

Vol. 6 No. 1 (2025), Halaman 150-160



GEOGRAPHIA

Jurnal Pendidikan dan Penelitian Geografi

ISSN: 2774-6968

KAJIAN GEOGRAFIS DAN STRATEGI PENGEMBANGAN BERBASIS SWOT DALAM OPTIMASI OBJEK WISATA ALAM TILANGNGA' KABUPATEN TANA TORAJA

Indri Anggreani^{1*}, Irfan Rifani², Muhamad Isa Ramadhan³,
Anindya Puspita Putri⁴, Jocye Christian Kumaat⁵, Grace Feibe Evangelista Suoth⁶

¹²³Jurusan pendidikan Geografi Universitas Negeri Manado , Indonesia

⁴⁵⁶Program Studi Geografi Universitas Negeri Manado , Indonesia

Email: indrianggreani084@gmail.com^{1*}, irfanrifani@unima.ac.id², muhamadramadhan@unima.ac.id³,
anindyaputri@unima.ac.id⁴, joykekumaat@unima.ac.id⁵, gracesuoth@unima.ac.id⁶

Website Jurnal: <http://ejournal.unima.ac.id/index.php/geographia>



Akses dibawah lisensi CC BY-SA 4.0 <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

DOI: 10.53682/gjppg.v6i1.9219

(Diterima: 06-05-2024; Direvisi: 21-04-2025; Disetujui: 29-06-2025)

ABSTRACT

This research aims to analyze the geographical study of the Tilangnga' Natural Tourism Object in Tana Toraja Regency using a quantitative descriptive approach and SWOT analysis. Data was collected over three months through observation, interviews, documentation, and literature review, with variables covering physical and non-physical geography. The results indicate that physical aspects include paved road access (strength), a location close to the city center (opportunity), and cool temperatures due to surrounding vegetation. Non-physical aspects include local traditions related to ancient eels (strength), scattered trash (threat), and limited facilities and parking space (weakness). Based on the weighting of ALI (1.2) and ALE (1.6), the tourism object is in quadrant I, indicating potential to leverage strengths to seize opportunities. The recommended priority strategy is aggressive (growth-oriented strategy), such as optimizing facilities, waste management, and promoting local uniqueness. This research emphasizes the importance of integrating physical and socio-cultural geographical aspects in sustainable tourism development.

Keywords: Development Strategy, Geographical Studies, Natural Tourism, SWOT, Tourism.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis kajian geografis Objek Wisata Alam Tilangnga' di Kabupaten Tana Toraja melalui pendekatan deskriptif kuantitatif dan analisis SWOT. Data dikumpulkan selama tiga bulan menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur, dengan variabel geografi fisik dan non-fisik. Hasil menunjukkan aspek fisik meliputi akses jalan beraspal (kekuatan/strength), lokasi dekat pusat kota (peluang/opportunity), dan suhu sejuk karena vegetasi sekitar. Aspek non-fisik mencakup tradisi lokal terkait belut purba (strength), sampah berserakan (ancaman/threats), serta sarana dan lahan parkir terbatas (kelemahan/weakness). Berdasarkan pembobotan ALI (1,2) dan ALE (1,6), objek wisata berada di kuadran I, menunjukkan potensi memanfaatkan kekuatan untuk merespons peluang. Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah

agresif (*growth-oriented strategy*) seperti optimalisasi fasilitas, pengelolaan sampah, dan peningkatan promosi berbasis keunikan lokal. Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi aspek geografis fisik dan sosial-budaya dalam pengembangan wisata berkelanjutan.

Kata Kunci: Kajian Geografis, Pariwisata, Strategi Pengembangan, SWOT, Wisata Alam.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata didefinisikan sebagai berbagai kegiatan yang didukung oleh fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Salah satu unsur penting dalam pengembangan pariwisata adalah potensi geografis, baik fisik maupun non-fisik, yang meliputi aspek alam, budaya, dan sosial.

Kabupaten Tana Toraja di Provinsi Sulawesi Selatan dikenal sebagai salah satu destinasi wisata alam dan budaya yang populer di Indonesia. Salah satu objek wisata alam yang menarik di Tana Toraja adalah Objek Wisata Alam Tilangnga'. Objek wisata ini menawarkan keunikan berupa kolam alam yang terbentuk secara alami, dikelilingi oleh pepohonan rindang, serta dihuni oleh Belut purba (*Anguilla sp*) yang dianggap keramat oleh masyarakat setempat (Patandean & Ihsan, 2018). Keunikan ini menjadikan Tilangnga' sebagai destinasi yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan objek wisata alam Tilangnga' masih menghadapi beberapa tantangan. Beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain kurangnya fasilitas penunjang seperti kursi untuk duduk, tempat sampah, dan lahan parkir yang memadai. Selain itu, aksesibilitas menuju objek wisata ini masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal kondisi jalan dan sarana transportasi (Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, 2023). Kurangnya variasi kegiatan pariwisata dan rendahnya tingkat kebersihan di sekitar objek wisata juga menjadi faktor penghambat dalam menarik minat wisatawan.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, jumlah pengunjung objek wisata Tilangnga' mengalami fluktuasi dalam lima tahun terakhir. Pada tahun 2018, jumlah pengunjung mencapai puncaknya

dengan 13.741 orang, namun mengalami penurunan signifikan pada tahun 2020 akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2022, jumlah pengunjung mulai meningkat kembali, namun masih jauh dari angka sebelum pandemi (Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut, namun memerlukan strategi yang tepat untuk mengatasi berbagai kendala yang ada.

Kajian geografis menjadi penting dalam pengembangan objek wisata, karena faktor geografis seperti lokasi, iklim, aksesibilitas, dan kondisi lingkungan fisik maupun non-fisik sangat mempengaruhi daya tarik suatu destinasi wisata (Suharsono & Budi, 2006; Sujali, 1989). Selain itu, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dapat digunakan sebagai alat untuk merumuskan strategi pengembangan yang efektif dengan mempertimbangkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh objek wisata tersebut (Rangkuti, 2014).

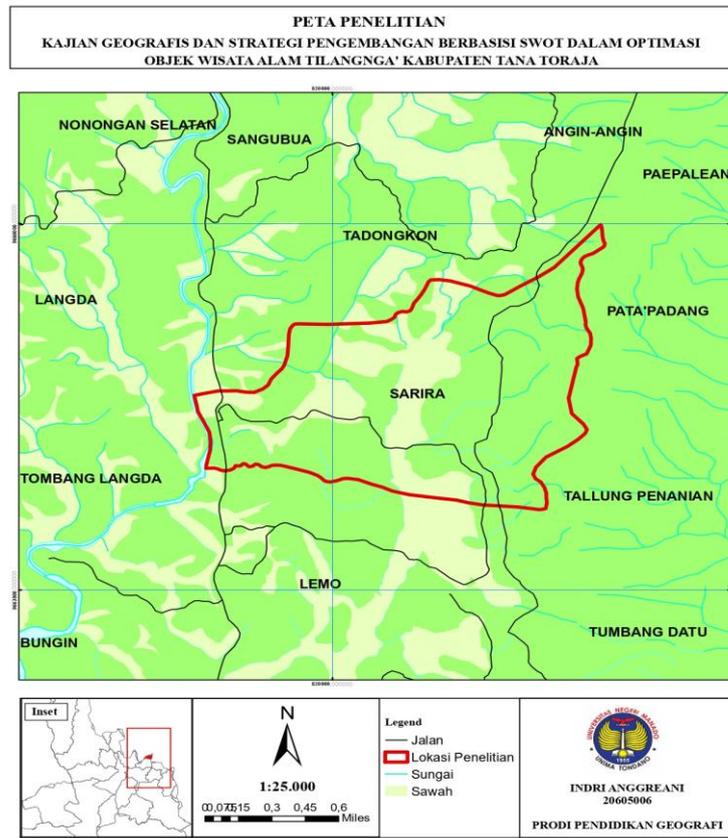
Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kajian geografis dan merumuskan strategi pengembangan berbasis SWOT dalam upaya optimasi Objek Wisata Alam Tilangnga' Kabupaten Tana Toraja. Dengan memahami kondisi geografis dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan objek wisata ini, diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemerintah dan pengelola dalam meningkatkan daya saing dan daya tarik objek wisata tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan kondisi, situasi, fenomena, atau variabel penelitian (Arikunto, 2006; Sugiyono, 2015). Data dikumpulkan dari populasi wisatawan, pemerintah, dan pengelola objek wisata alam Tilangnga', dengan jumlah populasi 31.360 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive judgment sampling* dan *convenience sampling* dimana penilaian sampel yang mewakili populasi yakni Kepala Dinas Pariwisata, Pengelola Wisata, Pemerintah Kecamatan, Pemerintah Desa dan

pengunjung wisata yang secara kumulatif terdiri dari 10 orang. Variabel penelitian meliputi geografis fisik (lokasi, iklim, aksesibilitas, flora) dan non-fisik (daya tarik, sarana prasarana, tradisi). Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara,

dokumentasi, dan studi literatur. Analisis data menggunakan analisis SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan pariwisata. [Gambar 1](#) menunjukkan lokasi penelitian Objek Wisata Alam Tilangnga'.



Gambar 1. Peta Lokasi Penelitian, 2024.

HASIL PENELITIAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Objek wisata alam Tilangnga' berada di Kelurahan Sarira, Makale Utara, Tana Toraja, Sulawesi Selatan. Kelurahan ini terletak di bagian utara provinsi, antara 2°-3° LS dan 119°-120° BT, dengan luas 2.054,30 km². Batas wilayahnya adalah Kabupaten Toraja Utara di utara, Kecamatan Makale di selatan, Kecamatan Sangalla' di timur, dan Kecamatan Rantetayo di barat. Tilangnga' terletak di daerah pegunungan dengan ketinggian 300-2580 meter di atas permukaan laut, dengan relief tanah dataran tinggi dan pegunungan.

Iklim Tana Toraja dipengaruhi oleh curah hujan yang tidak menentu. Suhu udara rata-rata berkisar antara 15°C - 28°C dengan kelembaban 82-86%, dan curah hujan rata-rata 1500-3500 mm/tahun. Jumlah penduduk Kelurahan Sarira pada tahun 2023 adalah 5.321 jiwa. Sebagian

besar penduduknya bermata pencaharian sebagai petani, sopir, tukang, PNS, dan pedagang. Objek wisata Tilangnga' dikelola oleh keluarga dan Dinas Pariwisata Tana Toraja.

Kondisi Objek Wisata Alam Tilangnga'

Objek Wisata Alam Tilangnga' memiliki harga Tiket yang relatif murah yaitu Rp. 10.000 untuk anak / pelajar Wisnu, Rp 10.000 untuk dewasa wisatawan nusantara dan Rp. 20.000 untuk wisatawan mancanegara dengan jam operasional 08.00-17.00 WITA. Jumlah pengunjung tertinggi terjadi pada tahun 2018 dengan jumlah kunjungan sebanyak 13.741 wisatawan dan mengalami penurunan terutama pada 2020 akibat dari pandemi COVID-19. Objek wisata alam Tilangnga' terletak 11 km dari kota Makale di Kecamatan Makale Utara. Lokasi dan daya tarik objek wisata alam ini

adalah terdapat sebuah kolam renang alami dengan mata air yang sejuk terletak di hutan bambu. Mata air ini mengalir dari celah-celah batu kapur dan tidak pernah kering sekalipun pada musim kemarau. Tilangnga' juga dihuni oleh belut-belut besar yang jinak bernama "Masapi".

Kondisi Geografi Fisik dan Geografi Non-Fisik

Objek wisata Tilangnga' dilihat dari kajian geografi fisik pada aspek lokasi dan aksesibilitas berlokasi dekat pusat kota Tana Toraja (± 11 km), dengan aksesibilitas yang baik melalui jalan beraspal. Lokasinya dikelilingi pepohonan yang menjaga suhu tetap sejuk. Pada aspek iklim, Tana Toraja memiliki iklim tropis dengan dua musim (hujan Oktober-Maret, kemarau April-September). Suhu udara berkisar 15-28°C, kelembaban 82-86%, dan curah hujan 1500-3500 mm/tahun. Waktu terbaik berkunjung adalah saat musim kemarau. Pada aspek flora, wisata alam Tilangnga' didominasi pepohonan lebat seperti beringin, bambu, aren serta terdapat kopi dan pakis liar. Akses jalan menuju objek wisata sudah cukup baik dengan kondisi jalan sangat bagus dan sudah beraspal. Dengan kondisi jalan yang bagus ini maka objek wisata dapat dijangkau dengan transportasi roda dua dan roda empat. Waktu tempuh sekitar 30 menit dari pusat kota Makale.

Pada kajian geografi non-fisik, wisata alam Tilangnga' memiliki daya tarik yang bersifat natural seperti kolam alami, pemandangan

keindahan alam dan Belut Purba (*Anguilla Sp*). Pada aspek sarana pariwisata yang disajikan pada objek wisata meliputi toilet, tempat sampah, tempat parkir, warung makan, kamar ganti pakaian, gazebo atau pondok sebagai prasarana yang tersedia bagi para wisatawan meliputi jaringan internet, air listrik, penunjuk arah, layanan kesehatan, promosi pariwisata dan petugas keamanan.

Terdapat tradisi unik yang ada di sekitar Lokasi objek wisata alam yakni kepercayaan masyarakat bahwa apabila ada pengunjung yang dapat melihat Belut Purba (*anguilla sp*) maka akan mendapatkan keberuntungan, untuk itulah keberadaan dari hewan ini sangat dijaga.

Strategi Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT

Pengembangan objek wisata alam Tilangnga' berbasis Analisis SWOT yakni analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atas identifikasi berbagai faktor secara strategis berdasarkan intuisi (pemahaman dan pengetahuan) terhadap suatu objek. Pengembangan objek wisata menggunakan analisis SWOT mengidentifikasi faktor-faktor berupa faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) (Ratu et al., 2023; Rompas et al., 2023). Masing-masing faktor diberikan harkat dan bobot sesuai dengan penilaian dari para informan penelitian. Pada Tabel 1 akan ditunjukkan analisis faktor-faktor lingkungan internal (ALI) dan tabel 2 menunjukkan analisis faktor-faktor lingkungan eksternal (ALE).

Tabel 1. Analisis Lingkungan Internal (ALI)

Faktor strategi internal kekuatan (<i>Strengths</i>)	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
1. Salah satu objek Objek wisata yang dekat dengan pusat kota (lokasi)	0,30	4	1,20
2. Suhu pada siang hari tetap sejuk karena sekitar objek wisata terdapat pepohonan (iklim)	0,30	4	1,20
3. Kondisi jalan yang sudah sangat bagus untuk dilalui dan waktu yang cukup singkat dari pusat kota ke objek wisata alam Tilangnga' (aksesibilitas)	0,15	3	0,45
4. Terdapat belut Purba (<i>anguilla sp</i>) yang hidup di kolam alam. (daya tarik)	0,15	3	0,45
5. Terdapat beberapa gazebo sebagai tempat istirahat bagi para pengunjung (sarana dan prasarana)	0,10	3	0,30
6. Sekitar objek wisata memiliki tumbuhan berdaun lebat (Flora)	0,10	3	0,30
7. Terdapat sebuah mistis yang dipercaya masyarakat tentang keberadaan objek wisata ini (Tradisi)	0,10	3	0,30
Total	1		4,20
Faktor Strategi internal Kelemahan (<i>Weakness</i>)	Bobot	Rating	Bobot x Rating

1.	Kurangnya Lahan untuk parkir (lokasi)	0,30	3	0,90
2.	Kondisi air yang sangat dingin ketika musim hujan (iklim)	0,10	3	0,30
3.	Kondisi jalan menuju objek wisata masih sempit (aksesibilitas)	0,30	2	0,60
4.	Kegiatan pariwisata kurang bervariasi (daya tarik)	0,20	2	0,40
5.	Kurangnya fasilitas penunjang seperti kursi untuk pengunjung, tempat sampah, rumah makan, dan gazebo (sarana dan prasarana)	1,10	2	0,20
2.	Tanaman sekitar objek wisata sangat mendominasi sehingga kolam alam tertutupi (flora)	0,20	2	0,40
3.	keberadaan belut purba yang jarang terlihat (tradisi)	0,10	2	0,20
Total		1		3,00

Sumber: Olahan Penelitian (2024)

Berdasarkan tabel 1 dapat disimpulkan faktor internal kekuatan (*strengths*) hasil penjumlahan skornya lebih tinggi (4,20) dari faktor internal kelemahan (*weakness*) (3,00). Penjumlahan kekuatan (*strengths*) dan

kelemahan (*weakness*), menunjukkan hasil ALI lebih dominan pada faktor internal kekuatan (*strengths*) yang menjadikan faktor ini menjadi strategi utama dalam pengembangan Objek Wisata Alam.

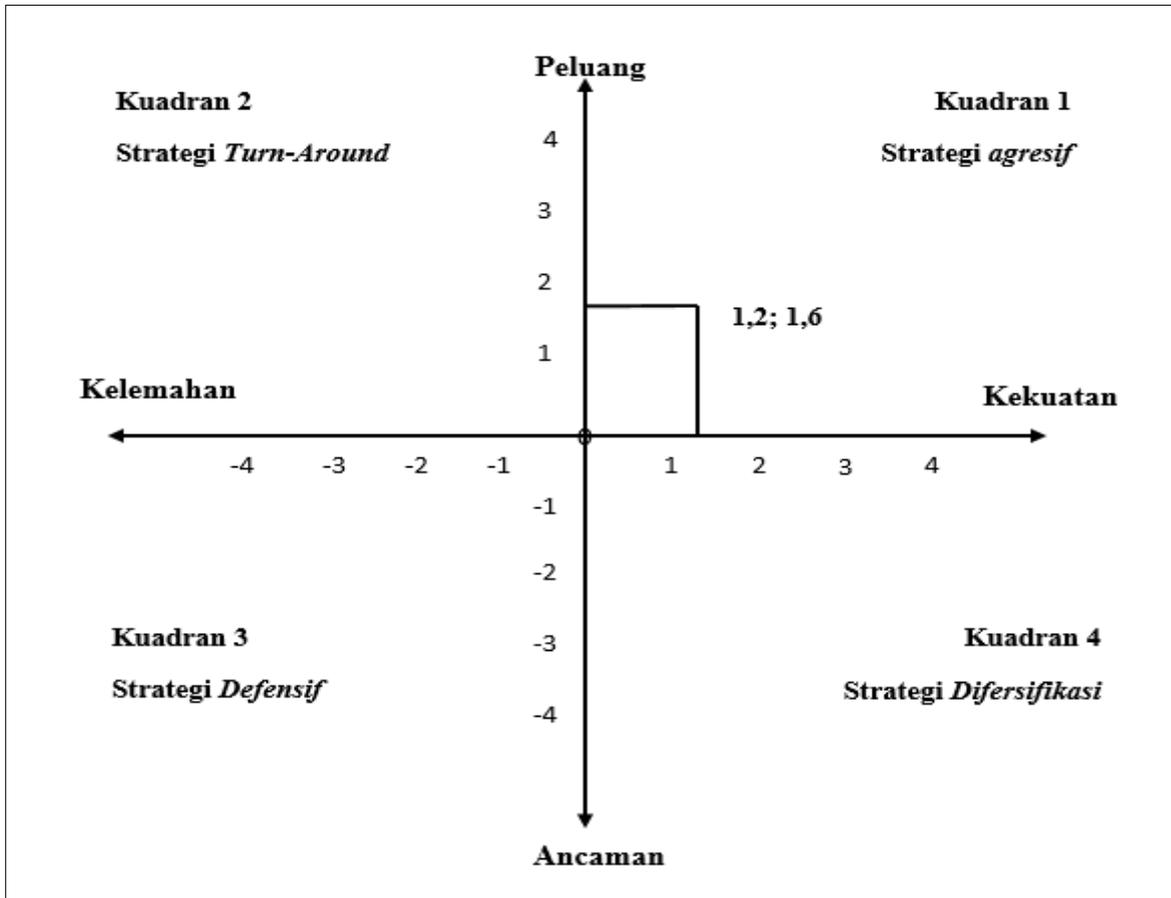
Tabel 2. Analisis Lingkungan Eksternal (ALE)

Faktor Strategi Eksternal Peluang (<i>Opportunities</i>)	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
1. Membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar objek wisata alam (lokasi)	0,30	4	1,20
2. Air yang terdapat dalam kolam tidak pernah kering meskipun musim kemarau (iklim)	0,20	4	0,80
3. Dapat dijangkau dengan berbagai transportasi baik motor ataupun mobil (aksesibilitas)	0,10	2	0,20
4. Objek wisata alam memiliki RTRW (daya tarik)	0,20	4	0,80
5. Sering dijadikan blogging terkait objek wisata yang wajib di kunjungi di Tana Toraja (sarana dan prasarana)	0,20	3	0,60
6. Pengunjung dapat melihat berbagai flora yang ada di sekitar objek wisata (Flora)	0,10	2	0,20
7. Tradisi di objek wisata dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung (Tradisi)	0,20	3	0,60
Total	1		4,40
Faktor Strategi Eksternal Ancaman (<i>Threats</i>)	Bobot	Rating	Nilai (bobot x rating)
1. Pencemaran lingkungan akibat sampah (lokasi)	0,20	2	0,40
2. Bertambahnya tempat wisata baru yang tidak bergantung pada cuaca (iklim)	0,20	2	0,40
3. Sarana transportasi yang belum memadai terutama pengunjung yang menggunakan sarana angkutan umum bertambahnya tempat wisata baru di kabupaten Tana Toraja (aksesibilitas)	0,20	2	0,40
4. Terdapat coretan di beberapa batu di sekitar objek wisata yang merusak pemandangan (daya tarik)	0,30	3	0,60
5. Kurangnya Minat wisatawan mengunjungi objek wisata alam Tilangnga' akibat kondisi sarana dan prasarana kurang memadai (sarana dan prasarana)	0,10	2	0,20
6. Daun dari pohon sekitar objek wisata dapat mengotori kolam alam (Flora)	0,20	2	0,40
7. Belut purba yang jarang keluar dari tempat persembunyian (Tradisi)	0,10	2	0,20
Total	1		2,60

Sumber: Olahan Penelitian (2024)

Berdasarkan [Tabel 2](#) dapat juga disimpulkan faktor Eksternal peluang (*Opportunities*) hasil penjumlahan skornya lebih tinggi (4,40) dari faktor eksternal ancaman (*Threats*) (2,60). Penjumlahan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*), menunjukkan hasil ALE lebih dominan pada

faktor eksternal peluang (*Opportunities*) yang menjadikan faktor internal dengan hasil perhitungan tinggi dalam Pengembangan Objek Wisata Alam. Berdasarkan ALI dan ALE kemudian dibuat kuadran SWOT sebagai dasar perancang strategi yang dijelaskan pada gambar 2.



Gambar 2. Kuadran SWOT

Gambar yang disajikan pada [Gambar 2](#) menunjukkan hasil interpretasi dari penilaian dari masing-masing faktor internal dan eksternal dari faktor-faktor SWOT. Nilai yang diperoleh dari proses penilaian pembobotan dan pengharkatan diperoleh nilai X (faktor internal) sebesar 1,2 dan Y (faktor eksternal) sebesar 1,6.

Kuadran pada gambar 2 menunjukkan posisi pengembangan wisata alam Tilangnga' pada bagian kuadran I sehingga strategi yang tepat untuk diterapkan adalah strategi agresif yaitu strategi yang memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang.

Setelah mengetahui bentuk strategi yang dapat diterapkan pada objek wisata alam Tilangnga', matriks SWOT dirumuskan untuk menentukan langkah-langkah yang dapat

diterapkan dalam bentuk rumusan strategi pengembangan objek wisata alam Tilangnga' yang dapat disajikan pada [Tabel 3](#).

Merujuk pada kuadran yang diperoleh pada gambar 2 dengan nilai ALI (1,2) dan ALE (1,6), posisi wisata alam Tilangnga' berada pada kuadran 1, artinya memiliki keuntungan dengan kekuatan untuk memanfaatkan peluang pengembangan, strategi yang tepat untuk dijalankan adalah strategi pertumbuhan agresif (*Growth Oriented Strategy*), sehingga rumusan strategi yang disarankan dari matriks SWOT adalah *Strength-Opportunities* (S-O). Strategi yang perlu dilakukan adalah memanfaatkan kedekatan dengan pusat kota untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui pelatihan dan pekerjaan di sektor pariwisata.

Pengembangan objek wisata alam Tilangnga' juga dapat dilakukan melalui promosi objek wisata sebagai destinasi ekowisata yang

menawarkan suhu sejuk dan pepohonan untuk memanfaatkan keberlanjutan lingkungan hidup sebagai daya Tarik.

Tabel 3. Matriks SWOT Penentuan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Tilangnga'

ALI	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Salah satu objek Objek wisata yang dekat dengan pusat kota (lokasi) 2. Suhu pada siang hari tetap sejuk karena sekitar objek wisata terdapat pepohonan (iklim) 3. Kondisi jalan yang sudah sangat bagus untuk dilalui dan waktu yang cukup singkat dari pusat kota ke objek wisata alam Tilangnga' (aksesibilitas) 4. Terdapat belut Purba (<i>Anguilla Sp</i>) yang hidup di kolam alam. (daya tarik) 5. Terdapat beberapa gazebo sebagai tempat istirahat bagi para pengunjung (sarana dan prasarana). 6. Sekitar objek wisata memiliki tumbuhan berdaun lebar (Flora). 7. Terdapat sebuah mistis yang dipercaya masyarakat tentang keberadaan objek wisata ini (Tradisi) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Lahan untuk parkir (lokasi) 2. Kondisi air yang sangat dingin ketika musim hujan (iklim) 3. Kondisi jalan menuju objek wisata masih sempit (aksesibilitas) 4. Kegiatan pariwisata yang kurang bervariasi (daya tarik) 5. Kurangnya fasilitas penunjang seperti kursi untuk duduk pengunjung, tempat sampah, rumah makan dan gazebo. (sarana dan prasarana) 6. Tanaman sekitar objek wisata sangat mendominasi sehingga kolam alam tertutupi (flora) 7. Keradaan belut purba yang jarang terlihat
ALE	Opportunities (O)	Strategi S-O
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar objek wisata alam (lokasi). 2. Air yang terdapat dalam kolam tidak pernah kering meskipun musim kemarau (iklim). 3. Dapat dijangkau dengan berbagai transportasi baik motor ataupun mobil (aksesibilitas). 4. Objek wisata yang memiliki RTRW (daya tarik). 5. Sering dijadikan blogging terkait objek wisata yang wajib di kunjungi di Tana Toraja (sarana dan prasarana). 6. Pengunjung dapat melihat berbagai flora yang ada di sekitar objek wisata (Flora). 7. Tradisi di objek wisata dapat menjadi daya tarik bagi pengunjung (Tradisi) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan kedekatan dengan pusat kota untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui pelatihan dan pekerjaan di sektor pariwisata. 2. Promosikan objek wisata sebagai destinasi ekowisata yang menawarkan suhu sejuk dan pepohonan untuk memanfaatkan keberlanjutan lingkungan sebagai daya tarik. 3. Meningkatkan fasilitas transportasi menuju objek wisata, untuk menciptakan peluang bagi pengunjung untuk lebih mudah di jangkau. 4. Memanfaatkan status Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) sebagai dasar pengembangan yang terstruktur untuk meningkatkan daya tarik. 5. Menjalin kerjasama dengan blogger atau influencer untuk meningkatkan visibilitas dan promosi objek wisata sehingga menarik minat pengunjung. 6. Mengintegrasikan dengan program edukasi tentang flora dan fauna dengan konsep
		Strategi W-O
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Kolaborasi dengan pihak terkait untuk mencari solusi terhadap lahan parkir, menciptakan lapangan pekerjaan lokal dalam pengelolaan dan pemeliharaan lahan 2. Tingkatkan variasi kegiatan pariwisata dengan melibatkan masyarakat lokal untuk menciptakan daya tarik yang lebih bervariasi. 3. Bentuk kerjasama dengan pihak swasta atau pemerintah untuk meningkatkan fasilitas, penunjang seperti kursi, tempat sampah, rumah makan, dan gazebo. 4. Implementasikan program pemeliharaan vegetasi yang tepat untuk memastikan keberlanjutan tanaman di sekitar objek wisata sebagai upaya menciptakan harmoni dengan alam. 5. Libatkan masyarakat dalam menyajikan tradisi sebagai

	keberlanjutan melalui informasi kepada pengunjung tentang keanekaragaman tumbuhan	bagian dari pengalaman wisata sehingga menciptakan daya tarik budaya yang kuat.
	7. Menggunakan variasi tradisi lokal sebagai daya tarik utama dalam promosi dan pengemasan objek wisata untuk menciptakan pengalaman yang unik bagi pengunjung.	
Ancaman (Threat)	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Pencemaran lingkungan akibat sampah (lokasi)	1. Implementasikan program pengelolaan sampah dan kampanye anti pencemaran untuk menjaga kebersihan lingkungan sekitar objek wisata.	1. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan komunitas lokal untuk mengembangkan sistem manajemen sampah yang efektif guna mengurangi resiko pencemaran lingkungan.
2. Bertambahnya tempat wisata baru (iklim)	2. Kembangkan kegiatan pariwisata yang lebih unik dan berbeda, sehingga objek wisata tetap menarik meskipun adanya coretan di sekitar batu.	2. Kembangkan program atau kegiatan yang dapat menarik pengunjung meskipun kondisi air cenderung dingin pada musim hujan, seperti festival atau kegiatan musiman.
3. Sarana transportasi yang belum memadai terutama pengunjung yang menggunakan sarana angkutan umum (aksesibilitas)	3. Kerjasama dengan pihak terkait untuk meningkatkan sarana transportasi umum menuju objek wisata.	3. Peningkatan jalan menuju objek wisata
4. Terdapat coretan di beberapa batu di sekitar objek wisata yang merusak pemandangan (daya tarik)	4. Lakukan pemeliharaan dan restorasi pada batu yang terdapat coretan untuk menjaga keaslian daya tarik objek wisata.	4. Tingkatkan variasi kegiatan pariwisata dengan melibatkan masyarakat lokal untuk menjadikan objek wisata lebih menarik di tengah persaingan dengan tempat wisata baru.
5. Kurangnya Minat wisatawan mengunjungi objek wisata alam Tilangnga akibat kondisi sarana dan prasarana kurang memadai. (sarana dan prasarana)	5. Tingkatkan fasilitas penunjang seperti gazebo, tempat sampah, dan rumah makan.	5. Kolaborasi dengan pihak terkait untuk meningkatkan fasilitas penunjang seperti penambahan kursi, tempat sampah, rumah makan, dan gazebo, untuk meningkatkan daya tarik dan minat wisatawan.
6. Daun dari pohon sekitar objek wisata dapat mengotori kolam alam (Flora)	6. Bangun kesadaran untuk menjaga keberlanjutan tanaman di sekitar objek wisata	6. Lakukan program rehabilitasi lanskap untuk memastikan tanaman di sekitar objek wisata tidak menghalangi kolam alam.
7. Belut purba yang jarang keluar dari tempat persembunyian (Tradisi)		7. Ajak masyarakat untuk mengintegrasikan tradisi mereka dalam pengelolaan objek wisata, dengan fokus pada pelestarian lingkungan dan tanaman di sekitar.

Sumber: Olahan Penelitian (2024)

Dilihat dari fasilitasnya dari segi faktor peluang, kemudahan menuju objek wisata menjadi salah satu sektor yang perlu

diperhatikan sehingga diharapkan wisatawan mendapatkan kemudahan dari segi aksesibilitas dengan adanya fasilitas transportasi. Status

objek wisata yang termasuk dalam Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) dapat dijadikan dasar pengembangan yang terstruktur untuk meningkatkan daya tarik. Selain itu, kerja sama dengan *blogger* atau *influencer* untuk meningkatkan visibilitas dan promosi objek wisata sehingga menarik minat pengunjung dan pengintegrasian objek wisata dengan program edukasi tentang flora dan fauna dengan konsep berkelanjutan melalui informasi kepada pengunjung tentang keanekaragaman tumbuhan juga dapat menambah amenities wisatawan. Tradisi lokal yang bervariasi juga menjadi salah satu upaya yang dapat diterapkan sebagai daya tarik utama dalam promosi dan pengemasan objek wisata untuk menciptakan pengalaman yang unik bagi pengunjung.

PEMBAHASAN

Objek Wisata Alam Tilangnga' terletak di Kelurahan Sarira, Makale Utara, Tana Toraja, Sulawesi Selatan. Lokasi ini memiliki keunikan geografis yang menarik, baik dari segi fisik maupun non-fisik. Dari aspek fisik, objek wisata ini memiliki akses jalan yang sudah beraspal, lokasi yang dekat dengan pusat kota, dan suhu yang sejuk karena dikelilingi oleh pepohonan rindang. Kondisi iklim di Tana Toraja yang tropis dengan dua musim (hujan dan kemarau) juga menjadi faktor pendukung bagi kenyamanan wisatawan ([Balimawo et al., 2024](#); [Lantu et al., 2023](#); [Tudjuka et al., 2021](#)).

Dari aspek non-fisik, objek wisata ini memiliki daya tarik budaya yang unik, yaitu keberadaan belut purba (*Anguilla* sp) yang dianggap keramat oleh masyarakat setempat. Tradisi lokal ini menjadi salah satu kekuatan utama objek wisata, karena memberikan nilai tambah bagi pengalaman wisatawan ([Patandean & Ihsan, 2018](#)). Namun, terdapat beberapa kelemahan, seperti kurangnya fasilitas penunjang (kursi, tempat sampah, dan lahan parkir) serta masalah kebersihan lingkungan yang menjadi ancaman bagi keberlanjutan objek wisata.

Berdasarkan hasil penelitian, faktor internal kekuatan (strengths) lebih dominan dibandingkan dengan kelemahan (weaknesses), dengan skor ALI (Analisis Lingkungan Internal) sebesar 1,2. Faktor eksternal peluang (*opportunities*) juga lebih tinggi dibandingkan dengan ancaman (*threats*), dengan skor ALE (Analisis Lingkungan Eksternal) sebesar 1,6. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata berada pada kuadran I dalam matriks SWOT,

yang berarti memiliki potensi untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif (*growth-oriented strategy*), yang fokus pada pemanfaatan kekuatan internal untuk merespons peluang eksternal.

Beberapa strategi konkrit yang dapat diterapkan antara lain pertama pemanfaatan kedekatan dengan pusat kota. Objek wisata yang dekat dengan pusat kota dapat menjadi peluang untuk memberdayakan masyarakat lokal melalui pelatihan dan pekerjaan di sektor pariwisata. Hal ini sejalan dengan penelitian [Kaihatu & Poli \(2019\)](#) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dapat meningkatkan partisipasi lokal dan menciptakan lapangan kerja.

Kedua, promosi sebagai destinasi ekowisata. Objek wisata dapat dipromosikan sebagai destinasi ekowisata yang menawarkan suhu sejuk dan keindahan alam. Promosi ini dapat memanfaatkan media sosial dan kerja sama dengan *blogger* atau *influencer* untuk meningkatkan visibilitas ([Rangkuti, 2014](#)).

Ketiga, peningkatan fasilitas transportasi. Aksesibilitas yang baik merupakan faktor penting dalam menarik minat wisatawan. Peningkatan fasilitas transportasi, baik melalui perbaikan jalan maupun penyediaan angkutan umum, dapat memudahkan wisatawan untuk mencapai objek wisata ([Kholid, 2020](#); [Septiyana & Sholeh, 2022](#)).

Keempat, pemanfaatan status RTRW (Rencana Tata Ruang Wilayah). Status RTRW dapat dijadikan dasar pengembangan yang terstruktur untuk meningkatkan daya tarik objek wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian [Rompas et al., \(2023\)](#) yang menekankan pentingnya perencanaan tata ruang dalam pengembangan pariwisata.

Kelima, integrasi dengan program edukasi. Objek wisata dapat diintegrasikan dengan program edukasi tentang flora dan fauna, yang dapat meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya pelestarian lingkungan. Hal ini juga dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna bagi pengunjung ([Fitroh et al., 2014](#)).

Keenam, pemanfaatan tradisi lokal. Tradisi lokal, seperti kepercayaan masyarakat terhadap belut purba, dapat dijadikan sebagai daya tarik utama dalam promosi dan pengemasan objek wisata. Hal ini dapat menciptakan pengalaman yang unik dan berbeda bagi wisatawan ([Patandean & Ihsan, 2018](#)). Meskipun objek

wisata memiliki potensi yang besar, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti masalah kebersihan lingkungan, kurangnya fasilitas penunjang, dan persaingan dengan objek wisata baru. Untuk mengatasi tantangan ini, beberapa rekomendasi yang dapat diterapkan antara lain pertama, pengelolaan sampah yang efektif. Implementasi program pengelolaan sampah dan kampanye anti pencemaran lingkungan dapat menjaga kebersihan dan keasrian objek wisata. Hal ini sejalan dengan penelitian [Septiyana & Sholeh \(2022\)](#) yang menekankan pentingnya manajemen sampah dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Kedua, peningkatan fasilitas penunjang. Penambahan fasilitas seperti kursi, tempat sampah, dan gazebo dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan. Selain itu, perlu adanya perbaikan terhadap fasilitas yang sudah ada untuk memastikan kelancaran operasional objek wisata ([Rangkuti, 2014](#)).

Ketiga, kolaborasi dengan pihak swasta dan pemerintah. Kerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah dapat membantu dalam pengembangan fasilitas dan promosi objek wisata. Hal ini dapat meningkatkan daya saing objek wisata di tengah persaingan dengan destinasi wisata baru ([Kaihatu & Poli, 2019](#)).

Keempat, pelibatan masyarakat lokal. Masyarakat lokal dapat dilibatkan dalam pengelolaan objek wisata, baik sebagai tenaga kerja maupun dalam penyajian tradisi lokal. Hal ini dapat menciptakan rasa memiliki dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menjaga keberlanjutan objek wisata ([Patandean & Ihsan, 2018](#)).

KESIMPULAN

Objek wisata alam Tilangnga' memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi ekowisata yang berkelanjutan. Strategi agresif yang direkomendasikan, seperti pemanfaatan kedekatan dengan pusat kota, promosi sebagai destinasi ekowisata, dan peningkatan fasilitas transportasi, dapat menjadi langkah awal untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing objek wisata. Namun, tantangan seperti masalah kebersihan dan kurangnya fasilitas penunjang perlu diatasi melalui kolaborasi antara pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal.

SARAN

Pengelola khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Tanah Toraja untuk dapat memperhatikan masalah fasilitas dan infrastruktur seperti fasilitas penunjang, perbaikan lahan parkir dan pengelolaan kebersihan. Selain itu, perlu adanya program edukasi seperti edukasi lingkungan dan kegiatan konservasi alam untuk pelestarian lingkungan khususnya menjaga kestabilan ekosistem belut purba (*Anguilla Sp*).

Bagi para wisatawan untuk dapat menanamkan sikap peduli terhadap kebersihan lingkungan, seperti membuang sampah pada tempatnya, dan pengunjung diharapkan tidak merusak fasilitas yang ada di sekitar Objek Wisata Alam Tilangnga'.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Balimawo, R. W., Sumilat, G. D., & Ramadhan, M. I. (2024). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Kunjungan Objek Wisata Pantai Siuri Desa Toinasa Kabupaten Poso. *GEOGRAPHIA: Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Geografi*, 5(1), 1–8.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja. (2023). *Statistik Kunjungan Wisata Kabupaten Tana Toraja*.
- Fitroh, S., Sugiyanta, I. G., & Suwarni, N. (2014). Tinjauan Geografis Objek Wisata Danau Teluk Gelam. *Jurnal Penelitian Geografi (JPG)*. <https://core.ac.uk/download/pdf/289928339.pdf>
- Kaihatu, J., & Poli, E. (2019). A Study of the Development of Community Development-based Tourism Village in East Likupang of North Minahasa Regency. *Proceedings of the International Conference on Social Science 2019 (ICSS 2019)*. <https://doi.org/10.2991/icss-19.2019.83>
- Kholid, N. (2020). Kajian Geografis Daya Tarik Wisata Alam Gua Dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Di Kecamatan Ayah Kabupaten Kebumen. *Universitas Negeri Semarang, Semarang.[Indonesian]*.

- Lantu, D. N., Lobja, X. E., & Andaria, K. S. (2023). Pengembangan Potensi Wisata Sumaru Endo Kabupaten Minahasa: Analisis Daya Tarik, Aksesibilitas, dan Kunjungan Wisatawan. *GEOGRAPHIA: Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Geografi*, 4(2), 71–81. <https://doi.org/10.53682/gjppg.v4i2.2283>
- Patandean, W. I., & Ihsan, S. A. E. (2018). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Tana Toraja. *Skripsi. Program Studi SI Perencanaan Wilayah Dan Kota*.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratu, N. A., Tendean, M., & Kaihatu, J. E. (2023). Analisis Potensi Objek Wisata Alam di Kabupaten Minahasa Utara. *Jurnal Social Science*, 11(2), 58–67.
- Rompas, F. K., Lobja, X. E., & Rifani, I. (2023). Analisis SWOT dan Strategi Agresif Pengembangan Wisata Pemandian Alam Uluna Kabupaten Minahasa. *GEOGRAPHIA: Jurnal Pendidikan Dan Penelitian Geografi*, 4(2), 112–123. <https://doi.org/10.53682/gjppg.v4i2.5409>
- Septiyana, B. A., & Sholeh, M. (2022). Tinjauan Geografis di Kawasan Objek Wisata Goa Kreo Semarang. *Geo-Image Journal*. <https://journal.unnes.ac.id/sju/geoimage/article/view/56393>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Suharsono, S., & Budi, T. P. (2006). Penajaman Dan Kejelasan Objek Kajian Dalam Disiplin Ilmu Geografi. In *Majalah Geografi Indonesia* (Vol. 20, Issue 2, pp. 187–201).
- Sujali. (1989). *Geografi Pariwisata dan Kepariwisataaan*. Fakultas Geografi UGM.
- Tudjuka, N. W., Soputan, G. J., & Lobja, E. (2021). Model Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Kandela di Kabupaten Poso. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 3(1), 63–71.