



Upaya Menambah Daya Tarik Wisatawan melalui Pengenalan Produk Pariwisata dan Strategi Pemasaran di Kawasan Destinasi Wisata Pantai Mali Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur

Astina Y. Kabbi^{1*}, Antonius A. Saetban²

^{1,2}Universitas Tribuana Kalabahi, Nusa Tenggara Timur

*E-mail: kabbiasti@gmail.com

Abstrak

Pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah, pelestarian budaya, serta keberlanjutan lingkungan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis upaya peningkatan daya tarik wisata di kawasan destinasi Pantai Mali, Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur, dengan mengidentifikasi produk wisata unggulan, strategi pemasaran, serta pendekatan kolaboratif dalam pengembangannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa analisis dokumen, observasi, dan wawancara mendalam dengan pemangku kepentingan pariwisata, termasuk perwakilan pemerintah, masyarakat lokal, serta pelaku usaha sektor pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi daya tarik budaya dan alam, seperti festival seni, pertunjukan budaya, serta keberagaman biota laut, berperan penting dalam meningkatkan daya tarik wisata Pantai Mali. Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital, seperti promosi melalui media sosial dan kampanye berbasis demografi yang tepat sasaran, secara signifikan meningkatkan visibilitas destinasi serta keterlibatan wisatawan. Kolaborasi antara masyarakat lokal, instansi pemerintah, dan sektor swasta menjadi faktor utama dalam membangun ekosistem pariwisata yang berkelanjutan serta menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional. Penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan strategi pemasaran pariwisata yang inovatif dengan tetap menjaga kelestarian budaya dan lingkungan setempat.

Kata Kunci: pengembangan pariwisata; pemasaran digital; pariwisata; Pantai Mali; Kabupaten Alor

Abstract

Tourism plays a crucial role in regional economic growth, cultural preservation, and environmental sustainability. This study aims to analyze efforts to enhance the attractiveness of the Mali Beach Tourism Destination in Alor Regency, East Nusa Tenggara, by identifying key tourism products, marketing strategies, and collaborative approaches. The research employs a qualitative methodology through document analysis, observations, and interviews with local tourism stakeholders, including government representatives, community members, and business operators. Findings reveal that integrating cultural and natural attractions, such as festivals, local arts, and marine biodiversity, significantly enhances the tourism appeal of Mali Beach. The implementation of digital marketing strategies, including social media promotions and targeted demographic campaigns, effectively increases destination visibility and visitor engagement. Additionally, strengthening collaborations among local communities, government agencies, and the private tourism sector is critical in fostering a sustainable and attractive tourism ecosystem. This study highlights the importance of developing innovative tourism marketing strategies while ensuring the preservation of local culture and natural resources.

Keywords: tourism development; digital marketing; sustainable tourism; Mali Beach; Alor Regency



Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Wisata Pantai Mali berpotensi menjadi salah satu destinasi wisata unggulan di Kabupaten Alor, di karenakan kawasan ini menyimpan keunikan perpaduan keindahan alam dan keindahan laut serta mengalami pertumbuhan pengelolaan yang cukup pesat dan perbaikan infrastruktur dan pemeliharaan produk yang cukup memadai. Akomodasi menuju lokasi destinasi wisatapun sangat terjangkau. Kendati demikian, berdasarkan pengamatan, observasi, dan wawancara yang di lakukan, Kawasan destinasi ini masih mengalami masalah dalam menarik minat pengunjung baik menarik minat wisatawan domestik maupun internasional. Minimnya kunjungan wisatawan ini disebabkan oleh kurangnya pengenalan produk pariwisata dalam bentuk promosi kepada publik sehingga publik belum mengetahui lokasi destinasi wisata dan apa saja produk yang tersedia di lokasi destinasi wisata tersebut. Pengenalan produk pariwisata dan promosi digital merupakan urgensi dari pengembangan destinasi wisata. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian komprehensif terhadap produk pariwisata yang tersedia di wilayah ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan berbagai aspek penawaran pariwisata, yang mencakup daya tarik wisata seperti atraksi, aksesibilitas, dan amenities yang tersedia untuk mendukung pembangunan destinasi wisata.

Menurut (Shale et al., 2023) produk pariwisata merupakan penggabungan tiga urgensi elemen yakni atraksi, akomodasi, dan amenities yang mampu menyediakan atmosfer yang aman kepada pengunjung dan dapat memberi nilai bagi mereka. Lokasi destinasi wisata Pesisir Mali, produk pariwisata tidak hanya mencakup daya tarik alam tetapi juga keterlibatan dengan masyarakat adat, serta aspek budaya dan tradisional yang tersedia di wilayah tersebut. Oleh karena itu, pengakuan dan pemahaman terhadap produk wisata di Pesisir Mali menjadi sangat penting dalam perumusan strategi pemasaran dan pengembangan yang efektif. (Yang et al., 2023)) Lebih lanjut, mengartikulasikan bahwa “pemasaran pariwisata harus memprioritaskan pengalaman yang diberikan kepada wisatawan, yang mencakup dimensi emosional dan budaya.” Dengan mengenali penawaran pariwisata saat ini di Pantai Mali, menjadi mungkin untuk memberikan pengalaman yang lebih menarik dan tak terlupakan bagi pengunjung, sehingga meningkatkan daya tarik dari destinasi ini.

METODE

Melalui metodologi kualitatif, penelitian ini melakukan cakupan pendekatan berupa pengamatan, observasi dan wawancara dengan pengelola destinasi wisata di sektor pariwisata lokal, termasuk pengelola destinasi dan anggota masyarakat lokal. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan pesisir pantai Mali sebagai tujuan wisata berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui praktik pengelolaan pariwisata yang efektif. Keberhasilan peningkatan pariwisata di Pesisir Mali diharapkan tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi tetapi juga memfasilitasi pelestarian warisan budaya dan keutuhan lingkungan yang merupakan identitas khas daerah tersebut.

Kvale S. (1996) adalah ahli metodologi penelitian kualitatif terkemuka yang diakui atas kontribusinya yang signifikan terhadap domain wawancara dan metodologi kualitatif dalam konteks yang lebih luas. Meskipun Kvale tidak secara eksplisit membahas subjek produk pariwisata, prinsip-prinsip dasar yang diartikulasikannya dalam karya penting, "Interviews: Sebuah Pengantar Wawancara Penelitian Kualitatif," yang diterbitkan pada tahun 1996, memang dapat diterapkan pada bidang investigasi produk pariwisata. Dalam publikasinya, Kvale menggarisbawahi peran penting wawancara sebagai instrumen metodologis untuk mencapai pemahaman mendalam tentang pengalaman individu. Pendekatan metodologis ini memiliki relevansi yang besar dalam penelitian produk pariwisata, dimana pemahaman persepsi dan pengalaman wisatawan sangat penting untuk pengembangan penawaran yang selaras dengan kebutuhan dan harapan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Produk Pariwisata di Destinasi Wisata Pantai Mali

Pos Penjagaan dan Ruang Informasi



Gambar 1. Pos Penjagaan Keamanan dan Ruang

Destinasi wisata pantai mali merupakan destinasi yang saat ini sedang berkembang. Ukuran berkembang suatu destinasi wisata dapat di lihat dari segi pengembangan pengelolaan infrastruktur dan ketersediaan produk di destinasi yang dapat menarik minat wisatawan. Pos Penjagaan dan ruang informasi di lokasi destinasi wisata Pantai Mali merupakan salah satu wadah di lokasi destinasi berkembang yang mesti di sediahkan oleh pihak pengelola destinasi. Fungsi utama dari produk pariwisata pos penjagaan adalah untuk menjaga keamanan pengunjung agar tidak terjadi hal – hal yang merugikan pengunjung. Selain itu pos jaga di wisata pantai Mali ini juga dapat membantu memantau pengunjung dalam hal pengelolaan karcis masuk destinasi wisata serta secara tidak langsung dapat menjaga keamanan parkir. Sementara ruang informasi di pantai wisata Mali sebagai tempat wisatawan mendapatkan informasi tentang wisata dan produk pariwisata yang dapat di gunakan dan yang tidak dapat di gunakan.

Adapula ruang informasi tersedia bagi generasi muda atau siapa pun yang ingin belajar tentang apa yang menjadi keunggulan destinasi pariwisata Mali, pelestarian lingkungan dan pengembangan destinasi dapat berkomunikasi langsung ruang informasi. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi adalah keamanan, kata pakar pariwisata (Fennel, 1999) mengemukakan bahwa wisatawan lebih bersedia mengunjungi tempat-tempat dengan sistem keamanan yang kuat.

Adapun pandangan dari Integrasi antara ruang informasi dan posisi keamanan sangatlah penting, Dallen Timothy menggarisbawahi. Ketika wisatawan merasa aman, mereka cenderung menjelajahi daerah tersebut, sehingga meningkatkan perekonomian lokal.

Wisata Dugong



Gambar 2. Wisata Dugong

Pantai wisata Mali memiliki salah satu produk pariwisata yang cukup mendunia yang sangat menarik wisatawan untuk berkunjung. Wisata ini di kenal dengan wisata panggil dugong. Wisata dugong di Pantai Wisata Mali memberikan keunikan tersendiri bagi wisatawan. Acara tahunan “Panggil Dugong” yang menjadi atraksi wisata populer sejak tahun 2019 ini memungkinkan pengunjung menyaksikan hewan laut yang populer dengan sebutan Mawar ini yang akan langsung mendekati mereka saat dipanggil. Pengunjung diberi kesempatan unik untuk berinteraksi dengan Dugong (Mawar) yang tidak biasa di temukan di wilayah lain. Sehingga pengunjung harus didampingi oleh pemandu yang berpengalaman. Untuk berkunjung melihat dugong, Pak One, seorang pawang dugong akan memandu aktifitas tour lihat dugong selama kegiatan. Pak One menjamin keamanan yang aman dan mendidik karena pemahaman pak One yang luas tentang kebiasaan dugong dan lingkungan laut. Manfaat ekonomi lokal dari acara tahunan ini selain menarik perhatian wisatawan. Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan, masyarakat lokal memiliki lebih banyak peluang untuk menawarkan layanan seperti penginapan, tempat makan, dan suvenir sehingga meningkatkan pendapatan keuangan mereka.

Wisata dugong di Pantai Wisata Mali bertujuan untuk memberdayakan masyarakat lokal dan meningkatkan kesadaran akan nilai konservasi laut selain memberikan kesempatan kepada pengunjung untuk melihat satwa. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Alor melalui Dinas Perikanan dan Kelautan Kabupaten Alor Bersama WWF Indonesia menjadikan objek wisata ini sebagai lokasi konservasi, dan pemerintah Kabupaten Alor mengakuinya sebagai kekhasan lokal. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, wisata dugong di Pantai Wisata Mali mampu berkembang dan membantu pemberdayaan masyarakat dan perlindungan lingkungan hidup.

Spot Photo



Gambar 3. Spot Photo

Salah satu daya tarik visual dari kawasan destinasi adalah spot photo yang menarik. Karena melalui photo yang di upload yang di pajang di media social akan menambah daya tarik dari wisatawan untuk berkunjung, terutama wisatawan yang intens memposting kegiatan di instagram. Selain pegiat bagi instagrammable, memotret spot merupakan strategi pemasaran media sosial yang efektif. Spot photo yang tersedia di pantai wisata mali sangat beragam mulai dari lukisan dinding bernuansa budaya sebagai ciri khas kabupaten Alor, dan gambaran lukisan kekayaan Alam Kabupaten Alor yang tersembunyi serta gambaran kampanye event tahunan di kawasan lokasi. Selain lukisan dinding, adapula bangku romantic yang bisa di jadikan salah satu angel photo. Demikian juga dengan jembatan nostalgia yang begitu indah ketika mengambil gambar saat senja. Spot photo ini merupakan produk destinasi wisata yang

sudah siap di pakai kapan saja untuk kegiatan apa saja.

Pengunjung dapat menikmati keindahan menawan dan beragam keistimewaan yang mempesona di kawasan wisata Pantai Mali. Selain estetis, karya seni budaya yang menghiasi kawasan pantai juga berfungsi sebagai sarana edukasi dengan menampilkan keragaman adat istiadat daerah. Selain itu, landasan pacu dibuat untuk berjalan-jalan santai, sehingga para tamu dapat menikmati kemegahan alam terbuka sambil mengambil gambar dari berbagai sudut pandang. Karena semua faktor tersebut, Pantai Mali menjadi tempat yang sangat Instagrammable sehingga menarik semakin banyak pengunjung dan menawarkan pengalaman yang tak terlupakan.

Panggung Seni



Gambar 4. Panggung Seni

Di tempat-tempat wisata, seni pertunjukan berperan penting dalam menjaga budaya lokal dan menumbuhkan pariwisata berkelanjutan. Panggung seni di lokasi destinasi wisata Pantai Mali menambah ruang tambahan bagi wisatawan untuk mempererat komunitas melalui performance tradisional mereka. Selain itu panggung seni ini dapat memperdalam pengetahuan tentang identitas budaya lokal sehingga mampu meningkatkan kekuatan rasa memiliki warisan lokal yang tinggi sehingga tidak mudah di geserkan oleh pesatnya perkembangan budaya asing. Karena berfungsi sebagai wadah untuk meningkatkan identitas budaya lokal, maka kehadiran panggung seni di lokasi wisata menjadi krusial. Falah et al. (2025) menegaskan bahwa dunia seni menumbuhkan rasa bangga terhadap warisan lokal dengan memungkinkan masyarakat memamerkan adat istiadat dan kreasi seni mereka.

Pberpendapat bahwa fasilitas pariwisata perlu di rancang sedemikian rupa di sesuaikan dengan kebutuhan pengunjung karena ketersediaan fasilitas yang memadai dapat menambah kekuatan interaksi social dan meningkatkan daya Tarik suatu destinasi. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO), dunia seni juga memberikan manfaat bagi perekonomian lokal dengan menciptakan lapangan kerja dan mendukung perusahaan lokal. Di sisi lain. (Xie et al., 2020) berpendapat bahwa ketersediaan fasilitas pariwisata yang baik di lokasi destinasi wisata tidak hanya memberikan kepuasan pada wisatawan tetapi dapat juga menambah citra positif bagi destinasi wiasata tersebut yang kemudian dapat menarik lebih banyak minat pengunjung.

Keberadaan panggung seni di destinasi wisata pantai Mali merupakan fasilitas yang di sediakan oleh pihak pemerintah daerah dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Alor sebagai tempat memamerkan atraksi budaya dan kreatifitas seni masyarakat guna mempromosikan kepada wisatawan tentang uniknya kekayaan budaya juga sebagai pengetahuan tambahan tentang nilai – nilai warisan budaya yang sangat perlu untuk di lestarikan kepada generasi muda di Kabupaten Alor. Selain itu panggung seni ini juga di gunakan sebagai tempat sharing yang nyaman bagi mahasiswa dan atau kelompok organisasi ketika melakukam kegiatan - kegiatan edukasi lainnya. Panggung seni di pantai wisata Mali ini sudah sangat sering di gunakan oleh berbagai pihak dalam kegiatan – kegiatan outdoor seperti lembaga pendidkan tinggi Universitas Tribuana Kalabahi ketika melakukan kegiatan Udicium dan kegiatan Bina Akrab lingkup Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Sehingga panggung seni ini sangat bermanfaat bagi setiap kalangan yang ingin mempererat, mengenal budaya dan interaksi social dapat di lakukan di lokasi destinasi wisata ini.

Wahana Anak



Gambar 5. Wahana Anak

Mengingat masih jarang ditemui di lokasi wisata lainnya, maka makna dari wahana bermain anak di Pantai Wisata Mali, Kabupaten Alor, tidak bisa dianggap remeh. Untuk memberikan rasa aman kepada anak-anak saat bermain, wahana ramah anak ini diciptakan dengan mempertimbangkan keselamatan. Melalui kegiatan bermain interaktif, wahana ini tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga mendorong perkembangan sosial dan fisik anak. Berdasarkan hasil survey dapat di lihat bahwa wahana permainan anak yang tersedia di pantai wisata Mali memiliki tiga unsur penting yakni dengan menimbang dari segi keselamatan anak, memperkuat interaksi social, dan melihat keberlangsungan lingkungan.

Wahana Permainan Anak mempunyai beberapa keunggulan penting, khususnya dalam konteks wisata dan pengembangan anak. Pertama, wahana ini dirancang dengan standar keselamatan yang tinggi sehingga memberikan lingkungan yang aman bagi anak-anak saat bermain. Hal ini penting untuk mencegah cedera dan memastikan perilaku positif. Selain itu, area bermain yang ramah dan alami, seperti yang terdapat di Pantai Wisata Mali, memungkinkan anak-anak berinteraksi dengan teman sekelasnya dengan cara yang menyenangkan, sehingga meningkatkan perkembangan sosial dan keterampilan komunikasi. Olahraga yang dilakukan sambil bermain juga berkontribusi terhadap kesehatan dan kesejahteraan anak, sehingga merupakan cara yang baik untuk meningkatkan aktivitas fisik di luar rumah. Selain itu, permainan ramah lingkungan dapat mengajarkan anak tentang lingkungan hidup dan menanamkan rasa kepedulian pada diri mereka sejak dini. Oleh karena itu, anak wahana permainan tidaklah sekedar adil. Dengan demikian, permainan anak tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga menumbuhkan perkembangan holistik dan kesadaran lingkungan pada generasi muda.

Lopo



Gambar 6. Lopo Tempat Istirahat

Lopo yang ada di lokasi destinasi wisata Mali merupakan lopo yang menggambarkan karakter tradisional yang kuat yang biasa di temukan di wilayah timur Indonesia. Tempat ini biasa di bangun dengan bahan dasar ramah lingkungan. Misalnya atap yang terbuat dari daun lontar, dan tiang-tiang induk yang terbuat dari kayu dan bambu menambah suasana yang nyaman dan alami untuk bercengrama di dalamnya. Lopo di lokasi wisata pantai Mali ini memiliki beberapa fungsi seperti bisa di jadikan tempat istirahat, di jadikan tempat pertemuan untuk sharing hal-hal penting dan atau tempat penyimpanan bahan makanan bagi pengunjung jika berkunjung ke lokasi pantai mali. Meskipun atapnya terbuat dari seng yang sedikit terlihat modern namun keberadaan lopo ini tidak mengurangi nilai dan karakter budaya yang masih sangat kuat.

Di sisi lain lopo di pantai wisata Mali berfungsi sebagai social attraction yang dapat meningkatkan hubungan antara pengunjung dengan masyarakat setempat selain sebagai tempat bersantai. Melalui Lopo, wisatawan dapat berinteraksi dengan penduduk setempat dan merasakan hangatnya cara hidup masyarakat setempat, yang dapat meningkatkan kebahagiaan pengunjung dan membantu lingkungan. Memasukkan aspek budaya ke dalam pariwisata dapat memberikan pengalaman yang lebih mendalam dan tak terlupakan bagi wisatawan.

Kantin



Gambar 7. Kantin

Keberadaan Kantin di lokasi destinasi wisata pantai Mali memiliki daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Kantin ini menyediakan makanan dan minuman yang masih

bersifat local yang tentu menambah kenyamanan bagi wisatawan. Dengan menyediakan makanan dan minuman local dan cukup lengkap kantin ini memiliki tempat istirahat dengan di lengkapi meja dan bangku santai yang dapat di gunakan oleh pengunjung sambil menikmati pemandangan alam dan pantai yang indah. Kebersihan lokasi kantin ini memiliki daya tarik yang kuat bagi pengunjung untuk tetap berada di lokasi destinasi wisata Mali dari pada harus memilih untuk keluar ke kantin yang lain di sekitarnya. Yang paling penting dari keberadaan kanti ini adalah hospitalitynya, ramahnya pelayanan menambah kesan nyaman dan merasa di hargai dan di terima dengan baik oleh masyarakat local di lokasi destinasi wisata mali.

Keberadaan kantin yang bagus di lokasi wisata sangat penting untuk meningkatkan rasa nyaman bagi pengunjung. Menurutnya, ketersediaan pilihan makanan dan minuman yang cukup dapat meningkatkan kenikmatan perjalanan pengunjung selain memenuhi kebutuhan pokoknya. Kantin dapat meningkatkan reputasi destinasi dan mendorong pengunjung untuk datang kembali dengan menawarkan pilihan makanan berkualitas tinggi dan lingkungan yang ramah. Hal ini menunjukkan bagaimana sektor pariwisata lokal dapat terkena dampak signifikan dari investasi pada fasilitas seperti kantin.

STRATEGI PEMASARAN MENAMBAH DAYA TARIK WISATAWAN

Untuk menambah daya tarik wisatawan dan atau menambah pengunjung di kawasan destinasi wisata Mali, maka diperlukan beberapa aksi strategi pemasaran yang tepat sasaran. Aksi pemasaran tersebut di antaranya: perlu melakukan acara dan festival di Lokasi destinasi wisata Mali, penting untuk melakukan promosi dengan melihat kelompok atau audiens tertentu yang cocok dengan lokasi destinasi tersebut, Pemasaran digital yang intens, dan membangun kemitraan Lokal. Berikut penjelasan mendalam tentang ke empat rancangan pemasaran.

Acara dan Festifal di Pantai Wisata Mali

Festival dan acara di Pantai Wisata Mali sangat penting bagi kemajuan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat sekitar. Yang pertama dan terpenting, pertemuan-pertemuan ini menyediakan forum untuk ekspresi dan pelestarian budaya lokal. Festival budaya dapat meningkatkan identitas komunitas dengan memberikan platform kepada masyarakat untuk menampilkan adat istiadat dan nilai-nilai mereka,(Mason, 2022). Hal ini terutama berlaku di

pesisir wisata Mali, di mana acara seperti Festival Pemanggilan Dugong menyoroti nilai pelestarian lingkungan sekaligus merayakan keanekaragaman hayati. Selain itu, festival juga mendukung pertumbuhan perekonomian daerah. Menurut penelitian (Amorim et al., 2020), festival berpotensi mendongkrak pariwisata yang pada akhirnya mendongkrak pendapatan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Pantai Wisata Mali mendapatkan keuntungan dari peningkatan lalu lintas selama acara ini dengan memiliki kesempatan untuk memasarkan barang-barang mereka, sehingga meningkatkan lapangan kerja dan kesejahteraan finansial masyarakat.

Inisiatif penjangkauan yang dilakukan selama festival juga membawa perbedaan besar. (Raffay-Danyi & Formádi, 2022) menegaskan bahwa festival dapat menjadi wahana untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap isu-isu lingkungan dan sosial. Inisiatif sosialisasi di Pantai Wisata Mali yang melibatkan mitra dari sektor pendidikan dan birokrasi membantu masyarakat dalam memahami pentingnya pembangunan berkelanjutan dan konservasi. Secara umum festival dan event di Pantai Wisata Mali digunakan sebagai sarana peningkatan kesadaran sosial, penguatan identitas budaya, dan peningkatan perekonomian masyarakat selain sebagai perayaan. Oleh karena itu, pentingnya pertemuan dan perayaan ini dalam kaitannya dengan pelestarian lingkungan dan pengembangan masyarakat tidak dapat diabaikan.

Target Audiens

Salah satu hal yang cukup penting dalam menarik minat pengunjung untuk berkunjung di pantai Wisata Mali adalah pentingnya melakukan survei guna memahami dan mengidentifikasi target audiens sebagai salah satu tolak ukur dalam merancang strategi pemasaran yang efektif yang tujuannya tentu untuk meningkatkan jumlah pengunjung. Menurut (Berl, 1989), segmentasi pasar bertujuan untuk menentukan target audience lebih spesifik berdasarkan karakteristik tertentu. Penentuan target pasar ini dengan melihat demografi, perilaku dan preferensi.

Dengan memahami tujuan target Audiens, pengelola destinasi wisata tentu akan berkembang pesat. segmentasi pasar menurut (Thomas, 2022) adalah proses memecah pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil menurut atribut tertentu termasuk preferensi,

perilaku, dan demografi. Pengelola destinasi wisata Pantai Mali dapat menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan relevan bagi para tamu dengan mengetahui siapa target demografinya. Misalnya, jika mayoritas penontonnya adalah keluarga, maka fasilitas dan acara ramah anak dapat ditingkatkan untuk menarik lebih banyak penonton.

Menurut penelitian yang dilakukan (Suhartanto et al., 2021) kebahagiaan dan loyalitas pengunjung dapat ditingkatkan dengan memberikan pengalaman yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan audiens. Mengetahui minat penonton dapat membantu Pantai Mali menciptakan festival dan acara seperti Festival Memanggil Dugong yang menarik perhatian sekaligus menawarkan sesuatu yang ekstra kepada para tamu. Hasilnya, pengunjung yang puas cenderung akan kembali lagi dan merujuk orang lain ke lokasi tersebut. Berdasarkan hasil pantauan dapat di lihat bahwa keberadaan destinasi wisata pantai Mali sangat cocok untuk semua kalangan. Sehingga hanya perlu untuk lebih giat lagi dalam memperkenalkan peoduk pariwisata melalui promosi pariwisata.

Pemasaran Digital

Meningkatkan Visibilitas dan Aksesibilitas: Menurut (Musliha, 2022) pemasaran digital memungkinkan destinasi wisata menjadi lebih terlihat di platform online seperti mesin pencari dan media sosial. Pantai Mali dapat melakukannya dengan menggunakan periklanan digital untuk menjangkau calon pengunjung yang mencari informasi tentang destinasi tersebut. Hal ini sangat penting untuk menarik perhatian pengunjung yang mungkin belum mengetahui destinasi tersebut sebelumnya.

Interaksi dan Keterlibatan dengan Wisatawan: Sebuah penelitian yang dilakukan oleh (Purwandari et al., 2022) menemukan bahwa salah satu metode paling efektif untuk membangun hubungan dengan audiens adalah berinteraksi melalui media sosial. Dengan menggunakan strategi pemasaran digital, pengelola Pantai Mali dapat berinteraksi secara langsung dengan wisatawan, menjawab pertanyaan mereka, dan menerima umpan balik dari mereka. Keterlibatan ini meningkatkan pengalaman wisatawan dan menumbuhkan komunitas di sekitar lokasi. Oleh karena itu, pemasaran digital berguna untuk mempromosikan bisnis dan membangun hubungan yang lebih baik dengan wisatawan. Pantai Mali dapat menjadi lebih menarik dan menarik lebih banyak pengunjung dengan menggunakan strategi

pemasaran digital yang efektif. Dinas Pariwisata Kabupaten Alor selaku pengelola dapat mempromosikan secara intens semua produk yang ada di destinasi wisata. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan oleh divisi promosi dinas dan atau dapat mengkampanyekan kepada masyarakat local dan atau akademisi untuk membantu dalam merancang promosi destinasi di media social baik itu facebook, instagram, tiktok dan platform promosi lainnya.

Kemitraan Lokal

Salah satu strategi penting untuk meningkatkan atraksi wisata Mali adalah lokal partnerships. Ini dapat terjadi melalui kerja sama antara berbagai pihak berwenang, seperti regional governments, local communities, dan bisnis wisata. Dengan bekerja sama, mereka dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik dan berkelanjutan. Kolaborasi antara pemangku kepentingan dapat meningkatkan standar layanan yang ditawarkan kepada pengunjung, (Aswad & Damayanti, 2020). Memasukkan komunitas lokal ke dalam pengelolaan destinasi dapat meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menawarkan pemahaman yang lebih mendalam tentang adat istiadat dan budaya setempat. Misalnya, penduduk setempat dapat menjadi pemandu wisata di Pantai Mali, yang menawarkan pengetahuan asli tentang sejarah dan ciri khas masyarakat lokal tersebut.

Menurut penelitian (Marques et al., 2022) kolaborasi lokal sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi pariwisata berkelanjutan. Berpartisipasi dalam pariwisata memungkinkan masyarakat lokal mendapatkan manfaat langsung dari pendapatan lokal, sehingga meningkatkan standar hidup mereka. Di Mali Pesisir, kerja sama antara pemerintah dan pemilik usaha local juga dapat menciptakan peluang komersial baru, seperti kegiatan kerajinan tangan dan masakan daerah yang menginspirasi pekerja.

Kemitraan yang dibangun di destinasi wisata Pantai Mali sudah cukup berkembang. Adanya Komunitas Nelayan Kabola (KNK) menjadi tolak ukur positif tersendiri. Demikian juga halnya dengan mitra kerja yang dibangun oleh OPD terkait dan Lembaga Pendidikan Tinggi dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Alor dan Universitas Tribuana Kalabahi sangat erat terjalin sehingga aktifitas outdoor universitas dilakukan di destinasi wisata pantai Mali. Kiranya kemitraan dengan OPD lain dan atau sector lain terus berkembang demi keberlangsungan destinasi wisata pantai Mali.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa meningkatkan daya local wisatawan di kawasan destinasi wisata pantai Mali, Kabupaten Alor, Nusa Tenggara Timur, melalui pengenalan produk pariwisata dan strategi promosi yang komprehensif sangatlah penting. Karakteristik budaya unik, atraksi alam, dan aktivitas local dapat menarik wisatawan. Terbukti bahwa acara dan festival juga dapat meningkatkan partisipasi wisatawan dan menampilkan kekayaan lokal. Penargetan audiens yang tepat, penggunaan pemasaran digital, dan kemitraan lokal antara pemerintah, masyarakat, dan bisnis pariwisata adalah semua berperan penting yang berkontribusi pada pembentukan ekosistem yang mendukung pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan di lokasi destinasi wisata pantai Mali.

Acara dan Festival di rancang lebih menarik lagi agar menarik lebih banyak wisatawan, diperlukan peningkatan jumlah acara dan festival yang menonjolkan budaya dan tradisi budaya local. Strategi Pemasaran Digital: Pengelola destinasi disarankan untuk memaksimalkan pemasaran digital, yang mencakup penggunaan media lokal untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Kemitraan yang Lebih Kuat: Untuk menciptakan program yang saling menguntungkan, diperlukan upaya lebih lanjut untuk memperkuat kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, dan pebisnis pariwisata. Pelatihan dan Edukasi: Saran untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dengan memberikan pelatihan bagi masyarakat lokal dalam hal pelayanan dan promosi produk pariwisata.

Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih kepada pemerintah daerah Kabupaten Alor dalam hal ini Dinas Pariwisata atas dukungan dan izin yang diberikan, kepada masyarakat Pantai Mali yang telah bersedia berbagi pengetahuan dan pengalaman, serta kepada semua pelaku industri pariwisata yang telah berkontribusi dalam pengembangan produk pariwisata di kawasan ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pariwisata di Pantai Mali dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

REFERENSI

- Amorim, D., Jiménez-Caballero, J. L., & Almeida, P. (2020). The impact of performing arts festivals on tourism development: Analysis of participants' motivation, quality, satisfaction and loyalty. *Tourism & Management Studies*, 16.
- Aswad, W. O. S. J., & Damayanti, M. (2020). Multi-Stakeholder Collaboration for the Provision of Public Open Space . *Case of Taman Indonesia Kaya, Semarang*.
- Berl, R. L. (1989). *Introduction to Market Segmentation and Targeting* (1st Edition).
- Falah, N., Falah, N., Solis-Guzman, J., & Marrero, M. (2025). An Indicator-Based Framework of Circular Cities Focused on Sustainability Dimensions and Sustainable Development Goal 11 Obtained Using Machine Learning and Text Analytics. *Sustainable Cities and Society*.
- Fennel, D. A. (1999). *Ecotourism: An Introduction*. Routledge: New York.
- Kyale S. (1996). *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Sage Publications.
- Marques, C. , Garcia, R. L. , Santos, C. H. S. , Paraguassú-Chaves, C. A. , Almeida, F. M. de, Trindade, C. D. , Filho, S. A. , Smith, R. D. , & Aznar, S. D. (2022). Sustainable Tourism as a Strategy for Generating Employment and Income in the Local Economy. *International Journal for Innovation Education and Research* . , 10 (11).
- Mason, Z. (2022). *Community events as a context for displaying family practices and identity*. (1st Edition). Routledge.
- Musliha, & A. H. H. (2022). Digital Marketing In Tourism Destinations. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga, Vol.32*.
- Purwandari, B. , Ramadhan, A. , Phusavat, K. , Hidayanto, A. N. , Husniyyah, A. F. , Faozi, F. H. , & N. H., & S. R. H. (2022). The Effect of Interaction between Followers and Influencers on Intention to Follow Travel Recommendations from Influencers in Indonesia Based on Follower-Influencer Experience and Emotional Dimension. *Information, Vol.13(8)*.
- Raffay-Danyi, A. , & Formádi, K. (2022). Are we there yet? An analysis of visitor attitudes towards sustainability awareness raising initiatives. *Society and Economy* . , vol 44(1), 102–118.
- Shale, S. , Nthebe, S. , & Swart, M. P. (2023). Exploring the Relationship Between Tourist Safety and Tourist Experience: Theories from Accommodation Establishments and Attractions. In: Katsoni, V. (eds) *Tourism, Travel, and Hospitality in a Smart and Sustainable World*. . *Springer Proceedings in Business and Economics*. Springer, Cham. .
- Suhartanto, D. , Dean, D. L. , Chen, B. T. , & Kusdibyoy, L. (2021). Visitor loyalty towards cultural creative attractions: The role of collectivism and indulgence. . *Leisure/Loisir* . , 46(1).
- Thomas, J. W. (2022). *market segmentation*.

- Xie, C. , Huang, Q. , & Chen, Y. (2020). Destination Risk Perception, Image and Satisfaction: The Moderating Effects of Public Opinion Climate of Risk. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 122–130.
- Yang, Y. , Wang, Z. , Shen, H. , & Jiang, N. (2023). The Impact of Emotional Experience on Tourists' Cultural Identity and Behavior in the Cultural Heritage Tourism Context: An Empirical Study on Dunhuang Mogao Grottoes. *Sustainability*, 15(11).