

## STRATEGY FOR DEVELOPING THE SALULIANG TOURIST OBJECT IN SAWANGAN, MALIMBONG, BALEPE DISTRICT

Abedneigo Carter Rambulangi<sup>1</sup>, Oktavianus Pasoloran<sup>2</sup>, Althon Karaman Pongtuluran<sup>3</sup>, Agustinus Mantong<sup>4</sup>, Yohanis.L.Ta'dung<sup>5</sup>, Westerini Lusdani<sup>6</sup>, Prajman.E.Pasambo<sup>7</sup>, Natasya Bua'Langi<sup>8</sup>  
 Universitas Kristen Indonesia Toraja<sup>1,3,4,5,6,7,8</sup>  
 Universitas Atma Jaya<sup>2</sup>  
 Email : abedneigo@ukitoraja.ac.id

### *Abstract*

*The study aims to determine the Strategy For Developing The Saluliang Tourist Object In Sawangan, Malimbong, Balepe District. This research is qualitative. The informants in this study were the managers of the Saluliang Kolesawangan tourist attraction. Data collection methods used were interviews, observation, and documentation. The data analysis techniques used in this study are data presentation, data reduction and drawing conclusions. The results of this study indicate that the strategy carried out by the Saluliang Tourism Object Manager in developing its tourism sector is by collaborating with the Tana Toraja Regency Tourism Office to hold training, especially in the field of marketing, carrying out promotional and marketing strategies with 2 (two) approaches, namely Offline and Online. Not only that, the local community also plays a role as supervisors, implementers and recipients, besides that the local community also plays a role in developing culinary and woven fabrics to be seen and sold to visitors.*

**Keywords :** *Development Strategy, Tourism, Saluliang Kolesawangan Tourist Attraction.*

### 1. PENDAHULUAN

Republik Indonesia adalah negara dengan sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati, serta warisan sejarah dan budaya. Kualitas-kualitas ini telah menjadi nilai unik bagi Indonesia, yang mengagumkan dan terkenal di dunia internasional. Indonesia memiliki banyak destinasi wisata yang menarik pengunjung untuk datang kembali, sehingga mereka tidak pernah bosan dengan kunjungan berulang.

Pariwisata adalah metode pemanfaatan sumber daya alam yang dapat memiliki nilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam menjadi objek wisata yang dapat menarik pengunjung dari dalam maupun luar negeri. Pariwisata dapat menumbuhkan dan meningkatkan rasa bangga terhadap bangsa, sehingga membina masyarakat yang peduli terhadap negara. Pariwisata adalah sesuatu yang menarik bagi setiap individu, karena dapat menghilangkan kebosanan, mengembangkan kreativitas, dan dapat mendukung produktivitas individu.

Landasan hukum untuk pengembangan pariwisata sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan adalah Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata (Pasal 6; Pengembangan pariwisata dilaksanakan berdasarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pengembangan pariwisata dengan memperhatikan keragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia akan pariwisata). (Pasal 1:8 Pengembangan pariwisata dilaksanakan berdasarkan rencana induk pengembangan pariwisata yang terdiri dari rencana induk pengembangan pariwisata tingkat provinsi dan rencana induk pengembangan pariwisata tingkat kabupaten/kota. 2) Pengembangan pariwisata sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional. Pasal 11; Pemerintah bersama dengan lembaga-lembaga terkait pariwisata melaksanakan penelitian dan

pengembangan pariwisata untuk mendukung pengembangan pariwisata). Dan (Pasal 12:1 Aspek-aspek penentuan kawasan pariwisata strategis).

Salah satu objek wisata alam di Sulawesi Selatan terletak di Kabupaten Tana Toraja. Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi wisata yang signifikan, didukung oleh keindahan alamnya, kehidupan masyarakat, kondisi sosial budaya, dan lingkungan bisnis. Potensi dan objek wisata potensial di Toraja Kabupaten Toraja, yang berpotensi dikembangkan, dikategorikan sebagai wisata alam, wisata budaya, dan wisata bahari. Salah satu objek wisata tersebut adalah Objek Wisata Saluliang.

Objek Wisata Saluliang adalah objek wisata makam batu (liang) yang terletak di Sawangan, Malimbong, Distrik Balepe, Kabupaten Tana Toraja. Objek wisata Saluliang memiliki potensi untuk dikembangkan, namun potensi ini belum dikelola secara optimal, sehingga mengakibatkan kurangnya wisatawan yang mengunjungi objek wisata Saluliang. Objek wisata Saluliang terletak tidak terlalu jauh, yang didukung oleh akses yang mudah bagi wisatawan, namun objek wisata ini masih perlu ditingkatkan karena kondisi fasilitas yang ada tidak memadai dan kurangnya kelengkapan fasilitas dan infrastruktur wisata lainnya.

Oleh karena itu, strategi yang efektif diperlukan dalam mengembangkan objek wisata Saluliang, agar dapat menjadi salah satu objek wisata terbaik di Kabupaten Tana Toraja yang dapat diandalkan dan menarik untuk dikunjungi oleh masyarakat Tana Toraja dan pengunjung dari luar Kabupaten Tana Toraja.

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategia*," yang berarti "*seni jenderal*," atau seni seorang komandan, yang biasanya digunakan dalam peperangan. Strategi berkaitan dengan arah tujuan dan aktivitas jangka panjang suatu organisasi. Strategi juga terkait erat dengan penentuan bagaimana suatu organisasi memposisikan dirinya, dengan mempertimbangkan lingkungan sekitarnya, terutama para pesaingnya. Strategi adalah upaya untuk mencapai keunggulan kompetitif yang selaras dengan keinginan untuk bertahan hidup dalam jangka panjang, bukan melalui trik-trik tertentu, tetapi dengan mengadopsi perspektif jangka panjang yang luas dan komprehensif.

Menurut Hugo Itamar (2016), istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia*. (*stratos*) (= militer, *da nag* = memimpin), yang berarti seni atau ilmu menjadi seorang jenderal, dan dapat diartikan sebagai pertama-tama taktik perang, kedua ilmu strategi, dan ketiga rencana kegiatan yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain, strategi adalah cara suatu lembaga atau organisasi mencapai tujuannya sesuai dengan peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta kemampuan sumber daya internal.

Untuk melihat apakah strategi yang telah ditentukan tepat atau tidak, baik di tingkat organisasi maupun bisnis yang ditangani, hal itu tidak hanya bergantung pada keakuratan analisis strategis yang dilakukan dan pilihan tepat yang dibuat pada alternatif yang diperkirakan dapat mendukung upaya keseluruhan untuk mencapai tujuan dan berbagai target serta mengembangkan misi yang telah ditentukan, tetapi terutama pada analisis akhir yang terjadi ketika strategi tersebut diimplementasikan.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan yang baik, yaitu tujuan organisasi atau perusahaan, sehingga strategi memiliki beberapa karakteristik, antara lain:

1. Terpadu: yaitu *menyatukan* semua bagian dari suatu organisasi atau perusahaan.
2. Komprehensif; artinya, mencakup semua aspek suatu organisasi atau perusahaan.
3. Integral (*terintegrasi*); artinya, semua strategi akan sesuai/tepat di semua tingkatan (*korporat, bisnis, dan fungsional*).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi adalah kumpulan metode keseluruhan yang dilakukan oleh lembaga, badan, atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman eksternal, menggunakan kemampuan dan sumber daya internal untuk mencapainya dengan perencanaan yang cermat guna mencapai target tertentu.

Salusu dan Young (Salusu, 2015) menawarkan definisi yang lebih sederhana, yaitu: "Strategi adalah seni menggunakan keterampilan dan sumber daya organisasi untuk mencapai

tujuannya melalui hubungan yang efektif dengan lingkungan dalam kondisi yang paling menguntungkan."

Menurut Glueck dan Jauch (Sedarmayanti, 2014), strategi adalah rencana terpadu, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui implementasi yang tepat oleh organisasi.

Tujuan strategis merupakan terjemahan dari pernyataan misi, yang dikembangkan dengan lebih spesifik mengenai bagaimana perusahaan akan mencapai misinya. Tujuan bersifat kebijakan, program, atau manajerial dan dinyatakan sedemikian rupa sehingga memungkinkan penilaian terhadap pencapaian tujuan di masa mendatang.

Menurut (Priharto Sugi, 2020) terdapat tujuan strategis sebagai berikut:

1. Memberikan arahan jangka panjang yang akan dicapai perusahaan.
2. Membantu perusahaan beradaptasi dengan kebutuhan masing-masing perusahaan.
3. Meningkatkan efektivitas kinerja perusahaan.
4. Menerapkan dan mengevaluasi strategi yang telah disepakati secara efektif dan efisien.
5. Buat strategi baru untuk beradaptasi dengan perkembangan di lingkungan eksternal.
6. Meninjau kekuatan dan kelemahan perusahaan serta memeriksa peluang dan ancaman bisnis perusahaan.

Berinovasi dalam produk dan layanan agar selalu disukai konsumen.

Menurut David Duswan (2015:16) ada beberapa jenis strategi alternatif, yaitu:

#### 1. Strategi Integrasi

Strategi integrasi adalah jenis strategi yang memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan kendali atas distributor, pemasok, dan/atau pesaing.

Jenis-jenis integrasi adalah sebagai berikut:

##### a. Integrasi ke depan

Integrasi ke depan adalah jenis integrasi yang melibatkan upaya untuk mendapatkan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas distributor atau pengecer.

##### b. Integrasi mundur

Integrasi mundur adalah jenis integrasi yang bertujuan untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.

##### c. Integrasi horizontal

Integrasi horizontal adalah jenis integrasi yang bertujuan untuk memperoleh kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas para pesaing.

#### 2. Strategi Intensif

Strategi intensif adalah jenis strategi yang membutuhkan upaya intensif jika posisi kompetitif perusahaan dengan produk-produknya saat ini ingin ditingkatkan.

##### a. Penetrasi pasar

Penetrasi pasar adalah jenis strategi yang bertujuan untuk meningkatkan pangsa pasar produk atau layanan yang sudah ada di pasar saat ini melalui upaya pemasaran yang lebih besar.

##### b. Pengembangan Pasar

Pengembangan pasar adalah jenis strategi yang memperkenalkan produk atau layanan yang sudah ada ke wilayah geografis baru.

##### c. Pengembangan Produk

Pengembangan produk adalah jenis strategi yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memperbaiki produk atau layanan yang ada dan memperluasnya ke wilayah geografis baru.

#### 3. Strategi Diversifikasi

Strategi diversifikasi adalah jenis strategi di mana perusahaan menambahkan produk atau layanan baru untuk membantu meningkatkan penjualan perusahaan.

##### a. Diversifikasi Terkait

Diversifikasi terkait adalah jenis strategi di mana perusahaan menambahkan produk atau layanan baru tetapi produk atau layanan tersebut masih terkait dengan produk atau layanan yang sudah ada.

b. Diversifikasi yang Tidak Berkaitan

Diversifikasi yang tidak terkait adalah jenis strategi di mana sebuah perusahaan menambahkan produk atau layanan baru yang sama sekali tidak terkait dengan lini bisnis perusahaan sebelumnya.

4. Strategi Pertahanan

Strategi defensif adalah jenis strategi yang diterapkan ketika kondisi perusahaan sedang mengalami penurunan sehingga harus melakukan restrukturisasi melalui penghematan biaya dan aset untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan yang saat ini sedang menurun.

a. Penyusutan

Pengurangan biaya dan aset adalah strategi penataan ulang yang dilakukan untuk membalikkan penurunan penjualan dan keuntungan.

b. Pelepasan aset

Divestasi adalah strategi di mana sebuah divisi atau bagian dari suatu organisasi dijual.

c. Likuidasi

Likuidasi adalah strategi di mana seluruh aset perusahaan dijual secara terpisah untuk mendapatkan kekayaan berwujudnya.

5. Strategi Pengembangan Objek Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata adalah metode untuk mengembangkan objek wisata, yang memerlukan analisis dan penilaian seefektif mungkin untuk mengidentifikasi kekurangan dan memperbaikinya melalui pengembangan strategis. Strategi pengembangan pariwisata mencakup beberapa pengembangan, termasuk:

1. Aspek Perencanaan Pembangunan mencakup, antara lain, sistem perencanaan regional, perencanaan spasial, standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi lintas sektor, pendanaan, dan sistem informasi objek wisata.
2. Aspek kelembagaan mencakup pemanfaatan dan peningkatan kapasitas kelembagaan, sebagai mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan, secara operasional merupakan organisasi dengan sumber daya manusia dan regulasi yang memadai serta memiliki efisiensi.
3. Aspek Fasilitas dan Infrastruktur, yaitu sebagai pengendali untuk menjaga lingkungan sekitar, pembangunan fasilitas dan infrastruktur dapat meningkatkan dukungan sehingga upaya pemanfaatan dapat dilakukan secara optimal.
4. Aspek manajemen mencakup pengembangan profesionalisme dan pola pengembangan objek wisata yang siap mendukung kegiatan pariwisata dan mampu memanfaatkan potensi objek wisata.
5. Aspek Lowongan Kerja bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada masyarakat, khususnya mereka yang berada di wilayah terkait dan saat ini menganggur, untuk bekerja di objek wisata tersebut.
6. Aspek pemasaran mencakup penggunaan teknologi tinggi dan kolaborasi dengan berbagai pihak baik di dalam maupun luar negeri.
7. Peran masyarakat melalui peluang bisnis dan pendirian organisasi bisnis untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Maruf, (2019), terdapat tiga tahapan strategi, yaitu:

1. Perumusan *strategi*

Perumusan strategi adalah tahapan yang dilakukan dalam proses strategi, yang meliputi:

- a. Pengembangan visi dan misi.
- b. Mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi.
- c. Analisis kekuatan dan kelemahan internal.
- d. Rumuskan tujuan jangka panjang.
- e. Menghasilkan strategi alternatif.

f. Memilih strategi spesifik untuk mencapai tujuan.

## 2. Implementasi *Strategi*

Pada tahap ini, dilakukan pengembangan strategi dukungan budaya, struktur organisasi yang efektif, reorganisasi upaya pemasaran, penyusunan anggaran, pengembangan sistem informasi, dan pengaitan kompensasi karyawan dengan kinerja organisasi.

## 3. Evaluasi dan Pemantauan Strategi

Tahap pemantauan seluruh aktivitas perusahaan untuk menentukan apakah aktivitas tersebut berjalan sesuai dengan rencana strategis yang telah dipilih. Metode pelaporan analitis dapat diterapkan secara tahunan, bulanan, atau mingguan, sehingga setiap penyimpangan dapat dievaluasi dan kinerja dapat ditingkatkan, dengan harapan bahwa semua yang direncanakan akan berjalan sesuai rencana.

Objek wisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari keunikan objek wisata yang dikunjungi untuk jangka waktu sementara. Objek wisata adalah tempat-tempat yang menjadi pusat daya tarik dan dapat memberikan kepuasan, terutama kepada pengunjung (Harahap, 2018).

Objek wisata adalah tempat yang dikunjungi wisatawan karena memiliki sumber daya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai, flora dan fauna, kebun binatang, bangunan bersejarah kuno, monumen, kuil, tarian, atraksi, dan budaya unik lainnya (Ananto, 2018). Menurut Siregar (2017), objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi target pariwisata, objek wisata berkaitan erat dengan objek wisata itu sendiri. Daerah yang menjadi objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi target utama saat mengunjungi daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya lokal, flora dan fauna alami, kemajuan teknologi, dan unsur spiritual.

Objek wisata yang belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan tidak dapat dianggap sebagai objek wisata sampai terjadi jenis pengembangan tertentu. Objek dan objek wisata merupakan fondasi pariwisata. Tanpa objek wisata di suatu daerah atau lokasi tertentu, pariwisata sulit dikembangkan (Putra *dkk*, 2018). Objek wisata harus meningkatkan kualitasnya untuk mencapai persepsi positif. Hal ini karena persepsi terhadap kualitas objek wisata dapat menjadi tolok ukur untuk menilai tingkat kualitas objek wisata tersebut. Kualitas objek wisata merupakan salah satu faktor penentu dalam menarik pengunjung. Objek wisata saling bergantung antara atraksi, fasilitas, infrastruktur, transportasi, dan layanan. Hal ini, tentu saja, sangat menentukan apakah suatu objek layak dikunjungi atau tidak. Objek wisata membutuhkan infrastruktur dan transportasi untuk mencapai tujuan wisata. Selain itu, ketersediaan fasilitas juga penting dalam memenuhi kebutuhan pengunjung saat berada jauh dari rumah mereka (Niemah, 2014).

Menurut Hugo Itamar dalam Angga Tesis Pradikta (2013:15) mengelompokkan objek wisata menjadi tiga jenis, yaitu:

- a. Objek wisata alam, misalnya: laut, pantai, pegunungan (gunung berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam, dan lain-lain.
- b. Objek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tarian (tradisional), musik (tradisional), pakaian tradisional, upacara pernikahan tradisional, upacara sawah, upacara panen, warisan budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat setempat, museum, dan lain-lain.
- c. Objek wisata buatan, misalnya: fasilitas dan infrastruktur olahraga, permainan (layang-layang), hiburan (komedi atau akrobatik, sulap), ketangkasan (berkuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat perbelanjaan, dan lain-lain. Dalam mengembangkan objek wisata ini, perlu diperhatikan kondisi sosial-ekonomi masyarakat setempat, sosial-budaya setempat, nilai-nilai keagamaan, adat istiadat, lingkungan, dan objek wisata itu sendiri. Pengembangan objek dan atraksi wisata

dapat dilakukan oleh Pemerintah, Badan Usaha, atau Perorangan dengan melibatkan dan berkolaborasi dengan pihak-pihak terkait.

Pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan destinasi wisata. Suatu destinasi dapat dianggap sebagai destinasi pariwisata yang sedang berkembang jika sudah memiliki aktivitas pariwisata yang ada. Untuk meningkatkan potensi pariwisatanya, perencanaan pengembangan pariwisata sangat penting untuk memperbaikinya.

Strategi pembangunan dengan konsep Pariwisata 3A meliputi:

#### 1. Objek wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang terdapat di suatu daerah wisata yang menarik wisatawan. Ini termasuk objek alam, kreasi buatan manusia, adat istiadat setempat, serta budaya dan adat istiadat unik dari daerah sekitarnya.

#### 2. Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah kemudahan mencapai suatu destinasi dan menghubungkannya dengan destinasi lain. Aksesibilitas mencakup fasilitas seperti transportasi dan infrastruktur, seperti jalan raya. Sebagai elemen pendukung suatu destinasi, aksesibilitas memudahkan wisatawan untuk mencapai objek wisatanya. Tanpa aksesibilitas yang memadai, wisatawan mungkin akan enggan bepergian karena kurangnya akses mudah ke destinasi tersebut.

#### 3. Fasilitas

Fasilitas adalah semua sarana pendukung yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama kunjungan mereka di suatu destinasi. Fasilitas berkaitan dengan ketersediaan akomodasi untuk menginap, serta restoran atau tempat penjualan makanan dan minuman.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, artinya bertujuan untuk mengidentifikasi atau mendeskripsikan fakta dan peristiwa yang diteliti. Penelitian ini dilakukan pada satu variabel independen tunggal, tanpa melakukan perbandingan atau menghubungkannya dengan variabel lain. Hal ini mempermudah penulis untuk memperoleh data objektif guna memahami manajemen strategis objek wisata Saluliang.

Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Data primer bersumber dari pengamatan lapangan dan wawancara dengan narasumber yang merupakan pengelola, masyarakat, dan pengunjung Objek Wisata Saluliang Kolesawangan Malimbong Balepe.
2. Data sekunder bersumber dari jurnal dan buku yang digunakan sebagai sumber referensi penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui reduksi data. Penyajian data, kesimpulan, dan verifikasi data yang diperoleh dari data primer kemudian dianalisis menggunakan tahapan atau prosedur reduksi data, pemodelan data (penampilan data), klasifikasi data, dan kesimpulan. Hal ini menghasilkan strategi pengembangan objek wisata Saluliang.

Teknik analisis data kualitatif menggunakan model analisis interaktif dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a) Pengurangan data

Aktivitas pengolahan data pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah reduksi data. Reduksi data melibatkan meringkas dan mengurutkan data dan informasi yang diperoleh di lapangan untuk mempermudah pemahaman peneliti terhadap data dan informasi yang diperoleh di lapangan, sehingga mempermudah proses pengelolaan data selanjutnya terkait pembiayaan kepemilikan rumah.

#### b) Penyajian data

Aktivitas pengelolaan data setelah reduksi data adalah penyajian data. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh peneliti disajikan dalam bentuk deskripsi singkat agar memudahkan peneliti memahami seluruh kejadian dan insiden yang ditemui serta merencanakan langkah selanjutnya berdasarkan data yang dikumpulkan.

#### c) Kesimpulan dan verifikasi data

Dalam menarik kesimpulan dan memverifikasi data, peneliti harus memahami apa yang mereka temukan dengan mencatat peraturan, pola, pernyataan, arah, sebab, akibat, dan berbagai proporsi. Kesimpulan perlu diverifikasi agar penelitian yang dilakukan benar dan dapat dipertahankan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh peneliti dari lapangan yang kemudian dianalisis, dirumuskan, dan diinterpretasikan untuk mendapatkan gambaran umum tentang Strategi Pengembangan Objek Wisata Saluliang Di Sawangan, Malimbong, Distrik Balepe.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perencanaan dan strategi sangat diperlukan dalam pengelolaan pariwisata untuk memastikan dampaknya positif bagi wilayah dan masyarakatnya. Pengembangan pariwisata membutuhkan teknik perencanaan yang tepat dan sesuai.

Pengembangan pariwisata harus mencakup beberapa elemen penting untuk memastikan kepuasan wisatawan. Elemen penting dalam pengembangan pariwisata meliputi:

#### 1. Objek Wisata

Objek wisata adalah daya tarik unik yang menarik wisatawan ke suatu destinasi. Objek wisata juga berfungsi sebagai daya tarik unik dan destinasi bagi wisatawan yang ingin berlibur, memungkinkan mereka untuk menikmati keindahan alam dan atraksi yang ditawarkan di destinasi tersebut.

Saluliang adalah destinasi unik yang menarik wisatawan karena keindahan alamnya dan perkembangan budaya yang berkelanjutan. Pariwisata Saluliang telah digunakan sejak tahun 1215. Batu-batu besar disusun mengikuti kontur bumi, kemudian dilubangi dan digunakan sebagai 107 tempat pemakaman. Tempat ini juga berfungsi sebagai tempat ibadah bagi suku Lelurur. Aluktodolo. Pariwisata Saluliang memiliki potensi yang signifikan jika dikembangkan dan dimanfaatkan secara efektif.

Selain itu, gerbang, tangga, dan gubuk telah dibangun untuk digunakan pengunjung sebagai tempat beristirahat. Kearifan lokal dari objek wisata ini masih terjaga dengan baik, mulai dari bebatuan yang membentuk formasi hingga gua-gua yang terawat dengan baik. Pemandangan sawah menyediakan tempat berfoto yang memikat bagi pengunjung. Keindahan alam, makam batu, dan kearifan lokal dari objek wisata Saluliang merupakan daya tarik utamanya.

Berdasarkan wawancara dengan sekretaris objek wisata Saluliang, informan I menyatakan bahwa " *Kolesawangan memiliki potensi wisata yang beragam. Salah satu destinasi wisatanya, Saluliang, memiliki keunggulan berupa pemandangan sawah yang indah dan sangat memanjakan mata. Saluliang juga membangkitkan rasa ingin tahu setiap wisatawan untuk datang ke objek wisata ini.*"

Agar potensi wisata Saluliang dapat dimanfaatkan secara lebih optimal, menurut pengelola objek wisata Saluliang, " *upaya dilakukan untuk mengembangkan pariwisata dengan mempromosikannya melalui 2 (dua) cara, yaitu online dan offline. Media online seperti Facebook, Instagram dan YouTube, juga berkolaborasi dengan beberapa stasiun TV, TVRI, Grup MNC. Kolaborasi dengan media online seperti Tribun Timur, Media Indonesia, Kompas, Media Wisata, Liputan6 (silakan cek di Google mengenai desa wisata Kolesawangan) adalah banyak media yang berkolaborasi. Kemudian promosi yang dilakukan secara offline adalah berkolaborasi dengan agen perjalanan Makassar untuk membawa tamu ke Kolesawangan.*"

Kemudian peneliti bertanya kepada manajer objek wisata Saluliang dan mengatakan bahwa " *Objek wisata potensial yang saat ini sedang dikembangkan meliputi wahana motor ATV, lalu yang juga akan dikembangkan adalah Flying Fox, Area Perkemahan, Arung Jeram, dan Outbound.*"

Hasil penelitian yang dilakukan dengan mewawancarai Manajer objek wisata menunjukkan bahwa potensi wisata yang sedang dikembangkan adalah ATV Motorbike Ride. Manajer akan mengembangkan wahana ATV untuk memberikan pengalaman baru bagi pengunjung. Wahana ini memungkinkan pengunjung menjelajahi area sekitar objek wisata menggunakan ATV. Selain itu, potensi wisata lain yang akan dikembangkan adalah Flying Fox, di mana manajer berencana untuk mengembangkan wahana Flying Fox. Wahana ini akan memberikan pengalaman yang menantang dan mengasyikkan bagi pengunjung yang ingin merasakan sensasi terbang di atas area objek wisata. Tidak hanya itu, manajer juga mengembangkan Camping Ground, yang rencananya akan menyediakan area Camping Ground. Hal ini memungkinkan pengunjung untuk berkemah di area objek wisata dan menikmati keindahan alam sekitarnya. Potensi objek wisata lain yang akan dikembangkan adalah River Tubing, yang rencananya akan mengembangkan wahana River Tubing. Wahana ini memungkinkan pengunjung untuk menikmati sensasi arung jeram di sungai menggunakan ban dalam. Dan terakhir, Outbound, manajer berencana untuk mengembangkan wahana Outbound. Wahana ini akan memberikan pengalaman yang menantang dan menyenangkan bagi pengunjung yang ingin menguji adrenalin dan kekompakan tim mereka.

Tidak hanya itu, hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan pengunjung sebagai informan III mengatakan " *objek wisata ini sangat unik karena bebatuannya berjejer membentuk formasi, selain itu, objek wisata ini juga memiliki keindahan alam dengan suasana yang tenang dan damai.*"

Pernyataan pengunjung ini didukung oleh seorang warga setempat, Informan II, yang menyatakan, " *Saluliang memiliki potensi budaya, karena objek wisata ini masih digunakan sebagai pemakaman tradisional Toraja . Kondisi Saluliang saat ini sedang diperbaiki dan ditata untuk lebih menarik wisatawan.*"

Konsep pengelolannya adalah melalui kerja sama dengan masyarakat, sehingga objek wisata dikelola langsung dan sepenuhnya oleh masyarakat, pemerintah hanya bertindak sebagai regulator atau hanya membuat peraturan dan pemerintah hanya mendukung semua kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dengan menyediakan berbagai pelatihan dan konseling kepada masyarakat di sekitar objek wisata. Jika banyak wisatawan mengunjungi objek wisata, lingkungan harus dibersihkan, dan juga terus memberikan informasi tentang wahana yang ditawarkan.

## 2. Fasilitas

Fasilitas adalah sarana yang disediakan oleh destinasi wisata, seperti hotel, restoran, tempat makan, fasilitas olahraga, dan fasilitas lainnya. Selain objek wisata, wisatawan juga membutuhkan fasilitas untuk mendukung perjalanan mereka dan memberikan berbagai kemudahan untuk meningkatkan pengalaman rekreasi mereka. Fasilitas lain yang mungkin juga diinginkan dan dibutuhkan wisatawan meliputi toilet umum, area istirahat, tempat parkir, klinik kesehatan, dan tempat ibadah.

### a) Tempat parkir

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan I, dia mengatakan, " *fasilitasnya sudah ada, tetapi belum optimal karena tempat parkir yang disediakan sempit, dan pengunjung hanya parkir di sepanjang jalan gerbang.*"

Kemudian, hasil wawancara dengan pengunjung sebagai informan III mengatakan bahwa " *lokasi tempat parkir masih sangat sempit sehingga jika ramai, kendaraan terkadang diparkir di depan rumah warga yang tinggal di sekitar objek wisata Saluliang* ". Tidak hanya itu, berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat sebagai informan II mengatakan bahwa " *objek wisata ini masih sangat kurang fasilitasnya sehingga setiap pengunjung yang datang ke sini terkadang memarkir kendaraannya di depan rumah, karena tempat parkirnya masih sempit*".

## b) Toilet

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung, informan III mengatakan bahwa *"kondisi toilet memadai, tetapi kita perlu memperhatikan tingkat kebersihannya."*

## c) Gazebo

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung, informan III mengatakan bahwa *"objek wisata Saluliang memiliki beberapa fasilitas yang layak seperti gazebo yang dapat digunakan sebagai tempat beristirahat bagi pengunjung yang lelah, tidak hanya itu, gazebo ini juga sangat bagus untuk bersantai sambil menikmati keindahan sawah."*

## 3. Aksesibilitas (Infrastruktur)

Aksesibilitas merujuk pada fasilitas atau infrastruktur yang dibangun untuk mempermudah perjalanan pengunjung. Istilah ini juga dapat didefinisikan sebagai fasilitas yang memudahkan pengunjung untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

## a) Jaringan Telekomunikasi

Berdasarkan hasil pengamatan langsung di lapangan, penulis dapat menemukan bahwa jaringan internet dan telepon di Kolesawangan cukup memadai, sehingga memudahkan pengunjung untuk berbagi momen secara langsung di media sosial mereka tanpa terhambat oleh jaringan.

## b) Sistem Sanitasi

Berdasarkan pengamatan langsung di lapangan, penulis mengamati bahwa objek wisata Saluliang masih kekurangan program pengelolaan sampah. Banyak kendala yang dihadapi dalam mengatasi masalah sampah, khususnya sampah organik berupa dedaunan pohon.

Pembersihan objek wisata Saluliang terkadang dilakukan oleh mahasiswa KKN dan pengunjung. Mahasiswa juga pernah memasang tempat sampah di sekitar objek wisata Saluliang, tetapi tempat sampah tersebut lambat laun rusak karena tidak ada yang ditugaskan untuk mengelolanya.

## c) Keramahan

Wisatawan adalah orang asing di lingkungan yang tidak dikenal. Salah satu cara untuk menciptakan lingkungan yang nyaman bagi mereka adalah melalui keramahan yang ditunjukkan oleh pengelola objek wisata saat menyambut mereka.

Keramahtamahan para pengelola Saluliang Daya tarik wisata Kolesawangan adalah mereka akan menyambut, mendampingi, dan membimbing wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Wisata Kolesawangan.

Keterlibatan masyarakat lokal dalam pelaksanaan upaya dan rencana pengembangan pariwisata mencakup kontribusi ide melalui partisipasi dalam berbagai pertemuan, pertukaran pendapat, pengalaman, dan informasi tentang strategi, manajemen, dan pengembangan pariwisata. Partisipasi masyarakat juga mencakup pelayanan masyarakat, mempersiapkan semua fasilitas dan infrastruktur yang diperlukan, berpartisipasi dalam kegiatan pemasaran pariwisata seperti promosi melalui media sosial, meningkatkan keamanan, dan mendukung kebijakan pemerintah. Setiap warga negara memainkan peran penting dalam proses identifikasi, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pengembangan pariwisata, karena keputusan dibuat melalui musyawarah kolektif. Namun, objek wisata Saluliang juga berdampak negatif terhadap lingkungan fisik di Kolesawangan. Hal ini karena pariwisata sangat erat kaitannya dengan lingkungan fisik. Lingkungan fisik merupakan daya tarik utama kegiatan pariwisata. Lingkungan fisik meliputi lingkungan alam (makam batu) dan lingkungan buatan (tempat foto, objek wisata di sekitar Saluliang).

Masyarakat setempat sebagai informan II mengatakan bahwa *"ada banyak orang yang tinggal di daerah wisata, jadi jika objek wisata ini berkembang, akan berdampak pada tingkat ekonomi masyarakat, seperti membuka peluang kerja bagi penduduk setempat, misalnya berdagang di daerah wisata, dan lain-lain, tetapi sayangnya objek wisata ini belum*

*berkembang secara optimal, masih banyak fasilitas yang kurang memadai."*

Pendapat ini juga sejalan dengan pendapat pengelola objek wisata Saluliang sebagai informan I yang mengatakan bahwa *"dampak terhadap masyarakat dengan perkembangan pariwisata, yaitu masyarakat dapat bekerja di objek wisata, sehingga dampak terhadap tingkat ekonomi masyarakat jelas terlihat, seperti terbukanya lapangan kerja bagi warga lokal, misalnya berjualan, menyapu, dan menjadi karyawan pengelola objek wisata, sehingga secara otomatis mengurangi pengangguran."* Selain itu, seorang pengunjung sebagai informan III mengatakan bahwa *"perubahannya adalah mereka yang belum mendapat pekerjaan dapat membuka lapangan kerja di sini, sehingga pengangguran berkurang, misalnya membuka warung atau toko."*

Informan II juga mengatakan bahwa *"jika objek wisata ini terus berkembang, hal itu akan berdampak pada perekonomian lokal, di mana warga yang tinggal di sekitar Saluliang dapat memperoleh pekerjaan, misalnya, sebagai penjaga dan penerima tamu."*

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa pariwisata menawarkan peluang kerja yang signifikan bagi masyarakat Kolesawangan. Pertumbuhan peluang bisnis untuk memenuhi kebutuhan wisatawan telah mendorong warga untuk membuka usaha yang menjual berbagai produk, termasuk produk khas daerah wisata, seperti suvenir dan barang-barang lainnya. Menjalankan usaha-usaha ini membutuhkan tenaga kerja, dan semakin banyak wisatawan berkunjung, semakin banyak usaha yang akan berkembang, menciptakan lebih banyak lapangan kerja di daerah wisata, sehingga mengurangi pengangguran.

Mengurangi pengangguran di masyarakat lokal sekitar kawasan wisata, yaitu dari pengangguran menjadi bekerja sebagai pedagang, petugas parkir, petugas kebersihan, satpam, bahkan sebagai pengelola pariwisata atau lainnya sesuai dengan kemampuan/keterampilan masyarakat setempat.

#### 4. KESIMPULAN

##### **Strategi Pembangunan untuk Tempat Wisata Saluliang Kolesawangan di Malimbong Distrik Balepe**

##### 1. Objek wisata

Objek wisata adalah daya tarik unik yang menarik wisatawan ke suatu tempat. Objek wisata adalah sesuatu yang membuat orang tertarik untuk berwisata ke tempat tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian, objek wisata Saluliang sudah memiliki potensi wisata yang unik dan menarik untuk dikembangkan. Objek wisata Saluliang memiliki pemandangan alam, kegiatan budaya, dan makam batu bersejarah, serta kebiasaan penduduk yang telah menjadi budaya.

Selain keindahan alam Saluliang, Kolesawangan juga memiliki beberapa daya tarik budaya, yaitu:

##### a. Tarian Pa' Gellu

Tarian Pa'Gellu biasanya ditampilkan selama upacara-upacara gembira, menyambut tamu, pesta pernikahan, dan upacara peresmian rumah Tongkonan.

##### b. Tarian Pa'Tirra

Selain Tari Pa'Gellu, Kolesawangan juga memiliki atraksi budaya seperti Tari Pa'Tirra yang dibawakan oleh sejumlah anak laki-laki yang berbaris sambil membawa alat musik yang terbuat dari bambu.

Di Desa Wisata Kolesawangan, tersedia juga paket wisata, yaitu Pendidikan Tenun Kolesawangan, dan Sado'ko. Edukasi Pembuatan Kopi Toraja, Edukasi Manik Kolesawangan, Edukasi Kerajinan Baka dan Bambu, Kolesawangan (Dewi Kolsa) Tur 2 jam 1 menit, Studi dan ATV Kolesawangan.

##### 2. Fasilitas

Fasilitas adalah semua sarana dan infrastruktur yang dibutuhkan wisatawan selama berada di destinasi wisata. Sarana dan infrastruktur ini meliputi akomodasi, restoran, dan fasilitas lain yang mendukung kebutuhan wisatawan.

Objek wisata Saluliang menawarkan beberapa fasilitas bagi wisatawan, termasuk toilet, tempat parkir, dan gazebo tempat pengunjung dapat bersantai dan menikmati pemandangan sawah yang damai dan tenang.

a) Aula

Aula adalah bangunan dengan ruangan besar yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan di dalam ruangan, seperti pertemuan, pelatihan di luar ruangan, rapat, acara kumpul-kumpul, dan sebagainya.

Di Saluliang terdapat sebuah aula yang cukup besar yang dibangun dengan dukungan dari Kementerian Desa, Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi.

b) Trotoar

Kawasan Saluliang memiliki jalan setapak. Namun, jalan setapak ini belum sepenuhnya memenuhi kriteria sebagai jalan karena konstruksinya masih belum selesai. Jalan setapak ini dimaksudkan untuk menikmati keindahan alam dan menjelajahi setiap makam batu di dalam objek wisata Saluliang. Jalan setapak ini didukung oleh UKIP Makassar dan UKI Toraja.

c) Penginapan Rumahan

Homestay/penginapan wisata adalah tempat tinggal milik pribadi, yang sebagiannya disewakan sebagai tempat menginap bagi wisatawan dengan pembayaran harian, pemilik dan wisatawan tinggal bersama (Mahadewi, 2018).

Kolesawangan juga memiliki homestay, tetapi perbedaannya adalah homestay di Kolesawangan berupa rumah Tongkonan, atau rumah tradisional Toraja. Hanya ada satu homestay di Kolesawangan, dengan dua kamar tidur dan ruang tamu yang juga berfungsi sebagai ruang makan. Tersedia juga fasilitas toilet terpisah.

### 3. Aksesibilitas

Definisi aksesibilitas pariwisata dalam Peraturan Pemerintah Nomor 59 Tahun 2011 adalah semua jenis fasilitas dan infrastruktur transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari tempat asal ke tempat tujuan sesuai dengan motivasi kunjungan mereka. Pengembangan aksesibilitas pariwisata dapat mencakup:

a) Angkutan

Transportasi Darat: Akses menuju kawasan wisata beraspal dan dalam kondisi cukup baik. Dari Bandara Sultan Hasanuddin di Makassar, dibutuhkan waktu 45 menit, kemudian dengan mobil atau kendaraan roda empat, sekitar 33 km, atau sekitar 45 menit ke arah barat Toraja.

b) Tempat parkir

Fasilitas parkir di objek wisata Saluliang kurang optimal, karena ruang yang tersedia terbatas, dan pengunjung hanya diperbolehkan parkir di sepanjang gerbang. Pada jam sibuk, pengunjung terkadang memarkir kendaraan mereka di depan rumah penduduk.

a) Akses Komunikasi

Sistem komunikasi jaringan telepon dan akses telekomunikasi cukup baik.

b) Fasilitas Kesehatan

Tidak ada fasilitas kesehatan berupa pusat kesehatan masyarakat atau rumah sakit di Saluliang. Kawasan wisata Kolesawangan.

c) Sistem Keamanan dan Penyelamatan

Tidak ada sistem keamanan dan penyelamatan di kawasan wisata Saluliang.

f) Keramahan

Keramahtamahan adalah sifat dan perilaku orang yang ramah dalam interaksi sosial, hormat dan sopan dalam berkomunikasi, suka tersenyum, suka menyapa, suka memberi jasa dan bersedia membantu tanpa mengharapkan imbalan, baik yang diberikan oleh pejabat/aparat

pemerintah maupun bisnis pariwisata yang secara langsung menyediakan jasa (Warman dan Muljadi, 2014).

Toraja terkenal akan toleransi dan keramahannya. Mereka dengan antusias menyambut wisatawan ke destinasi mereka, begitu pula penduduk setempat di sekitar Objek wisata Saluliang Kolesawangan.

### **Dampak Strategi Pembangunan Tempat Wisata Saluliang Kolesawangan di Malimbong Distrik Balepe**

Strategi pengembangan pariwisata dapat memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata di suatu wilayah. Beberapa dampak positif dari strategi pengembangan pariwisata meliputi:

#### 1. Penciptaan Lapangan Kerja

Pengembangan Objek Wisata Saluliang dapat menciptakan peluang kerja baru bagi masyarakat setempat, baik di sektor pariwisata langsung maupun sektor pendukung seperti transportasi, restoran, dan industri kerajinan.

#### 2. Peningkatan Pendapatan

Dengan berkembangnya objek wisata Saluliang, masyarakat setempat dapat memperoleh penghasilan tambahan melalui usaha jasa, penjualan produk lokal, dan kerja sama dengan pelaku pariwisata.

#### 3. Pemberdayaan Ekonomi Lokal

Strategi pengembangan objek wisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pemasaran dapat memberdayakan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Angelia, T., & Santoso, EI (2019). Strategi Pengembangan Objek Wisata Religi Bukit Surowiti di Kecamatan Panceng, Gresik. *Planoeath Jurnal*, 4 (2), 102-110.
- Ananto, O. 2018. Persepsi Pengunjung terhadap Objek Wisata Danau Buatan Kota Pekanbaru. *Jurnal Manajemen Organisasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 5(1):1-11.
- Ali, RK (2021). Strategi Pengembangan Objek Wisata Pantai di Kabupaten Sluke, Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 9 (3), 204-216.
- Arif, M., & Syam, A. (2017). Strategi pengembangan objek wisata pantai Sumedang di Ranah Kecamatan Pesisir, Kabupaten Pesisir Selatan. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen Sekolah*, 2 (2), 191-200.
- Asriandy, I. (2016). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Bissapu di Kabupaten Bantaeng. Tesis (Tidak diterbitkan). Makassar: UNHAS.
- Barreto, M., & Giantari, IGAK (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Elektronik, Udayana Universitas*, 4 (11), 773-796.
- David (Maruf, 2019). Konsep manajemen strategis pendekatan keunggulan kompetitif. Jakarta, Salemba Empat

- Guswan , 2015. Strategi pengembangan pariwisata di Tanjung Area Biru di Kantor Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bulukumba . Tesis
- Itamar , H 2016. Strategi Pengembangan Pariwisata di Tana Kabupaten Toraja
- Itamar , H., Alam , AS, & Rahmatullah , R. (2014). Strategi Pengembangan Pariwisata di Tana Kabupaten Toraja . PEMERINTAHAN: Jurnal Ilmu Pemerintahan .
- Manap , HA 2016. Resolusi Manajemen Pemasaran. Mitra wacana media.
- Niemah F., Kartika . 2014. Persepsi Wisatawan Internasional terhadap Fasilitas dan Layanan di Candi Prambanan . Jurnal Pariwisata Nasional. Vol. 6 No. 1. Yogyakarta.
- Pradikta , Angga , 2013. Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk Gunungrowo Indah dalam Upaya Menekan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pati
- Priharto , Sugi . 2020. Sistem Produksi: Definisi, Jenis, Tujuan, dan Contoh. <https://accurate.id/marketing-management/pengertian-sistem-produksi/> . Diakses pada 8 Februari 2021 pukul 08.09 WIB .
- Repositori Universitas Muhammadiyah Palembang - <http://repository.um-palembang.ac.id>. Memahami Google Tempat Wisata.
- Rafsanjani, A., & Pambayun , KG (2018). Strategi Pengembangan Objek Wisata Talangindah Bukit Pongan di Kabupaten Peringsewu Provinsi Lampung. J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintah ) , 113-126
- Sonda , WY (2020), Strategi Pengembangan Objek Wisata Pusat Ziarah Keluarga Kudus Nazareth Sa'pak Bayobayo . Tesis. Uki Toraja
- Sularno Tjiptowardoyo , Strategi Manajemen, (PT. Elax Media Komputindo , 1995), pp.3-5. Purwokerto Tesis: IAIN PURWEEKERTO
- Sedarmayanti , 2014. Manajemen Strategis. Bandung : PT Refika Aditama .
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata.
- Yunus , Eddy. 2016. Manajemen Strategis. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi
- Young, S dan Raharjo , P. ( Salusu , 2015). Strategi Pengembangan Desa Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal di Desa Tepus , Kabupaten Gunungkidul . Jisos : Jurnal Ilmu Sosial, 1(11), 1011-1026