasi pariwisata berbasis gastronomi di coastal area khususnya Pulau Bangka adalah sebagai berikut :

- a. Meningkatkan kinerja operasional dari SDM 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.
- b. Mulai melakukan penjualan dan promosi produksi didalam 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.
- c. 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.
- d. Perlunya peningkatan 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.
- e. 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 CHSE bagi pengelola usaha pariwisata.
- f. Memberikan hak cipta dan pemberian merek dagang. Pemberian merek dagang cocok untuk memperkenalkan makanan khas Pulau Bangka sehingga nantinya mudah dikenal dan menimbulkan kesadaran masyarakat terkait dengan nama ataupun merek dari makanan khas di Pulau Bangka.
- g. 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.
- h. 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 event nasional maupun internasional mulai menjajakan makanan tersebut sebagai menu santap siang atau santap malam.

Kurva Pengembangan Destinasi Pariwisata Berbasis Gastronomi

Dengan menggunakan matriks space analysis pada tabel 2, maka dapat digambarkan posisi kuadran pengembangan destinasi sebagai berikut:

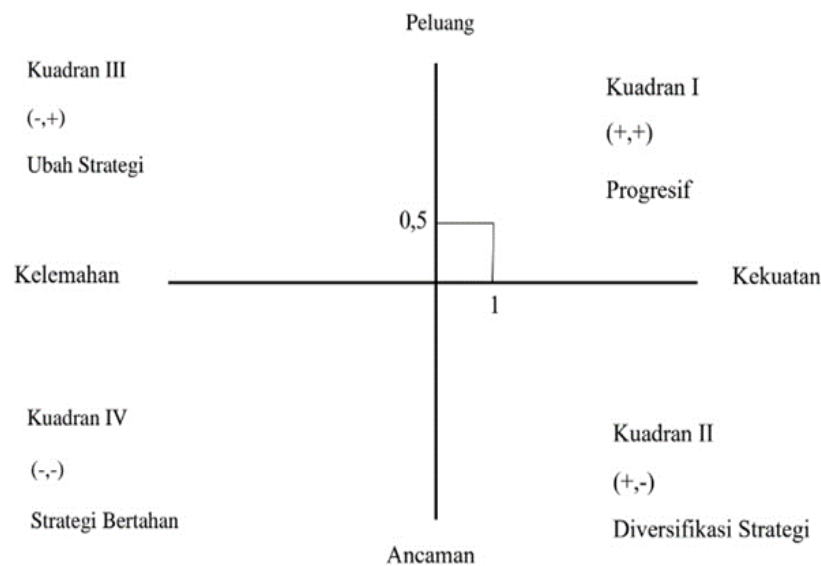
$$KK + AN = 4 + (-3) = 1$$

$$KL + PL = (-3.5) + 4 = 0$$

Tabel 2 Matriks Space Analysis

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
Total	8	Total	8
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
Total	-7	Total	-6
KK: 4		PL: 4	
KL: -3.5		AN: -3	

Sumber: Hasil analisis, 2023



Gambar 3 Kuadran Pengembangan Destinasi

Sumber: Hasil analisis, 2023

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. Posisi ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan
2. Pulau Bangka memiliki kekuatan dan peluang yang dapat di manfaatkan
3. Strategi yang diterapkan pada kondisi ini adalah kebijakan pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*)

Gambar 3 menunjukkan hasil perhitungan dari matriks space analisis terletak pada posisi kuadra I, yaitu dengan nilai positif pada titik +1 dan +0.5. Hal ini merupakan posisi yang masih menguntungkan dimana 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.

D. SIMPULAN

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 meripakan 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 infrastuktur 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 REFERENSI

- Almeida, A., & Garrod, B. (2017). Experiences with local food in a mature tourist destination: The importance of consumers' motivations. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 2(3), 173-187. <https://doi.org/10.3727/216929717X14870140201116>
- Badarab, F., Trihayuningtyas, E., & Suryadana, M. L. (2017). Strategi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kepulauan Togean Provinsi Sulawesi Tengah. *Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(2), 97-112
- Carvache-Franco, M., Carvache-Franco, O., Carvache-Franco, W., Alvarez-Risco, A., & Estrada-Merino, A. (2021). Motivations and segmentation of the demand for coastal cities: a study in Lima, Peru. *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 517-531. <https://doi.org/10.1002/jtr.2423>
- Carvache-Franco, M., Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, W., Carmen Lapo, M. D., & Carvache-Franco, O. (2022). Gastronomy Motivations as Predictors of Satisfaction at Coastal Destinations. *Sustainability*, 14(18), 11437. <https://doi.org/10.3390/su141811437>
- Cordova-Buiza, F., Gabriel-Campos, E., Castaño-Prieto, L., & García-García, L. (2021). The gastronomic experience: Motivation and satisfaction of the gastronomic tourist—The case of Puno City (Peru). *Sustainability*, 13(16), 9170. <https://doi.org/10.3390/su13169170>
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan destinasi pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Enimekspres. (2023). <https://enimekspres.disway.id/read/657614/8-kuliner-unik-khas-bangka-belitung-daerah-yang-dulunya-bagian-dari-provinsi-sumsel/45>
- Gkoltsiou, A., & Mouggiakou, E. (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*, 103, 105277. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105277>

- Glaesser, D., Kester, J., Paulose, H., Alizadeh, A., & Valentin, B. (2017). Global travel patterns: an overview. *Journal of travel medicine*, 24(4), tax007. <https://doi.org/10.1093/jtm/tax007>
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. B. (2007). *Tourism principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons.
- Google Earth. (2023). Bangka. Available online: <https://earth.google.com/web/search/bangka/@-1.99530178,106.13433958,185.34927363a,764598.88757497d,35y,0h,0t,0r/data=CigiJgokCf0975iyLTJAEfs975iyLTLGS4ZGno7eEBAIbZmcfj8W1DAOgMKATA> (accessed on 21 March 2023)
- Hall, C. M., & Mitchell, R. (2006). Gastronomy, food and wine tourism. In *Tourism business frontiers* (pp. 137-147). Routledge.
- Kim, Y. G., & Eves, A. (2012). Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Tourism management*, 33(6), 1458-1467. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.015>
- Lee, K. H., & Scott, N. (2015). Food tourism reviewed using the paradigm funnel approach. *Journal of culinary science & technology*, 13(2), 95-115. <https://doi.org/10.1080/15428052.2014.952480>
- Liu, J., An, K., & Jang, S. S. (2020). A model of tourists' civilized behaviors: Toward sustainable coastal tourism in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100437. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100437>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Mirosa, M., & Lawson, R. (2012). Revealing the lifestyles of local food consumers. *British food journal*, 114(6), 816 - 825. <https://doi.org/10.1108/00070701211234345>
- Orams, M., & Lueck, M. (2016). Coastal tourism. *Encyclopedia of tourism*, 157-158.
- Richards, G. (2021). Evolving research perspectives on food and gastronomic experiences in tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(3), 1037-1058. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2020-1217>
- Wijaya, S., King, B., Nguyen, T. H., & Morrison, A. (2013). International visitor dining experiences: A conceptual framework. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 20, 34-42. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2013.07.001>
- Testa, R., Galati, A., Schifani, G., Di Trapani, A. M., & Migliore, G. (2019). Culinary tourism experiences in agri-tourism destinations and sustainable consumption—understanding Italian tourists' Motivations. *Sustainability*, 11(17), 4588. <https://doi.org/10.3390/su11174588>
- Vukolić, D. (2020). Gastronomski proizvodi u funkciji razvoja različitih oblika turizma u Sremskom okrugu. *Održivi razvoj*, 2(2), 41-54. <https://doi.org/10.5937/OdrRaz2002041V>
- Wirawan, P. E., & Octaviani, V. (2022). *Pengantar Pariwisata*. Nilacakra.
- Yoeti, O. A. (2002). *Perencanaan Strategis pemasaran daerah tujuan wisata*. Jakarta: Pradnya Paramita.