Paryaṭaka : Jurnal Pariwisata Budaya dan Keagamaan
Vol. 5, No. 1, Agustus 2026

E-ISSN : 2963-9247
https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/pyt/index

PERENCANAAN PENGEMBANGAN DAYA TARIK WISATA BERBASIS PENGALAMAN WISATAWAN DI PROVINSI KEPULAUAN BANGKA BELITUNG

Marissa Pusparini[1*], Zakia Ayu Lestari[2], Tissa Aulia Damayanti[1], Efri Andini[1], Robert Tua Barasa[1]
Universitas Bangka Belitung[1], Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung[2]

Email: marissa-pusparini@ubb.ac.id[1]*

ABSTRACT

Tourist attraction development requires planning based on visitor experience because tourists directly assess attractions, access, facilities, services, and the quality of visits. This study analyzes tourist experience as a basis for planning tourist attraction development in Bangka Belitung Islands Province. The study used a descriptive mixed method with a convergent design. Data were collected from January to March 2026 through questionnaires involving 400 domestic tourists at several tourist attractions. Closed-ended responses were analyzed using frequency and percentage distributions, while open-ended responses on impressions, complaints, and improvement needs were analyzed through open coding and thematic grouping. The results show that natural beauty was the main motivation for visiting, while recreation was the dominant travel purpose. Most tourists spent two to four hours at the destination and spent no more than Rp100,000 per person. Friends, family, and the internet became the main sources of information. Positive experiences were shaped by natural scenery, coastal atmosphere, uniqueness, and local experiences. However, tourists highlighted cleanliness, limited public facilities, access conditions, and weak souvenir availability as key problems. The findings indicate that destination development should prioritize basic facilities, cleanliness management, accessibility, local culinary and souvenir products, digital information, and experience-based interpretation.

Keywords : tourist attraction, visitor experience, tourism planning, destination development, Bangka Belitung

ABSTRAK

Pengembangan daya tarik wisata membutuhkan perencanaan yang berbasis pengalaman wisatawan karena wisatawan menilai langsung atraksi, akses, fasilitas, pelayanan, dan kualitas kunjungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengalaman wisatawan sebagai dasar perencanaan pengembangan daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penelitian menggunakan mixed method deskriptif dengan desain konvergen. Data dikumpulkan pada Januari sampai Maret 2026 melalui kuesioner kepada 400 wisatawan nusantara di beberapa daya tarik wisata. Jawaban tertutup dianalisis menggunakan distribusi frekuensi dan persentase, sedangkan jawaban terbuka tentang kesan, keluhan, dan kebutuhan peningkatan dianalisis melalui open coding dan pengelompokan tema. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keindahan alam menjadi motivasi utama kunjungan, sedangkan liburan atau rekreasi menjadi tujuan dominan.

Sebagian besar wisatawan menghabiskan waktu dua sampai empat jam di daya tarik wisata dan mengeluarkan biaya tidak lebih dari Rp100.000 per orang. Teman, keluarga, dan internet menjadi sumber informasi utama. Pengalaman positif dibentuk oleh pemandangan alam, suasana pantai, keunikan, dan pengalaman lokal. Namun, wisatawan menyoroti kebersihan, keterbatasan fasilitas umum, kondisi akses, dan lemahnya ketersediaan cendera mata. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi perlu memprioritaskan fasilitas dasar, pengelolaan kebersihan, aksesibilitas, produk kuliner dan cendera mata lokal, informasi digital, serta interpretasi berbasis pengalaman wisatawan.

Kata Kunci : daya tarik wisata, pengalaman wisatawan, perencanaan pariwisata, pengembangan destinasi, Bangka Belitung

PENDAHULUAN

Perencanaan dan pengembangan kepariwisataan tidak cukup bertumpu pada potensi fisik destinasi. Perencana perlu memahami cara wisatawan mengalami, menggunakan, dan menilai daya tarik wisata. Pengalaman wisatawan memberi informasi langsung tentang kualitas atraksi, akses, fasilitas, pelayanan, aktivitas, serta hambatan selama kunjungan. Informasi ini penting karena pembangunan daya tarik wisata perlu menjawab kebutuhan pengguna, bukan hanya menambah objek atau infrastruktur baru.

Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2025 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menegaskan bahwa pengaturan kepariwisataan telah disesuaikan dengan perkembangan, tuntutan, dan kebutuhan hukum masyarakat. Perubahan tersebut mencakup dasar, asas, tujuan, prinsip penyelenggaraan, perencanaan pembangunan kepariwisataan, destinasi pariwisata, daya tarik wisata, sarana dan prasarana, teknologi informasi dan komunikasi, pariwisata berbasis masyarakat lokal, hak dan kewajiban, serta partisipasi masyarakat. Ketentuan ini menunjukkan bahwa perencanaan pariwisata perlu membaca hubungan antara ruang destinasi, wisatawan, masyarakat lokal, pemerintah, pelaku usaha, layanan, dan keberlanjutan pengelolaan. Oleh karena itu, pengalaman wisatawan penting digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan daya tarik wisata.

Dalam konteks Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, daya tarik wisata tersebar pada kawasan pesisir, pulau kecil, alam, budaya, sejarah, dan ruang publik perkotaan. Karakter tersebut membuat pengalaman wisatawan menjadi beragam. Sebagian wisatawan mencari keindahan alam dan rekreasi pantai. Sebagian lain menilai unsur sejarah, suasana, fasilitas, kuliner, dan kemudahan akses. Perbedaan pengalaman ini perlu dibaca sebagai masukan perencanaan agar pengembangan destinasi tidak seragam dan tetap sesuai dengan karakter setiap daya tarik wisata.

Buhalis (2000) menjelaskan bahwa destinasi merupakan kombinasi atraksi, amenitas, aksesibilitas, aktivitas, paket layanan, dan layanan pendukung yang membentuk nilai kunjungan. Kerangka ini relevan untuk membaca daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung karena pengalaman wisatawan tidak hanya dibentuk oleh keindahan alam. Pengalaman juga dipengaruhi oleh fasilitas seperti toilet, parkir, akses jalan, informasi, tempat

makan, keamanan, dan peluang membeli produk lokal.

Kajian terbaru tentang *destination marketing* dan *destination management* menekankan bahwa destinasi perlu dikelola secara adaptif karena perilaku wisatawan, teknologi, krisis, dan tuntutan keberlanjutan terus berubah (Reinhold et al., 2023). Volgger et al. (2021) juga menempatkan destination design sebagai pendekatan yang menghubungkan ruang, aktor, inovasi, dan pengalaman. Dengan demikian, pengembangan daya tarik wisata perlu diarahkan pada desain pengalaman yang utuh, mulai dari tahap sebelum datang, saat berada di lokasi, sampai setelah kunjungan.

Pengalaman wisatawan juga berhubungan dengan minat kunjung ulang dan rekomendasi. Zhang et al. (2018) menunjukkan bahwa citra destinasi dan *memorable tourism experiences* berperan dalam membentuk *revisit intention*. Laela (2024) menegaskan bahwa kualitas layanan destinasi dapat membentuk pengalaman wisata berkesan dan mendorong niat berkunjung kembali. Pada konteks Indonesia, experiencescape dan persepsi unik destinasi berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan pada destinasi alam dan budaya (Munawar & Handayani, 2023).

Rahayu dan Candera (2023) menemukan bahwa kualitas layanan, kepuasan, dan kualitas pengalaman berperan dalam membentuk loyalitas wisatawan. Shabrina et al. (2024) juga menunjukkan bahwa memorable tourism experiences dan daya tarik wisata berhubungan dengan kepuasan serta loyalitas pada wisata alam. Apriliani et al. (2025) menambahkan bahwa atribut destinasi dan pengalaman wisata berkesan dapat meningkatkan revisit intention pada wisatawan Generasi Z. Temuan tersebut memperkuat posisi pengalaman wisatawan sebagai sumber informasi penting dalam perencanaan pengembangan daya tarik wisata.

Penelitian pengembangan daya tarik wisata sering membahas potensi destinasi, strategi pengelola, kesiapan fasilitas, atau promosi. Kajian yang menjadikan pengalaman wisatawan sebagai dasar langsung perencanaan masih perlu diperkuat, terutama pada konteks Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Wisatawan dapat menunjukkan aspek yang paling berkesan, paling mengganggu, dan paling mendesak untuk ditingkatkan. Informasi tersebut dapat diterjemahkan menjadi prioritas program pengembangan yang lebih realistis dan terukur.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penggunaan pengalaman wisatawan sebagai dasar langsung dalam menyusun prioritas perencanaan daya tarik wisata. Berbeda dari studi yang lebih banyak menguji kepuasan, loyalitas, atau niat kunjung ulang, penelitian ini menggabungkan perilaku kunjungan, pengeluaran, kesan, keluhan, dan harapan wisatawan ke dalam matriks implikasi perencanaan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memetakan karakter wisatawan, tetapi juga menerjemahkan pengalaman wisatawan menjadi arahan pengembangan destinasi yang lebih operasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana profil, perilaku, dan pengalaman wisatawan dapat menjadi dasar perencanaan pengembangan daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik wisatawan, pola kunjungan, pola pengeluaran, pengalaman positif, keluhan, serta kebutuhan peningkatan daya tarik wisata. Hasil penelitian

diharapkan memberi kontribusi praktis bagi perencanaan destinasi berbasis data wisatawan dan memberi kontribusi akademik pada kajian pengembangan daya tarik wisata berbasis pengalaman pengunjung.

METODE

Penelitian ini menggunakan mixed method deskriptif dengan desain konvergen. Desain ini dipilih karena data penelitian memuat jawaban tertutup dan jawaban terbuka dalam satu kuesioner. Jawaban tertutup dianalisis secara kuantitatif deskriptif, sedangkan jawaban terbuka dianalisis secara kualitatif. Kedua hasil analisis kemudian diintegrasikan untuk menyusun implikasi perencanaan pengembangan daya tarik wisata.

Populasi penelitian adalah wisatawan nusantara yang berkunjung ke daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Sampel penelitian berjumlah 400 responden valid. Data dikumpulkan pada Januari sampai Maret 2026 di beberapa daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan pendekatan accidental sampling. Responden dipilih berdasarkan kriteria: wisatawan nusantara, sedang atau telah berkunjung ke daya tarik wisata yang menjadi lokasi survei, dan bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Instrumen penelitian berupa kuesioner wisatawan yang memuat profil responden, pengalaman kunjungan sebelumnya, motivasi, tujuan, lama kunjungan, pengeluaran, sumber informasi, moda transportasi, fasilitas makan dan minum, pembelian cendera mata, akomodasi, kesan, gangguan, saran peningkatan, minat kunjung ulang, dan kesediaan merekomendasikan daya tarik wisata. Struktur instrumen mencakup atraksi, aksesibilitas, amenitas, perilaku perjalanan, belanja wisata, dan pengalaman pengunjung.

Analisis kuantitatif dilakukan dengan menghitung frekuensi dan persentase setiap kategori jawaban. Analisis ini digunakan untuk memetakan profil wisatawan, pola kunjungan, pengeluaran, transportasi, akomodasi, minat kunjung ulang, dan rekomendasi. Analisis kualitatif dilakukan melalui open coding terhadap jawaban terbuka tentang kesan, gangguan, dan aspek yang perlu ditingkatkan. Kode yang memiliki kesamaan makna kemudian dikelompokkan menjadi tema utama, seperti keindahan alam, fasilitas, kebersihan, aksesibilitas, kuliner, cendera mata, promosi, keamanan, dan pelayanan.

Hasil kuantitatif dan kualitatif diintegrasikan melalui matriks implikasi perencanaan. Integrasi ini digunakan untuk menentukan prioritas pengembangan daya tarik wisata berdasarkan pola dominan data tertutup dan tema utama jawaban terbuka. Penelitian ini tidak menguji hipotesis karena tujuan utamanya bersifat deskriptif dan eksploratif. Pengujian regresi, SEM, atau PLS-SEM tidak digunakan karena instrumen yang dianalisis lebih banyak berupa pilihan kategori dan jawaban terbuka, bukan konstruk laten dengan indikator skala Likert.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Wisatawan

Penelitian ini menganalisis 400 respons valid wisatawan. Profil responden menunjukkan bahwa wisatawan perempuan lebih banyak daripada laki-laki. Kelompok usia terbesar berada pada rentang 20 sampai 29 tahun, diikuti usia 30 sampai 39 tahun. Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan

Bangka Belitung banyak dikunjungi kelompok usia produktif muda yang aktif mencari pengalaman rekreasi, informasi digital, dan aktivitas berbasis suasana destinasi.

Tabel 1. Profil Dominan Wisatawan

Aspek	Kategori Dominan	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis kelamin	Perempuan	249	62,3
Jenis kelamin	Laki-laki	151	37,8
Usia	20-29 tahun	155	38,8
Usia	30-39 tahun	122	30,5
Pendidikan	SMA/SMK /sederajat	181	45,2
Pendidikan	S1	127	31,8
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	143	35,8
Pekerjaan	Pegawai swasta	110	27,5
Pendapatan	< Rp2.000.000	185	46,2
Pendapatan	> Rp8.000.000	71	17,8

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Tabel 1 menunjukkan bahwa pasar wisatawan dalam data ini didominasi kelompok muda dan berpendidikan menengah sampai sarjana. Komposisi ini memberi arahan bahwa pengembangan daya tarik wisata perlu memperhatikan kebutuhan wisatawan yang mencari informasi cepat, fasilitas praktis, spot visual, pengalaman singkat, dan kegiatan rekreasi yang mudah diakses. Kelompok pelajar, mahasiswa, dan pegawai swasta juga menunjukkan bahwa harga dan nilai pengalaman menjadi aspek penting dalam perencanaan produk wisata. Temuan ini sejalan dengan Apriliani et al. (2025) yang menempatkan atribut destinasi dan pengalaman wisata berkesan sebagai faktor penting dalam mendorong niat berkunjung kembali pada wisatawan muda.

Secara perencanaan, dominasi kelompok usia 20 sampai 39 tahun menunjukkan bahwa daya tarik wisata perlu dikembangkan dengan pendekatan yang lebih responsif terhadap perilaku wisatawan muda. Kelompok ini umumnya membutuhkan informasi destinasi yang mudah ditemukan, visual destinasi yang menarik, akses digital yang jelas, serta fasilitas yang mendukung aktivitas rekreasi singkat. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu memperkuat informasi digital, papan informasi di lokasi, titik foto yang tertata, dan narasi singkat mengenai keunikan daya tarik wisata.

Dominasi responden dengan pendapatan kurang dari Rp2.000.000 juga menunjukkan bahwa aspek keterjangkauan perlu menjadi perhatian dalam perencanaan. Pengembangan daya tarik wisata tidak selalu harus diarahkan pada fasilitas mahal atau atraksi berbayar, tetapi dapat dimulai dari peningkatan layanan dasar yang langsung dirasakan wisatawan. Fasilitas seperti toilet bersih, tempat duduk, tempat sampah, area parkir, tempat makan sederhana, dan petunjuk arah dapat meningkatkan kualitas pengalaman tanpa membebani wisatawan dengan biaya tinggi.

Selain itu, tingginya proporsi pelajar, mahasiswa, dan pegawai swasta menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung berpotensi dikembangkan sebagai ruang rekreasi keluarga, edukasi ringan, dan aktivitas sosial. Perencanaan destinasi perlu menggabungkan unsur rekreasi, pembelajaran, dan pengalaman lokal agar kunjungan tidak hanya bersifat melihat pemandangan, tetapi juga memberi nilai tambah. Hal ini dapat dilakukan melalui interpretasi sederhana tentang alam, sejarah, budaya, kuliner, atau identitas lokal Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Pola Kunjungan Dan Motivasi Wisatawan

Pola kunjungan menunjukkan keseimbangan antara wisatawan yang

pernah berkunjung dan wisatawan yang baru pertama kali datang. Sebanyak 200 responden pernah berkunjung sebelumnya dan 200 responden merupakan kunjungan pertama. Kondisi ini menunjukkan dua peluang perencanaan. Pertama, daya tarik wisata perlu menjaga kualitas pengalaman agar wisatawan lama tetap ingin kembali. Kedua, destinasi perlu memperkuat informasi, akses, dan fasilitas dasar agar wisatawan baru memperoleh kesan awal yang baik.

Tabel 2. Pola Kunjungan Dan Motivasi Wisatawan

Aspek	Kategori Dominan	Frekuensi	Persentase (%)
Pernah berkunjung sebelumnya	Pernah berkunjung	200	50,0
Motivasi utama	Keindahan alam	221	55,2
Tujuan kunjungan	Liburan/rekreasi	343	86,2
Lama kunjungan	2-4 jam	243	60,8
Pengatur perjalanan	Pribadi	303	75,8
Teman perjalanan	Keluarga	170	42,5
Teman perjalanan	Teman	163	40,8
Sumber informasi	Teman/keluarga	200	50,0
Sumber informasi	Internet	190	47,5

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Tabel 2 menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki dua kelompok pasar yang seimbang, yaitu wisatawan yang pernah berkunjung dan wisatawan yang baru pertama kali datang. Kondisi ini memberi arahan bahwa pengembangan destinasi perlu menjaga kualitas pengalaman bagi wisatawan lama sekaligus membangun kesan awal yang baik bagi wisatawan baru. Pengalaman awal yang positif penting karena dapat mendorong minat kunjung ulang dan rekomendasi kepada orang lain.

Motivasi utama wisatawan adalah keindahan alam, sedangkan tujuan kunjungan didominasi oleh liburan atau rekreasi. Temuan ini menegaskan bahwa alam masih menjadi nilai utama daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Namun, keindahan alam perlu didukung oleh pengelolaan destinasi yang baik, terutama kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan penataan ruang wisata. Lama kunjungan yang dominan selama dua sampai empat jam juga menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan melakukan kunjungan singkat. Karena itu, fasilitas seperti toilet bersih, area parkir, tempat duduk, tempat berteduh, tempat makan ringan, papan informasi, dan spot foto perlu menjadi prioritas pengembangan.

Sumber informasi yang banyak berasal dari teman, keluarga, dan internet menunjukkan bahwa keputusan berkunjung dipengaruhi oleh pengalaman orang lain dan informasi digital. Temuan ini sejalan dengan Oktavia et al. (2024) yang menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* dan *traditional word of mouth* berperan dalam keputusan berkunjung wisatawan. Temuan ini juga relevan dengan Wijana et al. (2025) yang menjelaskan bahwa wisatawan milenial menggunakan media sosial untuk mencari informasi daya tarik wisata. Reinhold et al. (2023) juga menegaskan bahwa pengelolaan destinasi perlu adaptif terhadap perubahan perilaku wisatawan dan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, pengelola daya tarik wisata perlu memperkuat promosi berbasis pengalaman, seperti ulasan pengunjung, media sosial, Google Maps, foto destinasi, informasi harga, jam buka, fasilitas, dan akses menuju lokasi.

Pengeluaran, Transportasi, Fasilitas, dan Akomodasi

Pola pengeluaran memperlihatkan bahwa daya tarik wisata dalam data ini cenderung berada pada segmen biaya rendah sampai menengah. Sebagian besar wisatawan mengeluarkan biaya tidak lebih dari Rp100.000 per orang. Pengeluaran terbesar berada pada makanan dan minuman. Temuan ini penting karena aktivitas ekonomi lokal di sekitar daya tarik wisata dapat diperkuat melalui pengembangan kuliner, warung tertata, produk lokal, dan cendera mata yang sesuai dengan karakter destinasi.

Tabel 3. Pengeluaran, Transportasi, Fasilitas, Dan Akomodasi

Aspek	Kategori Dominan	Frekuensi	Persentase (%)
Pengeluaran selama kunjungan	<= Rp100.000	243	60,8
Pengeluaran terbesar	Makanan dan minuman	254	64,1
Moda transportasi	Sewa mobil/bus	152	38,0
Moda transportasi	Motor pribadi	134	33,5
Fasilitas makan minum	Toko makanan/minuman ringan	172	45,0
Fasilitas makan minum	Membawa makanan dari rumah	118	30,9
Pembelian cendera mata	Tidak membeli	351	87,8
Menginap di kota	Ya	326	81,5
Tempat menginap	Hotel/penginapan	195	48,8
Tempat menginap	Rumah kerabat/keluarga	172	43,0
Kesulitan akomodasi	Tidak	388	97,2

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Tabel 3 menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Bangka Belitung banyak dikunjungi oleh wisatawan dengan pola pengeluaran rendah sampai menengah. Sebagian besar wisatawan mengeluarkan biaya tidak lebih dari Rp100.000 per orang, sedangkan pengeluaran terbesar berada pada makanan dan minuman. Secara perencanaan, kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan destinasi tidak cukup hanya diarahkan pada peningkatan tiket masuk atau penambahan atraksi berbayar. Pengelola perlu memperkuat aktivitas ekonomi yang dekat dengan kebutuhan wisatawan, terutama kuliner lokal, warung tertata, produk UMKM, dan layanan makan minum yang bersih, terjangkau, dan mudah diakses.

Pola transportasi yang didominasi oleh sewa mobil atau bus dan motor pribadi menunjukkan bahwa aksesibilitas menjadi aspek penting dalam pengalaman kunjungan. Pengelola perlu memperhatikan kualitas jalan, area parkir, titik turun naik penumpang, papan petunjuk arah, dan informasi rute digital. Chairunnissa et al. (2025) menunjukkan bahwa fasilitas wisata seperti tempat parkir, aksesibilitas, area istirahat, dan kebersihan berperan dalam meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengunjung. Karena itu, akses dan fasilitas dasar perlu diposisikan sebagai elemen utama dalam perencanaan daya tarik wisata, bukan hanya sebagai pelengkap teknis.

Rendahnya pembelian cendera mata menunjukkan bahwa hubungan antara daya tarik wisata dan ekonomi kreatif lokal belum optimal. Sebanyak 87,8% wisatawan tidak membeli cendera mata, padahal sebagian besar wisatawan menginap di kota dan tidak mengalami kesulitan memperoleh akomodasi. Artinya, peluang belanja wisata

sebenarnya masih terbuka, tetapi produk yang ditawarkan belum cukup menarik, belum mudah ditemukan, atau belum memiliki identitas destinasi yang kuat. Perencanaan pengembangan perlu menghubungkan akomodasi, kuliner, cendera mata, dan pengalaman lokal agar manfaat ekonomi wisata tidak berhenti pada kunjungan singkat, tetapi juga mengalir ke pelaku usaha lokal.

Pengalaman Positif, Keluhan, Dan Harapan Wisatawan

Jawaban terbuka menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan tidak hanya dibentuk oleh atraksi utama. Wisatawan juga menilai suasana, kebersihan, fasilitas, akses, keamanan, kuliner, dan ketersediaan aktivitas. Pengkodean tematik dilakukan terhadap 379 jawaban valid tentang kesan, 269 jawaban valid tentang gangguan, dan 342 jawaban valid tentang aspek yang perlu ditingkatkan.

Tabel 4. Tema Pengalaman Wisatawan

Aspek	Tema	Frekuensi	Persentase (%)
Kesan positif	Keindahan alam/pantai	210	55,4
Kesan positif	Lainnya	79	20,8
Kesan positif	Keunikan dan sejarah	32	8,4
Kesan positif	Kuliner dan jajanan	32	8,4
Kesan positif	Suasana nyaman dan tenang	10	2,6
Gangguan	Kebersihan dan sampah	90	33,5
Gangguan	Lainnya	73	27,1
Gangguan	Akses dan transportasi	31	11,5
Gangguan	Fasilitas belum memadai	30	11,2
Gangguan	Cuaca dan kondisi alam	24	8,9
Perlu ditingkatkan	Fasilitas umum	112	32,7
Perlu ditingkatkan	Kebersihan dan pengelolaan sampah	81	23,7
Perlu ditingkatkan	Lainnya	76	22,2
Perlu ditingkatkan	Kuliner, UMKM, dan cendera mata	28	8,2
Perlu ditingkatkan	Aksesibilitas dan transportasi	18	5,3
Perlu ditingkatkan	Promosi dan informasi	10	2,9

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Tema kesan positif didominasi oleh keindahan alam dan pantai, yang menegaskan bahwa lanskap alam masih menjadi daya tarik utama wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Selain itu, keunikan, sejarah, kuliner, dan suasana yang nyaman juga menjadi unsur yang memperkaya pengalaman wisatawan. Temuan ini mendukung Zhang et al. (2018) yang menyatakan bahwa *memorable tourism experiences* berperan dalam mendorong niat berkunjung kembali. Hasil penelitian Apriliani et al. (2025) juga menunjukkan bahwa atribut destinasi dan pengalaman wisata yang berkesan berkontribusi terhadap *revisit intention*, terutama pada wisatawan muda. Oleh karena itu, pengembangan daya tarik wisata tidak cukup berfokus pada penyediaan atraksi fisik, tetapi juga perlu menciptakan pengalaman yang bermakna melalui interpretasi destinasi, penyediaan informasi yang menarik, aktivitas interaktif, serta penguatan identitas lokal sehingga wisatawan memperoleh pengalaman yang lebih berkesan.

Di sisi lain, keluhan wisatawan didominasi oleh masalah kebersihan dan sampah, diikuti keterbatasan fasilitas umum, aksesibilitas, serta kondisi lingkungan. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman wisata tidak hanya ditentukan oleh daya tarik utama, tetapi juga oleh kualitas amenitas dan pengelolaan destinasi. Tingginya harapan wisatawan terhadap peningkatan fasilitas umum dan kebersihan memperlihatkan bahwa kebutuhan dasar masih menjadi prioritas utama dalam pengembangan destinasi. Temuan ini sejalan dengan Laela (2024) yang menegaskan bahwa kualitas layanan destinasi memengaruhi pengalaman wisata dan niat berkunjung kembali, serta Rahayu dan Candera (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas pengalaman berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan. Dengan demikian, perencanaan pengembangan daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung perlu memprioritaskan peningkatan amenitas dasar, pengelolaan kebersihan yang berkelanjutan, sistem informasi destinasi, serta penyediaan fasilitas pendukung yang mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan secara menyeluruh.

Implikasi Perencanaan Pengembangan Daya Tarik Wisata

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan pengembangan daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung perlu memakai pendekatan berbasis pengalaman wisatawan. Pendekatan ini menempatkan wisatawan sebagai sumber informasi tentang aspek yang sudah kuat dan aspek yang perlu diperbaiki. Perencanaan tidak berhenti pada pembangunan fisik, tetapi mengatur hubungan antara atraksi, akses, fasilitas, informasi, pelayanan, produk lokal, dan pengalaman emosional wisatawan.

Tabel 5. Matriks Implikasi Perencanaan Pengembangan Daya Tarik Wisata

Isu Perencanaan	Dasar Temuan	Arah Pengembangan
Atraksi alam sebagai nilai utama	Keindahan alam menjadi motivasi dan kesan dominan	Lindungi lanskap, tata spot foto, buat jalur interpretasi, dan batasi aktivitas yang merusak kualitas alam
Fasilitas dasar	Wisatawan meminta fasilitas umum yang lebih baik	Prioritaskan toilet bersih, tempat duduk, tempat bilas, parkir, musala, papan informasi, dan titik istirahat
Kebersihan destinasi	Sampah menjadi gangguan utama	Sediakan sistem tempat sampah, jadwal kebersihan, petugas, edukasi pengunjung, dan pengawasan pedagang
Aksesibilitas	Sebagian keluhan menyebut akses, jalan, petunjuk, dan parkir	Perbaiki rute menuju lokasi, papan arah, titik parkir, dan informasi akses digital
Kuliner dan UMKM	Pengeluaran terbesar berada pada makanan dan minuman	Tata zona kuliner, kurasi menu lokal, tingkatkan higienitas, dan dorong produk khas destinasi
Cendera mata	Mayoritas wisatawan tidak membeli cendera mata	Kembangkan produk kecil, murah, mudah dibawa, dan memiliki identitas Bangka Belitung
Informasi dan promosi digital	Teman, keluarga, dan internet menjadi sumber informasi utama	Perkuat Google Maps, media sosial, foto resmi, ulasan, harga, jam buka, dan paket aktivitas

Isu Perencanaan	Dasar Temuan	Arah Pengembangan
Loyalitas wisatawan	Minat kunjung ulang dan rekomendasi tinggi	Jaga kualitas pengalaman, buat program kunjungan ulang, dan dorong promosi berbasis testimoni wisatawan

(Sumber: Data primer diolah, 2026)

Minat kunjung ulang dan kesediaan merekomendasikan daya tarik wisata menunjukkan adanya potensi loyalitas wisatawan. Sebanyak 380 responden atau 95,0% menyatakan tertarik untuk berkunjung kembali, sedangkan 385 responden atau 96,2% bersedia merekomendasikan daya tarik wisata kepada teman, kerabat, atau orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung memiliki modal pengalaman yang cukup kuat. Namun, potensi tersebut perlu dijaga melalui pengelolaan pengalaman yang konsisten, terutama pada aspek fasilitas dasar, kebersihan, akses, informasi, pelayanan, dan kualitas aktivitas wisata. Hal ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengalaman wisata, kualitas layanan, kepuasan, dan kualitas pengalaman berkaitan dengan loyalitas serta *revisit intention* (Apriliani et al., 2025; Laela, 2024; Munawar & Handayani, 2023; Shabrina et al., 2024; Zhang et al., 2018).

Perencanaan berbasis pengalaman wisatawan juga selaras dengan pendekatan *destination design*. Volgger et al. (2021) menjelaskan bahwa pengembangan destinasi perlu menghubungkan ruang, pengalaman, aktor, dan inovasi. Dalam konteks Bangka Belitung, pendekatan ini dapat diterapkan dengan menata alur pengalaman wisatawan sebelum, selama, dan setelah kunjungan. Sebelum datang, wisatawan membutuhkan informasi digital yang jelas. Saat berada di lokasi, wisatawan membutuhkan akses, kebersihan, fasilitas, keamanan, kuliner, dan aktivitas yang tertata. Setelah kunjungan, wisatawan dapat menjadi agen promosi melalui ulasan, rekomendasi, dan cerita pengalaman.

Berdasarkan temuan penelitian, prioritas pertama pengembangan daya tarik wisata adalah memperkuat fasilitas dasar dan kebersihan. Prioritas kedua adalah memperbaiki aksesibilitas dan informasi destinasi. Prioritas ketiga adalah mengembangkan kuliner, cendera mata, produk UMKM, dan aktivitas berbasis karakter lokal. Prioritas keempat adalah mengemas pengalaman alam, sejarah, dan budaya melalui interpretasi destinasi. Empat prioritas ini dapat menjadi dasar program pengembangan yang realistis, bertahap, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Arah tersebut juga mendukung prinsip perencanaan pembangunan kepariwisataan yang terpadu dan terintegrasi sebagaimana diperbarui dalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2025 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan (Republik Indonesia, 2025).

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman wisatawan dapat menjadi dasar utama dalam perencanaan pengembangan daya tarik wisata di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Wisatawan dalam penelitian ini didominasi kelompok usia produktif muda, dengan tujuan utama liburan atau rekreasi. Keindahan alam menjadi motivasi utama dan sumber kesan positif paling kuat. Pola kunjungan yang cenderung singkat, yaitu dua sampai empat jam, menunjukkan bahwa daya tarik wisata perlu menyediakan fasilitas

dasar yang mudah diakses dan langsung mendukung kenyamanan kunjungan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa persoalan utama yang dirasakan wisatawan berkaitan dengan kebersihan, keterbatasan fasilitas umum, aksesibilitas, informasi destinasi, serta rendahnya ketersediaan cendera mata. Rendahnya pembelian cendera mata menunjukkan bahwa keterhubungan antara daya tarik wisata dan ekonomi kreatif lokal belum optimal. Meskipun demikian, tingginya minat kunjung ulang dan kesediaan merekomendasikan destinasi menunjukkan bahwa Bangka Belitung memiliki modal pengalaman wisata yang kuat.

Dengan demikian, perencanaan pengembangan daya tarik wisata perlu bergerak dari pendekatan berbasis potensi menuju pendekatan berbasis pengalaman wisatawan. Prioritas pengembangan perlu diarahkan pada fasilitas dasar, pengelolaan kebersihan, aksesibilitas, informasi digital, kuliner lokal, cendera mata, serta interpretasi alam, sejarah, dan budaya. Pendekatan ini dapat membantu pengelola destinasi menyusun program pengembangan yang lebih realistis, terukur, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

Saran

Pemerintah daerah dan pengelola daya tarik wisata perlu menyusun prioritas pengembangan berdasarkan pengalaman nyata wisatawan. Program awal dapat difokuskan pada toilet bersih, tempat sampah, parkir, papan informasi, jalur akses, tempat duduk, fasilitas makan minum, dan keamanan dasar. Fasilitas tersebut perlu diprioritaskan karena langsung memengaruhi kualitas pengalaman kunjungan.

Pengembangan berikutnya perlu menghubungkan destinasi dengan UMKM lokal. Produk kuliner, cendera mata, dan paket aktivitas perlu dikurasi agar sesuai dengan identitas Bangka Belitung. Pengelola juga perlu memperkuat informasi digital melalui media sosial, Google Maps, foto resmi, ulasan wisatawan, informasi harga, jam buka, dan fasilitas destinasi.

Penelitian selanjutnya dapat menambahkan instrumen skala Likert untuk menguji hubungan antara daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, kualitas layanan, pengalaman wisata, kepuasan, dan loyalitas. Penelitian lanjutan juga dapat membandingkan daya tarik wisata pantai, sejarah, alam, budaya, dan pulau kecil agar rekomendasi pengembangan lebih spesifik sesuai karakter destinasi.

DAFTAR PUSTAKA

Apriliani, A., Johannes, J., & Ihsan, M. (2025). The effect of destination attributes and memorable tourism experiences on revisit intention in Generation Z. Journal of Business Studies and Management Review, 9(1), 81-90.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 21(1), 97-116.

Laela, E. (2024). Understanding memorable tourism experiences and revisit intention from destination service quality. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 8(5), 1197-1206.

Munawar, F., & Handayani, R. (2023). The influence of tourist experiencescape and unique perceptions on destination satisfaction and loyalty: A study of natural and cultural tourism in Indonesia. Journal of Enterprise and Development, 5(Special Issue 2), 719-735.

Oktavia, R. C. D., Rachmatullah, A., Oktovianus, Enggriani, M., & Maudiarti, S. (2024). Pengaruh electronic word of mouth dan traditional word of mouth terhadap keputusan berkunjung dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel mediasi di Situ Cipondoh, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 29(3), 327-342.

Rahayu, S., & Candera, M. (2023). Tourist loyalty to halal tourism in Indonesia: The role of services quality, satisfaction, and experience quality. Jurnal Manajemen Bisnis, 14(1), 198-213.

Reinhold, S., Beritelli, P., Fyall, A., Choi, H. S. C., Laesser, C., & Joppe, M. (2023). State-of-the-art review on destination marketing and destination management. Tourism and Hospitality, 4(4), 584-603.

Republik Indonesia. (2025). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2025 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2025..

Shabrina, U., Sulastri, & Shibab, M. S. (2024). The influence of memorable tourism experiences, destination image, and tourist attractions on loyalty in natural tourism at Lake Ranau, South OKU Regency, through tourist satisfaction. Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting, 5(3), 932-942.

Volgger, M., Erschbamer, G., & Pechlaner, H. (2021). Destination design: New perspectives for tourism destination development. Journal of Destination Marketing & Management, 19, Article 100561.

Wijana, P. A., Pratama, I. P. A. P., Pitanatri, I., Mirayani, N. K., & Widjaya, I. G. (2025). Studi perilaku penggunaan media sosial wisatawan milenial dalam pencarian informasi daya tarik wisata di Kabupaten Badung. Journal of Responsible Tourism, 5(1), 615-624.

Zhang, H., Wu, Y., & Buhalis, D. (2018). A model of perceived image, memorable tourism experiences and revisit intention. Journal of Destination Marketing & Management, 8, 326-336.