



Analisis *Quantitative Planning Matrix* (QSPM) pada Potensi Wisata Air Terjun Agal Desa Marente

Wahyu Ardiansyah^{1*}, Rozzy Aprirachman²

^{1,2} Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia.

*Penulis Korespondensi: wahyuardsyh10@gmail.com

Abstract. *Nature-based tourism development has a strategic role in encouraging sustainable local economic growth, especially in rural areas such as Marente Village, Kabupaten Sumbawa. Agal Waterfall is one of the natural tourism destinations that has high attractiveness, but its utilization is still not optimal due to limited facilities and infrastructure, access to the location, promotional activities, and the quality of human resources management. This study aims to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats, and determine priority strategies in developing Agal Waterfall tourism using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method. The research approach used is descriptive quantitative with primary data collected from 100 respondents. Analysis techniques include the preparation of IFAS, EFAS, SWOT, and QSPM matrices. The research findings show that the beauty of the natural environment and community participation are the main strengths, while the limited supporting facilities and promotion are still the dominant weaknesses. Development opportunities are supported by the increasing interest in nature tourism and the utilization of digital platforms, while threats come from competition between tourist destinations and the potential for environmental degradation. Based on the results of the analysis, priority strategies suggested include improving basic facilities, optimizing digital-based promotions, strengthening the capacity of human resource managers, and implementing the principles of sustainable tourism.*

Keywords: *Ala; Marente; QSPM; SWOT; Tourism.*

Abstrak. Pengembangan pariwisata berbasis potensi alam memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan, terutama di kawasan perdesaan seperti Desa Marente, Kabupaten Sumbawa. Air Terjun Agal merupakan salah satu destinasi wisata alam yang memiliki daya tarik tinggi, namun pemanfaatannya masih belum maksimal karena keterbatasan sarana dan prasarana, akses menuju lokasi, kegiatan promosi, serta kualitas sumber daya manusia pengelola. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta menentukan strategi prioritas dalam pengembangan wisata Air Terjun Agal dengan menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan dari 100 responden. Teknik analisis meliputi penyusunan matriks IFAS, EFAS, SWOT, dan QSPM. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keindahan lingkungan alam dan partisipasi masyarakat menjadi kekuatan utama, sedangkan keterbatasan fasilitas pendukung dan promosi masih menjadi kelemahan dominan. Peluang pengembangan didukung oleh meningkatnya minat terhadap wisata alam serta pemanfaatan platform digital, sementara ancaman berasal dari persaingan antar destinasi wisata dan potensi degradasi lingkungan. Berdasarkan hasil analisis, strategi prioritas yang disarankan mencakup peningkatan fasilitas dasar, optimalisasi promosi berbasis digital, penguatan kapasitas sumber daya manusia pengelola, serta penerapan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan.

Kata kunci: Ala; Marente; Pariwisata; QSPM; SWOT.

1. LATAR BELAKANG

Dalam beberapa tahun terakhir, arah perkembangan pariwisata dunia mengalami pergeseran dari wisata massal menuju pariwisata berbasis alam dan ekowisata. Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang lebih autentik, suasana yang tenang, serta kedekatan dengan lingkungan alam, dibandingkan dengan aktivitas wisata konvensional. Destinasi wisata alam seperti air terjun, kawasan pegunungan, dan pantai semakin diminati karena menyajikan keindahan serta kondisi lingkungan yang masih alami dan sejuk (Ahmad et al., 2024). Perkembangan ini sejalan dengan meningkatnya kesadaran terhadap konsep pariwisata

berkelanjutan (sustainable tourism), yang menekankan pentingnya keseimbangan antara dimensi ekonomi, sosial, dan ekologis dalam pengelolaan destinasi wisata. Oleh karena itu, pariwisata berbasis alam tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi bagian dari upaya global dalam menjaga kelestarian lingkungan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Salah satu wilayah yang memiliki potensi signifikan dalam pengembangan pariwisata berbasis alam adalah Kabupaten Sumbawa di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Daerah ini dianugerahi beragam destinasi wisata alam, mulai dari kawasan pesisir, air terjun, hingga hutan tropis yang memiliki daya tarik tinggi. Berdasarkan data Dinas Pemuda, Olahraga, dan Pariwisata Kabupaten Sumbawa (Dispapar, 2024), tercatat lebih dari 40 objek wisata alam yang telah diidentifikasi. Meskipun demikian, sebagian besar destinasi tersebut belum dikelola secara maksimal dan berorientasi pada keberlanjutan. Penelitian yang dilakukan oleh (Yulianti et al., 2021) menunjukkan bahwa rendahnya tingkat kunjungan wisatawan ke Sumbawa dipengaruhi oleh keterbatasan infrastruktur pendukung, kurang optimalnya kegiatan promosi, serta masih rendahnya keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Kondisi ini menyebabkan potensi wisata alam yang dimiliki belum mampu memberikan kontribusi ekonomi yang optimal bagi masyarakat setempat.

Salah satu objek wisata yang merepresentasikan permasalahan tersebut adalah Air Terjun Agal yang terletak di Desa Marente, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa. Destinasi ini memiliki keunikan berupa aliran air bertingkat serta lanskap alam yang indah, sehingga memiliki daya tarik visual yang kuat bagi wisatawan. Namun, hasil pengamatan menunjukkan bahwa tingkat kunjungan ke Air Terjun Agal masih tergolong rendah. Pengunjung didominasi oleh wisatawan lokal, sementara upaya promosi pada skala regional maupun nasional belum dioptimalkan, khususnya melalui pemanfaatan media digital yang saat ini menjadi instrumen utama dalam pemasaran destinasi pariwisata.

Tantangan dalam pengembangan destinasi wisata Air Terjun Agal tergolong kompleks. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan sarana pendukung, seperti ketersediaan toilet, tempat pembuangan sampah, serta kondisi akses jalan yang belum memadai, khususnya pada musim hujan. Di samping itu, peran dan dukungan pemerintah desa dalam pengelolaan pariwisata masih relatif minim, sehingga aktivitas operasional maupun promosi lebih banyak dilaksanakan secara mandiri oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). (Fikram & Irawan, 2024) menegaskan bahwa keberhasilan pengelolaan pariwisata berbasis komunitas sangat ditentukan oleh adanya sinergi yang kuat antara masyarakat dan pemerintah desa, terutama

dalam aspek perumusan kebijakan, pemanfaatan promosi digital, serta dukungan pendanaan untuk pengembangan fasilitas wisata.

Selain menghadapi berbagai kendala internal, Air Terjun Agal juga dihadapkan pada persaingan dengan destinasi wisata lain di wilayah sekitarnya, seperti wisata hiu paus di Teluk Saleh dan Air Terjun Mata Jitu, yang telah berkembang lebih baik dari segi ketersediaan fasilitas dan strategi promosi. (Insani & Dyahjatmayanti, 2024) menyatakan bahwa kemajuan sektor pariwisata di kawasan barat Sumbawa sangat dipengaruhi oleh kualitas infrastruktur transportasi dan tingkat konektivitas antarwilayah. Kondisi akses jalan yang memadai serta dukungan fasilitas publik terbukti mampu meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung. Oleh karena itu, peningkatan infrastruktur menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing Air Terjun Agal dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya di Kabupaten Sumbawa.

Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian (R. Kurniawan et al., 2024), yang menyatakan bahwa wilayah marginal seperti Sumbawa membutuhkan strategi pengembangan pariwisata yang menitikberatkan pada keseimbangan antara peningkatan ekonomi dan keberlanjutan sosial serta lingkungan. Pengembangan sektor pariwisata tidak dapat hanya berfokus pada pemanfaatan sumber daya alam, tetapi juga harus memperhatikan distribusi manfaat ekonomi yang adil bagi masyarakat setempat. Dengan demikian, diperlukan perumusan strategi yang didasarkan pada data empiris guna membantu para pemangku kepentingan dalam menetapkan prioritas pembangunan yang efektif, berkelanjutan, serta responsif terhadap dinamika sosial dan ekonomi daerah.

Perkembangan teknologi informasi serta media sosial turut membuka peluang luas dalam promosi destinasi wisata melalui penerapan strategi pemasaran digital, seperti produksi konten kreatif dan pelaksanaan kampanye berbasis media daring. Di samping itu, adanya dukungan kebijakan dari pemerintah pusat dan daerah terhadap pengembangan desa wisata berkelanjutan menciptakan peluang kemitraan serta akses terhadap sumber pendanaan yang dapat dimanfaatkan untuk mempercepat pembangunan infrastruktur dan peningkatan kapasitas masyarakat setempat. Keterlibatan generasi muda dalam aktivitas pariwisata digital juga berpotensi menjadi inovasi strategis dalam pengelolaan potensi wisata yang memadukan pemanfaatan teknologi dengan pelestarian nilai-nilai budaya lokal (Kusdibyo et al., 2023).

Meskipun memiliki potensi yang besar, destinasi ini juga dihadapkan pada berbagai ancaman (threats) yang memerlukan perhatian serius. Potensi bencana alam, seperti banjir musiman dan tanah longsor, menjadi tantangan yang dapat menghambat akses menuju lokasi serta membahayakan keselamatan wisatawan. Selain itu, persaingan antar destinasi wisata alam

di Kabupaten Sumbawa semakin ketat, khususnya dengan objek wisata seperti Air Terjun Tiu Batu dan Tiu Kele yang telah berkembang lebih baik dari sisi fasilitas maupun promosi berbasis digital. Ancaman lain berasal dari masih rendahnya tingkat kesadaran masyarakat terhadap kebersihan dan upaya pelestarian lingkungan, yang berpotensi menimbulkan pencemaran serta menurunkan kualitas daya tarik alam apabila tidak dikelola secara tepat. Kondisi ini menunjukkan bahwa tanpa perencanaan strategis yang menyeluruh, berbasis data empiris, serta didukung oleh kebijakan kelembagaan yang kuat, Air Terjun Agal berisiko kehilangan daya saing di tengah pesatnya perkembangan pariwisata di tingkat regional.

2. KAJIAN TEORITIS

Pariwisata

Sejumlah pakar telah mengemukakan pandangan yang memperluas konsep serta pemahaman mengenai pariwisata. Yoeti (dalam Purnomo & Aristin, 2022) menjelaskan pariwisata sebagai aktivitas perjalanan yang bersifat sementara dari tempat tinggal ke suatu tujuan tertentu dengan maksud rekreasi, memperoleh pengalaman baru, dan melepaskan diri dari rutinitas, tanpa tujuan untuk memperoleh penghasilan. Sementara itu, Spillane (dalam Widayanti et al., 2025) memandang pariwisata sebagai sektor ekonomi yang strategis karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan struktur ekonomi wilayah. Di sisi lain, Gunn (dalam Marques, 2023) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu sistem yang tersusun atas komponen permintaan, penawaran, dan kelembagaan pengelola yang saling berinteraksi secara dinamis dalam membentuk pengalaman wisata. Berdasarkan berbagai perspektif tersebut, pariwisata tidak hanya dipahami sebagai kegiatan rekreasi, tetapi juga sebagai fenomena sosial dan ekonomi yang memerlukan perencanaan strategis agar mampu memberikan manfaat yang optimal bagi destinasi dan masyarakat setempat.

Wisatawan

Wisatawan adalah individu yang melakukan perjalanan ke luar tempat tinggalnya selama jangka waktu tertentu, minimal 24 jam dan maksimal satu tahun, dengan tujuan utama selain bekerja atau mencari nafkah tetap. Definisi ini menyoroti unsur pergerakan manusia, waktu kunjungan, dan tujuan perjalanan yang bersifat rekreatif, sosial, atau budaya (Pitanatri & Pitanatri, 2021). Dalam kajian akademik, Cohen (dalam Pitanatri & Pitanatri, 2021) menambahkan bahwa wisatawan tidak hanya dipandang sebagai individu yang berpindah tempat, tetapi juga sebagai pelaku sosial yang berinteraksi dengan budaya dan masyarakat di destinasi. Ia mengklasifikasikan wisatawan dalam beberapa tipe, seperti wisatawan

rekreasional, eksperiensial, dan eksistensial, berdasarkan tingkat keterlibatan dan pencarian makna dalam pengalaman wisata. Sementara itu, McCabe (dalam Bayih & Singh, 2020) menegaskan bahwa wisatawan adalah entitas dinamis yang perilakunya dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Dari berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisatawan merupakan subjek utama dalam sistem pariwisata yang berperan tidak hanya sebagai konsumen jasa wisata, tetapi juga sebagai agen sosial yang mempengaruhi nilai bud

Wisatawan dapat dipahami sebagai individu yang melakukan perjalanan ke luar tempat tinggalnya dalam jangka waktu tertentu, yaitu sekurang-kurangnya 24 jam dan tidak lebih dari satu tahun, dengan tujuan utama selain bekerja atau memperoleh penghasilan tetap. Definisi ini menekankan aspek mobilitas, durasi kunjungan, serta tujuan perjalanan yang bersifat rekreatif, sosial, maupun budaya (Pitanatri & Pitanatri, 2021). Dalam perspektif akademik, Cohen (dalam Pitanatri & Pitanatri, 2021) memperluas pemahaman tersebut dengan memandang wisatawan tidak hanya sebagai pelaku mobilitas, tetapi juga sebagai aktor sosial yang berinteraksi dengan masyarakat dan budaya di destinasi wisata. Ia mengelompokkan wisatawan ke dalam beberapa tipe, antara lain wisatawan rekreasional, eksperiensial, dan eksistensial, berdasarkan tingkat keterlibatan serta pencarian makna dalam pengalaman berwisata. Sementara itu, McCabe (dalam Bayih & Singh, 2020) menekankan bahwa wisatawan merupakan entitas yang dinamis, dengan perilaku yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan ekonomi. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa wisatawan merupakan komponen utama dalam sistem pariwisata, tidak hanya sebagai pengguna layanan wisata, tetapi juga sebagai agen sosial yang turut memengaruhi nilai dan dinamika budaya di destinasi tujuan.

Destinasi Wisata

Kepariwisataan menempatkan destinasi sebagai pusat berbagai aktivitas dan interaksi antara wisatawan, masyarakat, serta pemanfaatan sumber daya lokal. World Tourism Organization (UNWTO, 2023) mendefinisikan destinasi wisata sebagai suatu ruang geografis yang dapat dikenali, baik berdasarkan batas administratif maupun persepsi sosial, yang di dalamnya terdapat beragam komponen seperti atraksi, fasilitas, layanan, aksesibilitas, dan citra destinasi yang saling terintegrasi dalam membentuk pengalaman berwisata secara menyeluruh. Arintoko et al., 2020 menyatakan bahwa destinasi wisata merupakan sebuah sistem dinamis yang melibatkan tiga elemen utama, yaitu permintaan dari wisatawan, penawaran berupa daya tarik dan fasilitas, serta fungsi pengelolaan yang dijalankan oleh pemerintah dan masyarakat setempat. Selanjutnya, Hasyimi & Azizalrahman, 2025 menekankan bahwa destinasi wisata memiliki peran strategis sebagai pusat aktivitas ekonomi, sosial, dan budaya, sehingga

memerlukan tata kelola yang berorientasi pada keberlanjutan agar mampu bersaing di tingkat global. Berdasarkan berbagai pandangan tersebut, destinasi wisata tidak hanya dipahami sebagai lokasi fisik yang dikunjungi wisatawan, melainkan sebagai suatu ekosistem kompleks yang melibatkan beragam aktor, kebijakan, dan sumber daya yang saling berinteraksi dalam menciptakan nilai pengalaman wisata.

Kawasan Strategis Pariwisata

Gunn dan Var 2002(dalam Arintoko et al., 2020) menyatakan bahwa suatu kawasan wisata strategis harus ditopang oleh keterpaduan antara potensi daya tarik, ketersediaan fasilitas pendukung, serta sistem pengelolaan yang terarah dan terkoordinasi. Sementara itu, Saraswati et al., 2024 menegaskan bahwa penetapan kawasan strategis tidak semata-mata didasarkan pada potensi ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan kesiapan infrastruktur, kualitas dan ketersediaan sumber daya manusia, serta dukungan kebijakan pemerintah daerah dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi. Oleh karena itu, kawasan strategis pariwisata dapat dimaknai sebagai suatu wilayah yang dikembangkan secara terencana untuk menjadi pusat pertumbuhan sektor pariwisata yang berkelanjutan dan memberikan dampak signifikan terhadap pembangunan daerah.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk menyajikan gambaran objektif suatu fenomena berdasarkan data numerik yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik. Zulfikar et al., 2024, menyatakan bahwa pengolahan data dalam penelitian kuantitatif tidak hanya berfungsi untuk mendeskripsikan fenomena, tetapi juga untuk menguji hubungan sebab dan akibat melalui pendekatan inferensial. Proses analisis tersebut dilakukan dengan menggunakan asumsi distribusi tertentu sehingga memungkinkan pengujian hipotesis secara ilmiah berdasarkan data sampel yang representatif terhadap populasi.

Divayana et al., 2021 menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis fenomena yang berkembang dalam pengembangan wisata Air Terjun Agal secara mendalam melalui kegiatan observasi. Pendekatan ini bertujuan untuk mengukur berbagai faktor yang memengaruhi pengembangan destinasi wisata dengan memanfaatkan analisis data numerik yang diperoleh melalui survei serta penerapan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Data hasil survei selanjutnya dianalisis menggunakan QSPM guna menentukan strategi pengembangan yang paling efektif dan tepat sasaran. Dalam konteks pengembangan pariwisata, metode QSPM merupakan salah satu teknik analisis yang relevan karena mampu mengidentifikasi dan mengevaluasi berbagai faktor strategis secara

komprehensif berdasarkan data kuantitatif. Teknik ini melibatkan proses pengamatan serta pengukuran faktor-faktor yang berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata melalui data numerik yang dihimpun dari survei dan dianalisis menggunakan Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di kawasan wisata Air Terjun Agal yang berlokasi di Desa Marente, Kecamatan Alas, Kabupaten Sumbawa, dengan durasi pelaksanaan penelitian lebih dari satu bulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang terdapat pada objek wisata Air Terjun Agal. Data penelitian bersumber dari data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada wisatawan yang telah berkunjung serta para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pengelolaan destinasi wisata Air Terjun Agal.

Tabel 1. Kriteria Skor 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.

Berdasarkan hasil analisis terhadap faktor internal dan eksternal, diperoleh nilai total skor IFAS sebesar 4,00 yang termasuk dalam kategori tinggi. Capaian ini menunjukkan bahwa kondisi internal objek wisata Air Terjun Agal tergolong sangat kuat dan mampu menunjang pengelolaan serta pengembangan destinasi wisata. Hal tersebut mencerminkan bahwa kekuatan internal, seperti keindahan lanskap alam, panorama dengan nilai estetika yang tinggi, lingkungan yang masih terjaga kealamiannya, sikap ramah masyarakat setempat, serta biaya wisata yang relatif terjangkau, memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan berbagai kelemahan yang dimiliki.

Tabel 2. External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS).

No	Indikator Faktor Peluang	Bobot	Rating	Score
1	Minat wisatawan terhadap wisata alam dan ekowisata terus meningkat.	0.10	3.95	0.39
2	Media sosial menjadi sarana efektif untuk promosi wisata Air Terjun Agal.	0.11	4.37	0.48
3	Air Terjun Agal berpotensi menjadi ikon wisata alam unggulan Kabupaten Sumbawa	0.10	4.16	0.43

4	Potensi kerja sama dengan pihak swasta (investor) cukup terbuka.	0.09	3.75	0.35
5	Peningkatan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara membuka peluang ekonomi bagi masyarakat.	0.10	4.14	0.43
Total faktor Peluang		0.51	4.074	2.09
No	Indikator Faktor Ancaman	Bobot	Rating	Score
1	Persaingan dengan destinasi wisata alam lain di Sumbawa cukup tinggi.	0.09	3.66	0.34
2	Kondisi cuaca dan bencana alam dapat mengganggu kegiatan wisata.	0.10	4.06	0.41
3	Kurangnya dukungan finansial dari pemerintah atau investor menghambat pengembangan wisata.	0.10	4.10	0.42
4	Rendahnya kesadaran masyarakat terhadap kebersihan lingkungan mengancam daya tarik wisata.	0.10	3.84	0.37
5	Adanya resiko kerusakan lingkungan akibat kunjungan wisata yang tidak terkontrol.	0.09	3.76	0.36
Total faktor Ancaman		0.49	3.88	1.90
Total Faktor Eksternal				3.98

Sumber: Data diolah 2025.

Kuatnya faktor kekuatan internal tersebut membuka peluang yang signifikan bagi pengembangan wisata Air Terjun Agal secara berkelanjutan. Di sisi lain, hasil analisis faktor eksternal menunjukkan bahwa nilai total skor EFAS mencapai 3,98 dan termasuk dalam kategori tinggi. Capaian ini mengindikasikan bahwa kondisi lingkungan eksternal sangat kondusif bagi pengembangan destinasi wisata Air Terjun Agal. Berbagai peluang, seperti meningkatnya ketertarikan wisatawan terhadap wisata alam dan ekowisata, pemanfaatan media sosial sebagai media promosi yang efektif, serta potensi Air Terjun Agal untuk dikembangkan sebagai ikon wisata alam unggulan Kabupaten Sumbawa, memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan faktor ancaman. Meskipun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan, antara lain persaingan dengan destinasi wisata lain, potensi degradasi lingkungan, serta ketergantungan pada dukungan pendanaan, namun peluang eksternal tetap menjadi faktor yang lebih menonjol.

Secara umum, tingginya nilai IFAS dan EFAS menunjukkan bahwa objek wisata Air Terjun Agal memiliki peluang yang sangat besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan. Baik faktor internal maupun eksternal berada dalam kondisi yang mendukung, sehingga pihak pengelola memiliki keleluasaan dalam memaksimalkan kekuatan yang dimiliki serta mengoptimalkan peluang dari lingkungan eksternal secara efektif. Berdasarkan kondisi tersebut, strategi yang paling relevan untuk diterapkan adalah strategi pertumbuhan dan

pengembangan (*growth and build strategy*), yang menitikberatkan pada peningkatan daya tarik wisata, penguatan daya saing destinasi, serta penerapan pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan terintegrasi (Maradita & Aprirachman, 2023).

Hasil pemetaan faktor internal dan eksternal melalui matriks SWOT memberikan gambaran mengenai kondisi wisata Air Terjun Agal sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strenghts*)

Daya Tarik Alam yang Alami dan Khas: Air Terjun Agal memiliki lanskap alam yang masih terpelihara dengan panorama alami yang menjadi magnet utama bagi wisatawan, terutama bagi pengunjung yang menyukai wisata alam dan petualangan.

Kondisi Lingkungan yang Sejuk dan Tenang: Destinasi wisata Air Terjun Agal belum berkembang sebagai tujuan wisata massal, sehingga keaslian lingkungan serta ketenangan suasana masih dapat dipertahankan.

Akses Biaya Wisata yang Relatif Terjangkau: Tarif masuk dan biaya aktivitas wisata yang rendah menjadi keunggulan tersendiri, khususnya bagi wisatawan nusantara.

Peluang Partisipasi Masyarakat Lokal: Sikap masyarakat sekitar yang ramah dan terbuka menciptakan peluang bagi penerapan pengelolaan wisata berbasis komunitas.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Keterbatasan Sarana dan Prasarana Umum: Fasilitas penunjang seperti toilet, area istirahat, tempat pembuangan sampah, serta sarana pendukung lainnya masih belum mencukupi untuk memenuhi kenyamanan pengunjung.

Aksesibilitas dan Jarak Lokasi: Letak Air Terjun Agal yang relatif jauh dari pusat permukiman serta membutuhkan waktu tempuh yang cukup lama menjadi hambatan bagi sebagian wisatawan.

Promosi Destinasi yang Kurang Maksimal: Pemanfaatan media sosial dan platform digital sebagai sarana promosi masih belum optimal, sehingga informasi mengenai Air Terjun Agal belum tersebar secara luas.

Keterbatasan Kapasitas Sumber Daya Manusia Pengelola: Pengelolaan destinasi wisata masih memerlukan peningkatan kompetensi dan profesionalisme, khususnya dalam bidang pelayanan dan manajemen pariwisata.

Belum Adanya Sistem Pengelolaan Keuangan yang Transparan: Ketiadaan sistem keuangan yang terorganisasi dan akuntabel berpotensi menghambat efektivitas pengelolaan serta keberlanjutan pengembangan wisata.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peningkatan Ketertarikan terhadap Wisata Alam dan Ekowisata: Tren pariwisata berbasis alam menciptakan peluang yang besar bagi Air Terjun Agal untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata unggulan.

Perkembangan Media Sosial sebagai Media Promosi: Kemajuan platform digital memberikan kesempatan untuk memperluas jangkauan promosi destinasi wisata secara lebih efektif dengan biaya yang relatif efisien.

Potensi sebagai Ikon Wisata Alam Daerah: Air Terjun Agal berpeluang untuk dikembangkan menjadi salah satu destinasi andalan daerah yang mampu memperkuat citra dan daya tarik pariwisata.

Peluang Kolaborasi dengan Pihak Eksternal: Kerja sama dengan sektor swasta maupun investor membuka kesempatan dalam penyediaan pendanaan serta pengembangan sarana dan prasarana wisata.

Kontribusi Ekonomi bagi Masyarakat Lokal: Aktivitas pariwisata berpotensi meningkatkan pendapatan serta menciptakan peluang kerja bagi masyarakat di sekitar kawasan wisata.

d. Ancaman (*Threats*)

Persaingan dengan Destinasi Wisata Alam Sejenis: Bertambahnya objek wisata alam yang memiliki karakteristik serupa di wilayah sekitar berpotensi menurunkan tingkat daya saing Air Terjun Agal.

Pengaruh Kondisi Cuaca dan Potensi Bencana Alam: Faktor alam, seperti tingginya curah hujan dan cuaca ekstrem, dapat memengaruhi tingkat kenyamanan serta keselamatan pengunjung.

Keterbatasan Akses Pendanaan: Minimnya dukungan pendanaan yang berkelanjutan berpotensi menghambat pengembangan sarana prasarana dan efektivitas pengelolaan destinasi wisata.

Potensi Degradasi Lingkungan: Aktivitas wisata yang tidak dikelola secara optimal dapat menyebabkan pencemaran serta kerusakan lingkungan alam di sekitar kawasan wisata.

Rendahnya Kesadaran terhadap Kelestarian Lingkungan: Kurangnya kepedulian terhadap kebersihan dan upaya pelestarian lingkungan berpotensi menurunkan kualitas serta daya tarik destinasi wisata.

Adapun strategi dalam pengembangan menggunakan SWOT ada beberapa langkah yaitu:

1. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*): Strategi SO diarahkan pada optimalisasi kekuatan internal guna memanfaatkan berbagai peluang eksternal yang tersedia. Keunggulan Air Terjun Agal berupa keindahan lanskap bertingkat dimaksimalkan sebagai daya tarik utama melalui promosi berbasis digital dengan menonjolkan visual

air terjun pada platform media sosial untuk meningkatkan jangkauan serta minat kunjungan wisatawan. Selain itu, sikap ramah masyarakat setempat dimanfaatkan sebagai modal sosial dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas, seperti penyediaan jasa pemandu lokal, usaha kuliner, dan layanan pendukung lainnya, sehingga peningkatan jumlah wisatawan dapat mendorong terbukanya peluang ekonomi bagi masyarakat di sekitar kawasan wisata.

2. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*): Strategi WO diarahkan pada pengurangan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia. Keterbatasan fasilitas umum dapat diatasi melalui peluang kerja sama dengan pihak swasta, sehingga pembangunan serta peningkatan sarana dan prasarana wisata dapat dilaksanakan secara lebih terencana dan berkelanjutan. Sementara itu, jarak tempuh menuju Air Terjun Agal yang relatif jauh dapat disiasati dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap ekowisata, melalui pengembangan jalur perjalanan yang lebih efisien, informatif, dan aman, sehingga pengalaman berwisata tetap menarik dan nyaman bagi pengunjung.
3. Strategi ST (*Strengths–Threats*): Strategi ST diarahkan pada pemanfaatan kekuatan internal untuk merespons dan mengantisipasi berbagai ancaman dari lingkungan eksternal. Keunggulan Air Terjun Agal berupa keindahan lanskap alami dengan aliran air bertingkat dioptimalkan sebagai identitas khas destinasi guna meningkatkan daya saing di tengah persaingan dengan objek wisata alam lain di Kabupaten Sumbawa. Selain itu, sikap ramah dan keterlibatan masyarakat setempat dimanfaatkan untuk menekan potensi kerusakan lingkungan melalui peran aktif dalam edukasi wisatawan serta pengawasan terhadap aktivitas pariwisata di kawasan tersebut.
4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*): Strategi WT difokuskan pada upaya menekan kelemahan internal sekaligus menghindari atau meminimalkan dampak ancaman dari lingkungan eksternal. Keterbatasan fasilitas dasar, seperti toilet, tempat sampah, dan area istirahat, perlu segera ditingkatkan guna mencegah penurunan kualitas lingkungan yang disebabkan oleh rendahnya kesadaran akan kebersihan. Selain itu, kegiatan promosi wisata yang masih belum optimal perlu diperkuat agar Air Terjun Agal mampu bersaing dengan destinasi wisata alam lainnya serta mempertahankan eksistensinya sebagai tujuan wisata. Secara keseluruhan, uraian strategi tersebut menunjukkan upaya pengelolaan wisata Air Terjun Agal dalam mengoptimalkan potensi yang dimiliki sekaligus mengatasi berbagai keterbatasan, sehingga dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata secara berkelanjutan (Hassandi et al., 2024)

Tabel 3. Nilai TAS (Total Attractiveness Score) Alternatif Strategi.

Kode	Alternatif Strategi	TAS	Prioritas
SO1	Keunggulan berupa lanskap bertingkat yang dimiliki kawasan ini dapat dioptimalkan melalui strategi promosi digital dengan menampilkan visual air terjun sebagai daya tarik utama di media sosial, sehingga mampu memperluas jangkauan dan menarik minat wisatawan (S1, O2).	0.97	1
SO2	Sikap ramah masyarakat setempat dapat dimanfaatkan sebagai modal sosial untuk mendorong peluang ekonomi seiring meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, melalui pengembangan layanan pariwisata berbasis komunitas, seperti jasa pemandu lokal, usaha kuliner, serta berbagai layanan pendukung lainnya (S4, O5).	0.85	2
WO1	Kekurangan fasilitas umum dapat diminimalkan melalui pemanfaatan peluang kolaborasi dengan pihak swasta, sehingga pengembangan dan peningkatan sarana pendukung wisata dapat dilaksanakan secara lebih terencana dan berkelanjutan (W1, O4).	0.75	6
WO2	Jarak tempuh menuju Air Terjun Agal yang relatif jauh dapat dikompensasi dengan meningkatnya ketertarikan wisatawan terhadap ekowisata, sehingga pengelola berpeluang mengembangkan jalur perjalanan yang lebih efisien, informatif, dan aman guna memastikan pengalaman wisata menuju lokasi tetap menarik bagi pengunjung (W2, O1).	0.74	7
ST1	Keunggulan berupa lanskap alam dengan aliran air bertingkat dapat dioptimalkan sebagai daya tarik utama dalam menghadapi persaingan dengan destinasi wisata alam lainnya di Sumbawa, sehingga Air Terjun Agal memiliki identitas dan keunikan yang lebih menonjol dibandingkan objek wisata sejenis (S1, T1).	0.83	3
ST2	Sikap ramah dan keterlibatan masyarakat setempat dapat dimanfaatkan untuk menekan risiko kerusakan lingkungan akibat aktivitas kunjungan wisata yang tidak terkelola, melalui peran aktif dalam edukasi pengunjung serta pengawasan kegiatan pariwisata (S4, T5).	0.78	4
WT1	Keterbatasan sarana umum, seperti toilet, tempat sampah, dan area istirahat, berpotensi memperbesar dampak ancaman rendahnya kesadaran terhadap kebersihan lingkungan. Oleh karena itu, peningkatan fasilitas dasar perlu dilakukan guna meminimalkan risiko penurunan kualitas lingkungan di kawasan wisata (W1, T4).	0.77	5

WT2	Promosi destinasi wisata yang belum optimal menjadikan Air Terjun Agal berpotensi tertinggal dalam persaingan dengan objek wisata alam lain di Sumbawa. Oleh karena itu, penguatan strategi pemasaran menjadi langkah penting untuk menjaga dan mempertahankan posisi Air Terjun Agal sebagai destinasi wisata (W3, T1).	0.71	8
-----	--	------	---

Sumber: Data diolah 2025.

Berdasarkan hasil penilaian pada tabel TAS di atas, terdapat tiga strategi yang ditetapkan sebagai prioritas utama, yaitu strategi SO1 sebagai prioritas pertama, strategi SO2 sebagai prioritas kedua, dan strategi ST1 sebagai prioritas ketiga.

a. Strategi SO1 (Prioritas 1)

Strategi: Optimalisasi Promosi Digital Berbasis Keindahan Lanskap Bertingkat Air Terjun Agal. Strategi SO1 ditetapkan sebagai prioritas utama karena memperoleh nilai TAS tertinggi dibandingkan dengan alternatif strategi lainnya. Strategi ini berfokus pada pemanfaatan keunggulan utama Air Terjun Agal, yaitu lanskap alami bertingkat yang memiliki karakteristik unik, yang dipadukan dengan peluang promosi digital melalui pemanfaatan media sosial. Daya tarik visual air terjun merupakan aset yang sangat potensial untuk menarik perhatian wisatawan apabila dikemas dan didistribusikan secara efektif.

b. Strategi SO2 (Prioritas 2)

Strategi SO2 menempati posisi prioritas kedua dan diarahkan pada pemanfaatan keramahan masyarakat setempat sebagai modal sosial untuk menangkap peluang meningkatnya aktivitas pariwisata. Pelibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi, baik sebagai pemandu lokal, pelaku usaha kuliner, maupun penyedia berbagai layanan pendukung lainnya, berpotensi menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas pengalaman berwisata. Strategi ini dinilai penting karena pengembangan pariwisata berbasis partisipasi masyarakat tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan lokal, tetapi juga menumbuhkan rasa memiliki terhadap destinasi wisata. Dengan demikian, pengelolaan Air Terjun Agal dapat berlangsung secara lebih berkelanjutan, mengingat masyarakat berperan aktif dalam menjaga, mengelola, dan mengembangkan kawasan wisata tersebut.

c. Strategi ST1 (Prioritas 3)

Strategi ST1 ditetapkan sebagai prioritas ketiga dengan memanfaatkan keunggulan alam Air Terjun Agal dalam menghadapi ancaman persaingan dengan destinasi wisata alam lain di Kabupaten Sumbawa. Daya tarik berupa aliran air bertingkat yang dimiliki Air Terjun

Agal merupakan karakteristik unik yang tidak dimiliki oleh seluruh destinasi sejenis. Penonjolan keunikan tersebut memungkinkan Air Terjun Agal membangun identitas destinasi yang kuat, sehingga tidak semata-mata bergantung pada tren pariwisata. Strategi ini berperan penting dalam memperkuat posisi Air Terjun Agal dalam peta pariwisata daerah serta menjaga keberlanjutan kunjungan wisata di tengah semakin ketatnya persaingan antar destinasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengembangan wisata Air Terjun Agal, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: Berdasarkan hasil analisis SWOT yang disusun melalui matriks IFAS dan EFAS, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan wisata Air Terjun Agal dipengaruhi oleh adanya faktor internal dan faktor eksternal yang telah teridentifikasi dan dinilai. Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal tersebut menjadi dasar utama dalam menentukan arah pengelolaan wisata, sehingga keputusan pengembangan tidak dapat dilakukan tanpa mempertimbangkan kedua faktor tersebut secara bersamaan. Berdasarkan hasil analisis Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), diperoleh strategi pengelolaan wisata yang memiliki nilai Total Attractiveness Score (TAS) tertinggi sebagai strategi prioritas. Strategi tersebut dipilih karena dinilai paling efektif dalam merespons kondisi internal dan eksternal yang telah dianalisis, serta memiliki tingkat daya tarik paling tinggi dibandingkan alternatif strategi lainnya dalam mendukung pengembangan destinasi wisata secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah: bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain, seperti analisis kelayakan ekonomi, kepuasan pengunjung, atau kajian daya dukung lingkungan, agar strategi pengembangan wisata dapat dirumuskan secara lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Abidin, M. Z., Indriartiningtias, R., Lumintu, I., Utami, I. D., Agustina, F., & Novianti, T. (2023). Strategi pengembangan destinasi pariwisata dengan menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM (Studi kasus: Wisata Adventure Land Romokalisari Surabaya). *Wahana Jurnal*, 16(1), 21–30. <https://doi.org/10.33005/wj.v16i1.26>
- Agustia, D., Muhammad, N. P. A., & Permatasari, Y. (2020). Earnings management, business strategy, and bankruptcy risk: Evidence from Indonesia. *Heliyon*, 6(1), e03317. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03317>

- Ahmad, R. G., Sari, C. T., Musdalifa, W. O., Darmanto, Ferdiansah, A., Halimudin, T. I., & Asis, P. H. (2024). Potensi dan tantangan pengembangan wisata air terjun di Desa Soropia Kabupaten Konawe. *Journal Publicuho*, 7(4), 2513–2521. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i4.634>
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., & Gunawan, D. S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398–413. <https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Sumbawa. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1183>
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., & Parida, S. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, 240, 104025. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Bagaswara, R., Hasibuan, B., & Ratnasari, L. (2021). Strategi pengembangan kawasan wisata Pantai Pangandaran dengan metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). *Jurnal SEOI*, 1–8. <https://doi.org/10.36441/seoi.v1i1.166>
- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Modeling domestic tourism: Motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon*, 6(9), e04839. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04839>
- Erica, D., Hoiriah, & Vidada, I. A. (2022). Analisis SWOT dengan matriks IFE dan EFE pada Tokopedia. *JOBS: Jurnal Online Bisnis dan Strategi*, 64–73. <https://doi.org/10.33476/jobs.v3i2.2680>
- Fikram, F., & Irawan, E. (2024). Analisis dampak perkembangan pariwisata terhadap ekonomi masyarakat (Studi kasus Saliper Ate, Labuhan Badas, Kabupaten Sumbawa). *AEPPG: Akuntansi dan Ekonomi Pajak Perspektif Global*, 1(2), 30–41. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v1i2.114>
- Firnanda, B. J., Wirahayu, Y. A., & Insani, N. (2023). Strategi pengembangan wisata Boonpring Andaman Kecamatan Turen, Kabupaten Malang menggunakan metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Pendidikan Geografi*, 3(12), 1356–1371. <https://doi.org/10.17977/um063v3i12p1356-1371>
- Hafizah, N., Pebytabella, T. C., Sari, M., Winanda, R., Hidayatullah, R., & Harmonedi. (2025). Identifikasi variabel penelitian dan jenis sumber data dalam penelitian pendidikan. *Jurnal Qiro'ah*, 3(2), 586–596. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i2.1025>
- Hasyimi, V., & Azizalrahman, H. (2025). Economy-led sustainable touristic city: The case of Surakarta, Indonesia. *Journal of Tourism Futures*, 1–17. <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2020-0088>
- Herawati, Prasiasa, D. P. O., & Waruwu, D. (2024). Strategi pengelolaan Air Terjun Goa Rang Reng sebagai daya tarik wisata di Desa Bakbakan, Gianyar, Bali. *JAKADARA: Jurnal Ekonomika, Bisnis, dan Humaniora*, 3(2), 245–259. <https://doi.org/10.36002/jd.v3i2.3247>
- Indriarti, R., & Chaidir, N. R. (2021). Penerapan quantitative strategic planning matrix (QSPM) untuk merumuskan strategi bisnis. *Jurnal Manajerial*, 20(1), 159–170. <https://doi.org/10.17509/manajerial.v20i1.41179>

- Kurniawan, R., Iriani, F., & Minrohayati. (2024). Dampak pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi daerah marginal di Indonesia. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(2), 267–278. <https://doi.org/10.62794/je3s.v5i2.3499>
- Lubis, H., Rohmatillah, N., & Rahmatina, D. (2020). Strategy of tourism village development based on local wisdom. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.22385>
- Zahra, I., Dienaputra, R. D., & Hermanto, B. (2025). Strategi pengembangan destinasi wisata baru dalam mendorong kemandirian desa: Studi kasus Air Terjun Si Kitang. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(2), 399–411. <https://doi.org/10.37253/altasia.v7i2.10678>
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). *Metode penelitian kuantitatif: Teori, metode, dan praktik*.