

**STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA BUNTU SINGKI'
KABUPATEN TORAJA UTARA**

Joi Matius¹⁾, Ade Lisa Matasik,²⁾ Abedneigo C. Rambulangi³⁾

¹ Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: jhoymatius@gmail.com

² Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: abedneigocarterrambilangi134@gmail.com

³ Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: matasik.adelisa@gmail.com

Abstract

This study aims to design development strategies for the Buntu Singki' Tourist Attraction in North Toraja Regency using the 4A approach (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) and SWOT analysis. This research applies a descriptive qualitative method with data collected through interviews, observations, and documentation. The results indicate that Buntu Singki' has strengths in its religious attraction and scenic beauty but faces weaknesses in accessibility and supporting facilities. Opportunities include the growing interest in cultural and religious tourism, while threats arise from competition with other destinations and shifting tourism trends. Recommended strategies include improving basic facilities, optimizing digital promotion, developing additional attractions, and collaborating with local accommodations. Through the implementation of these strategies, it is expected that Buntu Singki' will increase visitor numbers and strengthen its competitiveness as a leading tourist destination.

Keywords: *Development Strateg, Tourist Attraction, Buntu Singki', 4A Approach, SWOT Analysis.*

1. PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan yang terbentang dari Sabang hingga Merauke, dengan beragam potensi wisata alam dan budaya di setiap wilayahnya. Salah satu daerah yang memiliki daya tarik wisata khas adalah pegunungan Toraja, yang terkenal dengan keindahan alamnya yang asri, budaya yang kaya, serta tradisi unik yang masih terjaga. Destinasi wisata seperti perbukitan hijau, lembah yang menawan, serta rumah adat Tongkonan menjadi magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara (Sara et al., 2023).

Pariwisata merupakan sektor penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat meningkatkan devisa negara serta mendorong perkembangan sektor lain seperti pertanian, perkebunan, dan peternakan. Di wilayah pegunungan Toraja, pariwisata juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal, terutama dalam bidang jasa, kerajinan tangan, dan kuliner khas daerah. Dengan demikian, pengembangan sektor pariwisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga harus berdampak positif bagi kesejahteraan masyarakat setempat (Yakup, 2019).

Agar sektor pariwisata dapat berkembang secara optimal, diperlukan upaya peningkatan infrastruktur, pengelolaan keamanan, serta manajemen destinasi yang baik. Di Toraja, pengembangan pariwisata dapat difokuskan pada peningkatan aksesibilitas, pelestarian warisan budaya, dan pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan. Langkah-langkah ini bertujuan untuk menciptakan sektor pariwisata yang berdaya saing tinggi serta mampu menarik lebih banyak

wisatawan tanpa mengorbankan keberlanjutan sumber daya alam dan budaya setempat (Ummah, 2019). Dalam konteks pembangunan nasional, sektor pariwisata perlu mendapat perhatian khusus dengan menerapkan prinsip pembangunan yang berwawasan lingkungan dan berbasis pemberdayaan masyarakat. Pembangunan yang tidak terkendali dapat menyebabkan degradasi lingkungan dan hilangnya nilai budaya lokal. Oleh karena itu, pendekatan yang berkelanjutan sangat penting agar pariwisata dapat berkembang tanpa merusak aset alam dan budaya yang menjadi daya tarik utamanya (Nur Syainal & Husem, 2022).

Salah satu contoh pariwisata di Toraja adalah destinasi Buntu Singki' di Kabupaten Toraja Utara. Terletak di puncak gunung berbatu dekat pusat kota Rantepao, Buntu Singki' menawarkan pemandangan kota yang menakjubkan dengan lanskap pegunungan yang memukau. Tengara ikonik berupa salib besar di puncaknya melambangkan warisan budaya dan spiritual yang mendalam di wilayah ini. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, jumlah pengunjung ke Buntu Singki' mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya Objek Wisata baru di Toraja yang menawarkan pengalaman dan fasilitas yang lebih menarik. Selain itu, akses jalan menuju Buntu Singki' kurang tertata dengan baik, membuat perjalanan ke lokasi menjadi kurang nyaman bagi wisatawan. Kurangnya perhatian terhadap fasilitas wisata, seperti area parkir, tempat istirahat, serta minimnya promosi, juga menjadi faktor utama yang membuat destinasi ini semakin jarang dikunjungi (Sipahutar, 2024).

Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang lebih efektif untuk menghidupkan kembali potensi wisata Buntu Singki'. Pihak pengelola dan pemerintah daerah perlu bekerja sama dalam meningkatkan infrastruktur, memperbaiki akses jalan, serta menambah fasilitas pendukung agar wisatawan merasa lebih nyaman. Selain itu, strategi promosi yang lebih aktif melalui media sosial dan kerja sama dengan agen wisata dapat membantu meningkatkan daya tarik destinasi ini (Elisa, 2022). Dengan adanya pengelolaan yang lebih baik, Buntu Singki' dapat kembali menjadi salah satu Objek Wisata unggulan di Toraja.

Berdasarkan permasalahan ini, penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Objek Wisata Buntu Singki' Kabupaten Toraja Utara**” menjadi relevan untuk dilakukan. Penelitian ini akan menganalisis faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah pengunjung serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan kembali Objek Wisata ini. Dengan strategi yang tepat, diharapkan Buntu Singki' dapat kembali menjadi destinasi yang menarik sekaligus berkontribusi terhadap perekonomian dan pelestarian budaya di Toraja.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memahami fenomena secara mendalam terkait strategi pengembangan Objek Wisata Buntu Singki' Kabupaten Toraja Utara. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pengembangan Objek Wisata tersebut. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data diperoleh dari responden melalui pertanyaan tertulis maupun lisan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terhadap fenomena yang diteliti.

1. Pengelola Objek Wisata Buntu Singki' : Individu yang bertanggungjawab dalam pengelolaan dan pengembangan Objek Wisata Buntu Singki. Pengelola memahami kondisi lapangan, potensi daya tarik, serta strategi dan tantangan yang dihadapi dalam pengembangan wisata.

Informasi dari pengelola sangat penting untuk menggali aspek internal (Strength dan Weakness) serta implementasi pendekatan 4A.

2. Pengunjung/wisatawan Objek Wisata Buntu Singki' : Individu yang pernah berkunjung ke Objek Wisata Buntu Singki. Wisatawan memberikan sudut pandang eksternal mengenai daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, dan layanan pendukung wisata. Informasi dari wisatawan berguna untuk menilai kepuasan, harapan, serta peluang dan ancaman dari perspektif pengunjung.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Hasil analisis data

Hasil pengumpulan data dari wawancara dan observasi dianalisis menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan mereduksi data, menyajikan secara naratif, dan menarik kesimpulan melalui triangulasi serta member checking. Dalam hal ini disusun berdasarkan pendekatan 4A (Attraction, *Accebility*, *Amenities*, *Ancillary*) dan dianalisis menggunakan SWOT.

a. Atraksi (*Attraction*)

Informan menyatakan bahwa daya tarik utama Buntu Singki' adalah panorama alam dari ketinggian dan Salib raksasa yang menjadi simbol religius serta ikon wisata Toraja Utara. Menurut Bapak Rusly, selaku pengelola:

“Yang paling menarik itu ya Salib besar di puncak bukit itu. Itu jadi simbol iman dan juga jadi tempat favorit untuk foto-foto. Beberapa pengunjung suka datang pagi-pagi untuk lihat matahari terbit dari atas.”

Hal ini diamini oleh wisatawan bernama Natalia, yang mengatakan:

“Saya suka sekali lihat Salib raksasa di atas. Dari sana pemandangannya indah sekali, bisa lihat kota dan gunung-gunung.”

Salib tersebut bukan hanya berfungsi sebagai objek visual, tetapi juga menyimpan nilai spiritual dan historis bagi masyarakat Toraja.

b. Aksebilitas (*accessibility*)

Akses menuju lokasi Buntu Singki' masih menjadi tantangan bagi sebagian pengunjung. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, kendaraan roda dua seperti motor dapat menjangkau hingga area gerbang masuk atau dekat loket tiket, namun untuk mencapai puncak bukit tempat Salib raksasa berada, pengunjung harus melanjutkan dengan berjalan kaki menaiki tangga yang cukup panjang dan menanjak. Menurut penjelasan Bapak Rusly, pengelola objek wisata:

“Kalau motor bisa sampai ke bagian depan, dekat dengan gerbang masuk atau pos penjagaan. Tapi dari situ, pengunjung harus jalan kaki naik tangga ke atas. Tangga cukup panjang dan menanjak, jadi harus siap fisik juga.”

Sementara menurut wisatawan Repi Misa:

“Jalannya menanjak, tapi saya pakai motor sampai gerbang masuk. Setelah itu naik tangga lumayan jauh, tapi pemandangannya di atas sepadan dengan capeknya.”

Meskipun akses awal dengan motor cukup mudah, banyak wisatawan yang tidak mengetahui sebelumnya bahwa diperlukan tenaga ekstra untuk berjalan kaki ke puncak. Hal ini penting untuk diinformasikan secara jelas, baik melalui petunjuk arah di lokasi maupun promosi digital.

c. Amenitas (*Amenities*)

Fasilitas yang tersedia masih sangat terbatas. Area parkir tidak terlalu luas dan belum tertata dengan baik. Toilet umum tersedia namun kurang bersih dan tidak dirawat secara rutin.

Dijelaskan oleh pengelola, Bapak Rusly:

“Tempat parkir ada, tapi kecil. Kalau ramai kadang tidak cukup. Toilet juga ada tapi butuh diperbaiki.”

Sementara itu, wisatawan Natalia menambahkan:

“Parkirnya kurang luas. Toilet juga agak kotor waktu saya pakai. Warung cuma ada satu, itu juga buka pas hari Minggu.”

Keterbatasan amenities ini berpengaruh pada kenyamanan pengunjung selama berada di lokasi.

d. Pelayanan Tambahan (*Ancillary Services*)

Buntu Singki’ belum memiliki layanan tambahan seperti pemandu wisata resmi, pusat informasi, atau promosi wisata yang aktif di media sosial.

Menurut Bapak Rusly:

“Belum ada pemandu. Brosur juga belum kita buat. Media sosial belum ada, karena kita tidak punya admin khusus.”

Sedangkan menurut Repi Misa:

“Tempat ini bagus sekali, tapi tidak banyak orang tahu. Saya rasa harus lebih aktif promosi di Instagram atau TikTok biar anak muda lebih tertarik.”

Ketiadaan promosi digital menyebabkan rendahnya visibilitas objek wisata ini di kalangan wisatawan luar daerah.

Analisis strategi Eksternal dan Internal

1. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFES)

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFES) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi internal dalam kerangka *Strength* dan *Weaknesses* perusahaan.

Tabel 1 Internal Factor Evaluation (IFES)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<i>Strenght (Kekuatan)</i>				
1	Salib Raksasa	0,30	4	1,20
2	Lokasi dekat pusat kota	0,25	3	0,75
3	Tersedia Gazebo	0,20	3	0,60
4	Pemandangan Alam yang indah	0,15	3	0,45
				3
<i>Weaknesses (Kelemahan)</i>				
1	Toilet tidak memadai	0,05	2	0,10
2	Promosi tidak ada	0,03	1	0,03
3	Akses melelahkan	0,01	2	0,02
4	Minim atraksi selain Salib	0,01	2	0,02
				0,17
Total		1,00		3,17

Sumber: Data diolah (2025)

Pada tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa total nilai pembobotan kekuatan adalah 3 dan nilai kelemahan 0,17. Dapat diperoleh skor nilai total dari nilai matriks IFE memperoleh 3,17. Nilai ini menunjukkan bahwa dalam usahanya menjalankan strategi menunjukkan bahwa pada posisi ini di atas rata-rata dalam hal kekuatan internal keseluruhan Objek Wisata cukup kuat dan mampu untuk mengatasi kelemahan yang dimiliki.

2. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFES)

Matriks Eksternal *Factor Evaluation* (EFES) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategi eksternal dalam kerangka *Opportunities* dan *Threats* suatu usaha.

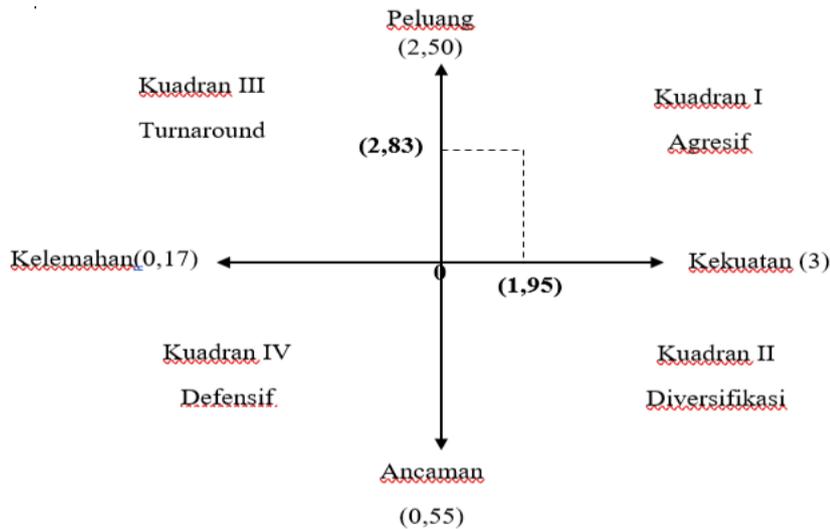
Tabel 2 Eksternal *Factor Evaluation* (EFES)

No.	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
Opportunities (Peluang)				
1	Minat wisata religi meningkat	0,25	4	1,00
2	Dukungan pemerintah	0,20	3	0,60
3	Peluang kerja sama UMKM	0,15	3	0,60
4	Potensi colaborasi dengan penginapan lokal	0,10	2	0,30
				2,50
Threats (Ancaman)				
1	Persaingan dengan objek lain	0,20	2	0,40
2	Tidak ada akomodasi langsung	0,05	2	0,05
3	Fasilitas Minim	0,03	2	0,06
4	Rusaknya Fasilitas	0,02	1	0,04
				0,55
Total		1,00		3,05

Sumber : Data diolah 2025

Pada hasil tabel 2 di atas analisis matriks EFES dapat dilihat bahwa faktor eksternal total nilai pembobotan *Opportunities* (peluang) dari masing-masing indikator adalah 2,50 dan *Threats* (ancaman) 0,55, dapat diperoleh total skor eksternal adalah 3,05. Hal ini menunjukkan bahwa Objek Wisata memiliki faktor posisi eksternal yang bagus dan dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Dari hasil perolehan analisis lingkungan internal dan eksternal Objek Wisata Buntu Singki' di atas selanjutnya dilakukan identifikasi strategi dengan menggunakan *General Strategy Matrix*. Dalam penelitian ini diperoleh sumbu x bernilai sebesar 1,95 dan sumbu y bernilai sebesar 2,83 dari hasil ini maka posisi kuadrat strategi pengembangan Objek Wisata adalah sesuai pada gambar di bawah ini:



Gambar 1 Diagram Cartesius

Sumber: Data diolah (2025)

Dari gambar diagram di atas menunjukkan bahwa Objek Wisata berada pada kuadran I yaitu kuadran Strategi agresif atau strategi pertumbuhan agresif (*glow orientel* strategi) Sehingga strategi yang tepat diterapkan oleh Objek Wisata dalam kondisi ini adalah strategi pengembangan objek wisata melalui 4A untuk menghadapi pesaing strategi ini tepat dilakukan

karena memiliki faktor kekuatan yang lebih besar untuk menghadapi faktor kelemahan dan memiliki peluang yang besar untuk mengatasi ancaman.

Matriks SWOT

Berdasarkan identifikasi faktor SWOT, disusun alternatif strategi pengembangan melalui Matriks SWOT berikut:

Tabel 3 Matriks SWOT objek penelitian

Internal	Strength (S)	Weaknesses (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1.Keunikan atraksi berupa salib raksasa sebagai simbol religius dan nilai spiritual. 2.Pemandangan alam yang indah dan asri dari puncak. 3.Akses utama berada di dalam kota Rantepao. 4.Ada gazebo dan area foto di beberapa titik. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya atraksi pendukung lain selain salib dan panorama. 2. Akses naik ke puncak hanya berupa tangga dan cukup melelahkan bagi lansia/pengunjung berkebutuhan khusus. 3. Tidak tersedia toilet umum yang memadai. 4. Kurangnya promosi penginapan terdekat sebagai satu paket wisata.
Eksternal	Strategi S-O	Strategi W-O
<i>Opportunities (O)</i>		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Peningkatan minat wisatawan terhadap wisata religi dan alam. 2. Dukungan dari pemerintah daerah untuk pengembangan infrastruktur. 3. Potensi kerja sama dengan penginapan lokal untuk paket wisata. 4. Peluang untuk kolaborasi dengan penginapan terdekat. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan program wisata religi seperti doa bersama atau retreat yang menjadikan Salib sebagai pusat atraksi spiritual dan budaya (S1, O1). 2. Meningkatkan fasilitas spot pandang dan jalur trekking dengan bantuan infrastruktur dari pemerintah daerah (S2, O2) 3. Membuat paket wisata terintegrasi dari penginapan ke lokasi wisata, didukung jalur yang strategis di dalam kota (S3, O3). 4. Menyediakan area istirahat dan spot foto eksklusif untuk wisatawan dari penginapan mitra, sekaligus tempat promosi bersama (S4, O4). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan atraksi pendukung seperti taman doa, pertunjukan budaya Toraja, atau tempat kontemplatif dengan pemandu lokal (W1, O1). 2. Mengusulkan perbaikan akses seperti jalur landai alternatif, rest area tangga, atau bantuan transportasi kecil (shuttle lokal) (W2, O2). 3. Bekerja sama dengan penginapan atau UMKM sekitar untuk menyediakan toilet umum dan fasilitas dasar di titik-titik strategis (W3, O3). 4. Menyusun promosi paket wisata bundling (akomodasi + kunjungan ke Buntu Singki’) melalui brosur, media sosial, dan kerja sama dengan penginapan (W4, O4).

<i>Threats (T)</i>	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dengan objek wisata lain yang memiliki atraksi modern. 2. Ketiadaan fasilitas dasar dapat menimbulkan ulasan negatif di platform online. 3. Kerusakan fasilitas akibat cuaca atau vandalisme. 4. Tidak adanya akomodasi langsung di lokasi membuat wisata tidak bisa dilakukan lebih lama. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menonjolkan nilai spiritual dan keunikan budaya religi sebagai differensiasi utama yang tidak dimiliki objek wisata modern lainnya (S1, T1). 2. Mengarahkan pengunjung untuk menikmati keindahan alam dan kesederhanaan lokasi sebagai bagian dari wisata reflektif yang "back to nature"(S2, T2). 3. Manfaatkan lokasi strategis untuk menyambungkan dengan akomodasi sekitar melalui paket harian atau tur singkat dari pusat kota (S3, T3). 4. Gunakan gazebo sebagai titik edukasi atau pelayanan terbatas, dan libatkan komunitas sekitar untuk menjaga fasilitas secara bergilir (S4, T4). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah atraksi sederhana seperti spot foto tematik, papan informasi budaya, atau pertunjukan kecil agar tetap menarik tanpa biaya besar (W1, T1). 2. Menyediakan area istirahat di sepanjang tangga, serta bekerja sama dengan penginapan sekitar untuk mendukung kunjungan harian yang nyaman (W2, T2). 3. Menyediakan toilet sementara portabel atau kerja sama dengan warga/pelaku usaha sekitar untuk fasilitas dasar yang layak dan bersih (W3, T3). 4. Buat program promosi dan pemeliharaan bersama antara pengelola, penginapan, dan komunitas untuk mencegah kerusakan dan meningkatkan visibilitas (W4, T4).

Sumber: Data diolah (2025)

3.2 Pembahasan

Kaitan Hasil Penelitian dengan Teori

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan utama, yaitu konsep 4A (*Attraction, Accessibility, Amenities, dan Ancillary Services*) serta analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

1. *Attraction*: Daya tarik utama Objek Wisata Buntu Singki' adalah keberadaan Salib raksasa sebagai simbol religius dan spiritual yang sangat kuat. Hal ini sejalan dengan teori (Setyanto dan Pangestuti, 2019), yang menyatakan bahwa atraksi merupakan elemen inti dalam menarik wisatawan. Atraksi ini diperkuat oleh keindahan panorama alam dari puncak bukit yang memberikan pengalaman visual dan spiritual sekaligus bagi pengunjung.
2. *Accessibility*: Aksesibilitas menuju lokasi dinilai masih terbatas. Kendaraan roda dua dapat mencapai gerbang, tetapi pengunjung harus berjalan kaki menanjak untuk mencapai puncak. Hal ini menunjukkan bahwa secara teori, faktor aksesibilitas belum sepenuhnya optimal. Teori menyebutkan bahwa akses yang baik merupakan penentu utama keberhasilan destinasi wisata karena menyangkut kenyamanan dan kemudahan pengunjung.
3. *Amenities*: Fasilitas pendukung seperti toilet umum, tempat duduk, warung makan, dan tempat sampah masih minim. Ketersediaan fasilitas yang tidak memadai berdampak pada kepuasan wisatawan. Ini bertentangan dengan prinsip amenities dalam 4A yang menekankan pentingnya kenyamanan fisik selama berada di lokasi.

4. *Ancillary Services*: Tidak tersedianya promosi aktif, pusat informasi, atau pemandu wisata menjadi kelemahan yang nyata. Teori menyebutkan bahwa pelayanan tambahan sangat penting untuk memberikan pengalaman wisata yang lengkap dan berkesan.

Sementara itu, analisis SWOT digunakan untuk menyusun strategi berdasarkan kondisi internal dan eksternal objek wisata. Strategi S-O misalnya, dapat dilihat dari upaya memanfaatkan kekuatan seperti atraksi religius untuk menangkap peluang meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata spiritual. Strategi W-O dirancang untuk mengatasi kelemahan seperti keterbatasan fasilitas dengan dukungan peluang seperti program CSR dan kerja sama pemerintah. Strategi S-T dan W-T masing-masing menyoroti diferensiasi destinasi dan perbaikan kelemahan agar tidak kalah bersaing dengan destinasi wisata lain.

Kaitan dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menguatkan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menyoroti pentingnya penguatan atraksi, fasilitas, dan promosi. Misalnya:

- a. (Tamara, 2018) menunjukkan bahwa kurangnya fasilitas dasar dan promosi menyebabkan penurunan minat wisatawan pada Situs Jolotundo, yang juga terjadi di Buntu Singki'.
- b. (Millenia et al., 2021) menekankan bahwa kombinasi 4A dan SWOT efektif dalam menyusun strategi wisata berbasis komunitas dan lingkungan.
- c. (Wuisang & Sondakh, 2024) menyoroti pentingnya strategi WO dalam konteks wisata budaya, di mana kelemahan struktural dapat diatasi dengan peluang kerja sama dan inovasi atraksi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat validitas pendekatan kombinatorik dalam strategi pengembangan objek wisata berbasis lokal.

Jawaban Terhadap Persoalan Penelitian

Jawaban atas persoalan ini dapat disusun melalui strategi yang terbagi dalam beberapa langkah utama:

1. Penguatan daya tarik religius dan spiritual, dengan memanfaatkan keunikan Salib raksasa melalui program seperti wisata religi, retreat singkat, misa terbuka, dan kegiatan rohani lainnya yang sesuai dengan meningkatnya minat wisata religi.
2. Pengembangan atraksi pendukung berupa cerita sejarah Salib dalam bentuk narasi visual, signage edukatif, atau melalui pemandu lokal. Hal ini menjawab minimnya atraksi lain dan sekaligus menjadi strategi bersaing dengan objek wisata modern.
3. Peningkatan fasilitas dasar, seperti toilet umum, tempat duduk, dan warung, dilakukan melalui kerja sama dengan UMKM lokal atau penginapan sekitar, sekaligus sebagai solusi terhadap ancaman ulasan negatif dan ketiadaan fasilitas akomodasi langsung.
4. Optimalisasi promosi digital, dengan membuat konten visual menarik (foto, video) dari spot-spot unggulan seperti gazebo dan pemandangan puncak, serta menjalin kolaborasi dengan influencer lokal, travel blogger, dan penginapan terdekat untuk memperluas jangkauan informasi.

Kontribusi Penelitian Terhadap Pengembangan Teori

Penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan teori strategi pengembangan wisata lokal berbasis religi dan budaya dengan:

1. Memperkuat kerangka 4A sebagai pendekatan praktis dalam evaluasi dan pengembangan destinasi wisata sederhana namun potensial.
2. Mengkonfirmasi efektivitas analisis SWOT dalam konteks wisata skala kecil-menengah yang dikelola secara komunitas.

3. Memberikan model implementasi strategi wisata yang berbasis potensi lokal dan kolaborasi stakeholder (pemerintah, masyarakat, dan pengelola).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Objek Wisata Buntu Singki' memiliki daya tarik utama berupa Salib raksasa yang memiliki nilai spiritual tinggi serta panorama alam yang menawan. Keunikan ini menjadi kekuatan yang perlu terus dikembangkan.
2. Permasalahan utama terletak pada akses jalan yang kurang baik, terbatasnya fasilitas umum seperti toilet dan warung makan, serta belum adanya promosi digital yang maksimal.
3. Strategi pengembangan yang dapat diterapkan meliputi:
 - a. Penguatan atraksi dan program wisata spiritual.
 - b. Penyediaan fasilitas umum yang layak dan ramah pengunjung.
 - c. Kerja sama dengan penginapan lokal untuk membentuk paket wisata.
 - d. Peningkatan promosi melalui media sosial dan platform digital wisata.

Strategi tersebut diharapkan mampu menjawab persoalan penelitian, yaitu bagaimana merancang strategi pengembangan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Buntu Singki'

SARAN

Saran praktis

1. Pemerintah daerah disarankan untuk segera melakukan perbaikan akses jalan dan menyediakan transportasi alternatif menuju lokasi wisata.
2. Pengelola wisata diharapkan menambah dan merawat fasilitas dasar seperti toilet umum, tempat istirahat, serta warung makan atau minuman.
3. Strategi promosi perlu diperkuat melalui media sosial, pembuatan brosur digital, dan kerja sama dengan travel influencer.

Saran untuk penelitian selanjutnya

1. Disarankan untuk melibatkan informan dari berbagai latar belakang, termasuk pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas lokal.
2. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan pendekatan campuran (*mix-method*) agar menghasilkan data yang lebih kuat dan komprehensif.
3. Fokus penelitian lanjutan bisa diarahkan pada dampak ekonomi dan sosial dari pengembangan wisata terhadap masyarakat sekitar.

DAFTAR PUSTAKA

- A'ini, H., & Ayu, I. (2023). Jurnal Ekonomi Akuntansi. *Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Tangerang, V*(Persediaan), 1–12. www.depkeu.com
- Abror, S. N. (2020). Pengembangan Objek Wisata Karangkamulyan Kabupaten Ciamis Ditinjau Dari Supply Dan Demand Planning. *Journal of ManagementReview, 4*(2), 515–533.
- Anden, T. E. (2021). Masa Depan Industri Pariwisata Kota Palangka Raya (Perspektif dan Solusinya). *Jurnal Penelitian UPR, 1*(1), 9–16. <https://doi.org/10.52850/jptupr.v1i1.3157>
- Ayu Ningrum, I. (2022). Manajemen Pariwisata Berkualitas. *I, 1*(December), 17–34. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/article/view/5919>
- David, A. (2021). Pengertian analisis SWOT. *Jurnal Manajemen, 18*(1), 50-65.
- Elisa, N. (2022). *Collaborative Governance Dalam Pengelolaan Objek Wisata Air Terjun*

- Ceuraceu Embon Di Desa Alue Jang Kecamatan Pasie Raya Kabupaten Aceh Jaya*. 1–84.
- Ervina. 2017. Penerapan Strategi Pengembangan Pariwisata Oleh Dinas Pariwisata di Kabupaten Kutai Kartanegara. *Journal administrasi Negara*. No 3, Vol 5.
- Kurniawan, W. (2015). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang (Socio-Economic Impact of Development of Umbul Sidomukti Tourism in Bandungan District, Semarang Regency). *Economic Development Analysis Journal*, 4(4), 444–451.
- Millenia, J., Sulivinio, S., Rahmanita, M., & Emier Osman, I. (2021). Strategi Pengembangan Wisata Mangrove Desa Sedari Berbasis Analisis 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary Services). *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 26(3), 284–293.
- Muliani, C. (2018). Pelaksanaan Strategi Pengembangan Objek Wisata Alam Citumang Oleh Perum Perhutani Kesatuan Pemangkuan Hutan Ciamis. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(2), 80–89. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tws.2012.02.007>
- Nur Syainal, M., & Husem, A. (2022). Good Environmental Governance Dan Pembangunan Berkelanjutan Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Green Growth Dan Manajemen Lingkungan*, 11(1), 35–49.
- Nurdin, H. (2019). Pemasaran destinasi pariwisata.
- Puspita Sari, Y. (2025). *KUNJUNGAN WISATAWAN DI OBJEK WISATA DO PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.
- Rangkuti, Freddy. 2015. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis (Rev.ed). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Salusu. 2015. Pengambilan Keputusan Strategik: Untuk Organisasi Publik Dan Organisasi Non Profit. Jakarta: Grasindo.
- Sedarmayanti. 2014. Manajemen Strategi. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Saputra, R., & Rodhiyah. (2016). Strategi Pengembangan Wisata di Kawasan Gunung Andong Magelang. *Journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 2(4), 571–586.
- Sara, W., Warouw, F., Sembel, A. S., & Belakang, L. (2023). *UTARA*. 12(4), 33–43.
- Selma, J., Mariani Palimbong, S., & Carter Rambulangi, A. (2025). 1), 2), 3). 09(01).
- Setyanto, Pangestuti. 2019. Pengaruh Komponen Destinasi Wisata (4 A) Terhadap Kepuasan Pengunjung Pantai Gemah Tulungagung. *Jurnal Administrasi Bisnis* 72, No. 1: 157-167.
- Sipahutar, G. (2024). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Tidak Terkelolanya Wisata Air Panas Desa Tangga Batu Kecamatan Tanjung Medan Kabupaten Rokan Hilir Riau*. 4, 5445–5462.
- Tamara, D. S. Y. O. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Situs Jolotundo sebagai Obyek Wisata di Kawasan Peruntukan Pariwisata Budaya Kabupaten Mojokerto. *Swara Bhumi*, 5(5), 9–17.
- Ummah, M. S. (2019). Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008>.

06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Bandung: Citra Umbara.

Wuisang, C. E. V, & Sondakh, J. A. R. (2024). *Strategi Pengembangan Objek Wisata Budaya di Kabupaten Minahasa Strategies for Developing Cultural Tourism Objects in Minahasa Regency Josua*. 13(2).

Wulandari, W. (2024). *No TitleEAENH*. 15(1), 37–48.

Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Universitas Airlangga*. https://drive.google.com/file/d/1O-tF5Tpbqelql-xx_R6cWj1Y_FczIex8/view?usp=drivesdk