

**PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP PARIWISATA BERKELANJUTAN  
DI PANTAI OECINA, KABUPATEN KUPANG,  
PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR.**

***THE PERCEPTION OF TOURISTS ON SUSTAINABLE  
TOURISM IN OECINA BEACH, KUPANG REGENCY,  
EAST NUSA TENGGARA PROVINCE***

**Cristin P. Meni<sup>1\*</sup>, Chaterina A. Paulus<sup>2</sup>, Yahyah<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>)Program Studi Manajemen Sumberdaya Perairan,  
Fakultas Peternakan, Kelautan dan Perikanan, Universitas Nusa Cendana.  
Jl. Adisucipto, Penfui 85001, Kotak Pos 1212, Tlp (0380)881589

\*Email Korespondensi : [cristinmeni21@gmail.com](mailto:cristinmeni21@gmail.com)

**Abstrak** - Pantai Oecina merupakan salah satu destinasi wisata yang ada di Kabupaten Kupang yang termasuk dalam kawasan Taman Nasional Perairan (TNP) Laut Sawu. Pantai Oecina menawarkan banyak pengalaman wisata bagi wisatawan yang mengunjunginya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah Pantai Oecina sudah menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan yakni dari segi ekonomi, ekologi dan sosial yang termuat dalam empat aspek yakni atraksi, fasilitas, infrastruktur dan keterlibatan pengelola berdasarkan persepsi dari wisatawan. Sampel yang digunakan sebanyak 50 orang wisatawan dengan teknik wawancara menggunakan kuesioner, kemudian akan dianalisis faktor-faktor internal dan eksternal apa saja yang terdapat di Pantai Oecina. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar wisatawan setuju bahwa Pantai Oecina masih belum menerapkan konsep pariwisata berkelanjutan. Hal ini terlihat jelas dari aspek fasilitas, infrastruktur dan keterlibatan pengelola yang perlu ditingkatkan lagi padahal aspek atraksi yang ada di Pantai Oecina sudah sangat mumpuni.

**Kata kunci:** Pantai Oecina, Pariwisata Berkelanjutan, Faktor Internal dan Eksternal.

**Abstract** - Oecina Beach is one of the tourist destinations in Kupang Regency that is included in the Sawu Sea National Marine Park (TNP) area. The Oecina Beach offers many tourism experiences for tourists that visit it. This research aims to see whether Oecina Beach has implemented the concept of sustainable tourism, including economic, ecological and social aspects, which are contained in four aspects, namely attractions, facilities, infrastructure and manager involvement based on the perceptions of tourists. The respondents used a sample of 50 tourists with interview techniques using a questionnaire, then analyzed the internal and external factors found at Oecina Beach. The results showed that most tourists agreed that Oecina Beach still had not implemented the concept of sustainable tourism. This is evident from the aspects of facilities, infrastructure and manager involvement that need to be improved even though the attraction aspects at Oecina Beach are very qualified.

**Keywords:** Oecina Beach, Sustainable Tourism, Internal and External Factors.

## **I. PENDAHULUAN**

Pariwisata adalah perjalanan singkat ke suatu lokasi tertentu dengan tujuan untuk bersenang-senang atau menghabiskan waktu libur. Salah satu jenis pariwisata yang dapat dinikmati adalah wisata pantai, kegiatan tersebut

dilakukan dengan memanfaatkan kekayaan alam pantai (Benu et al., 2022).

Salah satu provinsi di Republik Indonesia yang sedang berkembang pesat adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur, terutama dalam bidang pariwisata. Kepariwisataan mulai berkembang di tingkat pemerintah, swasta, dan akademisi.

Pentahelix pariwisata terdiri dari koordinasi dari berbagai stakeholder, menurut Arief Yahya (2015). Nugraha dan Lussie (2020) menyatakan bahwa, pengembangan kepariwisataan di NTT ditunjukkan oleh upaya pemerintah setempat untuk membangun tujuh daya tarik wisata sebagai pusat destinasi wisata utama.

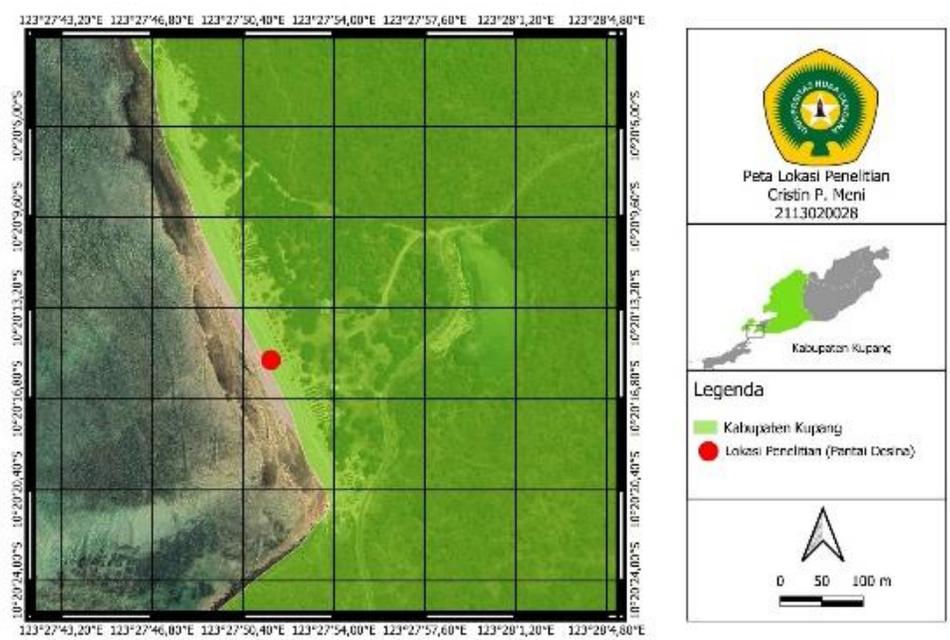
Pantai Oecina adalah salah satu destinasi bagi masyarakat kabupaten dan kota Kupang untuk berwisata. Pantai Oecina memiliki luasan yang terbatas sekitar 5,7 hektar, dimanfaatkan oleh wisatawan untuk melakukan berbagai aktivitas seperti berenang, memancing, bermain perahu/sampan, bermain pasir dan berjemur, pertemuan, menikmati sunset berfoto dan lain sebagainya (Tasik, et al., 2022). Tasik, et al (2022) juga menambahkan bahwa Pantai Oecina menarik banyak pengunjung. Menurut data Kelompok Sadar Wisata Desa Lifuleo tahun 2019, jumlah pengunjung bulanan rata-rata mencapai 2.000 orang, naik 25% dibandingkan tahun sebelumnya. Dengan menambah beberapa fasilitas pendukung dari pemerintah desa dan Pengelola Taman Nasional Perairan Laut Sawu, diperkirakan akan meningkat lagi sekitar 30%.

Wisatawan yang mengunjungi Pantai Oecina dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat dan negara. Bahar dan Tambura (2010) dalam Belmo, et al (2022) juga menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata dapat dilakukan oleh pemerintah atau pihak swasta sebagai salah satu strategi untuk mempromosikan daerah tertentu sebagai daya tarik wisata yang dapat meningkatkan perekonomian dan lapangan pekerjaan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tasik, et al (2022) menjelaskan bahwa Pantai Oecina sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai ekowisata pantai karena memiliki daya dukung sebesar 84 pengunjung per hari dan memiliki nilai ekonomi yang bagus sebesar Rp 42.930.856/ha per bulan.

Wisatawan menjadi salah satu unsur penting dalam pengembangan Pariwisata terkhususnya bagi Pariwisata yang berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan atau sustainable tourism didasarkan pada pembangunan berkelanjutan, dimana pembangunan berkelanjutan memperhatikan kebutuhan generasi saat ini dan generasi berikutnya. Di Indonesia, pariwisata berkelanjutan sudah dimulai. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Bapak Sandiaga Salahuddin Uno, terus mendorong seluruh sektor pariwisata untuk mempercepat penerapan konsep pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Konsep pariwisata berkelanjutan di Indonesia didasarkan pada empat pilar: pengelolaan yang berkelanjutan, pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, konservasi dan pelestarian budaya untuk menghasilkan keberlanjutan, dan keberlanjutan lingkungan (Kemenparekraf, 2021) dan (Paulus, et al., 2023). Wisatawan yang datang ke suatu tempat untuk berwisata tentu menginginkan suatu nilai yang dapat menarik wisatawan tersebut untuk kembali lagi ke tempat wisata tersebut baik dari segi daya tarik, sarana dan prasarana disana dan yang lainnya. Apabila wisatawan yang datang berkunjung mendapatkan kesan yang buruk terkait dengan tempat wisata tersebut maka akan sangat berdampak juga terhadap perkembangan tempat wisata tersebut kedepannya. Asmelash, et al (2019) menjelaskan bahwa kepuasan dari wisatawan sangat penting untuk menjamin ekonomi, ekologi, dan keberlanjutan sosial yang merupakan tiga dari empat pilar konsep pariwisata berkelanjutan.berkelanjutan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Juni-Juli di Pantai Oecina, Kabupaten Kupang (Gambar 1).



Sumber: diolah dari *Google Earth*  
 Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan secara langsung oleh peneliti. Teknik pengumpulan sampel dengan menggunakan metode accidental sampling sehingga didapati 50 orang yang menjadi responden. Responden yang telah selesai diwawancarai menggunakan kuesioner akan disatukan seluruh persepsinya dan kemudian dilakukan pengolahan data menggunakan Mc. Exel. Data yang telah diperoleh dalam penelitian terkait persepsi wisatawan terhadap pariwisata berkelanjutan di Pantai Oecina akan di analisis menggunakan analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yakni dengan mencari frekuensi terbesar dari keempat aspek untuk ditarik kesimpulannya. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini yakni data dari aspek atraksi, fasilitas, infrastruktur, dan keterlibatan pengelola selanjutnya diolah dengan analisis microsoft excel. Kemudian untuk mengetahui frekuensi dan poin dari skala likert akan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\bar{X} = ((x1.y1)+(x2.y2)+(x3.y3)+(x4.y4))/(total\ soal)$$

Keterangan: x = poin nilai berdasarkan skala likert yang telah diberikan, y = frekuensi banyaknya skala Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Pantai Oecina adalah salah satu pantai yang terletak di Kabupaten Kupang yang berada di dalam Kawasan Taman Perairan Nasional Laut Sawu (TNP Laut Sawu) Nusa Tenggara Timur. Pantai Oecina yang terletak pada koordinat 9°53'30.4"S dan 123°54'12.2"E, menyajikan banyak sekali keindahan alam pantai yang dapat memanjakan mata wisatawan yang datang mengunjungi pantai ini.

Pantai Oecina ibarat permata yang tersembunyi di Kabupaten Kupang, masih belum banyak wisatawan yang datang untuk mengunjungi Pantai Oecina. Pantai Oecina

menawarkan pemandangan alam yang menajutkan, mulai dari keindahan pasir putih sepanjang pantai yang kemudian berpadu dengan air laut jernih sehingga memancarkan kilauan keindahan indah dibawah sinar matahari. Pantai Oecina menawarkan suasana tenang dan damai, jauh dari hiruk-piruk kota.

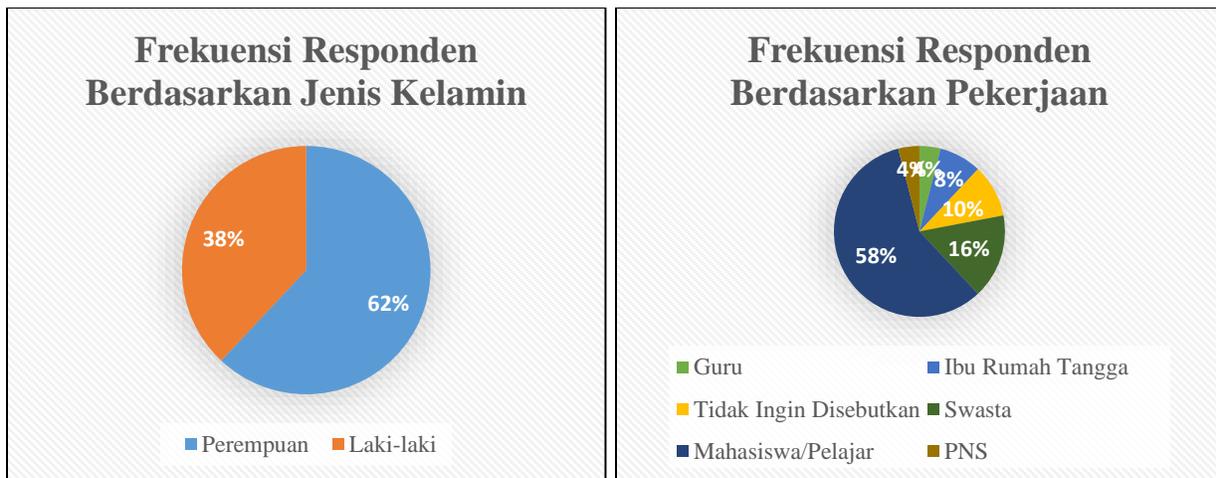
Ombaknya yang tenang membuat pantai ini ideal untuk berbagai aktivitas, seperti berenang, snorkelling, atau sekadar bersantai di tepi pantai sambil menikmati semilir air laut. Pengunjung juga bisa menyaksikan pemandangan matahari terbenam yang memesona di cakrawala, yang sering kali menjadi momen favorit para wisatawan untuk mengabadikan kenangan. Selain keindahan alamnya, Pantai Oecina juga menawarkan pengalaman bagi wisatawan melalui museum yang berisi kerangka Paus Pilot yang dapat menambah daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi Pantai Oecina. Aspek budaya lokal yang ada di Pantai Oecina juga sangat menarik, dimana masyarakat sangat ramah dan terbuka terhadap wisatawan, sering kali masyarakat menyambut pengunjung dengan senyum hangat.

Pantai Oecina adalah destinasi yang sempurna bagi para wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam Provinsi Nusa Tenggara Timur yang masih alami dan belum banyak tersentuh tangan manusia. Pantai ini

bukan hanya menawarkan pemandangan yang indah, tetapi juga menghadirkan ketenangan jiwa dan pengalaman tak terlupakan bagi setiap pengunjungnya.

### 3.2 Karakteristik Responden/Wisatawan

Karakteristik responden atau wisatawan dalam penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan. Berdasarkan jenis kelamin terlihat bahwa dari 50 wisatawan yang menjadi responden didapati jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 62% dari jumlah keseluruhan responden, dan 38% sisanya adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki. Sedangkan berdasarkan pekerjaan dari ke 50 wisatawan yang diwawancarai didapati bahwa responden dengan pekerjaan sebagai mahasiswa lebih banyak sebagai responden dengan presentase sebanyak 58%, kemudian diikuti dengan responden yang mempunyai pekerjaan swasta sebanyak 16%, kemudian ditempat ketiga diikuti dengan wisatawan yang tidak ingin disebutkan pekerjaannya sebanyak 10%, selanjutnya sebanyak 8% adalah responden berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan yang terakhir adalah PNS dan guru yang sama-sama memiliki presentase sebanyak 4%.

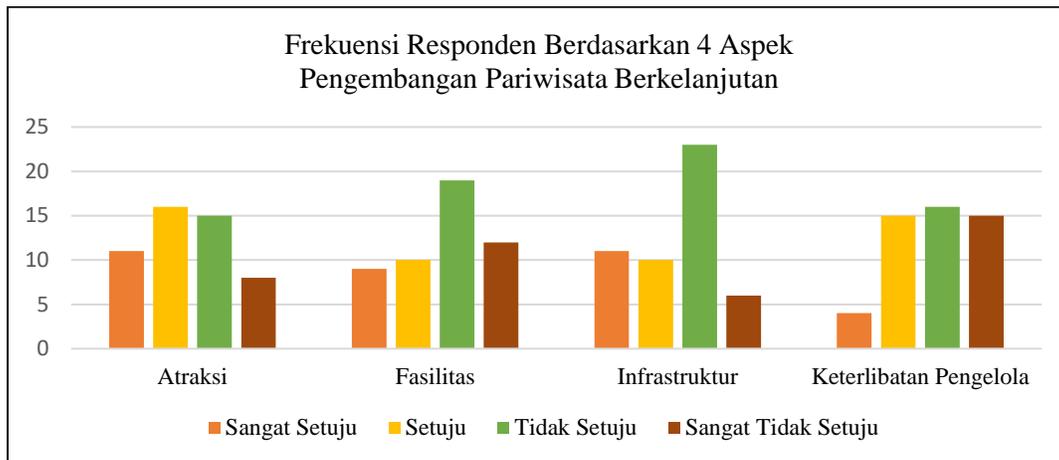


Gambar 2. Karakteristik Responden

### 3.3 Persepsi Wisatawan Berdasarkan 4 Aspek Pariwisata Berkelanjutan

Persepsi wisatawan Pantai Oecina menunjukkan Pantai Oecina merupakan pariwisata pantai yang baru dikembangkan dan masih membutuhkan banyak perbaikan baik dari segi fasilitas, infrastruktur dan juga keterlibatan pengelola. Hal ini ditunjukkan dengan masih tingginya angka tidak setuju dan sangat tidak setuju pada ketiga aspek, antara lain fasilitas,

infrastruktur, dan keterlibatan pengelola. Berbanding terbalik dengan aspek atraksi, sebab diagram aspek atraksi menunjukkan persepsi wisatawan setuju lebih tinggi daripada tidak setuju, yang artinya dapat menjadi kekuatan bagi pengembangan pariwisata di Pantai Oecina. Dengan demikian berdasarkan keempat aspek, dapat disimpulkan bahwa konsep pariwisata berkelanjutan belum terpenuhi di Pantai Oecina, Desa Lifuleo, Kabupaten Kupang, Nusa Tenggara Timur.



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024.

Gambar 3. Frekuensi Responden Berdasarkan 4 Aspek Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

### 3.4 Analisis Faktor Internal dan Eksternal dalam Pengembangan Pariwisata Pantai Oecina

#### a) Kekuatan (Strength)

Faktor kekuatan (Strength) adalah faktor yang mengacu pada strategi internal yang memiliki pengaruh baik sehingga dapat menjadi kekuatan yang berasal dari dalam dan memberikan nilai unggul dibandingkan kompetitor lain (Pasaribu, H. F. 2018). Adapun faktor yang menjadi kekuatan dalam pengembangan pariwisata Pantai Oecina adalah sebagai berikut:

##### 1. Daya Tarik Wisata

Sebuah objek wisata memiliki kaitan yang sangat erat dengan daya tarik, yang mana

daya tarik inilah yang memancing para wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut dan tetap eksis sampai masa yang akan datang (Bancin et al., 2024). Pantai Oecina memiliki pemandangan pantai yang indah, seperti kebanyakan tempat wisata pantai, dengan air laut yang bening dan jernih serta pasir pantai yang memukau, tidak lupa juga keindahan sunset saat sore hari, dan kecantikan terumbu karang yang juga menjadi daya tarik. Di pantai ini juga ada Museum yang menampilkan kerangka Paus Pilot, yang membedakannya dari wisata pantai lainnya.

##### 2. Kolaborasi antar Masyarakat dengan Stakeholder.

Pengelolaan suatu objek wisata tentunya tidak cukup jika hanya dilakukan oleh salah satu pihak saja, sehingga perlu adanya kerja sama dari berbagai pihak dalam upaya pengelolaan yang sehingga dapat menciptakan pengembangan yang lebih baik terhadap objek wisata tersebut (Berliandaldo, M., et al 2021). Sama halnya dalam pengelolaan wisata Pantai Oecina dimana Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) melakukan kerja sama dan kolaborasi dengan Balai Kawasan Konservasi Perairan Nasional (BKKPN) Kupang. Hal ini dikarenakan, Pantai Oecina termasuk dalam Kawasan Taman Nasional Perairan (TNP) Laut Sawu. Selain itu, POKDARWIS Pantai Oecina juga berkolaborasi dengan Komunitas Beta Cinta Laut (BCL). Kolaborasi-kolaborasi ini tentu akan membantu masyarakat yang tergabung dalam POKDARWIS untuk lebih mengerti dan sadar tentang bagaimana cara untuk mengelola wisata Pantai Oecina agar menjadi lebih baik lagi.

**b) Kelemahan (Weaknesses)**

Kelemahan adalah bagian dari strategi internal tersebut dianggap sebagai pembatas yang akan menghambat pengembangan objek wisata (Aini, U., et al 2021). Adapun faktor-faktor yang menjadi kelemahan dalam strategi pengembangan wisata Pantai Oecina adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya Keterampilan dan Pengetahuan Dari Pengelola.

Objek wisata adalah aset yang berharga bagi perekonomian suatu daerah atau negara (Setiawan, I. 2015). Tidak hanya berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat setempat, tetapi juga meningkatkan citra positif daerah tersebut. Namun, kesuksesan sebuah objek wisata tidak hanya bergantung pada keindahan atau keunikan alamnya, melainkan juga pada kemampuan pengelolanya (Wati, A. 2018).

Keterampilan dan pengetahuan pengelola memengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pengunjung (Rangga, Y. D. P., et al 2022). Pengunjung yang datang ke suatu objek wisata mengharapkan pelayanan yang baik, mulai dari fasilitas yang memadai, informasi yang akurat, hingga keramahan staf yang melayani mereka (Riskayanti, R. 2024).

2. Fasilitas-fasilitas yang Perlu di Perhatikan Lagi.

Objek wisata yang diminati oleh pengunjung tidak hanya sebatas pemandangan yang memukau, adanya fasilitas-fasilitas penunjang lainnya juga sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung atau bahkan kembali untuk berkunjung (Muliana, R. 2024). Fasilitas utama di Pantai Oecina memang sudah cukup memadai, namun tidak dapat dipungkiri ada beberapa fasilitas utama yang perlu diperhatikan kembali, sama halnya dengan fasilitas penunjang ada beberapa yang masih kurang dan memerlukan perhatian lagi dari POKDARWIS sebagai pengelola. Fasilitas-fasilitas tersebut adalah beberapa gazebo yang sudah tidak layak digunakan lagi, loket tiket yang sudah tidak lagi digunakan, posisi kantin yang dekat dengan area kamar mandi, dan tempat ibadah yang satu gendung dengan museum. Hal ini, sangat merugikan para wisatawan karena museum yang kadang tidak dibuka oleh Ketua POKDARWIS sehingga beberapa wisatawan tidak dapat melaksanakan ibadah saat sedang berwisata. Selain itu, terdapat tujuh gazebo yang ada di Pantai Oecina tetapi yang dapat digunakan oleh pengunjung hanya empat gazebo, sedangkan tiga lainnya sudah tidak layak digunakan oleh wisatawan. Disisi lain, berdasarkan wawancara dengan seorang pengunjung yang bernama Ibu Rida Talaen yang

berprofesi sebagai guru, diketahui bahwa saat berada di Pantai Oecina Ia dan keluarganya tidak pernah membeli makanan yang dijual oleh masyarakat di kantin Pantai Oecina. Hal ini disebabkan oleh, posisi atau keberadaan dari kantin yang dekat dengan toilet sehingga wisatawan tersebut mengkhawatirkan tentang kebersihan makanan yang dijual. Adapun seorang wisatawan yang bernama Pak Christo Woda yang berprofesi sebagai PNS saat diwawancarai menuturkan bahwa beliau sedikit kebingungan dengan keberadaan POKDARWIS. Hal ini karena, saat beliau masuk kedalam kawasan wisata Pantai Oecina, masyarakat yang mengaku dirinya adalah seorang POKDARWIS dan meminta uang untuk biaya karcis masuk, namun tidak meminta di loket tiket dan karcisnya juga tidak diberikan. Diketahui bahwa ternyata karcis masuk Pantai Oecina sudah habis sejak bulan Mei 2024 dan sampai penelitian ini dilakukan masih belum dikeluarkan lagi oleh POKDARWIS.

### 3. Kurangnya Promosi

Pengelola Pantai Oecina nampaknya belum melakukan promosi dengan menggunakan sosial media atau teknologi yang ada saat ini. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh beberapa wisatawan didapati bahwa mereka belum pernah melihat adanya akun sosial media yang dibuat oleh POKDARWIS untuk Pantai Oecina, bahkan promosi untuk Pantai Oecina justru dilakukan oleh para wisatawan dengan memberikan review atau penilaian tentang pengalaman mereka di internet (maps) dan ada beberapa juga yang ikut mencantumkan foto pemandangan ataupun foto mereka saat berada di Pantai Oecina. Hal inilah yang menarik perhatian dari wisatawan lainnya untuk datang berwisata di Pantai Oecina, namun apabila promosi tersendiri

dilakukan oleh POKDARWIS maka akan lebih terstruktur dan lebih baik. Menurut Fatmawati, I., et al (2022). Penggunaan platform digital dapat menjadi kekuatan baru untuk mempromosikan suatu objek wisata, paparan tentang kepuasan wisatawan yang dituangkan kedalam media social dapat menarik perhatian wisatawan lainnya untuk berkunjung.

### c) *Peluang (Opportunity)*

Peluang adalah situasi atau kondisi yang menjadi kesempatan bagi pihak diluar organisasi, bisnis, perusahaan tertentu untuk memperoleh manfaat dan menciptakan peluang yang dapat menguntungkan dari suatu objek wisata (Suarto, E. 2017). Adapun identifikasi faktor yang dapat menjadi peluang dari adanya wisata Pantai Oecina adalah sebagai berikut:

#### 1. Menjadi Peluang Usaha bagi Masyarakat Setempat.

Keberadaan wisata Pantai Oecina ini menjadi salah satu angin segar bagi masyarakat di sekitar pantai yakni di Desa Lifuleo. Keberadaan objek wisata ini dapat menjadi sebuah sumber mata pencaharaan baru bagi masyarakat sekitar yang notabeneanya bekerja sebagai petani, pekebun, dan nelayan (Akbar, T. 2017). Peluang usaha yang tercipta pun beragam diantaranya masyarakat dapat membuka warung makan disekitaran pantai, penyewaan gazebo dan penyewaan toilet, serta tersedianya kerangka Paus Pilot di dalam museum yang tiket masuknya dapat masuk kembali ke pendapatan POKDARWIS yang juga merupakan masyarakat sekitar. Penyediaan gazebo dan toilet yang disewakan di Pantai Oecina ini mampu menjadi nilai lebih di mata pengunjung (Haerani, M., et al 2021). Sehingga selain dapat menikmati suasana pantai, hamparan pasir putih, bermain air yang jernih, pengunjung juga dapat menikmati fasilitas gazebo, toilet, dan keberadaan

museum yang menjadi nilai tambah. Keberadaan pelaku usaha di sekitaran Pantai Oecina terus mengalami perkembangan bagi dari segi kuantitas maupun kualitas (Fazari, T. 2022). Hal tersebut tidak terlepas dari kesadaran masyarakat akan peluang ekonomi yang dapat membantu kesejahteraan hidup masyarakat.

## 2. Tarif Retribusi Masuk Pantai.

Tarif retribusi adalah pungutan sebagai pembayaran atas jasa atau pemberian izin tertentu yang khusus disediakan dan diberikan oleh pengelola untuk kepentingan-kepentingan orang pribadi (Khatri, M. R. (2018). Jumlah pengunjung yang cukup banyak di Pantai Oecina mampu menciptakan peluang bagi pihak pengelola dari segi pendanaan (Muda, I., et al 2018). Pihak pengelola yakni POKDARWIS telah memasang tarif retribusi untuk pengunjung yang hendak berkunjung ke pantai tersebut, dengan biaya tiap orang 2.000 rupiah per orang dan apabila menggunakan kendaraan roda dua atau sepeda motor dikenakan biaya 5.000 rupiah per motor serta bila menggunakan kendaraan roda empat atau mobil dikenakan biaya sebesar 10.000 per mobil. Tarif retribusi tersebut dapat berupa sejumlah uang untuk masuk yang bisa dihitung perorang dan juga tarif parkir kendaraan. Dengan adanya tarif ini diharapkan pihak pengelola pantai terus berupaya untuk melengkapi segala kekurangan yang ada agar tidak hanya pengelola yang mendapat bantuan dana, tetapi pengunjung juga merasa puas ketika berkunjung ke Pantai Oecina ini (Hasrina, H. 2023).

## 3. Menggunakan Teknologi yang Sedang Berkembang Saat Ini.

Di era digital yang semakin maju, teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam industri pariwisata (Isdarmanto, I. 2020).

Teknologi yang berkembang saat ini membawa dampak besar terhadap pengelolaan objek wisata, baik dari segi efektivitas operasional, kepuasan pengunjung, hingga daya saing di pasar global. Maharani, M, et al (2024) menyatakan bahwa dengan memanfaatkan teknologi secara tepat memungkinkan pengelola objek wisata untuk meningkatkan pelayanan, memperluas jangkauan promosi, serta menjaga kelestarian lingkungan secara lebih efisien. Teknologi meningkatkan aksesibilitas dan informasi yang dibutuhkan wisatawan. Dengan adanya internet, pengelola dapat menyediakan informasi lengkap mengenai lokasi, harga tiket, jam operasional, serta fasilitas yang tersedia di objek wisata secara real-time (Mukhlis, I. R, et al 2024 dan Nurrohman, T. 2019). Teknologi seperti aplikasi seluler dan situs web yang interaktif juga memungkinkan wisatawan untuk memperoleh panduan digital atau peta objek wisata yang memudahkan mereka dalam mengatur perjalanan (Tambunan, E., et al 2020). Ini memberikan kenyamanan dan kepercayaan diri bagi wisatawan, karena mereka memiliki gambaran yang jelas tentang destinasi yang akan mereka kunjungi. Teknologi memperluas jangkauan promosi objek wisata Pantai Oecina ke pasar yang lebih luas (Zakky, A, et al 2024). Dengan bantuan media sosial, strategi pemasaran digital, dan situs booking online, pengelola objek wisata dapat memperkenalkan tempat mereka ke masyarakat global. Platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube menjadi media yang efektif untuk menarik minat wisatawan melalui konten visual yang menarik, ulasan positif, serta testimoni dari pengunjung sebelumnya (Tarunajaya, W. B, et al 2023). Selain itu, dengan menggunakan data analitik,

pengelola dapat mengidentifikasi tren wisata dan menargetkan promosi kepada kelompok wisatawan yang paling potensial (Ridlo, D. T., et al 2024). Dengan memanfaatkan teknologi secara optimal, Pantai Oecina dapat memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pengunjung sekaligus meningkatkan daya saing dan keberlanjutan wisata (Anitasari, M., et al 2024). Teknologi tidak hanya menjadikan pengelolaan lebih efisien tetapi juga memungkinkan wisata yang ramah lingkungan dan inovatif, sehingga industri pariwisata dapat terus berkembang dengan cara yang lebih modern dan bertanggung jawab (Andini, R. 2023).

#### d) Ancaman (Threat)

Ancaman merupakan faktor yang berasal dari luar badan, organisasi, atau perusahaan yang dapat menjadi penghambat perkembangan suatu usaha atau Perusahaan (Nugraha, R. N., et al 2022). Adapun faktor yang menjadi ancaman terhadap pengembangan objek wisata Pantai Oecina adalah sebagai berikut:

##### 1. Pesaing

Pesaing adalah pihak atau perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang jasa yang sama atau mirip dengan produk yang ditawarkan (Dewi, R., et al 2024). Pesaing dari objek Pantai Oecina adalah objek-objek wisata lain yang terletak dalam satu wilayah Kabupaten Kupang Barat. Seperti yang diketahui Kabupaten Kupang Barat merupakan salah satu wilayah yang menawarkan objek wisata pantai. Objek wisata tersebut diantaranya Pantai Tablolong, Pantai Nunsui, Gua Kristal, Air Terjun Oenesu dan beberapa objek wisata lainnya. Keberadaan objek wisata tersebut tentunya menjadi sebuah ancaman bagi objek wisata Pantai Oecina, sebab objek wisata tersebut memiliki berbagai keunikan dan menyajikan keindahan alam yang tak

kalah menariknya. Sehingga hal tersebut dapat mengakibatkan Pantai Oecina tidak diminati lagi oleh wisatawan apabila tidak dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pengunjung. Oleh karena itu sudah sepatutnya pihak pengelola terus melakukan upaya dan usaha dengan berinovasi dan kreasi untuk mengembangkan objek wisata Pantai Oecina agar mampu bersaing tidak hanya di kancah regional tetapi juga kancah nasional (Paulus, C. A., et al. 2024).

##### 2. Pantai Yang Tercemar

Jumlah pengunjung yang semakin meningkat tiap waktunya dapat menjadi ancaman bagi kelestarian wisata Pantai Oecina (Nurhayati, T. 2023) hal ini dikarenakan masih banyak pengunjung pantai yang tidak sadar akan pentingnya menjaga kelestarian pantai yaitu dengan membuang sampah sembarangan. Padahal POKDARWIS telah menyediakan tempat sampah di beberapa sudut pinggir Pantai serta rutin membersihkan area pantai secara berkala, namun para pengunjung justru membuang sisa-sisa makanan dan minuman mereka secara sembarangan. Alhasil sekitar pantai menjadi kotor banyak limbah sampah bekas manusia yang berserakan. Hal tersebut, dapat mengancam kelestarian pantai, sebab seindah apapun panorama pantai yang tersuguhkan akan tetap terlihat kumuh jika pantai tersebut dikelilingi oleh sampah-sampah pengunjung. Selain ancaman sampah dari pengunjung, sampah yang dibawa oleh arus dan gelombang laut juga dapat mengancam kelestarian Pantai Oecina (Parmawati, R., et al 2022).

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan persepsi wisatawan yang didapatkan melalui wawancara oleh peneliti,

menunjukkan bahwa para wisatawan setuju bahwa Pantai Oecina merupakan pariwisata pantai yang baru dikembangkan dan masih membutuhkan banyak perbaikan baik dari segi fasilitas, infrastruktur dan juga keterlibatan pengelola agar dapat menuju pariwisata yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aini, U., Idrus, S., & Jumail, M. (2021). Potensi Pengembangan Destinasi Pantai Impos di Kabupaten Lombok Utara. *Journal Of Responsible Tourism*, 1(2), 103-118.
- Akbar, T. (2017). Nelayan, lingkungan, dan perubahan iklim (studi terhadap kondisi sosial ekonomi pesisir di kabupaten malang). *Wahana*, 68(1), 27-38.
- Andini, R. (2023). Inovasi Teknologi untuk Pariwisata Hijau: Solusi Berkelanjutan di Era Modern. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 39-44.
- Asmelash, A. G., Kumar, S., (2019). Assesing progress of tourism sustainability: developing and validating sustainability indicators. *Tourism Manag* 71, 67e83.
- Bahar, A., & Tambura, R. (2010). Analisis kesesuaian dan Daya Dukung Kawasan Wisata Bahari di Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Wisata Bahari Polman-UNRI*, 1–18. [https:// repository.unhas.ac.id](https://repository.unhas.ac.id)
- Bancin, HD., Ekawati R Rizieq, and Ellyta (2024). Sustainability of adoption of New Improved' Rice Variety Innovation in West Kalimantan Coastal Areas: Review of Social and Cultural Aspects. *Agro Ekonomi*, 35 (1): 63-77
- Belmo, T., Kangkan, A., & Paulus, C. (2022). Analisis kesesuaian Kawasan Wisata Pantai Pasir Putih di Kecamatan Kakuluk Mesak Kabupaten Belu. *Jurnal Bahari Padadak*, 3(1), 137–147. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/JBP/index>
- Benu, R., Kangkan, A. L., & Paulus, C. A. (2022). Kajian Kesesuaian Wisata di Pantai Kolbano, Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Bahari Papadak*.
- Berliandaldo, M., Chodiq, A., & Fryantoni, D. (2021). Kolaborasi dan Sinergitas Antar Stakeholder dalam Pembangunan Berkelanjutan Sektor Pariwisata Di Kebun Raya Cibinong. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 221-234.
- Dewi, R., Musdawina, M., Ahmady, Z., Musdalifah, H. R., & Sakir, S. (2024). Strategi Manajemen Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan: Suatu Kajian Literatur. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(3), 68-79.
- Fatmawati, I., & Sulistyono, A. (2022). Peningkatan Daya Saing Objek Wisata Berbasis Masyarakat melalui Strategi Digital Marketing. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 6(2), 383-391.
- Fazari, T. (2022). Dampak Pengembangan Objek Wisata Islami Pesisir Pantai Lampuuk Terhadap Kehidupan Sosial Dan Pendapatan Pedagang Di Pantai Lampuuk Aceh Besar (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Haerani, M., Gede, I. P., & Murdana, I. M. (2021). Pengembangan Potensi Pantai Kerakas Berbasis Wisata Bahari Di Kabupaten Lombok Utara. *Journal Of Responsible Tourism*, 1(2), 119-132.
- Hasrina, H. (2023). *Optimalisasi Pengelolaan Pantai Lowita sebagai Destinasi Wisata di Kecamatan Suppa Kabupaten Pinrang* (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Isdarmanto, I. (2020). Strategi Branding Pengembangan Industri Pariwisata 4.0 melalui Kompetitif Multimedia di Era Digital. *Journal of Tourism and Creativity*, 4(1), 1-20.
- Khatrima, M. R. (2018). Penarikan Retribusi Pariwisata Pantai Selatan Kabupaten Bantul Berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Bantul Nomor 7 Tahun 2011.
- Kemenparekraf. (2021). Peraturan Menteri

- Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *Kememparekaf*.
- Maharani, M., & Nisa, F. L. (2024). Revitalisasi Ekonomi Kreatif di Indonesia melalui Penguatan Sektor Pariwisata. *JEMeS-Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial*, 7(2), 53-66.
- Muda, I., & Angelia, N. (2018). Peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Mengelola Sektor Pariwisata Pantai di Kecamatan Sirombu Kabupaten Nias Barat.
- Mukhlis, I. R., & Natasya, A. R. (2024). Sistem Informasi Pemesanan Tiket Wisata Kota Surabaya Berbasis Web Menggunakan Metode Model View Controller. *Informatich: Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, 1(1), 1-9.
- Muliana, R. (2024). Peran Dinas Pemuda Olahraga Dan Pariwisata Dalam Mengembangkan Objek Wisata Di Kabupaten Enrekang (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Nugraha Y. E., & Lussie, F. (2020). Pengembangan Wisata Bahari Pantai Mulut Seribu Sebagai Daya Tarik Wisata Berkelanjutan Di Kabupaten Rote, Nusa Tenggara Timur. *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management..* <https://doi.org/10.46837/journey.v2i2.46>
- Nurhayati, T. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Pantai Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Doctoral dissertation, IAIN Palopo).
- Nurrohman, T. (2019). *Implementasi Digital Marketing Komunitas# Ayokedamraman Sebagai Strategi Pengembangan Objek Wisata Dam Raman Kota Metro* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Parmawati, R., Hardyansah, R., Pangestuti, E., & Hakim, L. (2022). *Ekowisata: determinan pariwisata berkelanjutan untuk mendorong perekonomian masyarakat*. Universitas Brawijaya Press.
- Pasaribu, H. F. (2018). *Penerapan Analisis Swot Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Paulus, C. A., & Adar, D. (2024). Sustainable Beach Tourism Assessment Based On Indonesian Sustainable Tourism Destination Guidelines In The Oecina Beach Tourism Area.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, R&D*, Bandung: PT Alfabet
- Tarunajaya, W. B., & Sukmadi, S. (2023). Digital Marketing Dan Reseller Manajemen Untuk Peningkatan Jumlah Kunjungan Ke Desa Wisata Alamendah. *Media Bina Ilmiah*, 18(5), 1203-1210.
- Tasik, W. F., Nalle, M. M. D., Tanody, A. S., & Edo, S. I. (2022). Kesesuaian Lahan dan Daya Dukung Ekowisata Pantai Oesina. *Jurnal Vokasi Ilmu-Ilmu Perikanan (Jvip)*. <https://doi.org/10.35726/jvip.v2i1.568>
- Tambunan, E., & Masatip, A. (2020). Konsep augmented reality sebagai pengembangan pemasaran pariwisata dalam menghadapi new normal masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Akomodasi Agung*, 7(2), 1-10.
- Wati, A. (2018). Analisis Peranan Objek Wisata Talang Indah Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (*Study pada masyarakat Desa Pajaresuk Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu*) *SKRIPSI* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).