

ABSTRACT

This research aims to analyze the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Gua Rangko Tourism Destination in Komodo District, West Manggarai Regency, East Nusa Tenggara, in order to formulate appropriate marketing strategies within the context of destination management. The study employed a descriptive qualitative approach with purposive sampling involving 10 respondents, consisting of tourism managers and local government representatives. Data were collected through interviews, questionnaires, observations, and documentation from the Department of Tourism and Culture of West Manggarai, and analyzed using a SWOT framework. The findings revealed that among 10 internal factors, three were identified as weaknesses, while among seven external factors, one was considered a threat. The IE matrix analysis positioned Gua Rangko in quadrant II with an internal score of 2.82 and an external score of 3.02, indicating a "growth and development" stage. In conclusion, Gua Rangko shows strong potential for development through effective marketing strategies, with recommendations emphasizing the improvement of marketing quality and the enhancement of supporting facilities for sustainable destination management.

Keywords: Marketing Strategy, Gua Rangko, Tourism Destination, SWOT Analysis, IE Matrix

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman Destinasi Wisata Gua Rangko di Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur, guna merumuskan strategi pemasaran yang tepat dalam konteks manajemen destinasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 10 responden yang terdiri dari pengelola wisata dan perwakilan pemerintah daerah. Data dikumpulkan melalui wawancara, kuesioner, observasi, serta dokumentasi dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Manggarai Barat, kemudian dianalisis menggunakan kerangka SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 10 faktor internal terdapat tiga kelemahan, sedangkan dari tujuh faktor eksternal terdapat satu ancaman. Analisis matriks IE menempatkan Gua Rangko pada kuadran II dengan skor internal 2,82 dan skor eksternal 3,02, yang menunjukkan posisi “tumbuh dan berkembang.” Kesimpulannya, Gua Rangko memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui strategi pemasaran yang efektif, dengan rekomendasi yang menekankan pada peningkatan kualitas pemasaran serta pengembangan fasilitas pendukung untuk keberlanjutan manajemen destinasi.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Gua Rangko, Destinasi Wisata, Analisis SWOT, Matriks IE