



## Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Pada Potensi Wisata Liang Bukal Desa Batu Tering

Sulis Andila<sup>1</sup>, Rozzy Aprirachman<sup>2</sup>

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Teknologi Sumbawa, Kabupaten Sumbawa, Indonesia<sup>1,2</sup>

\*Email Korespondensi: [rozzy.aprirachman@uts.ac.id](mailto:rozzy.aprirachman@uts.ac.id)

Diterima: 26-12-2025 | Disetujui: 06-01-2026 | Diterbitkan: 08-01-2026

### ABSTRACT

*Tourism is a crucial sector in supporting economic growth, creating jobs, and improving community welfare. Liang Bukal Tourism in Batu Tering Village has significant tourism potential, but its development still faces various obstacles such as inadequate infrastructure, minimal promotion, and low community participation. This study aims to analyze the tourism development strategy for Liang Bukal using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method. This study employed a quantitative approach, collecting questionnaires from tourists and stakeholders and analyzing data using the IFE, EFE, SWOT, and QSPM matrices. Based on the QSPM analysis, the calculation results indicate that strategies (SO2, SO1, and ST1) are the three main priority strategies for tourism development and have the highest Total Attractiveness Score (TAS) of 0.87. This strategy is expected to increase the number of tourist visits to Liang Bukal.*

**Keywords:** Tourism; Liang Bukal; SWOT; QSPM; Development Strategy.

### ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Wisata Liang Bukal di Desa Batu Tering, memiliki potensi wisata yang besar, namun pengembangannya masih menghadapi berbagai kendala seperti infrastruktur yang kurang memadai, minimnya promosi, dan rendahnya partisipasi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan wisata Liang Bukal menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan kuisioner terhadap wisatawan dan pemangku kepentingan serta analisis data melalui matriks IFE, EFE, SWOT, dan QSPM. Berdasarkan analisis QSPM, hasil perhitungan menunjukkan bahwa strategi (SO2, SO1 dan ST1) merupakan 3 strategi prioritas utama untuk pengembangan wisata dan memiliki nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi sebesar 0,87. Strategi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke wisata Liang Bukal.

**Katakunci:** Pariwisata, Liang Bukal; SWOT; QSPM; Strategi Pengembangan.

### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

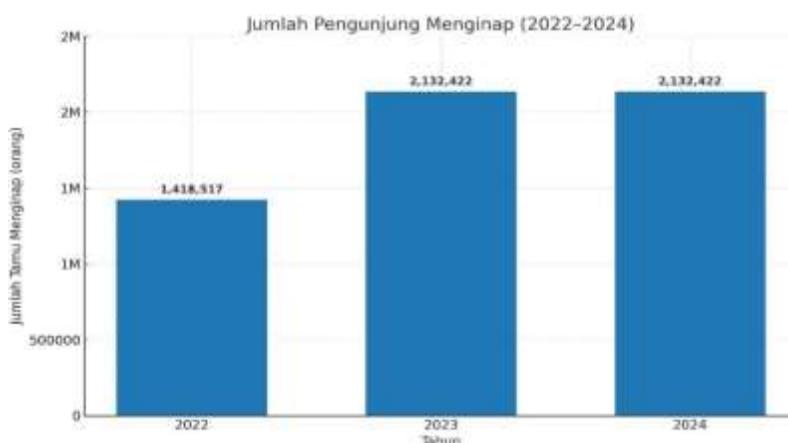
Andila, S., & Aprirachman, R. (2026). Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) Pada Potensi Wisata Liang Bukal Desa Batu Tering. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 158-178. <https://doi.org/10.63822/r7a9y489>

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah. Kontribusi pariwisata terhadap pembangunan Indonesia salah satunya yaitu mempercepat pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan pekerjaan, mendukung pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM), serta memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk mengembangkan dan mempromosikan budaya serta tradisi mereka. Sektor ini juga berperan dalam memperkuat daerah dan mendorong pembangunan infrastruktur dan berdampak luas pada kesejahteraan masyarakat.

Dalam konteks pembangunan berbasis potensi lokal pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai sarana pemberdayaan masyarakat. Desa wisata merupakan bentuk pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism) yang menitikberatkan pada pemanfaatan potensi lokal secara berkelanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengabaikan kelestarian lingkungan (Ningsih et al., 2023). Dengan demikian, pengembangan desa wisata menjadi salah satu strategi efektif dalam mendorong pembangunan ekonomi desa sekaligus melestarikan nilai-nilai budaya dan alam yang di miliki masyarakat.

Dengan demikian, pengembangan desa wisata menjadi salah satu strategi efektif dalam mendorong pembangunan ekonomi di tingkat desa sekaligus melestarikan nilai-nilai budaya dan alam yang dimiliki masyarakat. Saat ini, masyarakat semakin sadar akan potensi kekayaan dan keindahan alam yang mereka miliki, sehingga banyak daerah yang mulai mengembangkan wisata berbasis alam. Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat tidak hanya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga menjaga kelestarian lingkungan dan warisan budaya lokal (Asmara et al., 2023).



**Gambar 1.** Jumlah Pengunjung Menginap di NTB  
(Sumber: BPS NTB, 2024)

Jumlah tamu menginap mengalami peningkatan dari 1.418.517 orang pada tahun 2022 menjadi 2.132.422 orang pada tahun 2023, atau naik sekitar 50,3%. Peningkatan ini menunjukkan adanya pemulihan sektor pariwisata pasca pandemi. Pada tahun 2024, jumlah tamu menginap tercatat stabil di angka yang sama, menandakan adanya konsistensi dan kestabilan dalam sektor perhotelan.

Di wilayah Nusa Tenggara Barat (NTB) peningkatan jumlah pengunjung di dorong oleh sejumlah faktor, seperti promosi wisata digital, penyelenggaraan even internasional (MotoGP Mandalika), dan kebijakan pemerintah daerah dalam memperkuat infrastuktur pariwisata. Namun, perkembangan ini masih

belum merata ke seluruh wilayah NTB termasuk Kabupaten Sumbawa yang memiliki potensi wisata alam besar namun belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Di Kabupaten Sumbawa terdapat beragam objek wisata alam yang berada di beberapa wilayah. Beberapa di antaranya yaitu Wisata Alam Semongkat, yang dikenal dengan keindahan air terjun dan suasana pegunungan yang sejuk, serta Wisata Air Beling yang menawarkan panorama perbukitan dan aliran sungai yang jernih, sehingga menjadi ketertarikan tersendiri bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Selain itu, terdapat pula Wisata Pulau Moyo, salah satu destinasi unggulan Kabupaten Sumbawa yang dikenal hingga mancanegara karena keindahan lautnya, keanekaragaman hayati bawah laut, serta ketenangan suasananya yang masih alami. Keberadaan ketiga objek wisata tersebut menunjukkan bahwa Kabupaten Sumbawa memiliki potensi pariwisata alam yang sangat beragam dan layak untuk terus dikembangkan.

Di antara berbagai potensi wisata alam tersebut, salah satu yang menarik untuk dikaji lebih lanjut adalah wisata Liang Bukal di Desa Batu Tering. Desa ini memiliki lokasi wisata alam bernama Liang Bukal. Wisata Liang Bukal merupakan salah satu destinasi alam potensial yang terletak di Desa Batu Tering, Kecamatan Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa. Kawasan ini dikenal dengan keindahan gua batu kapur alami yang di dalamnya terdapat sumber air jernih yang mengalir sepanjang tahun. Keunikan formasi batu, kejernihan air, dan suasana alam yang masih asri menjadikan Liang Bukal sebagai daya tarik utama wisata berbasis alam di desa tersebut.

Berdasarkan informasi dari Bapak Masusung selaku Pemilik wisata Liang Bukal, kawasan wisata alam ini dikelola langsung oleh masyarakat setempat. Meskipun memiliki potensi yang besar serta di kelola oleh masyarakat setempat, pengembangan wisata di daerah ini masih memiliki berbagai kendala, baik dari segi infrastruktur, manajemen wisata hingga promosi terkait wisata Liang Bukal. Masyarakat lokal masih belum sepenuhnya memanfaatkan potensi ini untuk kesejahteraan mereka, baik dalam hal ekonomi maupun sosial mereka. Selain itu, upaya promosi yang dilakukan masih sangat terbatas, sehingga keberadaan wisata Liang Bukal kurang dikenal oleh masyarakat luas.

Pada tahun 2020, pengelolaan wisata Liang Bukal masih berjalan dengan cukup baik dan terorganisir secara sederhana. Terdapat beberapa orang pengurus aktif yang bertugas mengelola berbagai aspek kegiatan wisata, seperti kebersihan, pelayanan pengunjung, keamanan lokasi, dan promosi melalui media sosial. Para pengurus ini sebagian besar adalah pemuda lokal yang memiliki kepedulian tinggi terhadap pelestarian lingkungan dan pengembangan potensi desa. Seiring berjalannya waktu, jumlah pengurus berkurang hingga menjadi hanya satu orang pada tahun 2024, yang membuat pengelolaan kawasan ini semakin tidak terurus, dan sebagian pengelola serta masyarakat Desa Batu Tering bermata pencaharian sebagai petani dan pekebun, dengan komoditas utama berupa padi, terdapat pula masyarakat yang menggantungkan hidup pada sektor peternakan seperti sapi, kambing, dan ayam. Sebagian kecil penduduk juga bekerja di sektor informal seperti pedagang kecil.

Menurut Kurniawan et al., (2023), pengembangan wisata berbasis alam tidak hanya membawa manfaat bagi masyarakat sekitar, melainkan juga berperan dalam upaya pelestarian lingkungan dan peningkatan kesadaran ekologi masyarakat setempat. Namun, pengembangan wisata berbasis alam seperti Wisata Alam Liang Bukal juga memiliki tantangan tersendiri, terutama dalam hal keberlanjutan dan daya saing destinasi. Maulana et al., (2025) menjelaskan bahwa peningkatan persaingan pariwisata di era digital menuntut setiap destinasi untuk memiliki strategi pemasaran yang inovatif dan berbasis teknologi agar mampu menarik minat pengunjung. Oleh sebab itu, perlu dilakukan analisis mendalam guna memahami

potensi serta kendala yang dihadapi dalam mengembangkan Wisata Alam Liang Bukal agar dapat berdaya saing secara berkelanjutan.



**Gambar 2.** Wisata Alam Liang Bukal

Gambar 2 memperlihatkan keindahan wisata alam Liang Bukal yang menjadi salah satu daya tarik wisata unggulan di Desa Batu Tering untuk mengetahui perkembangan kunjungan wisat dari tahun ke tahun, berikut disaji kan data pengunjung berdasarkan catatan Pokdarwis Desa Batu Tering. Meskipun wisata Liang Bukal memiliki potensi alam yang indah dan menawarkan pengalaman yang unik bagi pengunjung, beberapa permasalahan utama yang di hadapi dalam pengembangan wisata ini salah satunya adalah infrastruktur yang belum mendukung. Akses menuju destinasi wisata masih sulit dijangkau karena kondisi jalan yang belum memadai, sehingga hal ini menyulitkan wisatawan untuk mencapai tempat tersebut. Selain itu minimnya promosi melalui media sosial, website, maupun platform lainnya membuat wisatawan kurang mengenal lokasi ini. Padahal, di era digital saat ini, promosi yang baik melalui internet dapat meningkatkan popularitas suatu destinasi wisata secara signifikan. Serta kurangnya kerjasama dengan pihak eksternal, seperti pemerintah daerah, investor, maupun pelaku industri pariwisata juga menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan wisata ini. adanya kebijakan pembatasan jumlah pengunjung yang di tetapkan oleh pengelola wisata. Dukungan dari pihak eksternal sangat penting untuk membantu pengembangan infrastruktur, pemasaran, serta peningkatan kualitas pelayanan dikawasan wisata.

Selama periode 2020 hingga awal 2023, Liang Bukal mencapai masa kejayaannya. Tingkat kunjungan wisatawan meningkat hingga mencapai lebih dari yang dibandingkan di tahun sebelumnya, berdasarkan data pengamatan lapangan. Masyarakat lokal turut berperan aktif menjaga kebersihan lingkungan, serta memperbaiki akses jalan kecil. Memasuki akhir tahun 2023, wisata Liang Bukal mulai mengalami penurunan aktivitas secara signifikan. Berdasarkan informasi yang di peroleh dari Bapak Masusung selaku pemilik wisata Liang Bukal, salah satu penyebab utamanya adalah adanya kebijakan operasional dari pengelola yang hanya membuka kawasan wisata apabila jumlah pengunjung memenuhi batas minimum tertentu. Artinya, ketika jumlah pengunjung hanya satu atau dua orang, kawasan wisata tidak dibuka untuk umum. Meskipun kebijakan ini diterapkan untuk efisiensi pengelolaan dan keamanan, namun tanpa diimbangi dengan strategi promosi dan manajemen yang memadai, hal tersebut justru menyebabkan penurunan jumlah wisatawan secara keseluruhan. Selain itu, menurunnya jumlah pengurus dari empat orang menjadi satu orang pada tahun 2024 membuat pengawasan dan pemeliharaan fasilitas menjadi tidak optimal. Beberapa sarana seperti tempat duduk, papan petunjuk, dan area parkir mulai rusak

dan tidak diperbaiki. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif bagi pihak pengelola Wisata Alam Liang Bukal. Metode yang digunakan yaitu (QSPM). QSPM digunakan dalam penetapan strategi yang paling tepat berdasarkan alternatif yang dirumuskan. Alasan pemilihan metode QSPM yaitu kemampuannya dalam menganalisis faktor internal (strength dan weakness) dan faktor eksternal (opportunity dan threat) secara sistematis serta membandingkannya dengan kemungkinan strategi yang dapat diterapkan (Mallick et al., 2020). Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan Wisata Alam Liang Bukal sehingga semakin banyak wisatawan yang datang berkunjung sehingga berimbas terhadap peningkatan perekonomian masyarakat sekitar Wisata Alam Liang Bukal.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif sebagai kerangka metodologis utama untuk mengukur fenomena sosial secara objektif melalui pengumpulan data numerik. Strategi pengembangan destinasi wisata dianalisis menggunakan alat analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), yang menurut Azzahra et al. (2022) merupakan metode kuantitatif yang membantu memprioritaskan alternatif strategi berdasarkan analisis internal dan eksternal secara terukur dan sistematis. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat memberikan gambaran yang akurat mengenai posisi kompetitif Wisata Liang Bukal serta menentukan langkah strategis yang paling tepat untuk diimplementasikan.

Lokasi penelitian dipusatkan di objek wisata Liang Bukal yang terletak di Desa Batu Tering, Kecamatan Moyo Hulu, Kabupaten Sumbawa, dengan waktu pelaksanaan penelitian dijadwalkan pada bulan November 2025. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi alamnya yang besar namun masih menghadapi kendala dalam pengembangan infrastruktur dan promosi. Fokus pada satu lokasi spesifik ini memungkinkan peneliti untuk melakukan observasi mendalam dan mengumpulkan data primer yang relevan langsung dari sumbernya di lapangan selama periode penelitian yang telah ditetapkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini didominasi oleh data primer yang diperoleh langsung melalui survei, penyebaran kuesioner kepada wisatawan, serta observasi langsung di lokasi wisata. Sumber data melibatkan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari masyarakat sekitar, pengelola wisata, hingga instansi terkait yang bertanggung jawab atas pengelolaan destinasi tersebut. Selain data primer, penelitian ini juga didukung oleh studi pustaka yang mengumpulkan informasi dari jurnal, artikel ilmiah, dan laporan penelitian terdahulu untuk memperkaya landasan teori dan konsep pengembangan pariwisata yang digunakan.

Populasi penelitian ditetapkan berdasarkan seluruh pengunjung destinasi wisata Liang Bukal pada bulan November, yang menurut Hermina & Huda (2024) merupakan target penelitian dengan karakteristik tertentu yang relevan. Berdasarkan rata-rata data kunjungan tahunan, populasi ditetapkan sebanyak 112 orang. Dari populasi tersebut, ditentukan jumlah sampel sebanyak 88 responden menggunakan rumus Slovin agar dapat mewakili karakteristik populasi secara representatif. Subhaktiyasa (2024) menekankan bahwa pengambilan sampel yang tepat memungkinkan peneliti melakukan generalisasi hasil penelitian terhadap keseluruhan kelompok yang dituju.

Tahap awal analisis data dimulai dengan penyusunan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE) untuk memberi bobot dan peringkat pada kondisi internal serta eksternal. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan, sementara faktor eksternal meliputi peluang dan

ancaman yang dihadapi Wisata Liang Bukal. Melalui proses pemberian bobot dan peringkat ini, peneliti dapat mengevaluasi seberapa efektif pengelola saat ini dalam merespons faktor-faktor strategis tersebut dan menentukan posisi organisasi dalam matriks Internal-Eksternal (IE).

Selanjutnya, peneliti menggunakan Matriks SWOT sebagai pendekatan sistematis untuk mengidentifikasi dan merumuskan elemen strategi dengan mengharmonisasikan peluang dan ancaman eksternal dengan kekuatan dan kelemahan internal (Marketing, 2018). Analisis ini mengkoordinasikan empat unsur utama untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif organisasi dan mengantisipasi ancaman lingkungan (Astuti & Ratnawati, 2020). Menurut Kustiyahningsih dan Anamisa (2014), jika digunakan dengan benar, analisis ini sangat efektif untuk mengidentifikasi aspek yang terabaikan dan menjadi dasar pengambilan keputusan strategis yang kuat (Gultom et al., 2024).

Tahap akhir dalam metodologi ini adalah penerapan Matriks QSPM untuk mengevaluasi pilihan strategis secara objektif berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal (David, 2020). Menurut Ahmad Turmudi dalam Zy et al. (2021), QSPM berfungsi menentukan strategi terbaik di antara berbagai alternatif dengan mempertimbangkan faktor keberhasilan kunci. Analisis ini menghasilkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) yang menunjukkan tingkat daya tarik relatif dari setiap strategi; strategi dengan nilai TAS tertinggi ditetapkan sebagai prioritas utama karena dinilai paling layak untuk diimplementasikan secara sistematis (Rosiyana et al., 2025).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Pengolahan Data

#### 1. Analisis Faktor Strategi

- a. Analisis faktor internal dan eksternal (IFAS-EFAS)
  - 1) *Internal Strategic Faktor Analisis Summary* (IFAS)

**Tabel 1. IFAS**

No	Indikator Faktor Kekuatan	Bobot	Rating	Score
1	Lokasi wisata Liang Bukal mudah dijangkau dan strategis.	0.09	3.49	0.33
2	Liang Bukal memiliki keindahan alam yang unik dan masih alami.	0.11	3.98	0.42
3	Keberadaan gua dan pemandangan sekitar menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.	0.11	4.11	0.45
4	Masyarakat setempat ramah terhadap wisatawan yang berkunjung.	0.10	3.92	0.41
5	Biaya masuk dan fasilitas wisata tergolong terjangkau.	0.10	3.69	0.37
Total faktor kekuatan		0.51	3.84	1.97
No	Indikator Faktor Kelemahan	Bobot	Rating	Score
1	Fasilitas wisata (toilet, tempat duduk, area parkir) masih kurang memadai.	0.09	3.42	0.31
2	Akses infrastruktur menuju lokasi kurang memadai sehingga kendaraan bermotor lebih mudah di gunakan di bandingkan mobil.	0.09	3.41	0.31
3	Promosi wisata Liang Bukal masih sangat			

terbatas.	0.10	3.80	0.39
4 Pengelolaan wisata belum terorganisir secara profesional.	0.10	3.70	0.37
5 Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata masih rendah.	0.10	3.82	0.39
<b>Total faktor kelemahan</b>	<b>0.49</b>	<b>3.63</b>	<b>1.76</b>
<b>Total Faktor Internal</b>			<b>3.74</b>

Sumber: Data diolah, 2025

Berikut penjelasan masing-masing faktor IFAS, dimana matriks ini di gunakan untuk menilai faktor internal yang mempengaruhi wisata Liang Bukal

- a) Lokasi mudah di jangkau dan strategis  
 Bobot: 0,9 Menunjukkan bahwa aksesibilitas memiliki pengaruh penting namun tidak paling dominan dalam keseluruhan faktor kekuatan. Rating: 3,49 Artinya kondisi aksesibilitas dinilai cukup kuat dan berfungsi baik dalam mendukung kunjungan wisatawan. Skor:  $3,49 \times 0,9 = 0,33$  Nilai hasil kali bobot dan rating, menunjukkan kontribusi nyata tetapi tidak tertinggi terhadap total kekuatan.
- b) Keindahan alam yang unik dan masih alami  
 Bobot: 0,11 yang menunjukkan bahwa daya tarik visual dan kealamian kawasan sangat penting perannya sebagai kekuatan utama Rating: 3,98 wisatawan menilai bahwa kondisi alam Liang Bukal sangat baik, masih alami, dan memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari tempat wisata lain Skor:  $3,98 \times 0,11 = 0,42$  menjadikannya salah satu kekuatan terbesar yang mendorong peningkatan minat wisatawan untuk datang.
- c) Daya tarik gua dan fenomena  
 Bobot: 0,11 menandakan tingkat kepentingan yang sama dengan unsur keindahan alam. Rating: 4,11 wisatawan sangat mengapresiasi keberadaan gua sebagai elemen utama yang memberikan pengalaman eksplorasi menarik dan unik. Skor:  $4,11 \times 0,11 = 0,45$  adalah yang tertinggi dalam seluruh faktor kekuatan, menunjukkan bahwa keberadaan gua merupakan aset paling berpengaruh dalam meningkatkan daya tarik Liang Bukal
- d) Masyarakat ramah terhadap wisatawan  
 Bobot: 0,10 yang berarti faktor sosial ini cukup penting dalam membentuk citra destinasi. Rating: 3,92 wisatawan menganggap masyarakat setempat memiliki sikap sangat baik, sehingga membuat pengalaman berkunjung menjadi lebih nyaman dan menyenangkan. Skor:  $3,92 \times 0,10 = 0,41$  menunjukkan bahwa keramahan penduduk memberikan kontribusi kuat terhadap kekuatan internal Liang Bukal
- e) Biaya Masuk dan fasilitas tergolong terjangkau  
 Bobot: 0,10 menunjukkan bahwa aspek ekonomi menjadi pertimbangan penting dalam menarik wisatawan. Rating: 3,69 wisatawan menilai bahwa harga tiket masuk dan fasilitas yang tersedia cukup sebanding dan terjangkau. Skor:  $3,69 \times 0,10 = 0,37$  yang berarti faktor ini cukup berpengaruh dalam meningkatkan jumlah kunjungan, terutama bagi wisatawan berpenghasilan menengah ke bawah
- f) Fasilitas wisata kurang memadai  
 Bobot: 0,09 mencerminkan bahwa kekurangan ini memberikan dampak cukup penting

terhadap kenyamanan wisatawan Rating: 3,42 wisatawan menilai kualitas fasilitas masih kurang optimal dan perlu ditingkatkan. Skor:  $3,42 \times 0,09 = 0,31$  menunjukkan bahwa meskipun bukan kelemahan terbesar, kekurangan fasilitas cukup memengaruhi kualitas pengalaman pengunjung.

- g) Akses infrastruktur masih kurang memadai  
Bobot: 0,09 yang menunjukkan bahwa infrastruktur memengaruhi kelancaran wisatawan menuju lokasi. Rating: 3,41 kondisi akses dianggap masih kurang baik terutama bagi kendaraan besar seperti mobil keluarga. Skor:  $3,41 \times 0,09 = 0,31$  menunjukkan bahwa masalah ini cukup menghambat peningkatan kunjungan, terutama pada musim hujan atau kondisi jalan tertentu
- h) Promosi wisata sangat terbatas  
Bobot: 0,10 menandakan bahwa aspek ini sangat penting dalam meningkatkan popularitas wisata. Rating: 3,80 wisatawan dan masyarakat menilai bahwa promosi tidak cukup dilakukan melalui media sosial ataupun media lainnya. Skor:  $3,80 \times 0,10 = 0,39$  menjadikannya salah satu kelemahan terbesar yang secara langsung memengaruhi rendahnya kunjungan wisatawan dari luar daerah.
- i) Pengelolaan belum profesional  
Bobot: 0,10 karena manajemen yang baik merupakan kunci sukses destinasi wisata. Rating: 3,70 pengelolaan dianggap tidak berjalan optimal karena masih dilakukan secara sederhana tanpa standar profesional Skor:  $3,70 \times 0,10 = 0,37$  menunjukkan bahwa kelemahan ini cukup besar dan perlu segera diperbaiki agar pengembangan wisata lebih terarah.
- j) Partisipasi masyarakat rendah  
Bobot: 0,10 yang menandakan pentingnya peran warga lokal dalam pengelolaan. Rating: 3,82 tingkat partisipasi dinilai masih kurang memadai. Skor:  $3,82 \times 0,10 = 0,39$  menjadi salah satu kelemahan terbesar, karena tanpa keterlibatan masyarakat, pengelolaan tidak dapat berjalan optimal dan berkelanjutan.

**Tabel 2. Kriteria IFAS dan EFAS**

Uraian	Bobot Skor		
	Rendah	Sedang	Tinggi
IFAS	1,00 – 2,00	2,1 – 3,00	3,1 – 4,00
EFAS	1,00 – 2,00	2,1 – 3,00	3,1 – 4,00

Sumber: Data diolah, 2025

Matriks IFAS digunakan Matrik IFAS digunakan untuk menganalisis factor internal yang mencakup kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari objek wisata Liang Bukal. Matrik EFAS digunakan untuk menilai faktor eksternal yang mencakup peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang mempengaruhi pengembangan objek wisata.

Bobot (Weight): menunjukkan tingkat kepentingan sebuah faktor dalam skala 0 hingga 1. Semakin besar bobotnya, semakin penting faktor tersebut dalam mempengaruhi pengelolaan objek wisata.

Rating: Menilai tingkat pengaruh faktor terhadap pengelolaan wisata, menggunakan skala 1-4:

1 = Faktor yang tidak signifikan

- 2 = Faktor yang memiliki pengaruh kecil
- 3 = Faktor yang cukup berpengaruh
- 4 = Faktor yang sangat berpengaruh

Score (Skor Akhir): Dihitung dengan mengalikan bobot dan rating. Skor ini menunjukkan dampak faktor terhadap keberhasilan wisata. Interpretasi Skor IFAS:

Berdasarkan analisis matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary), kekuatan dan kelemahan internal dikategorikan ke dalam tiga level. Skor pada rentang 1,00–2,00 menunjukkan faktor internal yang rendah dan tidak mendukung keberhasilan pengembangan wisata. Skor 2,1–3,00 mencerminkan faktor internal yang cukup mendukung, namun masih menyisakan kelemahan yang perlu diperbaiki. Sementara itu, skor 3,1–4,00 mengindikasikan faktor internal yang tinggi dan sangat kuat dalam mendukung keberhasilan. Hasil perhitungan menunjukkan total skor IFAS sebesar 3,74, yang berarti faktor internal organisasi atau destinasi dinilai sangat kuat (high) dan memberikan dukungan yang sangat baik bagi pengembangan wisata.

Di sisi lain, analisis matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) mengkategorikan peluang dan ancaman eksternal dengan kriteria serupa. Skor 1,00–2,00 menandakan faktor eksternal yang rendah dan kurang mendukung pertumbuhan wisata. Skor pada level sedang (2,1–3,00) mengartikan bahwa faktor eksternal cukup mendukung, tetapi terdapat ancaman potensial yang perlu diantisipasi dan diatasi. Kategori tinggi (3,1–4,00) merepresentasikan faktor eksternal yang sangat mendukung perkembangan wisata. Dengan demikian, interpretasi skor EFAS memberikan gambaran komprehensif tentang tingkat dukungan dan tantangan dari lingkungan eksternal.

Total skor EFAS adalah 3,99, yang berarti faktor eksternal juga sangat mendukung pengembangan wisata. Karena total IFAS adalah 3,74 yang berarti bobot skor IFAS berada pada skala tinggi, artinya faktor internal dapat disimpulkan bahwa lokasi wisata Liang Bukal berada pada kategori tinggi. Skor tinggi ini menunjukkan bahwa faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki lokasi wisata tersebut dinilai sangat kuat dan mendukung pengelolaan atau pengembangan Liang Bukal sebagai destinasi wisata. Artinya, kekuatan-kekuatan yang dimiliki Liang Bukal (misalnya, keindahan alam, lokasi yang mudah dijangkau, atau daya tarik gua yang unik) lebih dominan dibandingkan kelemahannya, sehingga memberikan peluang besar untuk keberhasilan pengelolaan destinasi tersebut. Jika EFAS lokasi wisata Liang Bukal adalah 3,99, maka skor tersebut berada pada kategori tinggi. Ini berarti bahwa faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang memengaruhi lokasi wisata ini menunjukkan dominasi peluang yang sangat besar dibandingkan ancaman.

Secara keseluruhan, skor tinggi EFAS mengindikasikan bahwa Liang Bukal memiliki kondisi eksternal yang sangat mendukung untuk dioptimalkan, baik melalui strategi pemasaran, pengelolaan sumber daya, peningkatan infrastruktur pendukung wisata, atau penyesuaian terhadap tren wisata alam yang berkembang. Apabila skor IFAS dan EFAS sama-sama tinggi, ini menandakan lokasi wisata ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang. Karena skor IFAS dan EFAS sama-sama tinggi, hal ini menunjukkan bahwa Liang Bukal memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai destinasi wisata. Faktor internal dan eksternal sama-sama mendukung, sehingga strategi yang harus diterapkan adalah strategi

pertumbuhan dan pengembangan wisata untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi tersebut. (Maradita & Aprirachman, 2023)

*External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS)*

**Tabel 3. EFAS**

No	Indikator Faktor Peluang	Bobot	Rating	Score
1	Dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan wisata cukup tinggi	0.08	3.38	0.29
2	Media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk promosi wisata Liang Bukal.	0.11	4.23	0.45
3	Tren wisata alam dan ekowisata sedang meningkat dikalangan masyarakat.	0.10	3.89	0.38
4	Potensi kerja sama dengan pihak swasta (investor) cukup terbuka	0.09	3.58	0.32
5	Adanya minat wisatawan lokal dan luar daerah untuk mengunjungi wisata alam baru.	0.10	4.05	0.41
<b>Total faktor Peluang</b>		<b>0.48</b>	<b>3.82</b>	<b>1.83</b>
No	Indikator Faktor Ancaman	Bobot	Rating	Score
1	Persaingan dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Sumbawa semakin ketat	0.10	3.85	0.37
2	Kondisi cuaca dan bencana alam dapat mengganggu kegiatan wisata	0.11	4.24	0.45
3	Kurangnya pengembangan dana wisata untuk menjadi hambatan utama	0.11	4.35	0.48
4	Kesadaran wisatawan terhadap kebersihan lingkungan masih rendah	0.11	4.27	0.46
5	Adanya resiko kerusakan lingkungan akibat kunjungan wisata yang tidak terkontrol	0.10	4.01	0.40
<b>Total faktor Ancaman</b>		<b>0.52</b>	<b>4.15</b>	<b>2.16</b>
<b>Total Faktor Eksternal</b>				<b>3.99</b>

Sumber: Data diolah, 2025

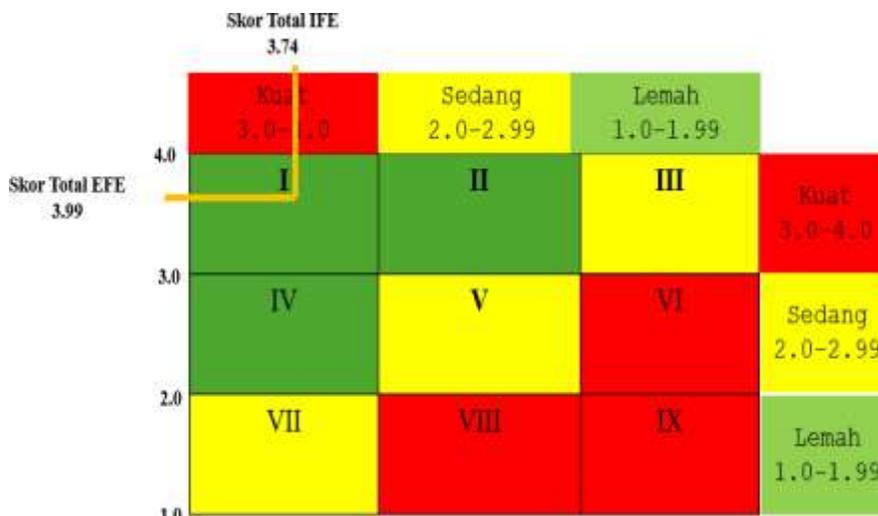
Berikut penjelasan matriks EFAS (External Factor Evaluation Summary), matriks ini di gunakan untuk menilai faktor eksternal yang mempengaruhi wisata Liang Bukal. Adapun penjelasan masing-masing faktor dalam EFAS adalah:

- a) Dukungan Pemerintah terhadap Pengembangan Wisata Dukungan pemerintah terhadap pengembangan wisata Liang Bukal memiliki bobot sebesar 0,08, yang menempatkannya pada kategori cukup penting dalam memengaruhi perkembangan destinasi. Faktor ini memperoleh rating 3,38, yang menunjukkan bahwa kontribusi pemerintah dinilai nyata terutama dalam penyediaan kebijakan, pembangunan fasilitas dasar, serta dukungan promosi. Dengan perolehan skor akhir sebesar 0,29, dapat disimpulkan bahwa meskipun bukan merupakan peluang dengan nilai tertinggi, faktor dukungan pemerintah tetap memegang peranan fundamental dalam mendorong pengembangan wisata secara berkelanjutan di wilayah tersebut.
- b) Pemanfaatan Media Sosial untuk Promosi Efektif Media sosial sebagai sarana promosi yang efektif memiliki bobot 0,11, yang berarti aspek ini memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi dalam memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan platform digital ini dinilai

- sangat efektif dalam meningkatkan visibilitas Liang Bukal kepada wisatawan lokal maupun luar daerah, tecermin dari perolehan rating sebesar 4,32. Hasil skor sebesar 0,45 menjadikannya skor tertinggi di antara seluruh kategori peluang, yang menegaskan bahwa media sosial merupakan peluang terbesar yang harus dimaksimalkan melalui konten visual dan ulasan pengunjung untuk meningkatkan angka kunjungan secara signifikan.
- c) Peningkatan Tren Wisata Alam dan Ekowisata Tren wisata alam dan ekowisata yang tengah meningkat di kalangan masyarakat mendapatkan bobot sebesar 0,10, menandakan peran pentingnya bagi destinasi berbasis keindahan alam seperti Liang Bukal. Rating sebesar 3,89 menunjukkan bahwa tren ini sangat relevan karena wisatawan saat ini cenderung mencari pengalaman alam yang tenang dan autentik sebagai alternatif dari wisata modern. Dengan skor sebesar 0,38, meningkatnya minat terhadap ekowisata menjadi peluang yang kuat bagi pengelola untuk menarik lebih banyak segmen pengunjung yang peduli terhadap kelestarian alam.
  - d) Potensi Kerja Sama dengan Pihak Swasta (Investor) Potensi kerja sama dengan pihak swasta atau investor memiliki bobot 0,09, yang menunjukkan bahwa aspek pendanaan dan investasi eksternal cukup krusial dalam akselerasi pengembangan destinasi. Kesempatan untuk menggandeng investor dinilai baik dengan rating 3,58, terutama dalam mendukung pembangunan fasilitas penunjang dan pengelolaan yang lebih profesional. Perolehan skor akhir sebesar 0,32 menggambarkan bahwa peluang kerja sama ini dapat memberikan dorongan signifikan terhadap peningkatan kualitas layanan dan daya tarik Liang Bukal di masa depan.
  - e) Minat Wisatawan terhadap Destinasi Alam Baru Adanya minat wisatawan lokal maupun luar daerah untuk mengunjungi wisata alam baru memperoleh bobot 0,10, yang menunjukkan faktor ini cukup penting bagi perkembangan Liang Bukal. Rating sebesar 4,05 mencerminkan ketertarikan wisatawan yang sangat tinggi terhadap pengalaman baru yang menawarkan suasana alami dan petualangan yang berbeda dari destinasi populer lainnya. Dengan skor sebesar 0,41, faktor minat wisatawan ini memberikan kontribusi yang kuat dan menjadi salah satu peluang utama yang harus direspons dengan kesiapan fasilitas di lapangan.
  - f) Persaingan dengan Destinasi Wisata Lain Persaingan dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Sumbawa yang semakin ketat memiliki bobot 0,10, yang menuntut perhatian serius agar Liang Bukal tetap kompetitif. Tingkat persaingan dinilai cukup kuat dengan rating 3,85, mengingat banyaknya destinasi di Sumbawa yang menawarkan daya tarik serupa. Skor 0,37 menunjukkan adanya risiko di mana wisatawan berpotensi beralih ke destinasi lain yang lebih mapan jika Liang Bukal tidak segera meningkatkan kualitas fasilitas dan intensitas promosi digitalnya.
  - g) Gangguan Kondisi Cuaca dan Bencana Alam Faktor kondisi cuaca dan risiko bencana alam memiliki bobot 0,11, yang menandakan bahwa elemen alam sangat krusial dalam menjamin keberlangsungan kegiatan wisata. Rating sebesar 4,24 mengindikasikan bahwa cuaca buruk atau bencana seperti banjir dan tanah longsor memiliki probabilitas tinggi untuk mengganggu aktivitas kunjungan. Sebagai salah satu ancaman terbesar dengan skor 0,45, hal ini disebabkan oleh letak Liang Bukal yang berada di lingkungan terbuka yang

- sangat dipengaruhi oleh perubahan kondisi cuaca musiman.
- h) Hambatan Pendanaan dalam Pengembangan Wisata Kurangnya pengembangan dana wisata menjadi hambatan utama dengan bobot 0,11, yang menunjukkan dampak besar terhadap lambatnya kemajuan fisik destinasi Liang Bukal. Faktor ini memperoleh rating 4,35, yang menegaskan bahwa kekurangan dana adalah kendala yang sangat signifikan dalam membangun fasilitas dan memperbaiki akses jalan. Dengan skor 0,48—tertinggi di antara seluruh faktor ancaman—masalah pendanaan merupakan tantangan paling berat yang menghambat optimalisasi sarana penunjang serta upaya promosi yang lebih luas.
  - i) Rendahnya Kesadaran Wisatawan terhadap Kebersihan Rendahnya kesadaran wisatawan terhadap kebersihan lingkungan memiliki bobot 0,11, yang menunjukkan pengaruh besar terhadap keberlanjutan ekosistem Liang Bukal. Masalah kebersihan ini memperoleh rating 4,27 karena perilaku pengunjung yang kurang peduli terhadap sampah dapat merusak kenyamanan dan keindahan alam secara permanen. Perolehan skor sebesar 0,46 menempatkan faktor ini sebagai salah satu ancaman terbesar, di mana kerusakan lingkungan akibat sampah dapat menurunkan nilai jual destinasi jika tidak dibarengi dengan pengawasan dan edukasi yang ketat.
  - j) Risiko Kerusakan Lingkungan Akibat Kunjungan Tidak Terkontrol Risiko kerusakan lingkungan akibat kunjungan wisata yang tidak terkontrol memiliki bobot 0,10, yang menunjukkan pentingnya faktor ini dalam menjaga kelestarian jangka panjang Liang Bukal. Ancaman ini dinilai signifikan dengan rating 4,01, karena aktivitas pengunjung tanpa sistem zonasi atau pengawasan yang baik dapat memicu erosi dan gangguan pada habitat alami. Hasil skor sebesar 0,40 mengindikasikan bahwa faktor ini memberikan kontribusi ancaman yang besar, sehingga diperlukan manajemen pengunjung yang tepat untuk mencegah degradasi kualitas lingkungan di area wisata.

## 2. Matriks Internal dan Eksternal (IE)



**Gambar 3.** Matriks Internal dan Eksternal

Matriks Internal-Eksternal (IE) merupakan instrumen strategis yang digunakan untuk

*Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pada Potensi Wisata Liang Bukal Desa Batu Tering*

(Andila, et al.)

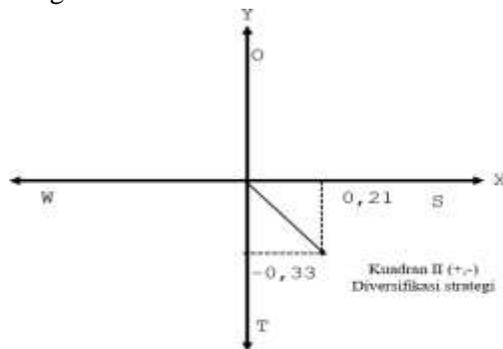
memposisikan unit bisnis atau lokasi wisata ke dalam sembilan sel representatif guna menentukan strategi yang paling tepat. Menurut Prayudi & Yulistria (2020), matriks ini mengintegrasikan dua dimensi utama, yakni total skor Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) pada sumbu horizontal (sumbu X) dan skor Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) pada sumbu vertikal (sumbu Y). Sumbu vertikal (EFE) berfungsi mengukur respons lokasi wisata terhadap dinamika lingkungan luar, seperti peluang pasar, ancaman persaingan, hingga tren regulasi dengan kategorisasi kuat (3,0–4,0), sedang (2,0–2,99), dan lemah (1,0–1,99). Sementara itu, sumbu horizontal (IFE) mengukur kondisi internal yang mencakup sumber daya, fasilitas, keunggulan unik, serta efektivitas manajemen, dengan pembagian kategori skala yang serupa.

Berdasarkan hasil analisis faktor-faktor strategis Wisata Liang Bukal, diperoleh skor total IFE sebesar 3,74 dan skor total EFE sebesar 3,99. Kedua skor tersebut menempatkan destinasi ini pada kategori 'Kuat', baik dari sisi kondisi internal maupun respons terhadap faktor eksternal. Secara grafis, posisi Wisata Liang Bukal berada pada Sel I atau Kuadran I dalam Matriks IE, yang secara strategis diklasifikasikan sebagai tahap *Grow and Build* (Tumbuh dan Kembang). Posisi di Kuadran I mengindikasikan bahwa lokasi wisata memiliki kekuatan internal yang signifikan (seperti fasilitas yang kompeten dan layanan berkualitas) serta didukung oleh peluang eksternal yang besar (seperti minat wisatawan yang tinggi dan dukungan pemerintah).

Sebagai konsekuensi dari posisi di kuadran pertumbuhan tersebut, strategi utama yang disarankan bagi Wisata Liang Bukal adalah fokus pada ekspansi dan pengembangan lebih lanjut untuk meningkatkan daya tarik serta pangsa pasar pariwisata. Langkah-langkah strategis yang perlu dilakukan meliputi perluasan cakupan layanan wisata guna mendiversifikasi pengalaman pengunjung, percepatan penarikan wisatawan melalui inovasi produk dan promosi digital yang agresif, serta pemanfaatan peluang pasar baru secara optimal untuk memperkuat posisi kompetitif. Kesimpulannya, lokasi wisata Liang Bukal berada pada posisi strategis "kuat-kuat" yang memberikan peluang besar untuk pertumbuhan dan ekspansi menjadi destinasi unggulan di industri pariwisata.

### 3. Positioning Kuadran SWOT

Setelah sebelumnya membahas tentang IFAS dan EFAS, maka selanjutnya akan ditentukan posisi kondisi industry pariwisata di kawasan Wisata tersebut. Berdasarkan matriks IFAS, dapat diketahui bahwa posisi sumbu X dengan rumus yaitu  $X = \text{Total kekuatan} - \text{Total kelemahan} = 1.97 - 1.76 = 0.21$ . Sedangkan untuk matriks EFAS, dapat diketahui posisi sumbu Y adalah  $Y = \text{Total peluang} - \text{Total Ancaman} = 1.83 - 2.16 = -0.33$ . Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS tersebut, maka posisi pada kuadran SWOT adalah sebagai berikut.



**Gambar 4.** Posisi Kuadran SWOT

Kuadran II menunjukkan kondisi ketika kekuatan internal relatif rendah, namun peluang eksternal cukup besar. Dengan posisi ini, destinasi wisata seperti Liang Bukal perlu mengembangkan berbagai strategi secara lebih beragam (diversifikasi), agar dapat memanfaatkan peluang yang ada meskipun kelemahan internal masih cukup terlihat. Pada konteks Liang Bukal, diversifikasi strategi dapat diarahkan pada tiga aspek utama:

- a. Strategi Berbasis Keindahan Alam (Keindahan) Fokus ini menekankan bagaimana potensi visual Liang Bukal dapat dikembangkan untuk meningkatkan daya tarik wisata secara masif. Implementasi strategi ini dilakukan melalui pembangunan spot foto tematik yang unik dan berbeda di setiap area sehingga wisatawan memiliki variasi pilihan aktivitas visual. Selain itu, penataan estetika kawasan seperti penggunaan pencahayaan alami maupun ornamental, jalur berpola, serta dekorasi berbasis budaya lokal perlu diperkuat. Narasi interpretasi mengenai keindahan kawasan, seperti papan cerita tentang sejarah geologis, formasi batu, hingga vegetasi sekitar juga penting untuk memperkaya pengalaman pengunjung. Berbeda dengan strategi lainnya, titik berat strategi ini adalah penguatan daya tarik visual untuk mengeksplorasi peluang meningkatnya tren wisata alam.
- b. Strategi Berbasis Objek Wisata Gua (Keberadaan Gua) Diversifikasi strategi kedua ini berfokus pada pemaksimalan fungsi gua sebagai produk inti destinasi yang membedakannya dari tempat lain. Contoh strategi yang dapat dilakukan adalah pembuatan paket wisata edukasi di dalam gua, seperti tur interpretatif tentang batuan, ekosistem gua, atau mitologi lokal yang berkembang di masyarakat. Penambahan fasilitas keamanan dan penyediaan berbagai jalur tracking (jalur pendek, sedang, dan panjang) menjadi prioritas untuk menjamin keselamatan pengunjung. Pengembangan aktivitas minat khusus seperti caving ringan, pengamatan habitat kelelawar, atau pementasan cerita rakyat di area gua akan memberikan kesan mendalam. Strategi ini menekankan pada pemaksimalan potensi gua sebagai produk utama, bukan sekadar keindahan di permukaan.
- c. Strategi Berbasis Pemasukan Pengunjung (Pendapatan) Strategi ketiga diarahkan untuk meningkatkan kemandirian ekonomi destinasi dengan mendiversifikasi sumber pemasukan di luar penjualan tiket masuk. Strategi ini mencakup pembukaan gerai UMKM di area wisata dengan penjualan produk khas lokal seperti kerajinan tangan dan makanan tradisional. Pengelola juga dapat memberlakukan paket donasi konservasi, penyewaan alat trekking, hingga penyediaan paket jasa foto profesional. Kerja sama dengan operator perjalanan untuk menciptakan paket wisata berbayar yang lebih variatif menjadi langkah kunci untuk memperluas jangkauan pasar. Fokus utama dari strategi ini adalah meningkatkan pendapatan dan memperluas basis ekonomi destinasi demi keberlanjutan operasional jangka panjang.

Lokasi wisata Liang Bukal berada pada posisi strategis "kuat-kuat" di Kuadran I Matriks IE. Hal ini memberikan peluang besar untuk pertumbuhan dan ekspansi yang signifikan melalui integrasi ketiga pilar strategi di atas. Dengan strategi pertumbuhan dan pengembangan yang tepat, Liang Bukal memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi unggulan di industri pariwisata yang tidak hanya menawarkan keindahan visual, tetapi juga pengalaman edukatif dan dampak ekonomi positif bagi masyarakat lokal.

#### 4. Analisis Matriks SWOT

**Tabel 4. SWOT**

IFAS	Strength (kekuatan)	Weaknesses (kelemahan)
EFAS	S1. Lokasi wisata Liang Bukal mudah dijangkau dan strategis	W1. Fasilitas wisata (toilet, tempat duduk, area parkir) masih kurang memadai
	S2. Liang Bukal memiliki keindahan alam yang unik dan masih alami	W2. Akses infrastruktur menuju lokasi kurang memadai sehingga kendaraan bermotor lebih mudah di gunakan di bandingkan mobil.
	S3. Keberadaan gua dan pemandangan sekitar menjadi daya tarik utama bagi wisatawan.	W3. Promosi wisata Liang Bukal masih sangat terbatas.
	S4. Masyarakat setempat ramah terhadap wisatawan yang berkunjung	W4. . Pengelolaan wisata belum terorganisir secara profesional
	S5. Biaya masuk dan fasilitas wisata tergolong terjangkau	W5. Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata masih rendah.
Opportunities (peluang)	SO	WO
O1. Dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan wisata cukup tinggi.	1. Adanya wisata alam baru,keberdaan gua serta pemandangan sekitar menjadi daya tarik atau minat bagi wisatawan lokal dan luar daerah. (S3,O5)	1. Memperbaiki akses dan infrastruktur menuju Liang Bukal dengan memanfaatkan tingginya dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan wisata sehingga wisatawan dapat mengunjungi lokasi dengan lebih mudah.(W2,O1)
O2. Media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk promosi wisata Liang Bukal	2. Keindahan alam Liang Bukal yang unik dan masih alami dapat dipromosikan secara lebih luas melalui media social sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan (S2,O2)	2. Mengembangkan sistem pengelolaan wisata yang lebih profesional melalui kerja sama
O3. Tren wisata alam dan ekowisata sedang meningkat dikalangan masyarakat.		
Threats (ancaman).	ST	WT
T1. Persaingan dengan destinasi wisata lain di Sumbawa semakin ketat.	1. Mengandalkan biaya wisata yang terjangkau dan fasilitas dasar yang ada untuk menarik lebih banyak pengunjung, sehingga dapat menjadi sumber pemasukan tambahan dan mengurangi hambatan akibat kurangnya pengembangan dana wisata (S5,T3,).	1. Kurangnya fasilitas wisata perlu segera diperbaiki agar Liang Bukal tidak kalah bersaing dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Sumbawa yang semakin ketat (W1,T1).
T2. Kondisi cuaca dan bencana alam dapat mengganggu kegiatan wisata.		2. Kelemahan akses infrastruktur menuju lokasi harus diperbaiki untuk mengurangi risiko hambatan kunjungan, terutama saat cuaca buruk atau potensi
T3. Kurangnya pengembangan dana wisata untuk menjadi hambatan utama		
T4. Kesadaran wisatawan terhadap kebersihan lingkungan masih rendah	2. Lokasi wisata liang bukal mudah dijangkau dan strategis sehingga menjadi	

T5. Adanya resiko kerusakan lingkungan akibat kunjungan wisata yang tidak terkontrol. salah satu keunggulan persaingan destinasi dengan wisata lain . (S1,T1) bencana alam (W2,T2).

Sumber: Data diolah, 2025

Analisis SWOT digunakan untuk memetakan kondisi internal dan eksternal destinasi guna merumuskan arah kebijakan yang tepat bagi keberlanjutan Wisata Liang Bukal.

a. Strengths (Kekuatan)

Wisata Liang Bukal memiliki keunggulan internal yang signifikan, terutama pada aspek lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh wisatawan. Daya tarik utamanya terletak pada keunikan panorama alam dan keberadaan gua yang masih asri, memberikan pengalaman autentik yang jarang ditemukan di tempat lain. Selain aset fisik, keramahan masyarakat lokal menjadi nilai tambah yang meningkatkan kenyamanan pengunjung, didukung dengan biaya wisata yang sangat terjangkau bagi semua kalangan.

b. Weaknesses (Kelemahan)

Meskipun memiliki potensi besar, terdapat beberapa keterbatasan internal yang menghambat optimalisasi destinasi. Masalah utama terletak pada fasilitas penunjang yang minim serta infrastruktur jalan yang masih kurang memadai bagi kendaraan tertentu. Selain itu, keterbatasan promosi dan sistem pengelolaan yang belum profesional mengakibatkan popularitas Liang Bukal tetap rendah. Rendahnya partisipasi aktif masyarakat dalam manajemen harian juga menjadi kendala dalam menjaga operasional wisata yang efektif.

c. Opportunities (Peluang)

Faktor eksternal menawarkan peluang besar melalui dukungan pemerintah daerah terhadap sektor pariwisata dan tren peningkatan minat masyarakat pada ekowisata. Kehadiran media sosial membuka ruang promosi yang luas untuk memperkenalkan Liang Bukal sebagai destinasi baru yang menarik bagi wisatawan lintas daerah. Selain itu, terbuka lebar potensi kerja sama dengan pihak swasta atau investor untuk mempercepat pengembangan kawasan dan fasilitas secara lebih modern.

d. Threats (Ancaman)

Tantangan eksternal yang perlu diwaspadai mencakup persaingan ketat dengan destinasi alam lainnya di Kabupaten Sumbawa serta risiko bencana alam akibat cuaca ekstrem. Kendala pendanaan yang berkelanjutan sering kali menjadi penghambat utama kemajuan fisik kawasan. Di samping itu, rendahnya kesadaran wisatawan terhadap kebersihan dan risiko kerusakan ekosistem akibat kunjungan yang tidak terkontrol mengancam kelestarian jangka panjang daya tarik utama Liang Bukal.

**Strategi Analisis SWOT**

Berdasarkan matriks tersebut, dirumuskan empat pilar strategi sebagai berikut:

- a. Strategi SO (Strength–Opportunities): Strategi ini berfokus pada pemanfaatan keunikan gua dan panorama alam untuk dikemas menjadi produk wisata baru yang dipromosikan secara masif melalui media sosial. Langkah ini bertujuan menangkap tingginya minat wisatawan terhadap destinasi alam yang masih murni.
- b. Strategi WO (Weakness–Opportunities): Upaya ini diarahkan untuk mengatasi keterbatasan

- infrastruktur dengan memanfaatkan dukungan pemerintah dalam perbaikan akses jalan. Selain itu, potensi investasi swasta digunakan sebagai solusi untuk membangun sistem pengelolaan yang lebih profesional dan terstruktur.
- c. Strategi ST (Strength–Threats): Lokasi strategis dan harga tiket yang kompetitif dijadikan sebagai senjata utama untuk menghadapi persaingan dengan destinasi lain. Keunggulan biaya ini diharapkan mampu menutupi keterbatasan dana pengembangan sekaligus mempertahankan loyalitas pengunjung.
  - d. Strategi WT (Weakness–Threats): Fokus utama strategi ini adalah langkah defensif dengan meningkatkan fasilitas dasar dan memperbaiki infrastruktur jalan guna meminimalkan hambatan kunjungan saat cuaca buruk, sehingga Liang Bukal tidak tertinggal dari kompetitor. Analisis ini menyimpulkan bahwa kunci kesuksesan Wisata Liang Bukal terletak pada integrasi kekuatan internal dengan peluang pasar yang ada, sembari secara progresif mengatasi kelemahan sistemik dan ancaman lingkungan (Hassandi et al., 2024).
  - e. Analisis data dan pembahasa strategi

**Tabel 5. Nilai TAS (Total Attractiveness Score) Alternatif Strategi**

Kode	Alternatif Strategi	TAS	PRIORITAS
SO1	Adanya wisata alam baru, keberadaan gua serta pemandangan sekitar menjadi daya tarik atau minat bagi wisatawan lokal dan luar daerah. (S3,O5)	0.86	2
SO2	Keindahan alam Liang Bukal yang unik dan masih alami dapat dipromosikan secara lebih luas melalui media social sehingga mampu meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan (S2,O2)	0.87	1
WO1	Memperbaiki akses dan infrastruktur menuju Liang Bukal dengan memanfaatkan tingginya dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan wisata sehingga wisatawan dapat mengunjungi lokasi dengan lebih mudah.(W2,O1)	0.6	8
WO2	Mengembangkan sistem pengelolaan wisata yang lebih profesional melalui kerja sama dengan pihak swasta/investor sehingga pengelolaan destinasi menjadi lebih terstruktur dan berkualitas.(W4,O4)	0.69	6
ST1	Mengandalkan untuk menarik lebih banyak pengunjung, sehingga dapat menjadi sumber pemasukan tambahan dan mengurangi hambatan akibat kurangnya pengembangan dana wisata (S5,T3.)	0.85	3
ST2	Lokasi wisata liang bukhal mudah dijangkau dan strategis sehingga menjadi salah satu keunggulan persaingan destinasi dengan wisata lain . (S1,T1)	0.7	5
WT1	Kurangnya fasilitas wisata perlu segera diperbaiki agar Liang Bukal tidak kalah bersaing dengan destinasi wisata lain di Kabupaten Sumbawa yang semakin ketat (W1,T1)	0.68	7
WT2	Kelemahan akses infrastruktur menuju lokasi harus diperbaiki untuk mengurangi risiko hambatan kunjungan, terutama saat cuaca buruk atau potensi bencana alam (W2,T2).	0.76	4

Sumber: Data diolah, 2025

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan metode kuantitatif yang digunakan

untuk mengevaluasi dan menentukan prioritas alternatif strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal organisasi. Dalam QSPM, setiap strategi dinilai menggunakan Attractiveness Score (AS) terhadap masing-masing faktor strategis, kemudian dikalikan dengan bobot faktor tersebut untuk menghasilkan Total Attractiveness Score (TAS). Nilai TAS menunjukkan tingkat daya tarik relatif dari setiap strategi, sehingga strategi dengan TAS tertinggi dianggap paling layak dan diprioritaskan untuk diimplementasikan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa pengurutan strategi berdasarkan nilai TAS merupakan pendekatan yang objektif dalam pengambilan keputusan strategis, karena mengintegrasikan bobot kepentingan faktor dan tingkat daya tarik strategi secara sistematis. Oleh karena itu, dalam praktik QSPM, beberapa strategi dengan nilai TAS tertinggi umumnya tiga teratas ditetapkan sebagai strategi prioritas utama (Rosiyana et al., 2025). Berdasarkan analisis Matriks Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), telah ditetapkan tiga urutan prioritas strategi untuk pengembangan Wisata Liang Bukal sebagai berikut:

1) Prioritas 1: Strategi SO2 (Promosi Digital dan Kolaborasi)

Strategi ini menjadi prioritas utama karena media sosial merupakan cara tercepat dan paling efektif untuk memperkenalkan keaslian alam Liang Bukal kepada masyarakat luas. Langkah utamanya adalah mengoptimalkan platform seperti Instagram dan TikTok melalui konten visual berkualitas tinggi yang menonjolkan keindahan gua. Pengelola perlu berkolaborasi dengan konten kreator seperti Samarasia dan Faizal Hamzah untuk membangun kepercayaan wisatawan melalui ulasan perjalanan yang kredibel. Fokus promosi diarahkan pada pengalaman aktivitas konkret, seperti jelajah gua, yang mampu menyentuh aspek emosional calon pengunjung (Sari & Nugroho, 2021; Alamanda & Nugroho, 2024).

2) Prioritas 2: Strategi SO1 (Pengembangan Atraksi Alam dan Gua)

Sebagai prioritas kedua, strategi ini berfokus pada penguatan Liang Bukal sebagai destinasi wisata alam baru dengan gua sebagai daya tarik inti. Penataan kawasan dilakukan secara sederhana tanpa merusak keaslian lingkungan demi menjaga pengalaman wisata yang autentik (UNWTO, 2021). Untuk mendukung kenyamanan, pengelola harus menyediakan sistem informasi yang jelas berupa papan petunjuk jalan dan pemandu lokal guna mencegah risiko wisatawan tersesat (Suwantoro & Suryani, 2020). Selain itu, penerapan standar keselamatan dasar pada area jelajah gua sangat krusial untuk membangun citra destinasi yang aman bagi pengunjung (Page, 2020; UNWTO, 2023).

3) Prioritas 3: Strategi ST1 (Harga Kompetitif dan Diversifikasi Pendapatan)

Strategi ST1 menempati prioritas ketiga dengan memanfaatkan harga tiket yang terjangkau sebagai keunggulan kompetitif menghadapi persaingan antar-destinasi. Untuk mengatasi keterbatasan dana pengembangan, pengelola dapat menetapkan biaya tambahan yang wajar untuk aktivitas khusus seperti tracking dan jelajah gua (UNWTO, 2021). Aktivitas ini dikelola secara teratur dengan standar keamanan yang jelas untuk memberikan nilai tambah bagi pengunjung (UNWTO, 2020). Pendapatan yang diperoleh nantinya dialokasikan secara transparan untuk pemeliharaan kawasan dan peningkatan fasilitas dasar demi keberlanjutan pengelolaan wisata (Weaver & Lawton, 2022).

Analisis ini menyimpulkan bahwa kunci kesuksesan Wisata Liang Bukal terletak pada integrasi kekuatan internal dengan peluang pasar yang ada, sembari secara progresif mengatasi kelemahan sistemik dan ancaman lingkungan (Hassandi et al., 2024).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan melalui pengolahan data IFAS, EFAS, Matriks Internal-Eksternal (IE), analisis SWOT, serta penentuan strategi menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), maka diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal, dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata Liang Bukal memiliki kondisi yang sangat mendukung untuk dikembangkan sebagai objek wisata unggulan. menunjukkan bahwa kekuatan internal lebih dominan dibandingkan kelemahan yang ada. Keindahan alam yang masih terjaga, keberadaan gua sebagai objek utama, panorama tebing yang unik, keramahan masyarakat serta biaya kunjungan yang terjangkau menjadi kekuatan utama yang memberikan nilai tambah bagi Liang Bukal. Sementara itu, beberapa kelemahan seperti minimnya fasilitas pendukung wisata, promosi yang belum optimal, kurangnya profesionalitas pengelolaan, dan rendahnya partisipasi masyarakat masih perlu dibenahi untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan. Pada sisi eksternal, mencerminkan bahwa peluang yang tersedia lebih besar dibandingkan ancaman. Peluang tersebut antara lain meningkatnya tren wisata alam, minat wisatawan terhadap destinasi baru, dukungan pemerintah daerah, dan kemudahan promosi digital melalui media sosial. Adapun ancaman yang perlu diwaspadai mencakup keterbatasan dana pengembangan, potensi pencemaran lingkungan, kurangnya kesadaran wisatawan dalam menjaga kebersihan, serta persaingan dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Sumbawa.
2. Penjelasan Matriks Internal Eksternal (IE) Pada hasil pemetaan menggunakan Matriks Internal Eksternal (IE), Liang Bukal berada pada Kuadran I, yang menunjukkan posisi *Growth and Build*. Posisi ini menandakan bahwa Liang Bukal memiliki kekuatan yang kuat dalam aspek internal serta peluang yang besar dari faktor eksternal. Dengan demikian, destinasi ini berada dalam kondisi ideal untuk menerapkan strategi pertumbuhan yang agresif. Strategi pada kuadran ini mengarahkan pengelola untuk fokus pada pengembangan fasilitas, peningkatan kualitas pengelolaan, penguatan promosi, serta pemaksimalan potensi alam dan daya tarik utama yang dimiliki. Hasil ini sejalan dengan temuan IFAS dan EFAS yang menunjukkan dominasi kekuatan dan peluang, sehingga Liang Bukal berada dalam kondisi yang secara strategis sangat potensial untuk dikembangkan lebih lanjut melalui pendekatan pembangunan yang terarah dan berkelanjutan.
3. Penjelasan Kuadran Garis (SWOT Diagram) Hasil analisis pada diagram kuadran garis (SWOT) menempatkan Liang Bukal pada Kuadran II, yaitu posisi di mana kekuatan internal dimanfaatkan untuk menghadapi ancaman eksternal (*Strength-Threat Strategy*). Posisi ini muncul karena nilai selisih peluang dan ancaman menunjukkan angka negatif, yang berarti tekanan eksternal lebih besar dibandingkan peluang yang tersedia. Dengan berada pada Kuadran II, strategi pengembangan wisata Liang Bukal diarahkan pada upaya mempertahankan dan mengoptimalkan kekuatan seperti keindahan alam, keberadaan gua sebagai daya tarik utama, serta panorama tebing untuk mengatasi ancaman berupa persaingan destinasi wisata lain, potensi kerusakan lingkungan, dan keterbatasan dana pengembangan. Dalam posisi ini, pengelolaan wisata perlu difokuskan pada penguatan kualitas objek wisata, peningkatan upaya konservasi, serta pengembangan kegiatan yang dapat mempertahankan daya tarik wisatawan meskipun menghadapi ancaman eksternal. Dengan demikian, strategi ST menjadi pendekatan yang tepat untuk memastikan Liang Bukal tetap kompetitif dan mampu bertahan dalam kondisi lingkungan yang penuh tantangan.
4. Hasil analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) menunjukkan bahwa dari seluruh

alternatif strategi yang dianalisis, terdapat tiga strategi dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan wisata Liang Bukal. Berdasarkan tabel TAS, strategi SO2 menjadi prioritas pertama dengan nilai 0,87 karena dinilai paling menarik dan paling relevan untuk meningkatkan daya tarik wisata melalui promosi keindahan alam Liang Bukal di media sosial. Strategi SO1 menempati prioritas kedua dengan nilai 0,86, yang berfokus pada pemanfaatan keberadaan gua dan keunikan panorama sebagai daya tarik utama bagi wisatawan lokal maupun luar daerah. Selanjutnya, strategi ST1 ditetapkan sebagai prioritas ketiga dengan nilai 0,85, yaitu strategi yang memperkuat keunggulan biaya wisata yang terjangkau sebagai daya tarik kompetitif dalam menghadapi ancaman persaingan destinasi lain. Ketiga strategi prioritas ini dipilih karena memiliki nilai daya tarik tertinggi serta dinilai paling realistis dan efektif dalam mendukung pengembangan wisata Liang Bukal secara berkelanjutan. Dengan melaksanakan strategi prioritas berdasarkan TAS tersebut, diharapkan destinasi wisata Liang Bukal mampu meningkatkan jumlah kunjungan, memperkuat daya saing, serta memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Desa Batu Tering.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, & Susanti. (2017). *Strategi pemasaran pariwisata di era digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Alamanda, H., & Nugroho, W. (2024). *Strategi branding berbasis pengalaman wisata dalam membangun citra destinasi wisata alam*. *Communication & Design Journal*, 1(1), xx–xx.
- Astuti, E., & Ratnawati, R. (2020). Analisis SWOT dalam strategi pengembangan usaha pariwisata. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Bagaswara, R., Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pantai Pangandaran Dengan Metode Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix). *Sustainable Environmental and Optimizing Industry Journal*, <https://doi.org/10.36441/seoi.v1i1.166>
- Budi, A. A., Aldianto, L., Penelitian, B., Daerah, P., & Lampung, P. (2023). *Pengembangan Pariwisata Budaya Di Kota Bandung Dalam Sudut Pandang Implementasi Kerja Sama Pemerintah Dengan Badan Usaha Development of Cultural Tourism in the City of Bandung in the View of Implementation of Public Private Partnership*.
- Christie, I., & Crompton, D. (2003). *Tourism in Africa: Harnessing tourism for growth and improved livelihoods*. The World Bank.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson Education.
- Fadlina, N., Rahman, A., & Yusuf, D. (2023). Kawasan strategis pariwisata dan pengembangan ekonomi lokal. *Jurnal Ekonomi Regional. E-Journal UNESA*
- Gultom, A., Siregar, D., & Hutabarat, T. (2024). Analisis SWOT dan QSPM dalam perencanaan strategis bisnis dan wisata. *Jurnal Manajemen Strategik Indonesia*.
- Jayadi, E. K., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, S. (2017). Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Green Bowl , Ungasan , Kuta Selatan , Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 69–77.
- Karyono, A. H. (1997). *Kepariwisataan: Prinsip dan kebijakan*. Gramedia.
- Khan, M., Kadir, S. L., & Rahman, N. (2020). Tourism multiplier effects in developing economies. *Journal of Tourism Economics*, 26(3), 401–419. *SAGE Journals*

- Kustiyahningsih, N., & Anamisa, D. (2014). *Metodologi penelitian manajemen dan bisnis*. Graha Ilmu.
- Mallick, R., Sharma, S., & Patel, D. (2020). Application of QSPM in strategic tourism planning. *International Journal of Management Studies*, 7(4), 22
- Maradita, F., & Aprirachman, R. (2023). Triple Bottom Line Model as a Solution for Sustainable Tourism Management in the SAMOTA Area, Sumbawa Regency: Economic, Social, and Environmental Perspectives. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9(1), 92–107. <https://10.0.148.155/jimb.v9i1.55>
- Nasution, N. H., Batubara, M., & Arif, M. (2022). Strategi Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Mandailing Natal Perspektif Ekonomi Islam Dengan Pendekatan QSPM. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4507>
- Nasution, E., Lestari, N., & Rahmadani, F. (2022). Kolaborasi pemerintah, swasta, dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata. *Jurnal Pariwisata dan Pembangunan Daerah*, 8(1), 55–67.
- Page, S. J. (2020). *Tourism management* (6th ed.). London: Routledge.
- Suwantoro, G., & Suryani, A. (2020). *Dasar-dasar pariwisata berkelanjutan*. Yogyakarta: Andi.
- Rosiyana, R., Kosasih, K., & Wirabarata, I. G. M. (2025). Analisis *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* dan Perumusan Strategi Bisnis Berbasis Business Model Canvas pada Apotek Permata Pondok Gede. *PENDIPA Journal of Science Education*, 9(2).
- Sari, D. P., & Nugroho, S. (2021). Pengaruh konten media sosial influencer terhadap minat berkunjung wisatawan pada destinasi wisata. *Jurnal Pariwisata*, 8(2), 85–96.
- Tanaya, D., & Rudiarto, I. (2014). Pengembangan wisata berbasis masyarakat untuk peningkatan ekonomi lokal di pedesaan. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 2(2), 129–142.
- UNWTO. (2021). *Tourism and sustainable development goals*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO. (2021). *Tourism and sustainable development goals*. Madrid: World Tourism Organization.
- Weaver, D., & Lawton, L. (2022). *Sustainable tourism: Theory and practice*. London: Routledge.
- Zy, A., Turmudi, A., & Rahma, N. (2021). Penerapan QSPM dalam pengambilan keputusan strategis. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 12(2), 88–97.