

STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA DI TANA TORAJA

Abedneigo Carter Rambulangi

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : abedneigocarterrambilangi134@gmail.com

Althon. K. Pongtuluran

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : althonkp@yahoo.co.id

Agustinus Mantong

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : agustinusmantong08@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. Satuan analisis dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tana Toraja, sedangkan satuan pengamatannya adalah bagian pengembangan pariwisata di Kabupaten Tana Toraja. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis data primer dan sekunder yang diperoleh dari observasi, wawancara dan pengamatan langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi pariwisata yang sangat banyak dan pemerintah lebih fokus untuk membangunnya, sarana dan prasarana yang masih sangat kurang serta anggaran yang terbatas, situasi kenyamanan dan keamanan Kabupaten Tana Toraja yang sangat kondusif, perkembangan media massa dan teknologi yang pesat sebagai sarana penunjang kepariwisatawan di Kabupaten Tana Toraja. Ada beberapa strategi untuk mengembangkan pariwisata yang ada di Kabupaten Tana Toraja, pengembangan pasar wisatawan, pengembangan produk wisata, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, dan pengembangan area sebaran tujuan wisatawan.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Pariwisata

TOURISM SERVICE STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN TANA TORAJA

Abedneigo Carter Rambulangi

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : abedneigocarterrambilangi134@gmail.com

Althon. K. Pongtuluran

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : althonkp@yahoo.co.id

Agustinus Mantong

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : agustinusmantong08@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to describe and analyze the strategy of the Department of Culture and Tourism in tourism development in Tana Toraja Regency. The unit of analysis in this study is the Department of Culture and Tourism of Tana Toraja, while the unit of observation is the part of tourism development in Tana Toraja Regency. This study uses a qualitative descriptive approach with primary and secondary data types

obtained from observations, interviews and direct observations. The results of this study indicate that Tana Toraja Regency has a lot of tourism potential and the government is more focused on building it, facilities and infrastructure are still very lacking and a limited budget, the comfort and security situation of Tana Toraja Regency is very conducive, the development of mass media and technology that is very conducive. rapidly as a means of supporting tourism in Tana Toraja Regency. There are several strategies for developing tourism in Tana Toraja Regency, developing tourist markets, developing tourism products, developing human resource capacity, and developing tourist destination distribution areas.

Key words : Development Strategy, Tourism

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki banyak kekayaan alam yang melimpah dengan berbagai macam kebudayaan, adat, serta agama yang tentunya dapat dimanfaatkan dalam bidang kepariwisataan sebagai sektor komoditi yang sangat baik bagi perekonomian dan sebagai penghasil devisa negara kedua setelah minyak bumi dan gas alam. Indonesia mempunyai potensi alam dan seni budaya yang cukup besar yang dapat dimanfaatkan oleh daerah untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui pariwisata.

Dalam rangka memanfaatkan peluang pariwisata yang secara prospektif dapat menguntungkan, maka diperlukan juga iklim usaha yang kondusif agar dapat menjamin berlangsungnya kegiatan pariwisata, serta membuka peluang pekerjaan berbagai potensi secara optimal diharapkan akan dapat menarik pengusaha untuk melakukan kegiatan penanaman modal. Dapat dipastikan bahwa aktivitas ekonomi akan meningkat dan pada gilirannya akan memberi dampak secara langsung terutama dalam meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat dan menunjang peningkatan PAD.

Dalam era globalisasi sekarang ini, bidang pariwisata merupakan salah satu kegiatan yang mempunyai peranan yang sangat strategis dalam menunjang pembangunan perekonomian nasional. Sektor ini dicanangkan selain sebagai salah satu sumber penghasil devisa yang cukup andal, juga merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dan mendorong perkembangan investasi. Untuk mengembangkan sektor ini pemerintah berusaha keras membuat rencana dan berbagai kebijakan yang mendukung kearah kemajuan sektor ini. Salah satu kebijakan tersebut adalah menggali, dan mengembangkan obyek-obyek wisata yang ada sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.

Kabupaten Tana Toraja sebagai salah satu daerah yang terdapat di Sulawesi Selatan merupakan salah satu kawasan yang menyimpan beragam potensi kekayaan, baik yang bersifat kekayaan alam maupun kekayaan tradisional adat istiadat yang selalu mengisi setiap ruang dalam aktivitas tradisional yang terdapat dalam masyarakat Tana Toraja. Berbagai macam objek wisata yang terdapat di Tana Toraja membuat para wisatawan dalam negeri maupun mancanegara tertarik untuk datang mengunjungi daerah ini.

Pembangunan pariwisata di Tana Toraja memiliki kekayaan terbesar yang dipenuhi dengan keunikan dari setiap objek wisata yang ada, sehingga setiap objek wisata harus memberikan perhatian khusus dari pemerintah agar dapat berkembang dan dilestarikan sama dalam hal dipelihara agar menarik hati dari setiap para pengunjung pada objek wisata.

Kabupaten Tana Toraja mempunyai banyak tempat wisata yang sangat potensial, dan sudah berjalan selama ini. Pemerintah Tana Toraja telah membuat

program yang disebut *Lovely December* dan berbagai macam promosi untuk menarik wisatawan serta memperkenalkan berbagai tempat wisata dan kebudayaan yang ada di Tana Toraja.

Selain wisata alam, Kabupaten Tana Toraja memiliki kebudayaan yang ada dikecamatan-kecamatan yang memperkaya budaya nasional. Kebudayaan di Tana Toraja yang dapat memberikan kontribusi besar dalam perkembangan pariwisata dan kebudayaan sebagai tempat wisata domestik dan internasional adalah *Rambu Solo* (Pesta Kematian).

Sebuah kebanggaan bagi masyarakat Tana Toraja, bahwa dengan kekayaan alam yang ada di Tana Toraja sendiri. Kekayaan tradisi yang bisa dilihat dari aktivitas adat istiadat masyarakat Tana Toraja menjadi daya tarik bagi para wisatawan baik wisatawan lokal maupun mancanegara.

Namun pada kenyataan Kabupaten Tana Toraja juga merupakan salah satu objek kunjungan wisata terfavorit di Indonesia yang apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik dan tepat, maka akan menjadi daerah tujuan wisata yang menarik bagi wisatawan untuk tidak hanya dikunjungi sekali saja.

Namun pada kenyataannya potensi yang dimiliki Kabupaten Tana Toraja, pemerintah dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan belum melakukan pemerataan pembangunan pariwisata belum dengan baik bahkan sampai saat ini sarana dan prasarana, akses menuju lokasi wisata masih kurang, penanganan sampah yang masih kurang pada setiap objek wisata dan pelayanan masih sangat terbatas, padahal wisatawan tentu mengharapkan adanya pelayanan ekstra yang memberikan kepuasan dalam tuntunan atraksi wisatanya.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi

Chalder dalam Salusu (1996 : 104), juga mengatakan strategi adalah penetapan sasaran jangka panjang organisasi, serta penerapan serangkaian tindakan dan alokasi daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Strategi adalah sekumpulan pilihan kritis untuk perencanaan dan penerapan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting dalam mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan kompetitif komperatif dan sinergis yang ideal berkelanjutan sebagai arah, perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi.

Menurut George A. Steiner (1997 : 10), secara khusus strategi adalah penempatan misi organisasi, penetapan sasaran organisasi dengan mengingat kekuatan eksternal dan internal, perumusan kebijakan dan strategi tertentu untuk mencapai sasaran dan memastikan implementasinya secara tepat. Sehingga tujuan dan sasaran utama organisasi akan tercapai.

Menurut Suwarjono, karena strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan, baik tujuan organisasi atau perusahaan, maka strategi memiliki beberapa sifat, yaitu :

1. Menyatu (*unified*) ; yaitu menyatukan seluruh bagian-bagian dalam organisasi atau perusahaan.
2. Menyeluruh (*comprehensive*) ; yaitu mencakup seluruh aspek dalam suatu organisasi atau perusahaan.
3. Integral (*integrate*) ; yaitu seluruh strategi akan cocok/sesuai dari seluruh tingkatan (*corporate, business dan functional*).

Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa strategi adalah sekumpulan cara secara keseluruhan yang dilakukan oleh lembaga, instansi ataupun organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan melihat peluang dan ancaman secara

eksternal, menggunakan kemampuan internal dan sumber daya untuk mencapainya dengan rencana cermat untuk mencapai sebuah sasaran khusus.

Tingkat-Tingkat Strategi

Menurut Charles, Higgins (1995 : 108), ada empat tingkatan strategi yaitu :

1. *Enterprise Strategy*
Strategi ini merujuk pada hubungan dengan masyarakat luar organisasi dengan menampakkan bahwa organisasi sungguh-sungguh bekerja dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik terhadap tuntutan dan kebutuhan masyarakat.
2. *Corporate Strategy*
Strategi ini berkaitan dengan misi organisasi, sehingga disebut juga *grand strategy* yang meliputi bidang yang digeluti oleh organisasi tersebut.
3. *Business Strategy*
Strategi pada tingkat ini menjabarkan bagaimana merebut pasaran ditengah masyarakat.
4. *Functional Strategy*
Strategi ini merupakan strategi pendukung dan untuk menunjang suksesnya strategi lain. Ada tiga jenis strategi fungsional yaitu :
 - a. Strategi fungsional ekonomi yaitu mencakup fungsi yang memungkinkan organisasi hidup sebagai satu kesatuan ekonomi yang sehat, antara lain yang berkaitan dengan keuangan, pemasaran, sumber daya, penelitian dan pengembangan.
 - b. Strategi fungsional manajemen yaitu mencakup fungsi-fungsi manajemen, yaitu *planning, organizing, motivating, communicating, decision making, representing* dan *integrating*.
 - c. Strategi isu stratejik fungsi utama strategi ini adalah mengontrol lingkungan, baik situasi lingkungan yang sudah diketahui maupun situasi yang belum diketahui atau yang selalu berubah.

Tipe-Tipe Strategi

Menurut Koteen (1991 : 104), ada empat tipe strategi antara lain :

1. *Corporate Strategy* (Strategi Organisasi)
Strategi ini adalah penentuan strategi, misi, tujuan, nilai-nilai dan inisiatif-inisiatif stratejik yang baru. Strategi ini juga merupakan pembatas-pembatas yaitu apa yang diperlukan dan untuk siapa.
2. *Program Strategy* (Strategi Program)
Fokus utama strategi ini adalah implikasi-implikasi stratejik baru suatu program tertentu tentang dampak apabila suatu program dilancarkan atau diperkenalkan.
3. *Resource Support Strategy* (Strategi Pendukung Sumberdaya)
Strategi ini berfokus untuk memaksimalkan pemanfaatan sumber daya esensial yang tersedia guna meningkatkan kualitas kinerja organisasi. Sumberdaya itu berupa tenaga, teknologi, keuangan dan sebagainya.
4. *Institutional Strategy* (Strategi Kelembagaan)
Strategi ini berfokus pada pengembangan kemampuan organisasi untuk melaksanakan inisiatif-inisiatif organisasi.

Manajemen Strategis

Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Atau definisi lainnya yaitu serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi tersebut.

Dua orang dari pakar Manajemen Strategis, A. Bakr Ibrahim dan Kamal Arghyed dalam Azhar Arsyad (2003 : 98), mengemukakan definisi yaitu : *Strategic management is the systematic and continous process of selecting, implementing, and evaluating strategic choice. These decisions must be congruent with the organization's mission, objective, and internal and eksternal capabilities, for they will set the for the organization.*

Kata kunci dalam ungkapan di atas tidak lepas dari kata strategi itu sendiri, misi, objektif, serta kapabilitas internal dan eksternal. Proses manajemen strategis menuntut para manajer untuk memeriksa dan mengontrol situasi lembaga atau perusahaannya secara periodik, mengevaluasi misi dan tujuannya, menilai lingkungan eksternalnya ditinjau dari sudut situasi ekonomi.

Prinsip-Prinsip Menyukseskan Strategi

Para eksekutif perlu menjamin bahwa strategi yang mereka susun dapat berhasil dengan meyakinkan. Untuk itu, Hatten dan Hatten (1998), memberi beberapa petunjuk bagaimana suatu strategi dibuat sehingga bisa sukses.

1. Strategi harus konsisten dengan lingkungannya. Jangan membuat strategi yang melawan arus. Ikutilah arus dan perkembangan dalam masyarakat, dalam lingkungan yang memberi peluang untuk bergerak maju.
2. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi, tergantung pada ruang lingkup kegiatannya. Apabila banyak strategi yang dibuat, maka strategi yang satu haruslah konsisten dengan strategi yang lain. Jangan bertentangan atau bertolak belakang.
3. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tidak menceraiberaikan satu dengan yang lain.
4. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatan dan tidak ada pada titik-titik kelemahannya.
5. Strategi hendaknya disusun di atas landasan keberhasilan yang telah dicapai.

Tanda-tanda dari suksesnya sebuah strategi dinampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak yang terkait dan terutama dari para eksekutif dan semua pimpinan unit kerja dalam organisasi.

Pariwisata

Secara etimologis pariwisata berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu *Pari* dan *Wisata*. *Pari* berarti berulang-ulang, berkali-kali atau berputar-putar, sedangkan *Wisata* berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berputar-putar, berulang-ulang atau berkali-kali.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat lain dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Menurut Kurt Morgenroth, pariwisata dalam arti sempit adalah lalu lintas orang-orang yang meninggalkan tempat kediamannya untuk sementara waktu, untuk berpesiar ditempat lain. Semata-mata sebagai konsumen dari buah hasil perekonomian dan kebudayaan guna memenuhi kebutuhan hidup dan budayanya atau keinginan yang beraneka ragam dari pribadinya.

Dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan di atas, dapat diambil suatu pengertian pariwisata yaitu suatu kegiatan yang melibatkan orang-orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu dalam kurun waktu tertentu dan bukan untuk mencari nafkah.

Pengembangan Pariwisata

Menurut Cooper, Fletcher, Gilberth, Shepherd and Wanhill (1998 : 159), bahwa kerangka pengembangan objek pariwisata paling tidak harus mencakup komponen-komponen utama, yaitu :

1. Objek dan Daya Tarik (*Attractions*), yang mencakup daya tarik berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan (artifical), seperti event atau yang sering disebut minat khusus.
2. Aksesibilitas (*Accessibility*), yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain.
3. Amenitas (*Amenities*), yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi akomodasi, rumah makan, retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, bis perjalanan, pusat informasi wisata dan fasilitas kenyamanan lainnya.
4. Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*), yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, kantor pos, rumah sakit dan sebagainya.
5. Kelembagaan (*Institutions*), yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

Potensi Pariwisata

Kata potensi merupakan kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu *potencial*, mengandung makna sebagai kesanggupan, tenaga atau kekuatan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, definisi potensi adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan atau daya. Menurut Wiyono (2006), potensi dapat diartikan sebagai kemampuan dasar dari sesuatu yang masih terpendam didalamnya yang menunggu untuk diwujudkan untuk sesuatu kekuatan nyata dalam diri sesuatu tersebut.

Pendit (1999 : 6), menerangkan bahwa potensi wisata adalah sebagai sumber daya yang terdapat disebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi atraksi wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (*tourist attraction*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya.

Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena sumberdaya, baik alamiah maupun buatan manusia, seperti wisata alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, kuburan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi-candi, dan tarian, atraksi kebudayaan khas lainnya. Objek wisata dipahami sebagai gejala kepergian orang-orang didalam negaranya sendiri (pariwisata domestik) atau penyeberangan orang-orang pada tapal suatu negara (pariwisata internasional). Selanjutnya proses bepergian ini mengakibatkan terjadinya interaksi dan hubungan saling pengertian insani, perasaan, persepsi, motivasi, tekanan, kepuasan, kenikmatan antar sesama pribadi atau antar kelompok.

Menurut Fandeli, objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 1 menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang

berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Unsur yang terkandung dalam pengertian di atas dapat disimpulkan, yaitu :

1. Setiap daya tarik wisata memiliki keunikan dan keindahan.
2. Daya tarik dapat berupa alam, budaya, atau hasil karya manusia yang berseni tinggi dan layak untuk dijadikan suatu produk.
3. Yang menjadi sasaran utama adalah wisatawan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa objek wisata yaitu suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumberdaya, dimana sumberdaya yang dimaksud adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan sehingga terjadi interaksi antara sesama manusia.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai objek yang diteliti dan berusaha melihat fenomena yang terjadi dengan rencana yang telah dibuat, khususnya peran pemerintah daerah dalam pengembangan pariwisata, dengan maksud didalam melihat fenomena rencana yang telah dibuat dan kenyataan dilapangan tidak selalu dapat dan cukup didapat dengan melihat sesuatu yang nyata, akan tetapi kadangkala perlu pula melihat sesuatu yang bersifat tersembunyi, dan harus melacaknya lebih jauh ke balik sesuatu yang nyata tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kabupaten Tana Toraja memiliki potensi pariwisata yang cukup banyak yang menawarkan keanekaragaman daya tarik wisatawan. Jenis-jenis pariwisata tersebut, antara lain :

1. Objek wisata budaya.
2. Objek wisata agrowisata.
3. Objek wisata kolam renang.
4. Objek wisata panorama alam.
5. Objek wisata religi.

Dari jenis-jenis pariwisata yang ditawarkan oleh kabupaten Tana Toraja, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tana Toraja hanya memfokuskan lima jenis objek wisata yang butuh pengembangan lebih, yaitu objek wisata budaya, objek wisata agrowisata, objek wisata kolam renang, objek wisata panorama alam dan objek wisata religi.

Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Mengembangkan Pariwisata di Tana Toraja

1. Mengembangkan database yang valid dibidang kepariwisataan serta potensi daerah untuk menarik investor.
2. Mengembangkan data dibidang pariwisata yang aspiratif dan inovatif.
3. Mengembangkan akses informasi yang mudah dari seluruh perangkat daerah dan penyajian data pelaporan yang efektif.
4. Meningkatkan kualitas tenaga teknik melalui diklat-diklat.
5. Meningkatkan pembiayaan sektor pariwisata sebagai ikon pariwisata di Sulawesi Selatan dan pengembangan kawasan strategis pariwisata dalam skala nasional.

Penyediaan Sarana dan Prasarana Pariwisata di Tana Toraja

Dalam melaksanakan fungsi dan peranannya dalam pengembangan pariwisata, Pemerintah Daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana. Sarana sesuai dengan namanya menyediakan kebutuhan pokok yang ikut menentukan keberhasilan suatu daerah menjadi daerah tujuan wisata. Fasilitas yang

tersedia dapat memberikan pelayanan kepada para wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung. Sarana pariwisata terbagi menjadi tiga bagian penting yaitu :

1. Sarana pokok pariwisata (*main tourism superstructures*).
2. Sarana pelengkap pariwisata (*supplementing tourism superstructures*).
3. Sarana penunjang pariwisata (*supporting tourism superstructures*).

Sedangkan yang dimaksud dengan prasarana pariwisata adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tana Toraja didalam penyediaan sarana dan prasarana pariwisata yang ada di Tana Toraja adalah :

1. Hotel atau penginapan yang ada di Tana Toraja.
2. Rumah makan atau restoran atau warung makan yang sudah memiliki ijin usaha.
3. Fasilitas transportasi di Tana Toraja juga tersedia berupa angkutan umum seperti : mini bus, bus, dan angkutan lainnya.
4. Toko souvenir, terdapat banyak toko souvenir yang menjual oleh-oleh khas Tana Toraja.
5. Utilitas kawasan, jaringan untuk berkomunikasi cukup lancar, listrik dan air bersih sudah tersedia.

Strategi Dasar Bersifat Multiplier Effect

Sebagai pengembangan ini dimaksudkan untuk memberikan dasar pengembangan pariwisata yang mempunyai dampak terhadap berkembangannya pariwisata yang terdiri dari :

1. Meningkatkan citra (*image*) dan identitas yang jelas tentang pariwisata Tana Toraja yang bernuansa pariwisata yang atraktif dan alami.
2. Menciptakan dan mengembangkan produk pariwisata yang bernuansa agro yang berwawasan lingkungan dengan keunikannya.
3. Membuat suatu kelestarian yang terpadu antara sosial, budaya, lingkungan dan ekonomi terhadap kemungkinan terciptanya suatu daya tarik wisatawan.
4. Penciptaan dan pengembangan usaha-usaha pariwisata harus selektif dan akomodatif agar dapat mendukung usaha pengembangan di sektor pariwisata.

Sejalan dengan visi dan misi Bupati dan Wakil Bupati Tana Toraja, maka dijabarkan dalam 5 misi utama yang hendak dicapai oleh pemerintah Kabupaten Tana Toraja yaitu :

1. Meningkatkan posisi kabupaten Tana Toraja sebagai daerah pendidikan dan pelayanan kesehatan yang unggul.
2. Percepatan reformasi birokrasi, penguatan kelembagaan di perdesaan dan harmonisasi hubungan internal dan antar umat beragama.
3. Meningkatkan penanggulangan kemiskinan, peluang berusaha dan bekerja serta pemberdayaan ekonomi yang partisipatif dan pro rakyat.
4. Revitalisasi pertanian dan perkebunan, pengembangan potensi sumber daya alam.
5. Percepatan pembangunan infrastruktur dan tata ruang untuk mendorong pembangunan kepariwisataan, pertumbuhan ekonomi, peluang investasi dan mengurangi kesenjangan antar wilayah.

Dalam rencana strategis Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tana Toraja, menjelaskan beberapa faktor penghambat yakni situasi dan ketidakmampuan internal yang mempengaruhi permasalahan pelayanan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tana Toraja, sebagai berikut :

1. Keterbatasan investasi bidang pariwisata dalam pengembangan daya tarik berupa skala yang besar.

2. Kurang tersedianya sarana dan prasarana sebagai pendukung dan dalam pengembangan visi dan misi kelembagaan.
3. Kurang tersedianya data dan informasi sebagai pendukung dan bahan analisis dalam proses perencanaan kepariwisataan baik oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata maupun OPD lainnya.
4. Masih kurangnya kerjasama dengan lembaga-lembaga kemitraan lain dalam bidang kepariwisataan sebagai masukan kepada pemerintah Tana Toraja.
5. Terbatasnya kualitas SDM pariwisata yang kompeten.
6. Kurangnya koordinasi dan sinergitas antar kelembagaan kepariwisataan maupun lintas sektor yang belum efektif.
7. Pengembangan industri dan kemitraan pariwisata belum optimal.
8. Pengembangan pemasaran pariwisata belum optimalnya sistem informasi pemasaran pariwisata.

Adapun faktor pendorong yang mempengaruhi permasalahan pelayanan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Tana Toraja, yaitu :

1. Adanya SDM aparatur yang sebagian besar berpendidikan tinggi (pendidikan umum), sehingga mempunyai visi jauh kedepan dan berdedikasi tinggi dalam menyelesaikan tugasnya.
2. Adanya dukungan dari bupati dan wakil bupati untuk pengembangan kepariwisataan dalam perencanaan pembangunan sesuai visi dan misi Kabupaten Tana Toraja.
3. Adanya kepedulian masyarakat tentang kepariwisataan.
4. Kondisi geografis dan budaya yang unik sangat mendukung untuk dijadikan sebagai tujuan wisata baik lokal maupun internasional.
5. Melestarikan dan menggali kebudayaan dengan bertumpu pada kekuatan lokal yang bernilai luhur dan memperkuat jati diri dan kepribadian masyarakat Tana Toraja.

Dalam rangka mendukung visi, misi, tujuan dan sasaran, maka Dinas Kebudayaan dan Pariwisata merumuskan strategi pengembangan sebagai berikut :

1. Pengembangan Pasar Wisatawan
Pengembangan pasar wisatawan merupakan upaya yang dilakukan dengan mengidentifikasi keinginan/kebutuhan konsumen jasa pariwisata, penentuan produk yang ditawarkan, penentuan harga, promosi, dan penelitian pasar sebagai proses pertukaran produk dan nilai. Untuk memiliki produk yang bernilai jual tinggi ada strategi yang harus dilakukan. Pemerintah Tana Toraja terus berusaha dalam meningkatkan promosi pariwisata agar pengunjung yang datang dari luar negeri terus bertambah.
2. Promosi bertema spesifik yang sesuai dengan budaya daerah sebagai usaha untuk menjaga, memelihara dan melestarikan serta mengadakan pemantapan ulang berbagai atraksi wisata disertai dengan pembenahan ulang pada sumber daya alam, infrastruktur, dan material.
3. Pengelolaan pengembangan pasar wisata dulunya masih biasa, yang oleh masyarakat dan pengelola lainnya diartikan sebagai hal yang biasa saja. Namun seiring berjalannya waktu dan juga disadari oleh pengelola dan masyarakat setempat terutama pemerintah, bahwa Tana Toraja merupakan daerah kunjungan wisata yang memiliki banyak keindahan alam, keramahan masyarakat dan memiliki beraneka ragam potensi wisata yang akan selalu dikunjungi oleh para wisatawan domestik maupun wisatawan lokal. Maka Pemerintah Tana Toraja harus memikirkan tuntutan peluang usaha serta wisata dengan menggunakan strategi pemasaran yang memiliki daya saing yang tinggi.

Pengembangan Produk Wisata

Untuk meningkatkan daya tarik daerah tujuan wisata dengan menciptakan berbagai produk wisata yang dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan yang meliputi :

1. Peningkatan kualitas produk jasa pariwisata oleh swasta secara menyeluruh khususnya dalam pelayanan seperti transportasi, akomodasi, pengaturan perjalanan, rumah makan, dan penginapan.
2. Menggali dan merancang atraksi dan hiburan sepanjang tahun sebagai kalender pariwisata dengan menampilkan peristiwa utama, peristiwa penting dan peristiwa pendukung seperti atraksi kesenian dan kebudayaan.
3. Mengembangkan event-event yang bersumber dari masyarakat baik event tradisional maupun event modern atau event tradisional yang dikemas secara modern.
4. Perencanaan tata ruang dan lingkungan Kabupaten Tana Toraja yang berpihak pada pengembangan sektor pariwisata.

Pengembangan Melalui Pembangunan Sumber Daya Manusia

Strategi pengembangan melalui pembangunan sumber daya manusia yaitu :

1. Peningkatan pengetahuan, pemahaman, dan kesadaran dari semua pihak terhadap masalah-masalah kepariwisataan dan upaya memanfaatkan potensi wisata daerah untuk kesejahteraan masyarakat Tana Toraja.
2. Peningkatan kemampuan berbahasa asing bagi para karyawan hotel dan penyedia jasa wisata dalam melayani para wisatawan yang sedang berkunjung.
3. Peningkatan penguasaan informasi dan pelaporan perkembangan ODTW bagi kalangan pemandu wisata.

Pengembangan Paket-Paket Wisata Khusus

Pengembangan paket-paket wisata khusus adalah penambah event-event yang ada di Tana Toraja sebagai bentuk promosi wisata bagi para pengunjung. Bentuk dari paket wisata khusus seperti acara yang selalu dinanti para masyarakat Toraja seperti *Lovely December*, event motor trail, dan event-event lainnya.

Adapun paket-paket tambahan, bentuk dari paket khusus adalah kampung-kampung adat, desa adat, desa wisata dan pembuatan *tongkonan* menjadi *homestay* yang diharapkan pengunjung yang datang di kampung-kampung adat bisa menikmati atau menginap di daerah tersebut atau *tongkonan*.

Pengembangan Area Sebaran Tujuan Kunjungan Wisatawan

Dalam menciptakan iklim pariwisata yang berkualitas, maka perlu objek-objek yang ada di Tana Toraja harus ditambah seiring dengan jumlah potensi pariwisata yang ada. Pengembangan sebaran tujuan kunjungan wisatawan meliputi :

1. Pembangunan patung Religi Burake.
2. Objek wisata agro Pango-Pango, Sarambu Bittuang.
3. Pembukaan lahan wisata yang ada di Ollon Bonggakaradeng.

Mengembangkan Jejaring dan Kemitraan Pariwisata yang Berkualitas dan Berkesinambungan

Adapun strategi yang diharapkan untuk dapat mengembangkan aspek-aspek yang berkaitan dengan pengembangan industri pariwisata adalah :

1. Pengembangan jangkauan pasar wisata didalam perencanaan seharusnya dirancang berdasarkan pengelolaan dan biro regional dalam kaitannya dengan interest wisata di setiap kecamatan agar terarah.
2. Hubungan kerja sama dengan biro perjalanan harus lebih ditingkatkan terutama dalam skala lokal, nasional, maupun internasional.

Peningkatan Kualitas dan Keragaman Produk Usaha dan Jasa Pariwisata

Berkembangnya suatu daerah tujuan wisata juga dipengaruhi oleh profesionalisme sumber daya manusia, terutama dikaitkan dengan pemberian pelayanan yang optimal. Adapun strategi yang diperlukan dalam peningkatan SDM adalah :

1. Pengembangan akan profesionalisme sumber daya manusia yang terlibat dalam industri pariwisata yang dilakukan secara berjenjang, berkesinambungan, dan menyeluruh dengan mengadakan pelatihan dan pendidikan.
2. Pengembangan kapasitas dan kualitas pendidikan melalui jenjang pendidikan baik menengah, akademik, maupun perguruan tinggi serta sertifikasi segala macam pelatihan untuk memantau standar kualitas dan kuantitas pengetahuan yang dihasilkan dan sekaligus sebagai motivator untuk berprestasi.
3. Peningkatan frekuensi pendidikan non formal secara berkesinambungan dalam bentuk kampanye sadar wisata dan bimbingan massal serta perluasan wawasan bagi instansi terkait dan pengusaha kecil secara terencana bagi aparat pemerintah khususnya staf Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam rangka peningkatan profesionalisme.

Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian menjelaskan bahwa yang menjadi strategi pengembangan utama yang dapat diterapkan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, maka dapat disimpulkan bahwa mengembangkan *data base* yang valid dibidang kepariwisataan serta potensi daerah untuk menarik investor, mengembangkan data dibidang pariwisata yang aspiratif dan inovatif, mengembangkan akses informasi yang mudah dari seluruh perangkat daerah dan penyajian data pelaporan yang efektif, meningkatkan kualitas tenaga teknik melalui diklat-diklat, meningkatkan pembiayaan sektor pariwisata sebagai ikon pariwisata, penyedia sarana dan prasarana pariwisata di Tana Toraja, strategi dasar bersifat *multiplier effect*.

Ketujuh strategi ini kemudian dapat dievaluasi bahwa telah dilaksanakannya namun ada yang berjalan secara maksimal, ada juga yang belum berjalan dengan maksimal. Maka dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi dalam pengembangan pariwisata di Tana Toraja diantaranya faktor pendukung yaitu :

1. Alam dan budaya menunjang kenaturalan objek wisata.
2. Kondisi masyarakat dan partisipasi akan sadar wisata tinggi.
3. Kondisi objek wisata memiliki nilai jual.
4. Promosi dan pasar pariwisata Tana Toraja sudah merambah hingga mancanegara.

Serta faktor penghambat yang meliputi :

1. Akses jalan sarana dan prasarana.
2. Sumber daya manusia yang mengelola kurang memadai.
3. Kurangnya peraturan dan landasan hukum yang kuat untuk mengatur kepariwisataan Tana Toraja.
4. Bentuk pengelolaan saling tumpang tindih antara pemerintah, yayasan/keluarga dan swasta.

DAFTAR PUSTAKA

- David, R, Fred. 2006. *Manajemen Strategis*, Jakarta. Salemba Empat.
- George A. Steiner dan Jhon B. Miner. 1997. *Kebijakan dan Strategi Manajemen*.
- Marpaung, Happy. 2002. *Pengetahuan Kepariwisataan*. Bandung : Alfabeta.
- Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. PT. Prandyan Paramita. Jakarta.
- Rangkuti, Fredy. 2008. *Analisis SWOT : Teknik Membedakan Kasus Bisnis*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisataan*.