
PENINGKATAN DAYA SAING DESTINASI OBJEK WISATA BUNTU BURAKE DI KABUPATEN TANA TORAJA

Eganiati Terifena Sureken¹, Basri Bado², Citra Ayni Kamaruddin³, Himaya Praptani
Adys⁴, Irwandi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Makassar

E-mail : eganiatyterifenasureken@gmail.com¹, basri.bado@unm.ac.id²,
citraayni@unm.ac.id³, praptani@unm.ac.id⁴, irwandi@unm.ac.id⁵

ABSTRACT

This study aims to analyze the internal and external factors and to formulate development strategies to improve the competitiveness of the Buntu Burake Tourism Destination in Tana Toraja Regency. The research employed a descriptive approach using a mixed method, combining qualitative and quantitative methods. The research was conducted on January 20 at the Buntu Burake Tourism Object located in Makale District, Tana Toraja Regency, South Sulawesi Province. The population of this study consisted of all tourists who visited Buntu Burake Tourism Object from 2020 to 2024, totaling 622,646 visitors. The sample size was determined using the Slovin formula with a margin of error of 10%, resulting in 100 respondents selected through random sampling techniques. Data collection techniques included questionnaires using a Likert scale, structured interviews, observation, and documentation. The collected data were analyzed using SWOT analysis through the preparation of IFAS (Internal Factor Analysis Summary) and EFAS (External Factor Analysis Summary) matrices. The results show that internally, the Buntu Burake Tourism Object has strengths such as natural and artificial attractions, a strategic location, good accessibility, and available security services. However, several weaknesses were identified, including limited parking areas, insufficient toilets, and inadequate directional signage. Externally, the destination has opportunities such as government support, promotion through social media, and the growth of local community businesses. Nevertheless, it also faces threats such as competition from similar tourist destinations and weather conditions. Therefore, development strategies should focus on utilizing strengths to capture opportunities, improving facilities and services, and continuously evaluating and developing the destination to enhance its competitiveness.

Keywords: *Destination Competitiveness, Tourism Development, SWOT Analysis, Buntu Burake, Tana Toraja.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan dalam meningkatkan daya saing destinasi Objek Wisata Buntu Burake di Kabupaten Tana Toraja. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif

dengan metode campuran (*mixed method*), yaitu kualitatif dan kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada tanggal 20 Januari di Objek Wisata Buntu Burake, Kecamatan Makale, Kabupaten Tana Toraja, Provinsi Sulawesi Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Buntu Burake pada periode tahun 2020–2024 sebanyak 622.646 orang. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden yang dipilih menggunakan teknik *random sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert, wawancara terstruktur, observasi, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT melalui penyusunan Matriks IFAS dan EFAS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara internal Objek Wisata Buntu Burake memiliki kekuatan berupa daya tarik alam dan buatan, lokasi yang strategis, aksesibilitas yang baik, serta adanya layanan keamanan. Namun demikian masih terdapat kelemahan seperti keterbatasan fasilitas parkir, toilet, serta rambu penunjuk arah yang belum optimal. Secara eksternal terdapat peluang berupa dukungan pemerintah, promosi melalui media sosial, serta berkembangnya usaha masyarakat lokal, namun juga menghadapi ancaman berupa persaingan dengan destinasi wisata lain dan faktor cuaca. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang, meningkatkan fasilitas dan pelayanan, serta melakukan evaluasi dan pengembangan destinasi secara berkelanjutan guna meningkatkan daya saing destinasi wisata.

Kata Kunci: Daya Saing Destinasi, Pengembangan Pariwisata, Analisis SWOT, Buntu Burake, Tana Toraja.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk tujuan rekreasi, hiburan, maupun pengalaman budaya yang dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Sektor pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan daerah melalui efek berganda (*multiplier effect*), seperti meningkatnya pendapatan masyarakat, berkembangnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), serta terbukanya peluang kerja bagi masyarakat lokal. Oleh karena itu, pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan menjadi hal penting agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara optimal tanpa mengabaikan aspek sosial, budaya, dan lingkungan (Sulandjari et al., 2024).

Kabupaten Tana Toraja merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang cukup besar, baik dari segi kekayaan budaya maupun keindahan alamnya yang khas. Potensi tersebut menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu pilar pembangunan daerah yang mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Apabila dikelola secara optimal, sektor ini dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan daya tarik destinasi wisata bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Saputra et al., 2023).

Salah satu destinasi wisata yang cukup populer di Kabupaten Tana Toraja adalah objek wisata Buntu Burake. Destinasi ini mulai dibuka untuk umum pada tahun 2015 dan sejak saat itu menjadi salah satu tujuan

wisata unggulan di wilayah tersebut. Daya tarik utama dari objek wisata ini adalah keberadaan Patung Yesus Memberkati dengan tinggi sekitar 40 meter yang berdiri di puncak bukit dan menghadap ke Kota Makale. Selain itu, kawasan wisata ini juga dilengkapi dengan berbagai fasilitas pendukung seperti jembatan kaca, area refleksi religi, spot foto, serta berbagai fasilitas penunjang lainnya yang menarik minat wisatawan, khususnya generasi muda. Lokasinya yang relatif dekat dengan pusat kota serta promosi melalui media sosial turut meningkatkan visibilitas destinasi ini di kalangan wisatawan (Sinay et al., 2022).

Tabel 1. 1 Jumlah Wisatawan Berkunjung ke Tana Toraja, Tahun 2020-2024

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (Jiwa)		Jumlah (jiwa)
		Lokal	Mancanegara	
1	2020	93.545	830	94.375
2	2021	78.193	100	78.293
3	2022	480.631	1.335	481.966
4	2023	487.461	4.024	491.485
5	2024	495.590	6.400	501.990
Total				1.648.109

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, 2025

Berdasarkan Tabel 1.1, jumlah wisatawan yang berkunjung ke Tana Toraja dari tahun 2020 sampai 2024 mengalami naik turun yang cukup jelas., pada tahun 2020 dan 2021 terjadi penurunan yang sangat tajam akibat pandemi COVID-19 yang membatasi perjalanan dan aktivitas wisata. Setelah itu, mulai tahun 2022 hingga 2024, jumlah wisatawan kembali meningkat secara bertahap seiring dengan membaiknya kondisi pariwisata dan dibukanya kembali akses perjalanan.

Tabel 1. 2 Jumlah Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Buntu Burake, Tahun 2020-2024

No	Tahun	Jumlah Pengunjung (Jiwa)		Jumlah (jiwa)
		Lokal	Mancanegara	
1	2020	54.254	100	54.354
2	2021	37.887	0	37.887
3	2022	174.637	0	174.637
4	2023	200.823	8	200.831
5	2024	148.537	6.400	154.937
Total				622.646

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja, 2025

Tabel 1.2 Menunjukkan data jumlah pengunjung wisata di Kabupaten Tana Toraja dari tahun 2020 hingga 2024 merujuk pada data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Tana Toraja tahun 2025. Secara umum, total pengunjung mengalami fluktuasi cukup signifikan setiap tahunnya. Pada tahun 2020 dan 2021 mengalami penurunan tajam akibat pandemi COVID-19, di mana jumlah pengunjung hanya berkisar puluhan ribu orang Menariknya, pada tahun 2024 terdapat lonjakan wisatawan mancanegara menjadi 6.400 jiwa, menunjukkan mulai pulihnya minat wisata asing terhadap Tana Toraja. Secara keseluruhan, selama tujuh tahun terakhir, total kunjungan wisatawan ke Tana Toraja mencapai 622.626 jiwa, yang menggambarkan pentingnya sektor pariwisata

Dalam pengembangan destinasi wisata, diperlukan strategi yang tepat agar potensi yang dimiliki dapat dimanfaatkan secara optimal. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan adalah analisis SWOT yang bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang mempengaruhi pengembangan suatu destinasi wisata.

Melalui analisis ini, dapat dirumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan objek wisata Buntu Burake serta merumuskan strategi pengembangan destinasi berdasarkan analisis SWOT guna meningkatkan daya saing objek wisata Buntu Burake di Kabupaten Tana Toraja.

1. Teori pariwisata

Menurut Spillane (1987), pariwisata merupakan aktivitas perjalanan sementara satu orang atau sekelompok orang melakukan perpindahan tempat guna mendapatkan kesenangan, hiburan, atau pengalaman tertentu, tanpa bermaksud mencari penghasilan di tempat yang dikunjungi. Kegiatan pariwisata bersifat sementara, berbeda dengan pemindahan tempat tinggal secara permanen, dan bertujuan untuk rekreasi, pengalaman, atau kepuasan pribadi, bukan untuk bekerja atau menetap di destinasi yang dikunjungi.

UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, khususnya dalam Bab 1 Pasal 1, disebutkan wisata merupakan aktivitas perjalanan yang dijalankan perorangan ataupun kelompok untuk mendatangi lokasi tertentu dengan maksud utama untuk berekreasi, mengembangkan pribadi, atau mempelajari keistimewaan dan daya pikat dari destinasi wisata yang didatangi dalam periode waktu yang tidak permanen.

2. Daya Saing

Dalam *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, Ritchie

dan Crouch (2003) mendefinisikan daya saing destinasi sebagai kapasitas suatu destinasi untuk meningkatkan pengeluaran pengunjung, menarik lebih banyak wisatawan dengan menawarkan pengalaman perjalanan yang memuaskan dan berkesan, serta secara berkelanjutan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Menurut (Sari & Nugroho, 2022) daya saing destinasi merupakan kemampuan daerah wisata dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkelanjutan sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan serta kesejahteraan masyarakat local. Menurut (Huda & Santoso, 2021) daya saing diartikan sebagai kemampuan wilayah dalam meningkatkan produktivitas ekonomi yang berdampak pada pertumbuhan dan kesejahteraan masyarakat. Definisi ini menekankan bahwa daya saing tidak hanya berkaitan dengan keunggulan komparatif, tetapi juga kemampuan inovasi dan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya.

3. Komponen utama dalam Pengembangan Destinasi

Cooper (2005) Empat elemen kunci dari 4A daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan layanan tambahan memiliki dampak signifikan terhadap seberapa baik suatu lokasi wisata berkembang dan menarik pengunjung. Keempat elemen ini dapat memberikan gambaran lengkap tentang jenis pengalaman yang akan didapatkan pengunjung, serta berfungsi sebagai indikator kelayakan suatu destinasi.

1) Daya Tarik (*Attraction*)

Daya tarik (*Attraction*) adalah komponen yang mendasari wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Daya tarik ini dapat berupa keindahan alam,

budaya, sejarah, buatan manusia, maupun aktivitas khusus yang disediakan di destinasi tersebut. *Attraction* menjadi faktor kunci yang membangkitkan motivasi awal wisatawan untuk melakukan perjalanan.

2) Akseibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas (*Accessibility*) mencakup seluruh infrastruktur dan fasilitas yang dibutuhkan pengunjung untuk mencapai suatu tujuan. Hal ini mencakup bandar udara, pelabuhan, jalur kereta api, infrastruktur, dan cakupan fasilitas transportasi umum, serta faktor operasional lainnya termasuk frekuensi layanan dan jalur atau rute operasional.

3) Fasilitas (*Amenities*)

Fasilitas (*Amenities*) mencakup sarana dan prasarana yang disediakan di destinasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti restoran, toilet, area parkir, penginapan, pusat informasi, tempat ibadah, serta fasilitas rekreasi lainnya. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan selama berada di lokasi.

4) *Ancillary* (Pelayanan Tambahan)

Pelayanan Tambahan (*Ancillary*) merupakan dukungan yang diberikan oleh berbagai organisasi, pemerintah daerah, kelompok masyarakat, dan pengelola destinasi wisata menawarkan layanan pendukung. Layanan keamanan, pemandu wisata, manajemen destinasi, layanan kesehatan, promosi pariwisata, dan layanan pendukung operasional lainnya

merupakan beberapa contoh layanan tersebut..

- 5) Pelayanan Tambahan (*Ancillary*) dalam teori Cooper merujuk pada layanan pendukung yang turut memastikan kelancaran aktivitas wisata.

4. **Potensi Pengembangan Wisata**

Potensi wisata merupakan berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata yang mampu menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung dan menikmati kawasan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa potensi wisata menjadi salah satu faktor penting yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi (Mariotti dalam Yoeti, 1983)

5. **Analisis Swot**

Analisis SWOT adalah teknik analisis strategis yang membantu merumuskan dan membangun strategi organisasi berdasarkan fakta dan informasi yang telah dikumpulkan sebelumnya dengan mengevaluasi situasi internal dan eksternal. SWOT merupakan singkatan dari (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*), yang menggambarkan factor-faktor strategis yang memengaruhi kinerja perusahaan (Wheelen & Hunger, 2012).

Aspek internal dan eksternal adalah dua kategori utama elemen dalam analisis SWOT, menurut (Kotler & Keller, 2009). Kekuatan dan kelemahan adalah contoh elemen internal, sedangkan peluang dan ancaman adalah contoh kekuatan eksternal. Sementara itu, analisis SWOT adalah salah satu teknik yang dapat digunakan untuk membuat rencana manajemen pemasaran yang sukses, menurut Komaruddin

Sastradipoera (2003:46). Keempat elemen SWOT kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman—dikombinasikan atau dipasangkan dalam analisis faktor IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) untuk menghasilkan strategi

6. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sabila Almas Andina dan Istijabatul Aliyah (2021) menunjukkan bahwa daya tarik destinasi merupakan faktor utama yang mempengaruhi minat wisatawan dalam mengunjungi Candi Borobudur. Selain itu, minat berkunjung wisatawan juga dipengaruhi oleh faktor motivasi berwisata, kemudahan akses informasi, aksesibilitas yang baik, serta ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Putra, Kawung, dan Rorong (2022) mengenai pengembangan potensi pariwisata di Kabupaten Toraja Utara menemukan bahwa pengembangan pariwisata dipengaruhi oleh beberapa faktor penting seperti fasilitas, infrastruktur pariwisata, keterlibatan masyarakat, serta dukungan kelembagaan pemerintah daerah. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan yang baik dari pemerintah daerah memiliki peran penting dalam mendorong pengembangan destinasi wisata.

Selain itu, beberapa penelitian juga menyoroti hubungan antara sektor pariwisata dan pendapatan daerah. Penelitian yang dilakukan oleh Rahman, Wahidin, dan Fadlli (2025) menunjukkan bahwa jumlah wisatawan memiliki pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Lombok Utara. Temuan serupa

juga diungkapkan oleh Putra, Karmini, dan Wenagama (2021) yang menyatakan bahwa jumlah kunjungan wisatawan dan rata-rata pengeluaran wisatawan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan PAD serta pertumbuhan ekonomi di Provinsi Bali.

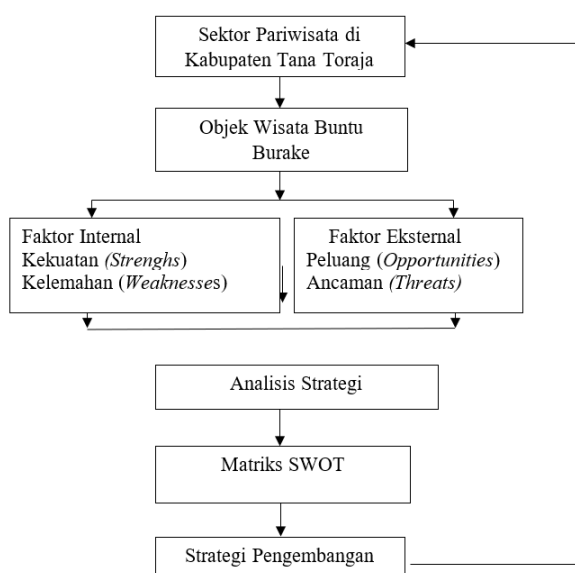
Penelitian lain oleh Hermin, Paranoan, dan Sabandar (2024) menunjukkan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Mamasa masih tergolong rendah, meskipun mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sementara itu, penelitian Seingo et al. (2025) di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta menemukan bahwa jumlah akomodasi perhotelan memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan daerah, sedangkan jumlah wisatawan tidak selalu memberikan dampak yang signifikan.

Dalam konteks pengembangan strategi destinasi wisata, beberapa penelitian menggunakan pendekatan analisis SWOT. Penelitian Katuwu, Walewangko, dan Masloman (2023) menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata melalui analisis SWOT dapat meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Poso. Hasil serupa juga ditemukan oleh Safitri dan Juliprijanto (2020) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata memerlukan strategi yang terintegrasi antara pengelolaan destinasi, promosi, serta kerja sama antar pemangku kepentingan.

Penelitian terbaru oleh Matius, Matasik, dan Rambulangi (2025) mengenai strategi pengembangan objek wisata Buntu Singki' di Kabupaten Toraja Utara menunjukkan bahwa kombinasi pendekatan konsep 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services) dan analisis

SWOT efektif dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi wisata berbasis potensi lokal. Hasil penelitian tersebut menempatkan objek wisata Buntu Singki' pada posisi Kuadran I (strategi agresif) yang menunjukkan bahwa destinasi memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui penguatan daya tarik wisata, peningkatan fasilitas, serta optimalisasi promosi digital.

Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah Penulis

Kerangka pikir penelitian ini menggambarkan kondisi sektor pariwisata di Kabupaten Tana Toraja yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Salah satu destinasi wisata yang cukup dikenal adalah objek wisata Buntu Burake, yang memiliki daya tarik berupa wisata alam dan wisata religi. Penelitian ini menganalisis dua faktor utama yang mempengaruhi pengembangan destinasi tersebut, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan objek wisata, seperti pengelolaan destinasi,

ketersediaan fasilitas, serta potensi sumber daya pariwisata. Sementara itu, faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan luar, seperti kondisi ekonomi, dukungan pemerintah, perkembangan pariwisata, serta tingkat persaingan antar destinasi wisata. Selanjutnya, faktor-faktor tersebut dianalisis menggunakan pendekatan SWOT Analysis untuk mengetahui posisi strategis objek wisata dan merumuskan strategi pengembangan yang tepat melalui matriks SWOT. Strategi yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengembangan objek wisata Buntu Burake sehingga mampu meningkatkan daya saing destinasi serta menarik lebih banyak kunjungan wisatawan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan pendekatan deskriptif yang mengombinasikan teknik kualitatif dan kuantitatif. Metode ini digunakan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi objek penelitian berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan objek wisata Buntu Burake di Kabupaten Tana Toraja. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi destinasi wisata, meliputi atraksi wisata, aksesibilitas, fasilitas, dan layanan pendukung melalui observasi, dokumentasi, serta penyebaran kuesioner kepada pengunjung. Sementara itu, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data hasil survei responden yang kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT Analysis melalui penyusunan matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

dan EFAS (External Factor Analysis Summary). Hasil analisis tersebut selanjutnya digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan destinasi yang tepat guna meningkatkan daya saing objek wisata Buntu Burake.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Buntu Burake. Berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar responden adalah perempuan dengan persentase 70%, sedangkan laki-laki sebesar 30%. Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada kelompok usia 17–25 tahun sebanyak 75 orang, diikuti usia 26–35 tahun sebanyak 14 orang, usia <17 tahun sebanyak 9 orang, dan usia 36–45 tahun sebanyak 2 orang. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Buntu Burake lebih banyak diminati oleh wisatawan usia muda. Berdasarkan asal daerah, sebagian besar wisatawan berasal dari wilayah Toraja sebanyak 70 orang. Selain itu, terdapat juga wisatawan dari daerah lain seperti Makassar, Luwu, Kendari, Kalimantan, serta beberapa daerah lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa objek wisata Buntu Burake tidak hanya menarik bagi wisatawan lokal, tetapi juga telah dikenal oleh wisatawan dari berbagai daerah di Indonesia.

2. Analisis Faktor Internal (IFAS)

Adapun hasil perhitungan tersebut disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4.2 Identifikasi Faktor Internal

	Kekuatan (Strength)	Bobot	Rating	Skor
S1	Daya tarik Alam serta buatan, seperti jembatan kaca dan spot foto, meningkatkan pengalaman wisatawan	0,21	5	1,04
S2	Lokasi strategis dekat dari pusat kota	0,23	5	1,15
S3	Kondisi jalan menuju Buntu Burake mendukung kenyamanan perjalanan	0,19	4	0,75
S4	Objek Wisata Buntu Burake mudah dijangkau oleh wisatawan	0,19	4	0,76
S5	Layanan keamanan destinasi memberikan rasa aman bagi wisatawan.	0,18	4	0,73
SUB TOTAL		1,00		4,44

	Kelemahan (Weakness)	Bobot	Rating	Skor
W1	Rambu dan petunjuk arah	0,19	3	0,56
W2	fasilitas Parkir dan Toilet	0,21	3	0,63
W3	Fasilitas penunjang seperti penginapan di sekitar kawasan wisata	0,20	3	0,61
W4	Ketersediaan pemandu wisata	0,21	3	0,63
W5	Wisatawan membuang sampah sembarangan di sekitar objek wisata	0,19	3	0,56
SUB TOTAL		1,00		3,00

Dengan bobot total 1,00, skor keseluruhan sama dengan jumlah skor kekuatan dan kelemahan, yaitu 4,44 dikurangi 3,00 = 1,44. Angka ini menunjukkan bahwa Pariwisata Buntu Burake berkinerja lebih baik dari biasanya di Kabupaten Tana Toraja.

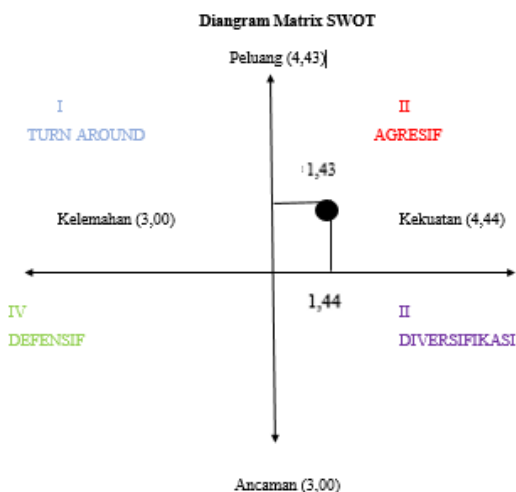
Tabel 4.3 Identifikasi Faktor Eksternal

	Peluang (Opportunity)	Bobot	Rating	Skor
O1	Pengembangan objek wisata Buntu Burake berpotensi menjadi sarana promosi budaya Toraja kepada wisatawan	0,21	5	1,04
O2	Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang lebih luas	0,20	4	0,78
O3	Keberadaan destinasi membantu masyarakat sekitar dalam membuka lapangan pekerjaan	0,22	5	1,09
O4	Adanya dukungan dari Pemerintah Kabupaten Tana Toraja	0,19	4	0,76
O5	Keberadaan Objek Wisata Buntu Burake berdampak pada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar	0,19	4	0,75
SUB TOTAL		1,00		4,43

Ancaman (<i>Threat</i>)	Bobot	Rating	Skor
T1 Banyaknya pilihan destinasi wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama dengan Buntu Burake	0,21	3	0,63
T2 Kondisi cuaca menjadi pertimbangan kunjungan wisatawan	0,20	3	0,61
T3 Informasi buruk di media sosial terhadap destinasi wisata	0,19	3	0,56
T4 Perbandingan Fasilitas dengan destinasi pesaing	0,20	3	0,59
T5 Potensi bencana/gangguan alam seperti longsor disekitar lokasi objek wisata	0,20	3	0,61
SUB TOTAL	1,00		3,00

Skor peluang dikurangi skor ancaman keseluruhan sama dengan skor total, yaitu $4,43 - 3,00 = 1,43$ dengan bobot total 1,00. Temuan ini menunjukkan bahwa destinasi wisata Buntu Burake di Kabupaten Tana Toraja berkinerja lebih baik dari rata-rata dalam menerapkan rencana yang memanfaatkan peluang dan menghindari bahaya.

Setelah melakukan analisis faktor internal (IFAS) dan analisis faktor eksternal (EFAS), langkah selanjutnya adalah menghitung skor IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*). Tujuan dari perhitungan ini adalah untuk memastikan posisi strategis Destinasi Wisata Buntu Burake di dalam diagram SWOT.



Sumber: Diolah oleh Penulis

3. Matrix SWOT

Tabel 4.4 Perumusan Strategi

Variabel Strategi	Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
IFAS	1. Daya tarik Alam serta buatan, seperti jembatan kaca dan spot foto, meningkatkan pengalaman wisatawan	1. Rambu dan petunjuk arah yang belum optimal
	2. Lokasi strategis dekat dari pusat kota	2. Keterbatasan fasilitas Parkir dan Toilet
EFAS	3. Kondisi jalan menuju Buntu Burake mendukung kenyamanan perjalanan	3. Terbatasnya Fasilitas penunjang seperti penginapan tempat kuliner di sekitar objek wisata
	4. Objek Wisata Buntu Burake mudah dijangkau oleh wisatawan	4. Ketersediaan pemandu wisata belum memadai
	5. Layanan keamanan destinasi memberikan rasa aman bagi wisatawan.	5. Kebiasaan wisatawan membuang sampah sembarangan di sekitar objek wisata
Peluang (Opportunities)	SO	WO
1. Pengembangan objek wisata Buntu Burake berpotensi menjadi sarana promosi budaya Toraja kepada wisatawan	1. Memanfaatkan daya tarik alam dan buatan (jembatan kaca & spot foto) sebagai ikon promosi budaya Toraja melalui media sosial dan event budaya	1. Perbaikan sarana dan prasarana
2. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi yang lebih luas	2. Menggunakan media sosial secara aktif (Instagram, TikTok, YouTube) dengan menonjolkan akses mudah, lokasi strategis, dan keamanan destinasi	2. Program Edukasi Wisata Ramah Lingkungan
3. Keberadaan destinasi membantu masyarakat sekitar dalam membuka lapangan pekerjaan	3. Mendorong UMKM, kerajinan khas Toraja, kuliner lokal, dan jasa fotografi untuk meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar	
4. Adanya dukungan dari Pemerintah Kabupaten Tana Toraja		
5. Keberadaan Objek Wisata Buntu Burake berdampak pada usaha yang dikelola oleh masyarakat sekitar		
Ancaman (Threat)	ST	WT
1. Banyaknya pilihan destinasi wisata lain yang menawarkan produk wisata yang sama dengan Buntu Burake	1. Memastikan keamanan dan kenyamanan tetap terjaga agar unggul dibanding pesaing	1. Menambah papan petunjuk dan peta lokasi guna meningkatkan pengalaman wisatawan
2. Kondisi cuaca menjadi pertimbangan kunjungan wisatawan	2. Meningkatkan fasilitas secara berkelanjutan agar tidak tertinggal dari destinasi pesaing	2. Melakukan survei rutin untuk mengetahui kekurangan dan segera melakukan perbaikan
3. Informasi buruk di media sosial terhadap destinasi wisata		
4. Perbandingan Fasilitas dengan destinasi pesaing		
5. Perbandingan Fasilitas dengan destinasi pesaing		

Sumber: Diolah oleh penulis

Berdasarkan Matriks SWOT tersebut dapat diketahui bahwa strategi pengembangan objek wisata Buntu Burake dapat dilakukan melalui empat pendekatan, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Strategi SO berfokus pada pemanfaatan kekuatan destinasi untuk memanfaatkan peluang yang ada, sedangkan strategi WO bertujuan memperbaiki kelemahan dengan memanfaatkan peluang yang tersedia. Sementara itu, strategi ST menggunakan kekuatan destinasi untuk menghadapi berbagai ancaman eksternal, dan strategi WT

berfokus pada upaya meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman yang mungkin terjadi dalam pengembangan destinasi wisata.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, secara internal Objek Wisata Buntu Burake memiliki kekuatan berupa daya tarik alam dan buatan, lokasi yang strategis, akses jalan yang baik, serta adanya layanan keamanan, namun masih terdapat kelemahan seperti rambu penunjuk arah yang belum optimal, keterbatasan parkir dan toilet, serta minimnya fasilitas pendukung. Secara eksternal, destinasi ini memiliki peluang melalui promosi budaya Toraja, pemanfaatan media sosial, dukungan pemerintah, dan berkembangnya usaha lokal, tetapi juga menghadapi ancaman berupa persaingan destinasi wisata sejenis, faktor cuaca, serta perbandingan fasilitas dengan destinasi lain. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang, memperbaiki sarana dan prasarana, meningkatkan kualitas pelayanan, serta melakukan evaluasi dan pengembangan fasilitas secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Andina, S. A., & Aliyah, I. (2021). Analisis faktor yang mempengaruhi minat kunjungan wisatawan ke kawasan wisata Candi Borobudur. *Jurnal Pariwisata dan Pembangunan*, 9(2), 120–130.

Cooper, C. (2005). *Tourism: Principles and Practice* (3rd ed.). London: Pearson Education Limited.

Hermin, H., Paranoan, D., & Sabandar, S. (2024). Kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Mamasa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 45–56.

Huda, M., & Santoso, B. (2021). Analisis daya saing daerah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi wilayah. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Regional*, 6(2), 89–98.

Katuwu, A., Walewangko, E., & Masloman, I. (2023). Strategi pengembangan sektor pariwisata dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Poso. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 24(2), 150–162.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing Management* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Mariotti, A. (1983). *Tourism Planning and Development*. New York: McGraw Hill.

Matius, M., Matasik, A., & Rambulangi, R. (2025). Strategi pengembangan objek wisata Buntu Singki' di Kabupaten Toraja Utara menggunakan pendekatan 4A dan analisis SWOT. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 7(1), 55–67.

Putera, R., Kawung, G. M. V., & Rorong, I. P. F. (2022). Pengembangan potensi pariwisata di Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 23(1), 77–90.

Putra, I. M. D. G., Karmini, N. L., & Wenagama, I. W. (2021). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan dan pengeluaran wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan*

- Universitas Udayana*, 10(5), 1880–1898.
- Rahman, A., Wahidin, W., & Fadlli, M. (2025). Pengaruh jumlah wisatawan terhadap Pendapatan Asli Daerah di Kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Ekonomi Regional*, 13(1), 34–45.
- Sari, N., & Nugroho, S. (2022). Analisis daya saing destinasi wisata berbasis keberlanjutan. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(2), 101–110.
- Safitri, R., & Juliprijanto, W. (2020). Strategi pengembangan pariwisata daerah melalui analisis SWOT. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(2), 210–220.
- Saputra, D., Rahmawati, S., & Hidayat, T. (2023). Pengembangan potensi pariwisata daerah dalam meningkatkan ekonomi lokal. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 8(1), 23–34.
- Seingo, R., Nugraha, A., & Prasetyo, B. (2025). Pengaruh sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 14(1), 66–78.
- Sinay, L., Rahayu, S., & Wibowo, A. (2022). Peran media sosial dalam promosi destinasi wisata religi di Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 6(2), 95–104.
- Spillane, J. J. (1987). *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sulandjari, R., Pratama, D., & Lestari, A. (2024). Pengelolaan pariwisata berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. *Jurnal Pariwisata Berkelanjutan*, 5(1), 10–21.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic Management and Business Policy* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Yoeti, O. A. (1983). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.