



## **Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja**

**Abedneigo Carter Rambulangi \*, Mince Batara**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

\*Corresponding author email address: [abedneigocarterrambulangi134@gmail.com](mailto:abedneigocarterrambulangi134@gmail.com)

<b>ARTICLE INFO</b>	<b>ABSTRACT</b>
<p><b>Keywords:</b> Potential Tourism; Development Tourism Strategy; Marketing Strategy</p>	<p><i>The tourism potential of Tana Toraja Regency is many potential. The development of this potential is expected to encourage regional development. Currently, there are 7 (seven) tourism development strategies implemented in Tana Toraja. Therefore, it is necessary to evaluate the implementation of 7 (seven) strategies. The purpose of this research to explore the information about the level of influence the progress implementing of seven strategies and factors influence the development of tourism in Tana Toraja Regency. This research is qualitative with descriptive type. The results of this research, are : (1) all strategies have been implemented but the results of the implementation of these strategies are different. Where the strategy of strengthening marketing and product development was successfully implemented and has given significant results. The strategy in distribution and multiplier and product development strategy has a significant results, but there are still parts have not been successfully implemented, and HR development strategy, Spatial development and tourism interest processing strategy have not provided significant results for the development of Tana Toraja tourism. (2) The driving aspects of tourism development owned by Tana Toraja include: The naturalness of tourism objects, the role and participation of the Toraja society and tourism promotion objects are very diverse and creative. (3) And inhibiting aspects are: Inadequate facilities and infrastructure, unprofessional human resources in the field of tourism and the legal basis (Perda) specifically on tourism is not.</i></p>
<p><b>Kata Kunci:</b> Potensi Pariwisata; Strategi Pengembangan Pariwisata; Strategi Pemasaran</p>	<p>Potensi pariwisata Kabupaten Tana Toraja sangatlah besar. Pengembangan potensi tersebut diharapkan dapat mendorong pembangunan daerah. Saat ini, Ada 7 (tujuh) strategi pengembangan pariwisata yang diterapkan di Tana Toraja. Oleh karena itu perlu dilakukan evaluasi terhadap penerapan 7 (tujuh) strategi tersebut. Tujuan penelitian ini yakni menggali informasi tentang tingkat pengaruh dari progress penerapan tujuh strategi dan faktor yang mempengaruhi perkembangan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. Penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis deskriptif. Adapun hasil penelitian ini, yakni : (1) semua strategi telah diterapkan namun hasil dari penerapan strategi tersebut berbeda-beda. Dimana Strategi pemantapan pemasaran dan pengembangan produk yang berhasil diterapkan dan memberikan hasil yang sangat signifikan. Strategi dibidang distribusi dan multiplier dan strategi pengembangan produk berpengaruh signifikan, namun masih ada</p>

---

bagian yang belum berhasil diterapkan, dan Strategi pengembangan SDM, Spasial pengembang dan Strategi pengolahan in terest pariwisata belum memberikan hasil signifikan bagi perkembangan pariwisata Tana Toraja. (2) Aspek pendorong pengembangan pariwisata yang dimiliki Tana Toraja antara lain: Kenaturalan objek wisata, Peran dan partisipasi masyarakat dan Promosi tentang objek wisata sangat beragam dan kreatif.(3) Dan aspek penghambat yakni: Sarana dan prasaran yang belum memadai, SDM belum professional dibidang pariwisata dan landasan hukum (Perda) khusus tentang pariwisata yang belum ada.

---

## Pendahuluan

Tana Toraja adalah salah satu daerah yang ada di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang sangat besar, sehingga diharapkan dapat dikembangkan dengan semaksimal mungkin agar dapat mendukung pembangunan daerah lewat peningkatan PAD. Dalam (UNDANG\_UNDANG RI 2009) pasal 4 “menjelaskan tujuan kepariwisataan di Indonesia yaitu untuk : Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, Meningkatkan kesejahteraan rakyat, Menghapus kemiskinan, Mengatasi pengangguran, Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, Memajukan kebudayaan, Mengangkat citra bangsa, Memupuk rasa cinta tanah air, Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa, dan Mempererat persahabatan antarbangsa.” Sesuai amanat undang-undang diatas maka pemerintah daerah memiliki peluang untuk mengembangkan pariwisata yang ada di Tana Toraja agar mampu mendukung pembangunan daerah dari segi ekonomi, kerjasama bilateral dan kebudayaan.

Dari segi potensi yang dimiliki oleh pariwisata Tana Toraja sebenarnya tidak kalah jauh dengan potensi-potensi yang dimiliki oleh daerah wisata lain seperti Bali. Potensi Pariwisata Tana Toraja dapat diklasifikasikan menjadi 4 jenis yakni: wisata alam, sejarah, seni dan budaya dan agro.

Untuk jenis wisata alam meliputi Objek Wisata Buntu Burake, Goa Alam Sullukan, Goa Alam Sa'pang Bayo-Bayo, Air Terjun Sarambu, Air Terjun Talando Tallu, Air Terjun Pakkara, Kolam Pemandian Air Panas Makula, Kolam Alam Tilangnga, Bukit Sion, Gunung Kandora, Tebing Tinoring, Plaza Kolam Makale, dan Danau Tadah Hujan Assa'.

Untuk jenis wisata sejarah meliputi Objek Wisata Kuburan Buntu Tondon, Kolam Alam Assa, Museum Buntu Kalando, Pasiliran Kambira, Suaya, Kuburan Sirope, Kuburan Tua Kalumpini, Kuburan Batu Sandini Lo'po', Makam Adat Sirope, Makam Adat Lemo, Liang Lo'ko' Randanan, Situs Purbakala, Potok Tengan, Gua Pemakaman Tampang Allo, Tongkonan Banua Kasalle, Rumah Atap Batu Tumakke, Rumah Adat Tumbang Datu, Tongkonan Sillanan, Perkampunagn Tradisional Pattan, Perkampungan Tradisional To' Buang, Batu Alam Tengko Batu.

Untuk jenis objek wisata seni dan budaya meliputi pusat pembuatan kain tenun, ukiran, miniatur dan tau-tau terletak di Objek Wisata Lemo, Toraja Internasional Festival, *Lovely Toraja Festival*, Upacara Adat Mangrara Ba nua, Upacara Adat Alukna Rampanan Kapa', Upacara Adat Ma' Bugi', Upacara Adat Rambu Solo'. Khusus untuk upacara adat ini merupakan simbol khas dari masyarakat Tana Toraja tak hanya itu terkadang upacara ini mempunyai jadwal khusus disebabkan upacara adat ini diselenggarakan atas kesepakatan keluarga penyelenggara. Dan yang terakhir yaitu jenis Objek Wisata Agro, dimana objek wisata ini merupakan salah satu unggulan Tana Toraja yaitu Agro Wisata Pango-Pango dan Perkebunan Kopi Bolokan.

Dari uraian jenis-jenis pariwisata yang dimiliki oleh Tana Toraja menunjukkan bahwa sudah banyak objek wisata yang telah dibuka demi memenuhi salah satu unsur penting yang harus dimiliki agar dapat mendorong peningkatan kunjungan wisata. Sebagai bukti bahwa peningkatan kunjungan para wisata karena semakin banyaknya pilihan objek yang ditawarkan oleh pariwisata yakni dapat dilihat pada PAD tahun 2013 dimana realisasi pendapatan sebesar 250 juta ini jauh lebih besar dari pada anggaran Pendapatan Asli Daerah dari bidang pariwisata sebesar 200 juta peningkatan PAD dari sektor ini secara terus menerus setiap tahunnya, bahkan di tahun 2015 PAD mencapai 336 juta. Walaupun penerimaan PAD mengalami peningkatan namun pada kenyataan dilapangan masih banyak objek wisata yang ada di Tana Toraja belum dikelola dengan baik, adapun bukti belum maksimalnya pengelolaan yakni dari 80 obyek wisata yang telah terdata pada tahun 2015, hanya sebanyak 24 objek yang telah beroperasi secara mandiri sedangkan 56 objek lainnya perlu perbaikan dan pembenahan oleh pemerintah. Selain itu, harapan bahwa pengelolaan objek wisata secara profesional akan terwujud jika objek wisata di kelolah oleh swasta namun sampai pada penelitian ini dilakukan pengelolaanya masih belum maksimal. Dan dari semua objek yang sudah beroperasi, ada 90% status kepemilikan adalah milik pribadi /rumpun keluarga.

Peningkatan kunjungan wisatawan ke Tana Toraja mengalami peningkatan dalam beberapa tahun ini, hal ini dapat dilihat dari data jumlah kunjungan pada Dinas Parawisata yakni 11.056 orang pada tahun 2009, 18.265 orang pada 2010, 23.666 orang pada 2011, 34.368 pada tahun 2012 dan diakhir tahun 2013 sebanyak 60.643 orang.

Dari data menunjukkan bahwa adanya peningkatan PAD dan peningkatan jumlah kunjungan wisata dengan penggunaan strategi pengembangan yang telah disusun oleh DISBUDPAR Kab.Tana Toraja Meskipun penggunaan strategi ini telah memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata,tetapi tidak dapat dipungkiri bahwa dampaknya masih sangat kecil atau jauh dari yang diharapkan. Besarnya pengaruh penggunaan 7 strateg pengembangan pariwisata oleh pemerintah belum diketahui, Oleh karena itu perlu dilakukan evaluasi dan penilaian terhadap penerapan pengembanangan pariwisata terhadap hasil progress penerapan yang

telah dilaksanakan oleh Pemerintah dan aspek apa saja yang mendorong pengembangan pariwisata serta aspek penghambat pengembangan pariwisata Kab. Tana Toraja.

## Kajian Pustaka

### A. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

No.	Judul Penelitian	Masalah Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH (Studi pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk). (Primadany, Sefira Ryalita, Murdiyono 2013)	Strategi Pengembangan Pariwisata yang digunakan oleh DISBUDPAR Kab.Nganjuk Faktor yang mempengaruhi perkembangan pariwisata Kab.Nganjuk	Jenis Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Masih banyak objek yang di kelola dan baru ada 4 objek wisata yang sudah dikelola oleh Pemda Nganjuk tetapi pengelolaan belum maksimal Belum ada PERDA khusus mengenai tata kelola dalam menggunakan strategi pengembangan pariwisata Kab. Nganjuk DISBUDPAR Kab. Nganjuk optimis dalam peningkatan pengembangan pariwisata Kab. Ngajuk kedepan dengan mengotimalkan pengelolaan potensi yang dimiliki yang belum dikelola.
2.	STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DALAM RANGKA PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH DI KABUPATEN KUNINGAN, (Masrurroh, Rina, Nurhayati 2016)	.Menggali Potensi yang dimiliki oleh Pariwisata Kab.Kuningan dengan strategi pengembangan	Deskriptif analisis dengan metode pengumpulan data dengan observasi	Pengembangan objek unggulan harus menggunakan strategi pertimbangan multilyer efek secara ekonomi. Strategi yang potensial dilakukan oleh PEMDA Kab. Kuningan demi peningkatkan pengembangan pariwisata yakni : konsep branding City , dukungan lewat kemudahan perizin

				untuk menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga, serta pengembangan SDM perlu dilakukan. Strategi yang dapat dilakukan.
--	--	--	--	---

### **Pengertian Strategi**

(Itamar, Alam, and Rahmatullah 2014) “strategi adalah metode-metode yang digunakan oleh instansi untuk meraih tujuan yang diharapkan dengan memperhatikan peluang dan ancaman yang datang dari luar, serta memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dengan efektif dan efisien.” (Widyasmi 2012) “Strategi adalah plan dan formulasi yang akan digunakan dalam suatu event demi menyukkseskan acara tersebut.” Sehingga dapat disimpulkan bahwa definisi strategi adalah cara yang digunakan dalam suatu rencana kerja secara sistematik demi mencapai keberhasilan yang diharapkan.

### **Manajemen Strategis**

(Itamar et al. 2014) “Manajemen strategis adalah pola dari semua bagian-bagian yang saling terkait dan memberikan efek yang berjalan searah dan seirama.” (Widyasmi 2012) “manajemen strategi yakni penataan dari semua strategi yang dapat digunakan untuk waktu yang lama demi tercapai tujuan organisasi.” Dengan demikian manajemen strategik merupakan suatu metode yang tersistematik yang digunakan dalam suatu organisasi dalam mengelola semua unsur-unsur yang terlibat atau terkait agar dapat berjalan kearah tujuan yang sama.

### **Prinsip-Prinsip keberhasilan Strategi**

Dalam penerapan suatu di perlukan suatu cara agar semua strategi yang telah direncanakan dapat berjalan. berikut cara 7 prinsip Menurut Hatten dalam (Misrina 2013) yang dapat memberikan keberhasilan yakni:

- ✓ Strategi yang dibuat tidak melawan arus (konsisten) pada lingkungan.
- ✓ Menyusun lebih dari 1 strategi dan harus saling terkait.
- ✓ Setiap strategi harus mampu menggabungkan semua sumber daya secara efektif.
- ✓ Strategi harus focus terhadap kekuatan organisasi bukan pada kelemahan.
- ✓ Startegi tidak hanya focus pada resiko yang besar saja namun perlu juga memberi perhatian pada resiko kecil.
- ✓ Strategi yang disusun harus mengacu pada tingkat kesuksesan sebelumnya.
- ✓ Bentuk nyata suatu kesuksesan strategi yakni dilihat dari dukungan nyata dari semua pihak yang terlibat didalamnya.

### **Pariwisata**

Secara asal katanya parawisata dapat diartikan yakni kata “Pari” dan “Wisata” yang bermakna perjalanan yang berulang kali dilakukan. Pariwisata adalah kegiatan

bepergian dalam kurun waktu tertentu pada beberapa tempat yang berbeda secara berkesinambungan demi untuk berekreasi, memenuhi kebutuhan yang beranekaragam secara khusus kebutuhan sekunder. (Jatiningsih 2017) "Pariwisata merupakan sekumpulan pelaksanaan kegiatan yang saling terkait untuk memberikan service para pengunjung mulai dari keberangkatan sampai mereka tiba pada lokasi tujuan wisata, antara lain; agent wisata, transportasi, penginapan, souvenir dan lain sebagainya" (Prasetya and Rani 2014) "Peningkatan dan perkembangan suatu daerah dapat berhasil dilakukan jika ada kemampuan dan kemauan dari tiap-tiap pemerintah daerah dengan memperhatikan potensi yang dimiliki oleh daerah tersebut. Hal ini berarti bahwa setiap pemerintah daerah dapat mengupayakan berbagai strategi yang dapat mendorong peningkatan perkembangan pariwisata.

### **Pengembangan Pariwisata**

Arjana dalam (Sarjanti, Rahmawati, and Sriwanto 2019) "pengembangan suatu pariwisata tidak luput pada daya tarik yang kemudian harus ditunjang oleh ketersediaan sarana yang memadai dan hal yang dapat memudahkan untuk menjangkau obyek wisata tersebut." Menurut Cooper dkk dalam (Hikmawanto 2019) "Alur strategi pengembangan pariwisata dapat dilakukan melalui berbagai faktor pengembangan obyek wisata, yakni:

- a. Attractions; potensi yang meliputi kekayaan alam, culture, dan bukan alamiah.
- b. Accessibility meliputi, trayek angkutan, sarana prasarana terminal, lapangan terbang, pelabuhan dan alat-alat angkutan lainnya
- c. Amenities meliputi; akomodasi, restaurant, penjual souvenir, money changer, bus wisata dan sarana prasarana lainnya yang dapat memberikan kenyamanan bagi para wisatawan
- d. Ancillary services; ketersediaan sarana pendukung lainnya dalam hal ini fasilitas-fasilitas umum, seperti rumah sakit dan bank serta sarana penunjang lainnya.
- e. Institutions dalam hal ini fungsi semua pihak-pihak yang terlibat didalam pelaksanaan kepariwisataan termasuk dalam hal ini yakni respon masyarakat sekitar obyek wisata.

(Silitonga and Anom 2016) "Pengembangan pariwisata merupakan seluruh usaha dalam mencapai tujuan dengan memakai seluruh potensi-potensi pariwisata dengan menghubungkan semua unsur-unsur eksternal pariwisata."

### **Potensi Pariwisata**

Sebuah potensi pariwisata dapat artikan sebagai kekuatan dari pariwisata tersebut. (Prantawan P and Sunarta 2015) "Potensi yaitu suatu keunggulan yang dijadikan sebagai kekuatan untuk menarik minat para calon wisatawan untuk mengunjungi obyek destinasi tersebut. Menurut Pendit (Prantawan P and Sunarta 2015) menjelaskan bahwa ada 2 potensi wisata yang dapat dikembangkan, yaitu:

- a. Potensi budaya
- b. Potensi alamiah

## Objek Wisata

Objek wisata adalah lokasi yang akan didatangi oleh para wisatawan karena memiliki sumber daya (alam, manusia, seni, kultur, adat, atau peninggalan purba). Suatu objek wisata akan semakin diminati jika didukung oleh fasilitas dan tata kelolah yang memadai.

## Industri Pariwisata

Menurut Leiper dalam (Itamar et al. 2014) ada 7 jenis bidang pariwisata yakni;

- a. bidang pemasaran;
- b. bidang perhubungan;
- c. bidang akomodasi
- d. bidang daya tarik/atraksi Wisata
- e. bidang tour operator
- f. bidang pendukung/ruka-rupa
- g. pengkoordinasi/regulator

## Landasan Penilaian strategi pengembangan pariwisata Kabupaten Tana Toraja

Pencapaian pariwisata yang berkualitas harus di dukung oleh Perencanaan dan pengembangan pariwisata. Tujuan pengembangan pariwisata agar mampu memberikan kontribusi yang signifikan kepada APBD daerah. Selain itu pengembangan pariwisata juga diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tujuan tersebut sejalan dengan (UNDANG\_UNDANG RI 2009) pasal 8 ayat 1 dan pasal 11.

Strategi Pengembangan Sektor Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja Dalam pengembangan sektor pariwisata di kabupaten Tana Toraja ada beberapa strategi yang disusun diantaranya tercantum dalam Peraturan Daerah Kab.Tana Toraja No.12 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Tana Toraja Tahun 2011-2031 Pasal ayat 5 ayat 6 : Strategi pengembangan potensi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 huruf f, terdiri atas: a. Pengembangan industri pariwisata budaya dan alam yang ramah lingkungan untuk mendukung fungsi Kabupaten Tana Toraja sebagai Kawasan Strategis Nasional kepentingan Sosial Budaya. b. Meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap nilai budaya lokal yang mencerminkan jati diri komunitas lokal yang berbudi luhur; c. Mengembangkan penerapan ragam nilai budaya lokal dalam kehidupan masyarakat; d. Melestarikan situs warisan budaya komunitas lokal masyarakat Tana Toraja; e. Mempertahankan kawasan situs budaya dan mengembangkan obyek wisata sebagai pendukung daerah tujuan wisata yang ada; f. Mengembangkan jalur jalan lingkaran wisata yang menghubungkan obyek-obyek wisata di wilayah Kabupaten Tana Toraja dan terpadu juga dengan obyek-obyek wisata di Kabupaten Toraja Utara; dan g. Mengembangkan promosi dan jaringan industri pariwisata secara global dan berkelanjutan Berbeda dalam Laporan Akhir Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA)

Kabupaten Tana Toraja Tahun 2011-2016 ada beberapa langkah strategi yang telah disusun secara terpadu dan berkelanjutan yang kemudian dijadikan acuan oleh pemerintah daerah dalam mengembangkan sektor pariwisata adapun strategi yang diterapkan yaitu 21: 1. Strategi dasar yang bersifat multiplier 2. Strategi terkait dengan pengelolaan interest pariwisata 3. Strategi keterkaitan dan pengembangan produk 4. Strategi pemantapan pemasaran 5. Strategi pengembangan sumber daya manusia 6. Strategi spasial pengembangan wisata 7. Strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi

### **Definisi Konseptual**

Adapun 7 langkah strategi yang digunakan pada pada DISBUDPAR kabupaten Tana Toraja yakni:

1. Strategi dasar yang bersifat multiplier effect yaitu strategi dengan berbagai efek yaitu dimaksudkan untuk memberikan dasar pengembangan pariwisata yang mempunyai dampak terhadap berkembangnya industri pariwisata,
2. Strategi terkait dengan pengelolaan interest pariwisata dimana strategi ini diterapkan untuk dapat mengembangkan aspek - aspek yang berkaitan dengan pengembangan industry pariwisata.
3. Strategi keterkaitan dan pengembangan produk dimana strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik daerah tujuan wisata dengan menciptakan berbagai produk wisata yang dapat meningkatkan arus kunjungan wisata.
4. Strategi Pemantapan Pemasaran dimana strategi ini bertujuan untuk memasarkan daerah tujuan wisata kepada pasar wisatawan sehingga tertarik untuk datang.
5. Strategi pengembangan sumber daya manusia dimana strategi ini bertujuan untuk pemberian pelayanan yang optimal dari profesionalisme sumberdaya manusia.
6. Strategi spasial pengembangan wisata yaitu merupakan strategi untuk mempercepat perkembangan pariwisata dan memberikan pelayanan yang optimal bagi para wisatawan.
7. Strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi, strategi ini bertujuan untuk pengembangan pariwisata di sektor transportasi, perdagangan yang berkaitan dengan industry pariwisata.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif tipe deskriptif dengan metode teknik pengumpulan data penelitian adalah Pengamatan dan interview langsung dan teknik studi kepustakaan. Wawancara ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan yang telah disusun kepada setiap informan penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dari DISBUDPAR Tana Toraja, kemudian data sekunder dari informan

dalam dalam penelitian dan menggali literatur-literatur yang berkaitan dengan penelitian ini.

Adapun sampel dalam penelitian ini adalah sebagai informan penelitian yakni:

1. Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan
2. Kepala Bidang Pengembangan wisata
3. Kepala Bidang kebudayaan
4. Pengelola objek wisata
5. Pengunjung objek wisata : Wisatawan lokal & Wisatawan Asing
6. Masyarakat sekitar objek wisata

## Hasil Dan Pembahasan

### *Penilaian Strategi Pengembangan Pariwisata Kabupaten Tana Toraja*

#### **1. Strategi Dasar Bersifat Multipler Effect**

Dalam penerapan strategi multipler effect dari rencana yang telah di tetapkan dalam RIPPERDA 2011-2016 Kabupaten Tana Toraja dapat dilihat pada tabel 1 dibawah ini:

<b>No</b>	<b>Rencana Strategi Dasar Bersifat Multipler Effect</b>	<b>Hasil Evaluasi</b>
1	Peningkatan citra/image	Terealisasi-sangat baik
2	Membuat dan mengembangkan barang wisata yang bernuansa adat	Terealisasi-sangat baik
3	Menciptakan suatu afinitas yang sistimatis dari sosial-budaya, kawasan dan perekonomian terhadap prediksi terbentuknya minat wisata yang bermanfaat juga kompetitif	Terealisasi-sangat baik
4	Langkah-langkah yang selektif dan good fasilitas diharapkan dapat mendukung usaha dalam penciptaan dan pengembangan parawisata	Terealisasi-sangat baik
5	Memberikan stimulus kepada pihak ketiga baik swasta maupun perorangan yang bergerak dalam bidang parawisata	Terealisasi-sangat baik
6	Pengembang wisata remaja	Belum terealisasi.

Dari tabel 1 pemaparan informan 1 (Jidon Sitohang) memberikan gambaran bahwa Penerapan strategi multipler effect pada kabupaten Tana Toraja telah berjalan dengan baik dengan persentase keberhasilan sebesar  $\frac{5}{6} \times 100\% = 83,33$  atau  $> 80\%$ .

Namun ada 1 point dari strategi ini belum bisa terealisasi yakni pengembangan wisata remaja, hal ini disebabkan oleh karena tatakelola dan realisasi kegiatan belum maksimal dilaksanakan.

## 2. Strategi Pengelolaan In terest Pariwisata

Hal yang diharapkan dalam strategi ini yang berhubungan dengan peningkatan industry pariwisata mengenai aspek-aspek pengembangan. Rencana dan realisasi sertahasil evaluasi berdasarkan pemaparan dari informan 1 dan informan 2 selaku pelaksana dari strategi ini, adapun tabel 2 adalah sebagai berikut:

No	Rencana Strategi <i>Pengelolaan In terest Pariwisata</i>	Hasil Evaluasi
1	Memajukan kegiatan-kegiatan positif yang bernuansa wisata yang telah ada sebelumnya maupun yang sedang dilakukan saat ini baik yang dilakukan oleh pihak swasta, pemerintah dan juga perorangan	Terealisasi – baik
2	Pengembangan dilakukan dengan mengelompokkan secara khusus dan ciri-ciri wilayah dan lingkungan strategi marketing dengan menggunakan perencanaan yang terukur dan sistimatis	Terealisasi – baik
3	Peningkatan target pasar wisata, yang mana dalam planning harus dibuat dari petunjuk pengelolaan dan biro regional yang berhubungan dengan interest wisata per kecamatan supaya terstruktur	Terealisasi-kurang baik
4	Penyelenggaraan pariwisata secara berkelanjutan sangat membutuhkan peranan dan keterlibatan pihak swasta	Terealisasi-kurang baik
5	Peningkatakan hubungan yang baik dengan biro perjalanan mulai dari skala lokal sampai skala internasional	Terealisasi-kurang baik

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua point dari strategi ini telah dilakukan namun hanya ada 2 point yang terealisasi dengan baik atau dalam persentase sebesar  $\frac{2}{5} \times 100\% = 40\%$ . Dari hasil wawancara dengan dengan informan 1 dan 2 dapat di temukan penyebab tidak terealisasinya strategi ini dengan baik karena kegiatan yang dilaksanakan kurang kreatif dimana event yang laksanakan berulang-ulang yang disebabkan karena ada kesalahan dalam anggapan bahwa semua event sebelumnya di nilai berhasil di jadikan sebagai acuan untuk kegiatan tersebut, bukan bentuk event harus di ulang dilaksanakan tetapi dijadikan sebagai bahan kajian untuk mencari informasi apa kelemahan dan kekuatan dari event sebelumnya agar bisa meminimalisir kelemahan dan memaksimalkan potensi event selanjutnya.

Dari penjelasan diatas maka kita dapat menilai bahwa dari dikeluarkannya RIPPDA pada tahun 2011-2016 strategi tersebut dapat terlaksana akan tetapi ada perkembangan tidak ada yang signifikan. Hal ini disebabkan karna sejak awal strategi ini memang hanya bertujuan untuk melanjutkan upaya yang telah dilaksanakan sebelumnya.

### **Strategi Hubungan dan Pengembangan Produk**

Dalam penerapan dan evaluasi strategi dan perkembangan produk dalam tabel 3 adalah sebagai berikut:

No	Rencana Strategi Hubungan dan Pengembangan Produk	Hasil Evaluasi
1	Peningkatan pelayanan prima pada bidang transportasi, penginapan, restoran, pengaturan perjalanan, akomodasi dan bidang jasa lainnya	Terealisasi-sangat baik
2	Membuat dan mengelola diversifikasi objek wisata agar obyek yang akan di kunjungi memiliki ciri khusus masing-masing agar wisatawan dapat menemukan kekhasan dari setiap obyek.	Terealisasi – baik
3	Diversifikasi barang minat khusus seperti kegiatan arung jeram, jalan atau tour barang-barang purbakala yang dikembangkan pada keinginan pasar dan dukungan pemerintah dan seluruh stakeholder lainnya	Terealisasi- baik
4	Memilih daerah simpul atraktif kota untuk ditingkatkan sebagai daerah wisata yang harus mempunyai hubungan dengan daerah lainnya	Terealisasi dengan sangat baik
5	Mencari dan mendesign pertunjukan dan hiburan selama setahun yang digunakan sebagai kalender pariwisata dengan menyajikan peristiwa utama, penting, dan penunjang seperti pertunjukan kesenian dan kebudayaan	Terealisasi-sangat baik
6	Mengembangkan <i>kegiatan-kegiatan</i> yang berasal dari masyarakat baik <i>kegiatan</i> tradisional maupun <i>kegiatan modern</i> atau <i>kegiatan</i> tradisional yang dibuat secara <i>modern</i>	Terealisasi-sangat baik
7	Bentuk unitisari objek dan paket perjalanan wisata harus di buat dalam bentuk paket wisata agar wisatawan dapat melihat daya tarik paket Wisata tersebut	Terealisasi-sangat baik
8	Pengembangan sektor pariwisata harus di dukung oleh perencanaan tata ruang dan lingkungan kabupaten setempat.	Terealisasi-sangat baik
9	Peningkatan mutu pelayanan dari swasta, seperti jasa angkutan, regulasi biro perjalanan dsb.	Terealisasi-sangat baik
10	Klasifikasi produk minat khusus seperti arung jeram, tour tentang arkeologi	Terealisasi-sangat baik

Hasil diatas menunjukkan bahwa dari 10 point yang perlu dilaksanakan dalam strategi ini, semuanya telah di realisasikan dengan sangat baik atau dalam persentasenya hampir mencapai >90% <100%. Menurut pemaparan dari informan 2 menjelaskan bahwa strategi inilah yang paling berjalan dengan sangat baik dan merupakan strategi yang paling memberikan pengaruh yang sangat besar serta memberikan manfaat bagi pengembangan pariwisata Kabupaten Tana Toraja. Hal ini juga menunjukkan bahwa peran swasta dalam pengembangan pariwisata memegang peran yang sangat penting. Namun demikian, meskipun pelaksanaan strategi ini dianggap telah terealisasi dengan sangat baik tetapi masih ada beberapa objek wisata minat khusus yang belum di kelolah secara resmi dan minimnya hasil produk wisata seperti arung jeram dan *rafting* serta tur-tur edukasi dan paket pariwisata yang belum maksimal di jual, mungkin disebabkan agen perjalanan yang belum banyak.

Dari pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan bentuk strategi ke tiga maka dapat meningkatkan sumbangsi yang besar pada dan perkembangan pariwisata yang ada di Tana Toraja. Hal ini juga disebabkan oleh karena pengelolaan obyek wisata di Tana Toraja dikelola oleh pihak swasta. Akan tetapi masih ada beberapa aspek yang belum berhasil. sehingga dapat dikatakan bahwa strategi ini telah terlaksana dengan maksimal hanya diperlukan pemantapan setiap pelaksanaan lebih di tingkatkan agar membrikan akibat yang besar lagi

### **Strategi Pemantapan Pemasaran**

Dengan startegi ini maka dilakukan diversifikasi produk yang menyebabkan kualitas dan kuantitas baik dari objek maupun daya tarik wisata telah meningkat sehingga perlukan tindak lanjut yakni pemasaran daya tarik wisata lewat promosi dalam berbagai bentuk yang memungkinkan untuk dilakukan. Strategi ini bertujuan untuk menawarkan daerah tujuan wisata kepada calon wisatawan agar dapat berminat berkunjung. Adapun penilaian realisasi atas strategi ini dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini, yakni:

<b>No.</b>	<b>Rencana Pemantapan Pemasaran</b>	<b>Hasil Evaluasi</b>
1	Iklan yang bertema khusus yang sesuai dengan budaya atau adat	Terealisasi dengan sangat baik
2	Pengelolaan iklan dan diwujudkan dalam model industri	Terealisasi dengan sangat baik
3	Meningkatkan mitra yang terpadu pada banyak pihak baik dengan pemerintah, penyedia transportasi (perusahaan penerbangan) untuk melaksanak education tour.	Terealisasi dengansangat baik
4	Untuk menunjang keberhasilan promosi perlu menggunakan pendekatan yakni user dan market oriented	Terealisasi dengan sangat baik
5	Pembuatan alat-alat promosi yang bermutu dan sesuai standar yakni: selebaran ( <i>leaflet</i> ), <i>booklet</i> ,	Terealisasi dengan sangat baik

	<i>buku panduan (guide book), video dan rekaman audio visual lainnya</i>	
6	Membuat banyak iklan dan artikel banyak media nasional dan internasional	Terealisasi dengan sangat baik
7	Ikut serta dalam kegiatan-kegiatan lokal hingga mancanegara yang terkait iklan pariwisata;	Terealisasi dengan sangat baik
8	Membuat penunjukan arah pada semua objek wisata.	Terealisasi dengan sangat baik

Tabel menunjukkan bahwa semua strategi berjalan dengan sangat baik, dari penjelasan informan 1 dan informan 3 menjelaskan bahwa strategi ini telah di realisasikan dengan sangat baik dan maksimal serta dianggap sebagai salah satu strategi yang paling efektif dimana semua point yang dalam strategi ini tercapai dengan sangat baik atau dalam bentuk presentase yakni 100%. Pemaparan ini sejalan dengan realisasi hasil yang diperoleh dari penerapan strategi ini yakni adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Tana Toraja. Kenaikan tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

### ***Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia***

Dalam strategi ini dibutuhkan SDM yang professional agar dapat menghasilkan pertumbuhan dan peningkatan daerah tujuan wisata. Adapun rencana dan realiasi yang diterapkan pada strategi ini dapat lihat dalam Tabel 5 , yakni:

<b>No</b>	<b>Rencana Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia</b>	<b>Hasil Evaluasi</b>
1	Peningkatan SDM yang professional yang ikut dalam industry pariwisata yang dilaksanakan secara bertahap dan berkesinambungan serta integral melalui training	Terealisasi-kurang baik
2	Peningkatan kemampuan dan keunggulan melalui berbagai tingkatan pendidikan dan sertifikasi pada berbagai pelatihan untuk mengawasi standar mutu dan kemampuan pengetahuan yang di hasilkan serta menjadi pemacu semangat untuk berprestasi	Terealisasi-kurang baik
3	Pengembangan jumlah pendidikan non formal dan sosialisasi sadar wisata bagi semua instansi yang terkait maupun wirausaha kecil	Terealisasi-kurang baik
4	Pelatihan dan pengembangan SDM aparat pemerintah khususnya pegawai dinas pariwisata demi tujuan peningkatan profesionalisme	Terealisasi-kurang baik
5	Penentuan tourism information center (TIC) yang mudah diakses oleh masyarakat dan calon wisatawan seperti bandara dan terminal dan tempat stragi lainnya yang dapat memudahkan penyebaran informasi pariwisata	Terealisasi-kurang baik

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua point dalam strategi ini telah direalisasikan namun hasil dari pada realisasi strategi ini masih sangat kurang atau tidak signifikan memberikan dampak bagi upaya peningkatan pariwisata pada kabupaten Tana Toraja. Sumber kajian dalam data ini lebih jauh dipaparkan oleh informan 1 tentang penyebab kurang signifikannya hasil yang dicapai dari upaya pengembang pariwisata padahal semua point telah direalisasikan oleh DISBUDPAR kabupaten Tana Toraja yakni :

- a. Umur SDM hampir semuanya berusia lanjut, menyebabkan kesulitan untuk menerima pendidikan dan pelatihan dengan baik.
- b. Dasar keilmuan SDM tidak liner dengan bidang kepariwisataan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi ini belum memberikan sumbangsi peningkatan SDM yang unggul sesuai dengan yang dibutuhkan.

### ***Strategi Spasial Pengembangan Wisata***

Dengan strategi ini, pelayanan yang optimal merupakan salah satulangkah untuk mempercepat peningkatan parawisata di Tana Toraja, rencana dan evaluasi hasil penerapan ini dapat dilihat pada tabel 6 di bawah ini :

No	Rencana Strategi <i>Spasial Pengembangan Wisata</i>	Hasil Evaluasi
1	Pembentukan jaringan parawisata primer melalui penetapan pusat pertumbuhan: Penentuan pusat kota Tana Toraja Daerah pinggiran dijadikan sebagai kawasan wisata sub pusat pelayanan Menentukan destinasi dari setiap area wilayah untuk memudahkan dalam peningkatan dan pemeliharaan Meningkatkan potensi wisata alam dengan konsep ekowisata	Terealisasi - sangat baik Terealisasi – kurang baik Terealisasi - kurang baik Terealisasi- kurang baik
2	Memupuk dan memelihara serta meningkatkan paket pertunjukkan, atraksi seni dalam berbagai bidang seni baik secara tradisional maupun kontemporer yang berbaur budaya Toraja yang dalam satu kemasan pertunjukan wisata melalui kegiatan pekan budaya	Terealisasi– baik
3	Mempromosikan daerah tujuan wisata dengan 1 set perjalanan wisata yang lebih murah, namun terpadu seperti perpaduan antara tour wisata sejarah dan paket alam	Terealisasi – kurang baik
4	Pembuatan rute yang digabung dalam satu paket perjalanan	Terealisasi – kurang baik

Dari tabel 6 diatas menunjukkan bahwa penerapan strategi ini secara keseluruhan telah teralisasi 100 %, namun jika ditinjau dari segi hasil maka dapat disimpulkan bahwa strategi ini kurang memberikan pengaruh yang besar atau tidak signifikan terhadap perkembangan pariwisata. Dalam penerapan strategi ini, hanya ada 2 point yang terealisasi dari 4 point, dan dari 2 point tersebut hanya ada 1 point yang terealisasi sepenuhnya dari 2 point tersebut, sedangkan point lainnya hanya  $\frac{1}{4}$  bagian yang dapat terealisasi dengan baik. Salah satu penyebab tidak signifikannya pengaru strategi ini terhadap perkembangan pariwisata adalah pelaksanaan setiap point (bagian) dari 4 strategi ini masih salih tumpang tindih.

### Strategi Pengembangan Pariwisata sektor Distribusi

Strategi ini dapat dilihat pada peranan bidang transportasi, perdagangan dan bidang-bidang lainnya yang berkaitan langsung maupun tidak langsung pada kegiatan pariwisata. Adapun rencana dan evaluasi strategi pengembangan yang digunakan antara lain :

Tabel 7

No	Rencana Strategi Pengembangan Pariwisata sektor Distribusi	Hasil Evaluasi
1	Peningkatan penggunaan system pengelompokan dan pemberian izin terhadap usahausaha yang bergerak dibidang usaha parawisata baik yang berkaitan langsung maupun tidak langsung	Terealisasi-baik
2	Penentuan dan peningkatan standar baku peningkatan kualitas produk serta pengendaliannya	Terealisasi-baik
3	Melaksanakan deversifikasi barang wisata dengan memusatkan pada konsep paket parawisata yang mampu membuat wisatawan membelanjakan uang sebanyak-banyaknya	Terealisasi – baik
4	Peningkatan kerjasama terhadap home industry dan instansi pemerintah pada produk cendramata yang bertujuan untuk peningkatan kualitas produk parawisata	Terealisasi –baik
5	Peningkatan pertunjukkan seni dan budaya dan secara terus menerus menggali kesenian dan kebudayaan yang dimiliki oleh kabupaten Tana Toraja.	Terealisasi-baik

Dari tabel 7 diatas menunjukkan bahwa strategi ini telah terealisasi dengan hasil yang memberi pengaruh yang baik atau berpengaruh signifikan pengembangan pariwisata di Tana Toraja. Pada strategi ini dianggap sebagai strategi pelengkap untuk 6 (enam) strategi lainnya. Jadi dapat dikatakan strategi Ini saling melengkapi satu sama lain dan tak dapat dipisahkan. Hanya saja kita belum melihat hasilnya secara maksimal sebab peran pihak terkait yang menjalankan mungkin belum terlalu maksimal. Dari hasil penelitian tentang penerapan Strategi pengembangan pariwisata di Kab. Tana Toraja dan pengaruhnya terhadap perkembangan pariwisata mulai dari kurang signifikan – paling signifikan dilihat pada tabel 8 dibawah ini:

No.	Strategi Pengembangan Pariwisata	Hasil Pencapaian
1	Strategi pengembangan SDM	Semua point terealisasi namun hasilnya menunjukkan bahwa memberikan pengaruh bagi perkembangan pariwisata (gagal)
2	Strategi spasial pengembang pariwisata	Semua point terealisasi namun dari hasil sangat minim dalam pengaruhnya terhadap perkembangan pariwisata
3	Strategi pengolahan in terest pariwisata	Semua point terealisasi namun hasilnya tidak signifikan mempengaruhi perkembangan pariwisata
4	Strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi	Semua point terealisasi dengan baik namun perlukan dorongan agak lebih maksimal.
5	Strategi dasar bersifat multiplier effect	Ada 1 tidak teralisasi, namun semua yang terealisasi memberikan hasil dampak signifikan terhadap perkembangan pariwisata.
6	Strategi keterkaitan dan pengembangan produk	Semua terealisasi dengan hasil yang sangat baik terhadap perkembangan pariwisata
7	Strategi pemantapan pemasaran	Semua teralisasi dengan hasil yang sangat baik (sangat signifikan) terhadap perkembangan pariwisata.

### Aspek-aspek pendukung meningkatkan pariwisata

Aspek-aspek yang dapat meningkatkan dan menggalkan strategi yang telah di buat oleh DISBUDPAR Tana Toraja yakni:

#### a. Faktor pendukung pengembangan pariwisata

Evaluasi faktor pendukung pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Kenaturalan objek wisata; dalam pengelolaan semua objek wisata yang ada di Tana Toraja masih terpelihara dengan baik sesuai dengan aslinya, sehingga hal ini menjadi kekuatan yang dapat mendorong wisatawan berkunjung ke

Tana Toraja, kenaturalan ini dapat dilihat dari kondisi alam yang masih terjaga yang mengakibatkan udara menjadi segar dan jauh dari hiruk pikuk kebisingan sehingga menurunkan tingkat stress wisatawan. Selain alam yang terjaga keasliannya, budaya dan keunikannya masih tetap terpelihara dengan baik. Keragaman dan keunikan inilah yang menjadikan Toraja dikenal sampai ke manca negara. Hal inilah yang menjadi nilai jual tersendiri dalam pengembangan pariwisata Tana Toraja yakni budaya yang beragam dan unik. Senada dengan pemaparan informan 1 bahwa pariwisata Tana Toraja sebenarnya jauh tertinggal dari pariwisata daerah lain seperti Bali dan Wakatobi namun demikian Tana Toraja memiliki kekuatan nilai jual dari yakni kenaturalan alam dan budayanya. salah satu bukti dari kenaturalan alam dapat di lihat pada suhu udara yang masih sejuk dan segar. Dan bukti dari keragaman budaya yang unik yakni pada upacara rambu tuka' (syukuran) dan rambu solo' (ada adat pemakaman), tempat pemakaman yang unik yakni dikubur diatas tebing batu, erong, upacara adu kerbau dan rumah tongkonan. Kenaturalan objek wisata masih tetap terjaga disebabkan oleh komitmen pemerintah dan para pelaku usaha (pengelola objek) serta masyarakat untuk tetap mengedepankan keaslian dari objek wisata tersebut. Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan 4 sebagai salah satu pihak pengelola objek yakni objek wisata tampang allo. Menurut informan 4 bahwa sekalipun objek dikelola dengan mempertahankan keasliannya kunjungan wisatawan ke Toraja semakin meningkat dari tahun ketahun, hal ini menjadi bukti bahwa keaslian (kenaturalan) suatu objek bisa menjadi kekuatan bagi perkembann pariwisata.

- b. Peran dan partisipasi masyarakat. Dalam hal ini partisipasi masyarakat cukup berpengaruh (signifikan) termotivasi atas Sadar Wisata Keadaan. Partisipasi yang cukup tinggi ini dilator belakang oleh kondisi masyarakat yang telah memiliki jiwa gotong royong, ramah, menjunjung tinggi sopan santu, ulet dan bertanggung jawab. Jiwa dan karakter tersebut telah dirasakan dan diakui oleh para wisatawan yang berkunjung ke Toraja. Salah salah wisatawan yang mengakui bagaimana penyambutan dan sikap masyarkat Toraja yakni wisatawan yang bernama Jeppi yang berasal dari palopo (domestik), beliau mengungkapkan “bahwa masyarakat toraja memiliki sikap gotong royong dan ramah dan memelihara budaya (sadar wisata).” Dan wujud nyata dari peran masyarakat akan sadar wisata dapat dilihat dari antusiasme pemeliharaan objek yang mereka kelola dengan baik yang bekerja sama dengan pemerintah. Berikut bukti antusiasme masyarakat tentang sadar wisata dan merupakan objek penelitian adalah sebagai berikut:

No	Objek wisata yang dikelola keluarga – Bentuk pengelolaan	Objek wisata yang dikelola PEMDA Tana Toraja
1	Lemo-Yayasan Para Lemo	Buntu burake- Pemda Toraja

		di awal tahun 2016 telah lakukan dialog dengan masyarakat sekitar objek untuk pengelolaannya dan telah membentuk yayasan
2	Tilanga	Sarambu Assing
3	Sirope	
4	Tampangallo-Yayasan Passanan Tengko	
5	Makula-swasta /Yayasan Passanan Tengko	
6	Buntu Tondon	
7	Tongkonan Pattan	

c. Promosi tentang objek wisata

Langkah-langkah promosi yang telah dilakukan, baik lewat pameran maupun lewat iklan-iklan diberbagai media telah memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perkembangan pariwisata Tana Toraja. Dengan iklan maka pariwisata Toraja akan semakin di kenal baik domestic maupun mancanegara. Salah satu bukti pengaruh iklan terhadap peningkatan pariwisata Tana Toraja diperoleh dari informan 7 sebagai wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Tana Toraja karena memperoleh informasi dari media online, dimana pada media tersebut menampilkan tentang budaya toraja yang unik, sehingga membuat wisatawan tersebut tertarik untuk berkunjung ke Tana Toraja. Hal senada juga diungkapkan oleh pelaku pengarajin di objek wisata bahwa hasil kerajinan yang dia kerjakan telah berhasil dijual hampir setengah dari total hasil kerajinannya, dan mayoritas pembelinya adalah wisatawan mancanegara yang bahkan rela membeli hasil kerajinan dengan harga sangat tinggi yakni sekitar 30 juta rupiah setiap satuan barang. Harga yang sangat tinggi tersebut dapat dijadikan sebagai bukti bahwa hasil kerajinan para pengarajin Tana Toraja dangat berkualitas, unik dan bernilai jual.

Dari 3 faktor tersebut akan menjadi lebih pontensial jika dikemas semakin menarik maka akan dapat mendorong pariwisata Tana Toraja semakin berkembang. Seperti yang ungkapkan oleh informan 7 bahwa beliau merasa puas atas kunjungan wisata yang telah dia lakukan, dimana kenaturan alam dan budaya yang beragam dan unik hasilnya sangat memuaskan, namun ada sedikit perasan kurang puas karena salah satu pertunjukkan wisata yang sangat dia ingin lihat tidak dapat di nikmati, oleh karena itu kedepannya diharapkan kedepannya akan semakin ditingkatkan agar para wisatawan dapat menikmati semua sajian wisata yang tealh ditawarkan. Para wisatawan ini merupakan iklan langsung yang dapat mendorong atau menghambat perkembangan parawisata jika ditidak dilakukan pembenahan secara terus menerus.

Aspek-aspek penghambat perkembangan pariwisata Kabupaten Tana Toraja.

Berikut aspek yang dapat menghambat perkembangan pariwisata yakni:

- a. Sarana dan prasarana yang belum memadai; jika di tinjau dari hal ini maka dapat dikatakan bahwa sarana dan prasarana yang dimiliki masih sangat minim. Objek wisata sebagian berada jauh dari pusat kota seharusnya lebih memiliki akses untuk sampai pada objek tersebut, namun pada pariwisata Tana Toraja masih sangat kurang dalam memenuhi sarana dan prasarana yang memenuhi standar, minimal akses jalan menuju objek wisata dan dibenahi dengan baik dan alat transportasi yang mudah diperoleh, petunjuk arah, dan sarana prasarana standar saja masih belum terpenuhi. Penyebab minimnya sarana prasarana yakni sumber pendanaan bagi pembangunan infrastruktur yang masih sangat terbatas. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sarana dan prasarana belum terpenuhi sesuai dengan standar yang ada sehingga perlu pembenahan yang lebih baik, salah satu alternatif yang akan digunakan oleh pemerintah kedepannya dalam mengatasi keterbatasan dana dalam pembenahan infrastruktur yakni bekerjasama dengan pihak swasta (investor) dan sponsor.
- b. SDM yang Kurang memadai dalam pengelolaannya.  
SDM akan menjadi modal dasar bagi pengembang pariwisata jika SDM tersebut memiliki skill dibidang pariwisata agar mampu memberikan pelayanan yang prima dan mengatasi semua permasalahan dan menemukan solusi untuk semua permasalahan yang ada. Sehingga keberhasilan pengembangan pariwisata di Tana Toraja sangat tergantung pada semua SDM pelaksana kebijakan pengembangan dalam hal ini ialah pegawai DISBUDPAR Tana Toraja. Pada evaluasi strategi mengenai SDM yang disusun oleh DISBUDPAR Kab. Tana Toraja diatas menunjukkan bahwa dari ke 4 point strategi tersebut semuanya telah direalisasikan namun hasil diperoleh dari realisasi tersebut sangat tidak signifikan mempengaruhi perkembangan pariwisata di Tana Toraja karena skill SDM yang masih sangat rendah dalam hal tata kelola pariwisata dan manajemen pengembang SDM khususnya dibidang pariwisata perlu dibenahi.

Hambatan-hambatan yang dihadapi hampir dialami oleh semua objek wisata yang ada di Tana Toraja adalah:

- a. Belum adanya aturan yang tetap tentang tata cara pengelolaan, agar masing-masing pihak mempunyai acuan yang valid. Oleh karena itu diharapkan ada Perda khusus tentang kewenangan, kewajiban dan pedoman dalam pengembangan pariwisata khususnya di objek masing-masing.
- b. Lemahnya UU No.10 karena peraturan ini tidak memberikan kewenangan penuh bagi pihak PEMDA namun tetap mengacu pada pusat. Sehingga progress pengembangan tidak sesuai dengan kebutuhan didaerah tersebut tetapi lebih pada progress yang disusun oleh pemerintah pusat.

- c. Adanya konflik-konflik internal dalam pengelolaan karena dasar hukum masih lemah. Sehingga menyebabkan pengelolaan yang saling tumpang tindih antar pemerintah-yayasan /keluarga - swasta. Karena sampai saat ini pengelolaan objek wisata yang telah disepati dalam presentase bagi hasil yakni 60% (keluarga) dan 40% (pemerintah) sedangkan dalam hal perawatan dan pemeliharaan objek belum ada landasan hukum yang di disepakati.

## Simpulan

Dapat diambil kesimpulan dari penjelasan mengenai strategi dan faktor yang mempengaruhi pengembangan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dari ketujuh strategi yang telah diterapkan, Strategi pemantapan pemasaran merupakan strategi yang berhasil dilaksanakan secara keseluruhan oleh pemerintah dan paling berpengaruh signifikan terhadap perkembangan pariwisata. Sehingga diharapkan strategi ini terus di pertahankan demi mendukung perkembangan pariwisata Tana Toraja
2. Strategi pengembangan produk dan multiplier dan strategi pengembangan produk meskipun telah memberikan pengaruh yang cukup signifikan namun ada beberapa bagian dari masing-masing strategi tersebut perlu direalisasikan dan dioptimalkan lagi.
3. Strategi pengembangan SDM dan strategi spasial pengembangan pariwisata adalah strategi yang dianggap belum memberikan pengaruh atau masih dikatakan gagal memberi pengaruh bagi perkembangan pariwisata, sehingga perlu dilakukan pemenuhan atas strategi tersebut.
4. Potensi yang dimiliki oleh Pariwisata Tana Toraja sangat menunjang untuk dikembangkan dengan tujuh strategi pengembangan tersebut.
5. Diperlukan PERDA khusus dibidang pariwisata untuk menjadi landasan hukum dalam tata kelola Pariwisata Tanah Toraja dan menghindari tumpang tindih pengelolaan pariwisata serta menghindari konflik horizontal pengelolaan.
6. Sarana dan prasarana, SDM yang masing masing sangat minim dan kualitas yang rendah, manajemen yang buruk dan belum optimal dalam tata kelola objek wisata menjadi penghambat pengembangan pariwisata kabupaten Tana Toraja.

## Daftar Pustaka

- Hikmawanto, Noval. 2019. "Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Demak Dalam Pengembangan Masjid Agung Sebagai Destinasi Wisata." *Journal of Wind Engineering and Industrial Aerodynamics* 26(3):1-4.

- Itamar, Hugo, Andi Samsu Alam, and Rahmatulah. 2014. "Strategi Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Tana Toraja Hugo." *Jurnal Ilmu Pemerintahan* 7(2):91–108.
- Jatiningsih, Irmayanti Diah. 2017. "Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Air Terjun Batu Pelangi Di Kecamatan Torue Kabupaten Parigi Moutong Sulawesi Tengah Development Strategy Natural Tourism of Batu Pelangi Waterfall in Torue , Parigi Moutong District , Central Sulawesi." 1(1):41–50.
- Masruroh, Rina, Nurhayati, Neni. 2016. "Strategi Pengembangan Parawisata Dalam Rangka Peningkatan Parawisata Di Kabupaten Kuningan." *Electronic Journal Politeknik Harapan Bersama Tegal* vol.1 No.1:124–33.
- Misrina, Eka. 2013. "Analisis Perbandingan Antara Strategi Tahun 2008-2013 Dengan Rencana Kerja Tahun 2008 Dan 2009 Di Dinas Perindustrian Perdagangan Dan Koperasi Kabupaten Banyumas." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9):1689–99.
- Prantawan P, Dewa Gede Arimbawa, and I. Nyoman Sunarta. 2015. "Studi Pengembangan Desa Pinge Sebagai Daya Tarik Ekowisata Di Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 3(1):1–8.
- Prasetya, Deddy, and Maha Rani. 2014. "PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang)." *Jurnal Politik Muda* 3(3):412–21.
- Primadany, Sefira Ryalita, Murdiyono, Riyanto. 2013. "Analisis Strategi Pengembanagn Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk." 1(4):135–43.
- Sarjanti, Esti, Nur Kartika Rahmawati, and Sigid Sriwanto. 2019. "Kajian Persepsi Dan Dampak Berganda ( Multiplier Effect ) Masyarakat Untuk Pengembangan Pariwisata Lembah." *Prosiding Seminar Nasional Geografi Universitas Muhammadiyah Surakarta* 244–53.
- Silitonga, Samuel Saut Marihot, and I. Putu Anom. 2016. "Kota Tua Barus Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Di Kabupaten Tapanuli Tengah." *Jurnal Destinasi Pariwisata* 4(2):7. doi: 10.24843/despar.2016.v04.i02.p02.
- UNDANG\_UNDANG RI, PEMERINTAH RI. 2009. "Undang-Undang RI No.10 Tahun 2009." 2(5):255.
- Widyasmi, Kartika. 2012. "SKRIPSI\_KARTIKA\_WIDYASMI\_072651.Pdf." 29.