

ANALISIS STRATEGI PROMOSI WISATA PULAU KELAPAN KABUPATEN BANGKA SELATAN

Sulis¹

Prodi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
sulis77sulis77@gmail.com

Dani Fauzi²

Prodi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
dani.fauzi@unmuhbabel.ac.id

Zakia Ayu Lestari³

Prodi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
zakia.ayu@unmuhbabel.ac.id

Marissa Pusparinni⁴

Prodi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
marrisa.pusparini@unmuhbabel.ac.id

Iga Safa Marwani⁵

Prodi Pariwisata, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung
iga.safamarwani@unmuhbabel.ac.id

ABSTRACT

This study examines the marine tourism potential of Kelapan Island, located in South Bangka Regency, and the promotional strategies needed to increase tourist arrivals. Based on data from Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga, South Bangka (2019-2023), it can be seen that domestic tourist arrivals have continued to increase post-COVID-19 pandemic, while foreign tourist arrivals have dropped dramatically. The main obstacles faced are lack of promotion, limited infrastructure, and difficult accessibility. This research aims to formulate an effective promotional strategy to increase public awareness of Kelapan Island's tourism potential. The method used was descriptive qualitative, with data collection through observation and interviews with the Tourism Office, community leaders, and tourists. SWOT analysis was conducted to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities, and threats in tourism development. The results showed that Kelapan Island has great tourism potential, especially in marine and culinary tourism. However, inadequate infrastructure and lack of promotion hinder tourism development. Promotion strategies through digital marketing, creative infrastructure development such as eco-glamping, and collaboration with travel agents are proposed as solutions. This study concludes that collaboration between the government, local communities and businesses is essential in the development of sustainable tourism on Kelapan Island. Future research can focus on the implementation of regenerative promotional strategies and their impact on increasing the number of visits, as well as the development of sustainable community-based ecotourism.

Keywords: Destination Promotion, Kelapan Island, Promotion Strategy, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang memberikan sumbangsih besar dalam membantu kegiatan perekonomian dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Semakin banyak potensi wisata yang memungkinkan untuk di eksploitasi dengan keunikan dan ciri khas masing-masing yang dimiliki, akan memberikan peluang yang lebih besar dalam menciptakan ide kreatif dengan memanfaatkan potensi tersebut (Lukiana, 2018). Namun di Pulau Kelapan, potensi pariwisata yang besar belum sepenuhnya dimanfaatkan. Salah satu tantangan utama

adalah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keindahan dan keunikan Pulau Kelapan, serta menarik lebih banyak pengunjung ke destinasi ini.

Industri pariwisata bahari telah menjadi kontributor yang signifikan bagi perekonomian negara-negara pesisir, dengan pertumbuhan yang stabil dalam beberapa dekade terakhir (Jang et al., 2020). Wisata bahari dan pesisir merupakan salah satu area dengan pertumbuhan tercepat dalam industri pariwisata terbesar di dunia, dan diperkirakan pada tahun 2030, industri ini akan menjadi bagian terbesar dalam ekonomi kelautan global, yang mempekerjakan

8,6 juta orang (Kabil et al., 2021). Permintaan pariwisata bahari tumbuh dengan stabil dari 25 juta konsumen pada tahun 1950 menjadi 187 juta pada tahun 2013, tidak seperti industri lain yang terpengaruh oleh ekonomi global yang berubah dengan cepat selama enam dekade terakhir (Jang et al., 2020). Selain itu, setengah dari lebih dari satu miliar wisatawan internasional pada tahun 2012 dilaporkan berpartisipasi dalam wisata bahari (Kabil et al., 2021). Pariwisata pesisir, terutama di daerah-daerah seperti Negara-negara Kepulauan Kecil yang sedang berkembang, dianggap sebagai sumber utama pasokan devisa. (Kabil et al., 2021)

Pulau Kelapan adalah sebuah pulau yang terletak di kecamatan Lepar dan Pongok, kabupaten Bangka Selatan dan dikenal sebagai “surga bawah laut” karena keindahan terumbu karang dan biota laut yang unik. Selain wisata, Pulau Kelapan juga memiliki potensi perikanan yang luar biasa.

Pulau Kelapan, sebuah destinasi wisata yang menawarkan keindahan alam dan budaya yang kaya telah menjadi tujuan favorit bagi banyak wisatawan. Namun, untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan memaksimalkan potensi pariwisata di Pulau Kelapan, diperlukan strategi promosi yang efektif. Strategi promosi yang tepat dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keindahan dan keunikan Pulau Kelapan, serta menarik lebih banyak pengunjung ke destinasi ini.

Promosi adalah suatu kegiatan yang menyampaikan informasi, menyakinkan, dan mengingatkan kembali pada konsumen untuk loyal pada produk yang kita tawarkan/dimiliki oleh perusahaan (Maulidasari & Damrus, 2021). Promosi wisata Pulau Kelapan ini dinilai masih rendah karena kurangnya pembaruan informasi mengenai Pulau Kelapan sehingga wisatawan jarang mengetahui wisata tersebut. Promosi dibutuhkan apalagi di era global seperti sekarang ini publikasi dapat dilakukan dengan mudah melalui internet/media sosial.

Strategi promosi menyediakan kerangka koordinasi, sehingga para pemangku kepentingan Pariwisata yakni Dinas Pariwisata yang bertanggung jawab terhadap objek-objek wisata akan memiliki arah yang sama dalam upaya pengembangan mengelola destinasi dan mempromosikan pariwisata di daerahnya. Pemerintah daerah diharapkan mampu merencanakan pembangunan pariwisata hingga mempromosikan objek wisata khususnya di Pulau Kelapan, karena kurangnya pembaruan informasi mengenai kepariwisataannya di daerah ini dibutuhkan

strategi promosi yang baik agar visi dan misi Pariwisata daerah terwujud.

Table 1. Data Kunjungan Wisatawan Pulau Kelapan Tahun 2019-2023

No	Ket.	Tahun				
		2019	2020	2021	2022	2023
1	Wisatawan Domestik	501	273	459	669	981
2	Wisatawan Asing	25	-	-	-	-
Total		526	273	459	669	981

Sumber: Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga Bangka Selatan (2024)

Dapat dilihat pada Tabel 1, untuk wisatawan domestik terjadi penurunan di tahun 2020, hal ini terjadi kemungkinan dikarenakan adanya pandemi COVID-19. Namun seiring membaiknya keadaan pasca pandemi COVID-19, kunjungan kembali naik dari 273 orang pada tahun 2020 menjadi 981 orang pada tahun 2023. Sedangkan wisatawan mancanegara hanya ada pada tahun 2019 yang berjumlah 25 orang, ini bisa terjadi karena adanya pandemi COVID-19 yang menjadi faktor melemahnya perjalanan wisata terhenti dan adanya penutupan jalur penerbangan.

Dari hasil data kunjungan wisatawan ke Pulau Kelapan sebagian besar wisatawan yang datang merupakan wisatawan domestik dibandingkan wisatawan mancanegara, hal ini kemungkinan karena pasca pandemi COVID-19 kurangnya promosi atau fasilitas infrastruktur yang kurang perawatan sehingga sulit untuk menarik para wisatawan domestic maupun mancanegara.

Kurangnya promosi juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya kunjungan wisatawan ke Pulau Kelapan. Strategi promosi yang efektif meliputi promosi melalui media cetak, media elektronik, dan kegiatan festival wisata. Selain itu, promosi melalui internet dan media sosial juga sangat penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata di Pulau Kelapan. Akses yang sulit ke tempat-tempat wisata juga menjadi hambatan dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, perlu dilakukan studi yang menitikberatkan pada analisis kebutuhan strategi promosi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan di Pulau Kelapan.

Mempromosikan wisata bahari dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekonomi lokal. Dengan menarik wisatawan lokal dan mancanegara, wisata bahari dapat menjamin ketersediaan makanan laut lokal dan mempertahankan perikanan komersial, membedakan destinasi dan

meningkatkan kelangsungan ekonomi mereka (Kim et al, 2017). Strategi promosi yang kuat dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, sehingga meningkatkan kegiatan ekonomi lokal. Selain itu, identitas destinasi yang dikelola dengan baik sangat penting untuk menarik wisatawan.

Mempromosikan keunikan budaya dan alam dari sebuah destinasi wisata bahari dapat meningkatkan daya tarik dan membedakannya dari tempat wisata lainnya. Hal ini terbukti dalam kasus Taman Nasional Laut Koh Chang di Thailand, di mana pengelolaan identitas destinasi yang efektif dapat meningkatkan pendapatan dan memastikan manfaat bagi masyarakat setempat (Preechawong et al, 2020). Strategi pemasaran yang konsisten dan efektif sangat penting untuk mempromosikan wisata bahari. Strategi promosi yang lemah, seperti yang terlihat di Provinsi Banten, Indonesia, dapat menyebabkan penurunan kunjungan wisatawan. Strategi promosi yang terencana dengan baik yang selaras dengan kekuatan dan peluang sebuah destinasi diperlukan untuk menarik wisatawan dan mempertahankan minat mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan (Ruslan, 2010). Jenis data yang diperoleh adalah data primer yaitu hasil dari observasi di Pulau Kelapan dan wawancara yang dilakukan dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Bangka Selatan, tokoh masyarakat, pelaku usaha pariwisata dan wisatawan. Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan internal (seperti keindahan alam dan potensi perikanan), kelemahan (seperti kurangnya promosi dan infrastruktur), peluang eksternal (seperti tren pariwisata pasca-pandemi), dan ancaman (seperti persaingan dari destinasi wisata lain). Hasil analisis ini akan digunakan untuk merumuskan strategi promosi yang efektif dan rekomendasi pengembangan pariwisata berkelanjutan di Pulau Kelapan

PEMBAHASAN

Pulau Kelapan merupakan salah satu destinasi wisata yang dikenal karena pantainya yang bersih, air laut yang jernih, serta memiliki keindahan alam bawah laut yang sangat bagus. Pulau ini masih tergolong alami dan suasananya yang tenang sehingga sesuai bagi wisatawan yang mencari ketenangan. Pulau Kelapan memiliki potensi wisata bahari yang belum dimanfaatkan secara optimal, dimana kendalanya keterbatasan infrastruktur, kurangnya promosi, dan aksesibilitasnya sulit untuk dilalui. Keterbatasan

infrastruktur dan fasilitas pendukung seperti akomodasi, makanan, dan fasilitas rekreasi merupakan hambatan utama dalam pengembangan wisata bahari di Pulau Kelapan.

Dengan melakukan kerjasama dengan agen travel bisa memperluas jaringan promosi Pulau Kelapan dan Kerjasama dengan pengadaan alat snorkling/diving dan transportasi khusus untuk wisata bahari agar menarik kunjungan para wisatawan ke Pulau Kelapan. Hal ini tentunya tidak mudah dilakukan tanpa adanya kerjasama dengan Dinas Pariwisata dan pemangku kepentingan Pariwisata lainnya dalam upaya mengembangkan dan mempromosikan wisata Pulau Kelapan.

Penelitian lainnya menekankan pentingnya pengembangan komponen 4A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Fasilitas Penunjang) untuk meningkatkan potensi wisata bahari di Pulau Kelapan. Hal ini termasuk pembangunan destinasi ekowisata mangrove, pengadaan peralatan diving/snorkeling, dan penyediaan transportasi angkutan laut khusus pariwisata (Nasrullah, Hutagaol, & Kolopaking, 2023). Oleh karena itu, perlu dilakukan pembangunan dan peningkatan kualitas fasilitas pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Meskipun pulau ini memiliki potensi wisata bahari yang besar, informasi mengenai destinasi ini masih minim dan tidak diperbarui secara teratur. Akibatnya, banyak wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, tidak menyadari keindahan dan daya tarik Pulau Kelapan. Kurangnya publikasi ini menjadi penghalang utama dalam menarik pengunjung, terutama di era digital di mana informasi mudah diakses melalui internet dan media sosial. Oleh karena itu, promosi yang tepat sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan ketertarikan wisatawan terhadap pulau ini.

Selain promosi, kendala infrastruktur juga menjadi masalah signifikan. Pulau Kelapan masih kekurangan fasilitas pendukung yang diperlukan untuk kenyamanan wisatawan, seperti akomodasi, restoran, dan fasilitas rekreasi yang memadai. Banyak wisatawan mencari destinasi yang tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga dilengkapi dengan infrastruktur yang memudahkan mereka menikmati pengalaman wisata. Keterbatasan fasilitas ini membuat wisatawan, terutama dari kalangan mancanegara, memilih destinasi lain yang lebih siap dalam hal fasilitas dan layanan wisata. Infrastruktur pariwisata sangat penting untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (Wani, 2023).

Aksesibilitas menuju Pulau Kelapan juga menjadi tantangan besar dalam menarik wisatawan. Sulitnya transportasi menuju pulau ini, baik dari segi

frekuensi maupun biaya, mengurangi daya tarik destinasi ini. Wisatawan perlu kemudahan dalam mencapai lokasi wisata, terutama di era di mana akses cepat dan praktis menjadi salah satu faktor penentu dalam pemilihan destinasi. Kesulitan akses ke Pulau Kelapan mengakibatkan wisatawan lebih memilih destinasi lain yang lebih mudah diakses, meskipun Pulau Kelapan memiliki daya tarik alam yang luar biasa. Aksesibilitas merupakan faktor kunci dalam pemilihan destinasi wisata bagi para penyandang disabilitas atau mereka yang memiliki keterbatasan fisik, sehingga dapat memberikan pengalaman yang positif dan meningkatkan daya saing mereka di sektor pariwisata (Ferst, 2020).

Selain masalah aksesibilitas, kurangnya pemeliharaan fasilitas yang sudah ada juga menambah daftar masalah yang dihadapi. Beberapa fasilitas yang sudah dibangun tidak dirawat dengan baik, sehingga menurunkan kualitas pengalaman wisatawan. Ketiadaan perawatan rutin membuat fasilitas-fasilitas ini menjadi kurang menarik dan bahkan dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengunjung. Keterbatasan dana dan sumber daya untuk perawatan fasilitas ini juga mengakibatkan stagnasi dalam pengembangan pariwisata, sehingga potensi Pulau Kelapan tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Pengembangan dan pemeliharaan infrastruktur pariwisata publik yang efektif sangat penting bagi industri pariwisata Malaysia, untuk mengatasi tantangan seperti infrastruktur yang tidak memadai, kualitas, dan kemampuan pemeliharaan.

Identifikasi SWOT diperlukan untuk menganalisis secara komprehensif kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Pulau Kelapan dalam upaya mengoptimalkan potensi pariwisatanya dan mengembangkan strategi promosi yang efektif. Berdasarkan hasil wawancara dengan para pemangku kepentingan, didapati identifikasi pada tabel berikut:

Tabel 2. Identifikasi SWOT Wisata Pulau Kelapan

IDENTIFKASI SWOT	
STRENGTHS (KEKUATAN)	
1	Keindahan alam yang unik, termasuk pantai bersih dan air laut jernih
2	Terkenal sebagai "surga bawah laut" dengan terumbu karang dan biota laut yang indah
3	Potensi wisata bahari yang besar
4	Suasana yang tenang dan alami, cocok untuk wisatawan yang mencari ketenangan
5	Potensi perikanan yang luar biasa, dapat mendukung pengembangan wisata kuliner

WEAKNESS (KELEMAHAN)	
1	Kurangnya promosi dan pembaruan informasi tentang Pulau Kelapan
2	Infrastruktur dan fasilitas pendukung yang terbatas (akomodasi, makanan, fasilitas rekreasi)
3	Aksesibilitas yang sulit, terutama transportasi ke pulau
4	Kurangnya perawatan fasilitas yang ada
5	Terbatasnya kegiatan wisata yang tersedia untuk pengunjung
OPPORTUNITIES (PELUANG)	
1	Tren pariwisata pasca-pandemi yang mengarah ke destinasi alam dan kurang padat
2	Potensi pengembangan ekowisata mangrove
3	Peluang kerjasama dengan agen travel untuk memperluas jaringan promosi
4	Pengembangan wisata bahari dengan penyediaan alat snorkeling/diving
5	Pemanfaatan media sosial dan internet untuk promosi yang lebih efektif
6	Peningkatan minat wisatawan domestik, terlihat dari kenaikan jumlah kunjungan
THREATHS (ANCAMAN)	
1	Persaingan dengan destinasi wisata lain yang lebih berkembang
2	Kerusakan lingkungan akibat pengembangan pariwisata yang tidak terkendali
3	Perubahan preferensi wisatawan yang cepat
4	Ketidakstabilan ekonomi yang dapat mempengaruhi industri pariwisata
5	Potensi bencana alam atau perubahan iklim yang dapat mempengaruhi ekosistem laut

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil identifikasi pada tabel diatas, diperlukan analisis strategi SWOT diperlukan untuk merumuskan langkah-langkah konkret dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang Pulau Kelapan, sambil mengatasi kelemahan dan mengantisipasi ancaman, guna mengoptimalkan pengembangan pariwisata berkelanjutan di pulau tersebut. Analisis SWOT dapat ditingkatkan untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi penelitian dalam mengevaluasi potensi ekowisata.

A. Strengths-Opportunities (SO) Strategy:

1. Digital Nomad Retreat & Eco-Tourism Hub: Manfaatkan suasana alami dan tenang untuk menjadikan Pulau Kelapan sebagai destinasi digital nomad yang berfokus pada ekowisata dan ketenangan. Buat paket promosi eksklusif yang menyasar komunitas digital nomad dan wisatawan berjiwa petualang, dengan fokus pada pengalaman unik seperti snorkeling, diving, dan ekowisata mangrove.
2. Marine Conservation & Culinary Tours: Gabungkan potensi wisata bahari dengan potensi

perikanan. Kembangkan tur kuliner berbasis hasil perikanan lokal sambil melibatkan wisatawan dalam aktivitas konservasi laut seperti penanaman terumbu karang atau pelepasan penyu. Ini dapat memanfaatkan tren wisata yang mengedepankan keberlanjutan.

B. Weaknesses-Opportunities (WO) Strategy:

Mobile Accommodation & Eco-Glamping: Atasi masalah infrastruktur dengan menyediakan akomodasi kreatif, seperti eco-glamping atau floating bungalows yang ramah lingkungan dan menarik perhatian para eco-travelers. Ini juga dapat berfungsi sebagai daya tarik bagi wisatawan yang mencari pengalaman unik dan berbeda.

C. Strengths-Threats (ST) Strategy:

1. **Eco-Certification & Exclusive Experiences:** Gunakan daya tarik keindahan alam dan suasana tenang untuk menawarkan pengalaman eksklusif dengan sertifikasi ekowisata. Menerapkan regulasi ketat untuk menjaga kelestarian alam sekaligus mempromosikan wisata berkelanjutan sebagai nilai jual yang membedakan Pulau Kelapan dari destinasi lain.
2. **Collaborative Environmental Safeguarding:** Bersama dengan komunitas lokal dan wisatawan, terapkan program "Adopt a Coral" di mana wisatawan bisa terlibat langsung dalam pelestarian lingkungan bawah laut. Ini juga membantu mengatasi ancaman kerusakan lingkungan dan sekaligus meningkatkan kesadaran serta loyalitas wisatawan.

D. Weaknesses-Threats (WT) Strategy:

1. **Pop-up Infrastructure Projects:** Guna mengatasi masalah keterbatasan infrastruktur dan aksesibilitas, jalankan proyek "pop-up" fasilitas pendukung (misalnya, pop-up cafes, transportasi laut privat) selama musim puncak kunjungan wisata. Ini memungkinkan destinasi berkembang tanpa investasi besar pada infrastruktur permanen, sekaligus menjaga dampak lingkungan tetap minimal.
2. **Disaster-Resilient Tourism:** Mengembangkan paket wisata berbasis resiliensi lingkungan dengan memperkenalkan wisatawan pada pentingnya pelestarian dan mitigasi bencana. Kerjasama dengan pakar mitigasi perubahan iklim dan komunitas lokal untuk menciptakan atraksi wisata yang juga mendidik wisatawan tentang ketahanan ekosistem terhadap perubahan iklim.

SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pulau Kelapan memiliki potensi wisata yang luar biasa, terutama dalam sektor wisata bahari dan kuliner yang

dapat mendukung perekonomian lokal. Namun, tantangan seperti kurangnya promosi, infrastruktur yang terbatas, dan aksesibilitas yang sulit masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan pariwisata pulau ini. Melalui analisis SWOT, strategi promosi dan pengembangan dapat dirumuskan untuk memanfaatkan kekuatan alam Pulau Kelapan dan peluang tren wisata berkelanjutan pasca-pandemi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemangku kepentingan, baik pemerintah, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal, sangat diperlukan untuk meningkatkan promosi dan infrastruktur Pulau Kelapan. Dengan strategi yang tepat, seperti pengembangan akomodasi kreatif dalam promosi, kunjungan wisatawan dapat ditingkatkan secara signifikan. Selain itu, penerapan konsep ekowisata dan pelestarian lingkungan dapat menjadi nilai jual utama dalam membedakan Pulau Kelapan dari destinasi lain.

Penelitian di masa mendatang dapat lebih mendalam menyoroti implementasi strategi promosi berbasis regeneratif, serta dampaknya terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Pulau Kelapan. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada pengembangan ekowisata berbasis masyarakat dan bagaimana hal tersebut dapat memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat lokal, serta menjaga keberlanjutan ekosistem laut dan lingkungan pulau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S., Razak, A., & Jaafar, M. (2014). Public Tourism Infrastructure: Challenges in the Development and Maintenance Activities. *International Conference on Tourism Research (4ICTR)*, 12, 01096.
- Atiko, G., Sudrajat, R. H., & Nasionalita, K. (2016). Analisis Strategi Promosi Pariwisata Melalui Media Sosial Oleh Kementerian Pariwisata Ri (Studi Deskriptif Pada Akun Instagram@Indtravel). *eProceedings of Management*, 3(2).
- Ferst, M., Coutinho, H., & Chaves, P. (2020). Tourism Destination and Accessibility as A Competitiveness Differential. *Brazilian Journal of Development*, 6, 83989-84007.
- Harding, S. (2017). *MBA Management Models* (1st ed.). London: Routledge.
- Jang, D., Cho, W., & Lee, K. (2020). A study on the development strategy for marine leisure tourism: using the importance performance analysis (ipa) method. *Sport Mont*, 18(1), 39-45
- Kabil M., Priatmoko., S, Magda, R., Dávid. L, D. (2021). *Blue Economy and Coastal Tourism: A*

- Comprehensive Visualization Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 13(7):3650.
- Kim, G., Duffy, L.N., Jodice, L.W., & Norman, W. (2017). Coastal Tourist Interest in Value-Added, Aquaculture-Based, Culinary Tourism Opportunities. *Coastal Management*, 45, 310 - 329.
- Lukiana, N. (2018). Komunikasi Pemasaran Pariwisata: Analisis Strategi Promosi Destinasi Wisata (Studi Kasus Pada Wisata Hutan Bambu, Desa Sumbermujur, Kecamatan Candipuro, Kabupaten Lumajang). In *Progress Conference (Vol. 1, No. 1)*. STIE Widya Gama Lumajang.
- Maulidasari, C. D., & Damrus, D. D. (2021). Dampak promosi produk pada pemasaran online. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Nasrullah, F., Hutagaol, M. P., & Kolopaking, L. M. (2023). Strategi Pengembangan Potensi Wisata Bahari Kabupaten Bangka Selatan (Studi Kasus Pulau Kelapan Lepar Pongok). *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(2), 184-193.
- Nasrullah, F., Hutagaol, M. P., & Kolopaking, L. M. (2023). Sustainable Strategy For The Potential Of Kelapan Marine Tourism Through The Development Of Component 4a In Bangka Selatan District. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 38-45.
- Preechawong, P., Sawagvudcharee, O., & Mujtaba, B.G. (2019). Marketing and Managing Destination Identity for Tourism Promotion: The Case of Koh Chang Marine National Park in Thailand. *Marketing and Management of Innovations*, Issue 2.
- Briandana, R., Doktoralina, C. M., & Sukmajati, D. (2018). Promotion Analysis of Marine Tourism in Indonesia: A Case Study. *European Research Studies Journal*, Volume XXI, Issue 1, 602-613, 2018.
- Ruslan, R. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Setiawan, N. A. (2014). Strategi promosi dalam pengembangan pariwisata lokal di Desa Wisata Jelekong. *Trikonomika*, 13(2), 184-194.
- Suhrini, T., Adhrianti, L., & Sari, E. V. (2021). Strategi Promosi Pariwisata Air Terjun Untuk Mendukung Pemangunan Daerah (Studi Pada Wisata Air Terjun Palak Siring, Kelurahan KemumuKecamatan Arma Jaya, Kabupaten Bengkulu Utara). *Jurnal Kaganga: Jurnal Ilmiah Sosial dan Humaniora*, 5(2), 139-148.
- Syahputra, R. S., Yuliana, Y., & Kasmita, K. (2017). Strategi promosi destinasi wisata dinas pariwisata Provinsi Sumatera Barat. *Journal of Home Economics and Tourism*, 14(1), 440406.
- Wani, G. (2023). Destination Specific Analysis of Tourism Infrastructure in Kashmir Valley in the Course of Application of Composite Index Methodology. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*.
<https://doi.org/10.5614/ajht.2023.21.1.05>.