



~~ **SOSIAL,**
HUMANIORA
& AGAMA ~~



Alternatif Strategi: Mendorong Kawasan Tanjung Kelayang Sebagai Kawasan Wisata Berkelanjutan

Alternative Strategy: Encouraging Tanjung Kelayang Area As A Sustainable Tourist Area

Ninin Gusdini¹, Bernard Hasibuan², Lisa Ratnasari³

¹ Teknik Lingkungan Universitas Sahid Jakarta

² Teknik Industri Universitas Sahid Jakarta

³ Teknik Industri Universitas Sahid Jakarta

Corresponding author: lisa_ratnasari@usahid.ac.id

Abstrak

Kabupaten Belitung merupakan salah satu kabupaten yang menggeser fokus pembangunan dari pertambangan timah menjadi pariwisata. Salah satu Kawasan wisata andalan adalah Tanjung Kelayang. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun alternatif strategi untuk pengembangan Kawasan wisata Tanjung Kelayang dengan menerapkan konsep keberlanjutan. Alternatif strategi dibangun berdasarkan analisis terhadap faktor internal dan eksternal dengan mempertimbangkan pilar keberlanjutan yang meliputi kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O) dan ancaman (T). Faktor disusun berdasarkan hasil observasi dan pandangan stakeholders. Selanjutnya faktor tersebut dikuantifikasi oleh pakar untuk menentukan posisi aktual Kawasan Wisata Tanjung Kelayang. Hasil Analisa diperoleh bahwa Tanjung Kelayang berada pada kwadran 4 pada matriks IE, yaitu bertumbuh dan membangun (*grow and build*) dengan nilai total IFE 3,131 dan nilai total EFE 2,496. Ini menunjukkan bahwa Tanjung Kelayang memiliki potensi untuk dikembangkan dan tumbuh sebagai destinasi wisata secara berkelanjutan. Alternatif strategi yang disusun meliputi: 1) Penguatan kelembagaan pengelolaan yang mengoptimalkan partisipasi masyarakat, 2) Optimalisasi promosi Tanjung Kelayang secara digital yang kaya *story telling*, 3) *Refocusing* strategi marketing Tanjung Kelayang, 4) Merancang pola perjalanan wisata (*travel pattern*) yang adaptif Covid, 5) Diversifikasi produk wisata yang merespon berbagai segmen market, 6) Optimalisasi infrastruktur penunjang pariwisata di internal kawasan wisata dan menuju kawasan wisata, 7) Merancang *icon/branding* Tanjung Kelayang yang kuat, 8) Penguatan sumber daya manusia untuk penunjang pengembangan pariwisata.

Kata Kunci: pariwisata, SWOT, Tanjung Kelayang.

Abstract

Belitung Regency is one of the districts that shift fokus development from tin mining to tourism. One of the mainstay tourist areas is Tanjung Kelayang. This research aims to implement alternative strategies for the development of Tanjung Kelayang tourist area by applying the concept of sustainability. Alternative strategies are built on an analysis of internal and external factors taking into account sustainability pillars that include strengths (S), weaknesses (W), opportunities (O) and threats (T). Factors are based on the results of observations and views of stakeholders. Furthermore, the faktor is quantified by experts to determine the position of aktual Tanjung Kelayang Tourist Area. The results of the analysis obtained that Tanjung Kelayang is in kwadran 4 in the IEmatrix, which is growing and building (*grow and build*) with a total value of IFE 3,131 and a total value of EFE 2,496. This shows that Tanjung Kelayang has the potential to be developed and grow as a tourist destination in a sustainable manner. Alternative strategies are compiled including: 1) Strengthening institutional management that optimizes community participation, 2) Optimization of digital promotion of Tanjung Kelayang rich storytelling, 3) Refocusing



Tanjung Kelayang marketing strategy, 4) Designing adaptive travel pattern Covid, 5) Diversification of tourist products that respond to various market segments, 6) Optimization of tourism supporting infrastructure in the internal tourist area and towards tourist areas, 7) Designing a strong Tanjung Kelayang icon / branding, 8) Strengthening human resources to support tourism development.

Keywords: SWOT, tourism, Tanjung Kelayang.

PENDAHULUAN

Pariwisata Kabupaten Belitung, setelah *booming Laskar Pelangi*, menunjukkan peningkatan yang luar biasa. Jumlah kunjungan wisatawan terus meningkat rata-rata 35% dalam 6 tahun terakhir (Badan-Pusat-Statistik, 2019). Peningkatan pariwisata Kabupaten Belitung diperkirakan akan tumbuh pesat setelah ditetapkannya Tanjung Kelayang sebagai salah satu prioritas pengembangan destinasi pariwisata dan ditetapkan sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) melalui Peraturan Pemerintah No. 6 tahun 2016 (Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Kawasan Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang, 2016).

Pantai Tanjung Kelayang merupakan salah satu pantai yang terletak di Kepulauan Bangka Belitung. Lokasinya terletak di Kecamatan Sijuk dan berjarak sekitar 27 kilometer dari Tanjung Pandan yang merupakan ibu kota Kabupaten Belitung (Badan-Pusat-Statistik, 2019).

Dalam konteks mendorong pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, perlu adanya upaya strategis dalam pengembangan potensi wisata yang ada dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, ekologi dan sosial serta adaptif terhadap upaya meminimisasi dampak adanya potensi bencana. Berangkat dari pemikiran ini maka perlu dikaji strategi pengembangan destinasi wisata yang berkelanjutan dan adaptif terhadap bencana di Kabupaten Belitung.

METODE

Metode yang dilakukan adalah dengan menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) destinasi wisata Tanjung Kelayang yang menjadi dasar untuk melakukan analisis SWOT (Latief et al., 2021). Analisis SWOT dilakukan melalui matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang akan menguraikan faktor-faktor kekuatan terbesar dan kelemahan perusahaan dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yang akan menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman yang dimiliki destinasi dan matriks IE (Internal External) yang menunjukkan dimana posisi perusahaan saat ini (Astuti & Ratnawati, 2020).

Langkah-langkah analisis SWOT adalah sebagai berikut:

1. Pembobotan serta pemberian rating pada Matriks IFE dan EFE (et al.,



2018).

Analisis lingkungan internal dan eksternal dilakukan dengan cara pemberian bobot pada masing-masing variabel internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingan menggunakan skala likert. Pemberian rating tiap faktor dilakukan setelah masing-masing variabel diketahui bobotnya. Skala rating yang digunakan adalah 1 sampai dengan 4 berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan. Hasil pembobotan dan nilai rating kemudian dikalikan sehingga diperoleh total nilai tertimbang pada matriks IFE dan EFE.

2. Penentuan Matriks IE (Subaktillah et al., 2018)

Matriks IE adalah suatu matriks yang digunakan untuk mengetahui posisi suatu perusahaan. Matriks IE didasarkan pada total nilai Matriks IFE yang diberi bobot pada sumbu X dan total nilai Matriks EFE yang diberi bobot pada sumbu Y. Perusahaan ditempatkan pada matriks IE berdasarkan total skor pembobotan. Jika berada pada area I, II, atau IV maka perusahaan tersebut pada tahap grow and build. Jika berada pada area III, V atau VII maka perusahaan tersebut berada pada tahap hold and maintain. Jika perusahaan berada pada posisi VI, VIII atau IX maka perusahaan tersebut berada pada tahap harvest or divest.

3. Matriks SWOT (Tambunan, 2020)

Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategis dari suatu perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks SWOT akan menghasilkan empat sel kemungkinan strategis. Matriks SWOT mencakup strategi SO, WO, ST, dan WT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Faktor internal akan mempengaruhi terbentuknya kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Faktor ini berhubungan dengan kondisi aktual yang ada di Kawasan wisata Tanjung Kelayang. Faktor internal mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) bagi pengelola kawasan diantaranya tatakelola destinasi, infrastruktur, system operasi, sumberdaya manusia, sistem informasi, sosial ekonomi, budaya masyarakat yang ada di kawasan wisata (2).

Faktor yang menjadi kekuatan (*Strength*) meliputi 1) Lokasi tidak jauh dari bandara, 2) Keunikan geologi (batuan di pantai/laut), 3) Lingkungan yang bersih, 4) Laut yang relatif tenang, dangkal dan jernih, 5) Lingkungan yang aman, 6) Program pemerintah yang fokus pada penguatan pariwisata, 7) Kondisi sosial masyarakat yang kondusif, 8) Potensi kuliner, 9) Masyarakat yang ramah, 10) Pengunjung masih sedikit sehingga tidak *crowded*, 11) Jarak antar objek wisata yang relatif dekat, 12) Memiliki geosite yang diakui secara internasional, 13) Lokasi



Pulau Belitung yang tidak jauh dari Jakarta, 14) Banyak menawarkan wisata bertema *sport* dan *health*.

Faktor internal yang merupakan kelemahan (*Weakness*) dari Tanjung Kelayang meliputi: 1) Harga sewa kapal sebagai transportasi untuk *hoping island* terbilang cukup mahal, 2) Alat *snorkling* yang cukup mahal dan kurang lengkap, 3) Kuantitas sumber daya manusia bidang pariwisata belum memadai, 4) Harga makanan yang dijual cukup mahal, 5) Fasilitas di beberapa objek wisata kurang memadai dan kurang perawatan, 6) Transportasi publik yang sangat terbatas, 7) Atraksi dari tiap-tiap objek wisata yang masih terbatas 8) Belum kuatnya icon wisata, 9) Sentra oleh-oleh yang masih terbatas, 10) Kurangnya atraksi budaya,

Tabel 1.
Matriks IFE

| No | Faktor Internal | Rating | Bobot | Skor |
|-----------------------------|--|--------|-------|--------------|
| Kekuatan (Strength) | | | | |
| 1 | Lokasi tidak jauh dari bandara | 3.40 | 0.052 | 0.176 |
| 2 | Keunikan geologi (batuan di pantai/laut) | 3.60 | 0.055 | 0.198 |
| 3 | Lingkungan yang bersih | 4.00 | 0.061 | 0.244 |
| 4 | Laut yang relatif tenang, dangkal dan jernih | 3.80 | 0.058 | 0.220 |
| 5 | Lingkungan yang aman | 3.80 | 0.058 | 0.220 |
| 6 | Program pemerintah yang fokus pada penguatan pariwisata | 4.00 | 0.061 | 0.244 |
| 7 | Kondisi sosial masyarakat yang kondusif | 3.60 | 0.055 | 0.198 |
| 8 | Potensi kuliner | 3.40 | 0.052 | 0.176 |
| 9 | Masyarakat yang ramah | 3.80 | 0.058 | 0.220 |
| 10 | Pengunjung masih sedikit sehingga tidak <i>crowded</i> | 3.00 | 0.046 | 0.137 |
| 11 | Jarak antar objek wisata yang relatif dekat | 3.20 | 0.049 | 0.156 |
| 12 | Memiliki geosite yang diakui secara internasional | 3.80 | 0.058 | 0.220 |
| 13 | Lokasi Pulau Belitung yang tidak jauh dari Jakarta | 3.60 | 0.055 | 0.198 |
| 14 | Banyak menawarkan wisata bertema <i>sport</i> dan <i>health</i> | 3.20 | 0.049 | 0.156 |
| Jumlah Strength | | | | 2.763 |
| Kelemahan (Weakness) | | | | |
| 1 | Harga sewa kapal sebagai transportasi untuk <i>hoping island</i> terbilang cukup mahal | 1.40 | 0.021 | 0.030 |
| 2 | Alat <i>snorkling</i> yang cukup mahal dan kurang lengkap | 1.80 | 0.027 | 0.049 |
| 3 | Kuantitas sumber daya manusia bidang pariwisata belum memadai | 1.80 | 0.027 | 0.049 |
| 4 | Harga makanan yang dijual cukup mahal | 1.40 | 0.021 | 0.030 |



| No | Faktor Internal | Rating | Bobot | Skor |
|------------------------------------|--|--------|-------|--------------|
| 5 | Fasilitas di beberapa objek wisata kurang memadai dan kurang perawatan | 1.40 | 0.021 | 0.030 |
| 6 | Transportasi publik yang sangat terbatas | 1.20 | 0.018 | 0.022 |
| 7 | Atraksi dari tiap-tiap objek wisata yang masih terbatas | 1.60 | 0.024 | 0.039 |
| 8 | Belum kuatnya icon wisata | 1.40 | 0.021 | 0.030 |
| 9 | Sentra oleh-oleh yang masih terbatas | 1.60 | 0.024 | 0.039 |
| 10 | Kurangnya atraksi budaya | 1.80 | 0.027 | 0.049 |
| Jumlah Kelemahan (Weakness) | | | | 0.368 |

Identifikasi Faktor *Eksternal Factor Evaluation (EFE)*

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Peluang dan ancaman yang merupakan faktor yang berhubungan dengan kondisi -kondisi yang terjadi di luar Kawasan wisata Tanjung Kelayang yang mempengaruhi dalam pengembangan Kawasan wisata Tanjung Kelayang. Faktor ini mencakup kebijakan nasional, kondisi dan minat wisatawan, kondisi social, budaya, teknologi, ekonomi.

Faktor eksternal yang menjadi peluang (*Opportunities*) untuk pengembangan Kawasan wisata Tanjung Kelayang meliputi: 1) Menjadi prioritas pengembangan pariwisata Nasional, 2) Menjadi Kawasan Ekonomi Khusus, 3) Pergeseran perilaku wisatawan: lebih mengutamakan ketersediaan spot foto yang unik, 4) Pergeseran metode promosi dari konvensional kearah digital sehingga mempercepat dan memperluas penyebaran informasi.

Faktor eksternal yang merupakan ancaman (*Threats*) terhadap upaya pengembangan kawasan wisata Tanjung Kelayang. Ancaman ini telah mengakomodir kondisi pandemic yang saat ini sedang terjadi atau kondisi-kondisi kedaruratan yang lainnya. Adapun faktor eksternal yang menjadi ancaman adalah: 1) Transportasi utama menuju Belitung adalah pesawat atau kapal laut, sehingga sangat bergantung pada ketersediaan rute dan harga tiket, 2) Agresivitas pengembangan kawasan wisata diluar Belitung, 3) Adanya pandemi *COVID-19*, 4) Terbatasnya fasilitas kesehatan/medis.

Tabel 2.
Matriks EFE

| No | Faktor Eksternal | Rating | Bobot | Skor |
|---------|--|--------|-------|-------|
| Peluang | | | | |
| 1 | Menjadi prioritas pengembangan pariwisata Nasional | 3.20 | 0.132 | 0.423 |
| 2 | Menjadi Kawasan Ekonomi Khusus | 3.20 | 0.132 | 0.423 |

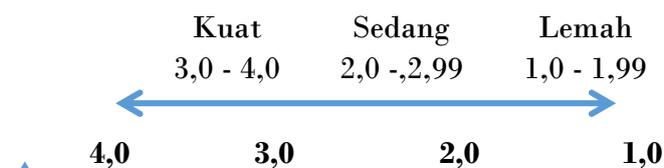


| | | | | |
|-----------------------------|---|------|-------|--------------|
| 3 | Pergeseran perilaku wisatawan : lebih mengutamakan ketersediaan spot foto yang unik | 3.40 | 0.140 | 0.478 |
| 4 | Pergeseran metode promosi dari konvensional kearah digital sehingga mempercepat dan memperluas penyebaran informasi | 4.00 | 0.165 | 0.661 |
| 5 | Pengakuan Unesco Global Geopark | 4.00 | 0.165 | 0.661 |
| Jumlah Opportunities | | | | 1.985 |
| Ancaman | | | | |
| 1 | Transportasi utama menuju Belitung adalah pesawat atau kapal laut, sehingga sangat bergantung pada ketersediaan rute dan harga tiket. | 1.60 | 0.066 | 0.106 |
| 2 | Agresivitas pengembangan kawasan wisata diluar Belitung | 1.80 | 0.074 | 0.134 |
| 3 | Adanya pandemi covid-19 | 1.40 | 0.058 | 0.081 |
| 4 | Terbatasnya fasilitas kesehatan/medis | 1.60 | 0.066 | 0.106 |
| Jumlah Threats | | | | 0.511 |

Berdasarkan hasil perhitungan nilai IFA dan EFA, diploting pada kwadran matriks IFE- EFE. Nilai IFE-EFE menunjukkan posisi Tanjung Kelayang sebagai destinasi wisata, dan posisi ini dapat di gunakan untuk menentukan strategi pengembangan kawasan yang cocok berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal. Berdasarkan kuantifikasi pandangan para pakar, diperoleh nilai IFE 3,131 dan EFE 2.496. Ploting nilai tersebut dalam matriks IFE – EFE memposisikan Tanjung Kelayang pada kwadran IV. Hal ini menunjukkan bahwa Kawasan Tanjung Kelayang berada pada kondisi yang bertumbuh dan membangun (*grow and build*). Strategi-strategi yang cocok untuk Tanjung Kelayang yang berada pada posisi ini adalah strategi intensif seperti *Market Penetration*, *Market Development*, dan *Product Development* atau Strategi Terintegrasi seperti *Backward Integration*, *Forward Integration*, dan *Horizontal Integration*. Ploting hasil kuantifikasi faktor internal dan eksternal dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1.
Matriks IE Tanjung Kelayang

SKOR BOBOT TOTAL IFE





SKOR BOBOT TOTAL EFE

Tinggi
3,0 - 4,0

Sedang
2,0 - 2,99

Rendah
1,0 - 1,99

| | | | |
|-----|------------|-----|-----|
| | I | II | III |
| 3,0 | | | |
| 2,0 | IV KWTK | V | VI |
| 1,0 | VII | VII | IX |

Alternatif Strategi Pengembangan Kawasan Tanjung Kelayang

Alternatif strategi yang dirumuskan untuk mengoptimalkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dan menghadapi ancaman di rumuskan secara rinci dalam strategi S-O, S-T, W-O dan W-T. Alternatif yang disusun telah mengadopsi grand strategi grow and built berdasarkan posisi Tanjung Kelayang sebagai kawasan wisata. Berikut adalah alternatif strategi yang disusun:

Tabel 3. Matriks SWOT

| | <i>Opportunities</i> | <i>Threats</i> |
|---|---|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi prioritas pengembangan pariwisata Nasional, 2. Menjadi Kawasan Ekonomi Khusus, 3. Pergeseran perilaku wisatawan : lebih mengutamakan ketersediaan spot foto yang unik, 4. Pergeseran metode promosi dari konvensional ke arah digital sehingga mempercepat dan memperluas penyebaran informasi. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Transportasi utama menuju Belitung adalah pesawat atau kapal laut, sehingga sangat bergantung pada ketersediaan rute dan harga tiket, 2. Agresivitas pengembangan kawasan wisata diluar Belitung. 3. Adanya pandemi <i>covid-19</i>, 4. Terbatasnya fasilitas kesehatan/medis |
| <i>Strength</i> | <i>SO – Strategy</i> | <i>ST – Strategy</i> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi tidak jauh dari bandara, 2. Keunikan geologi (batuan di pantai/laut), 3. Lingkungan yang bersih, 4. Laut yang relatif tenang, dangkal dan jernih, 5. Lingkungan yang aman, 6. Program pemerintah yang fokus pada penguatan pariwisata, 7. Kondisi sosial masyarakat yang kondusif, 8. Potensi kuliner, 9. Masyarakat yang ramah, 10. Pengunjung masih sedikit sehingga tidak <i>crowded</i>, 11. Jarak antar objek wisata yang relatif dekat, 12. Memiliki geosite yang diakui secara internasional. 13. Lokasi Pulau Belitung yang tidak jauh dari Jakarta, 14. Banyak menawarkan wisata bertema <i>sport</i> dan <i>health</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Penguatan kelembagaan pengelolaan yang mengoptimalkan partisipasi masyarakat 2. Optimalisasi promosi Tanjung Kelayang secara digital yang kaya <i>story telling</i> | <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Refocusing</i> strategi <i>marketing</i> Tanjung Kelayang 2. Merancang pola perjalanan wisata (<i>travel pattern</i>) yang adaptif Covid |
| <i>Weakness</i> | <i>WO – Strategy</i> | <i>WC – Strategy</i> |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Harga sewa kapal sebagai transportasi untuk <i>hoping island</i> terbilang cukup | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi produk wisata yang merespon berbagai segmen market | <ol style="list-style-type: none"> 1. Merancang icon/branding Tanjung Kelayang yang kuat |



| | | |
|---|--|---|
| <p>mahal, 2. Alat <i>snorkling</i> yang cukup mahal dan kurang lengkap, 3. Kuantitas sumber daya manusia bidang pariwisata belum memadai, 4. Harga makanan yang dijual cukup mahal, 5. Fasilitas di beberapa objek wisata kurang memadai dan kurang perawatan, 6. Transportasi publik yang sangat terbatas, 7. Atraksi dari tiap-tiap objek wisata yang masih terbatas 8. Belum kuatnya icon wisata, 9. Sentra oleh-oleh yang masih terbatas. 10. Kurangnya atraksi budaya,</p> | <p>2. Optimalisasi infrastruktur penunjang pariwisata di internal kawasan wisata dan menuju kawasan wisata</p> | <p>2. Penguatan sumber daya manusia untuk penunjang pengembangan pariwisata</p> |
|---|--|---|

Strategi SO

- Penguatan kelembagaan pengelolaan yang mengoptimalkan partisipasi masyarakat
- Optimalisasi promosi Tanjung Kelayang secara digital yang kaya *story telling*

Strategi ST

- Refocusing strategi marketing Tanjung Kelayang
- Merancang pola perjalanan wisata (*travel pattern*) yang adaptif Covid

Strategi WO

- Diversifikasi produk wisata yang merespon berbagai segmen market
- Optimalisasi infrastruktur penunjang pariwisata di internal kawasan wisata dan menuju kawasan wisata

Strategi WT

- Merancang icon/branding Tanjung Kelayang yang kuat
- Penguatan sumber daya manusia untuk penunjang pengembangan pariwisata

KESIMPULAN

1. Faktor internal yang paling berpengaruh dari segi kekuatan yaitu Lingkungan yang bersih (0,244) dan Program pemerintah yang fokus pada penguatan pariwisata (0,244) untuk kelemahan yaitu Transportasi publik yang sangat terbatas (0,022).
2. Faktor eksternal yang paling berpengaruh dari segi peluang perusahaan yaitu Pergeseran metode promosi dari konvensional kearah digital sehingga mempercepat dan memperluas penyebaran informasi (0,661), pengakuan Unesco terhadap Global Geopark (0,661) sedangkan dari segi ancaman yaitu adanya pandemi covid (0,081).



3. Berdasarkan matriks IE, posisi dari destinasi wisata Tanjung Kelayang berada pada sel IV yaitu bertumbuh dan membangun (*grow and build*) dengan nilai total IFE 3,131 dan nilai total EFE 2,496.
4. Perencanaan alternatif strategi berdasarkan SWOT ada delapan strategi yang mencakup strategi SO, WO, ST dan WT, Penguatan kelembagaan pengelolaan yang mengoptimalkan partisipasi masyarakat, Optimalisasi promosi Tanjung Kelayang secara digital yang kaya *story telling*, *Refocusing* strategi marketing Tanjung Kelayang, Merancang pola perjalanan wisata (travel pattern) yang adaptif Covid, Diversifikasi produk wisata yang merespon berbagai segmen market, Optimalisasi infrastruktur penunjang pariwisata di internal kawasan wisata dan menuju kawasan wisata, Merancang *icon/branding* Tanjung Kelayang yang kuat, Penguatan sumber daya manusia untuk penunjang pengembangan pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Kawasan Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang, Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia (2016). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/5727/pp-no-6-tahun-2016>
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(1), 58–70.
- Badan-Pusat-Statistik. (2019). *Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Dalam Angka 2019*. ©BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. <https://babel.bps.go.id/publication/2019/08/16/7f92e708e76a82369238a610/provinsi-kepulauan-bangka-belitung-dalam-angka-2019.html>
- Hatta, I. H., Riskarini, D., & Ichwani, T. (2018). Sme Business Development Strategy: Swot and Efe-Efi Analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 537–543. <https://doi.org/10.21776/ub.jam.2018.016.03.19>
- Latief, F., Asniwati, A., & Akram, Y. N. (2021). Positioning Strategy of PT. Guten. Inc: SWOT Analysis Approach. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 47–56. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i1.631>
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., Yuwanti, S., & Magister. (2018). Analisis SWOT: Faktor internal dan eksternal pada pengembangan usaha gula merah tebu. *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107–115.
- Tambunan, T. S. (2020). SWOT Analysis for Tourism Development Strategy of Samosir Regency. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 4(2), 90. <https://doi.org/10.20473/tijab.v4.i2.2020.90-105>