

Pengembangan Paket Wisata Budaya yang Marketable di Kete Kesu, Kabupaten Toraja Utara, sebagai Upaya Mendukung Layanan Pariwisata Berkelanjutan

Mutiara Nur'awalia^{1*}, Jane Emanuela Hatu², Vinny Corylitha Sarapang³, Masri Ridwan⁴

¹²⁴Prodi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia Jl. Gn. Rinjani No.1, Tj. Merdeka, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90224

³Prodi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia Jl. Gn. Rinjani No.1, Tj. Merdeka, Kec. Tamalate, Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90224

*Corresponding author's email: tiyayy2@gmail.com

Abstract

Kete Kesu is one of the leading cultural tourism destinations in North Toraja Regency, renowned for its distinctive attractions, including the traditional Tongkonan house complex, Torajan funeral rituals, tau-tau (ancestral wooden effigies), and its well-preserved historical and cultural heritage. This study employed a quantitative descriptive research design, with data collected through a Google Forms questionnaire distributed to 59 respondents. The research variables included cultural attractions, tourism facilities, accessibility, tourist satisfaction, local economic potential, and tourist segmentation. The findings indicate that the majority of respondents provided positive evaluations of Kete Kesu's cultural uniqueness, with an average score of 4.61 for the cultural attraction dimension, 4.37 for the facilities and accessibility dimension, and 4.57 for the tourist satisfaction dimension on a five-point scale. The highest-rated indicator was the Torajan traditional funeral ceremony as the destination's primary attraction (mean = 4.75), while the availability of public facilities received the lowest average score (mean = 4.12). Most respondents (79.66%) had previously visited Kete Kesu and expressed a willingness to recommend the destination to other travelers. The dominant visitor segment consisted of university and school students (81.36%), who perceived the destination as having significant educational and historical value. This study concludes that Kete Kesu possesses substantial potential to be developed as a marketable, educational, and sustainable cultural tourism package capable of supporting local economic development while preserving the cultural heritage of the Torajan community.

Keywords: cultural tourism package, marketability, Kete Kesu, sustainable tourism, hospitality services, North Toraja.

Abstrak

Kete Kesu merupakan salah satu destinasi wisata budaya unggulan di Kabupaten Toraja Utara yang memiliki daya tarik berupa kompleks rumah adat Tongkonan, tradisi pemakaman adat Toraja, tau-tau (patung kayu leluhur), serta nilai sejarah dan budaya yang masih terjaga keasliannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner Google Form kepada 59 responden. Variabel penelitian meliputi daya tarik budaya, fasilitas wisata, aksesibilitas, kepuasan wisatawan, potensi ekonomi lokal, dan segmentasi wisatawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap keunikan budaya Kete Kesu dengan rata-rata skor dimensi daya tarik budaya sebesar 4,61, dimensi fasilitas dan aksesibilitas sebesar 4,37, serta dimensi kepuasan wisatawan sebesar 4,57 dari skala 5. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi adalah tradisi pemakaman adat Toraja sebagai daya tarik utama (mean = 4,75), sementara ketersediaan fasilitas umum memperoleh nilai rata-rata terendah (mean = 4,12). Sebagian besar responden (79,66%) pernah mengunjungi Kete Kesu dan menyatakan tertarik merekomendasikan destinasi kepada wisatawan lain. Segmen wisatawan yang paling dominan adalah mahasiswa dan pelajar (81,36%), yang menilai destinasi ini memiliki nilai edukatif dan historis

yang tinggi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kete Kesu memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai paket wisata budaya yang marketable, edukatif, berkelanjutan, dan mampu mendukung peningkatan ekonomi masyarakat lokal.

Kata kunci: Paket Wisata Budaya, Marketable, Kete Kesu, Pariwisata Berkelanjutan, Pelayanan Hospitality, Toraja Utara.

1. PENDAHULUAN

Pariwisata budaya merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan melalui pelestarian warisan budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Junaid (2022) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata di Toraja perlu memperhatikan nilai budaya masyarakat adat agar keberlanjutan destinasi tetap terjaga. Penelitian oleh Pasulu et al. (2024) menunjukkan bahwa konsep pariwisata berkelanjutan menjadi strategi penting dalam pengembangan destinasi wisata di Toraja Utara. Pancawati et al. (2024) menemukan bahwa wisata budaya memberikan dampak positif terhadap perkembangan sosial dan ekonomi masyarakat lokal melalui peningkatan aktivitas pariwisata. Selain itu, Yusriadi et al. (2024) menjelaskan bahwa sektor pariwisata mampu mendorong transformasi ekonomi masyarakat pedesaan di Toraja melalui keterlibatan masyarakat dalam aktivitas wisata. Rambulangi et al. (2025) juga menegaskan bahwa daya tarik destinasi dan kualitas layanan wisata menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan pariwisata. Dengan demikian, pengembangan wisata budaya tidak hanya berorientasi pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga pada upaya menciptakan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang berkelanjutan.

Toraja Utara dikenal sebagai salah satu destinasi wisata budaya unggulan di Indonesia yang memiliki kekayaan tradisi, ritual adat, serta warisan budaya yang masih terjaga hingga saat ini. Langi et al. (2024) menjelaskan bahwa budaya Rambu Solo' merupakan salah satu identitas budaya Toraja yang memiliki daya tarik tinggi bagi wisatawan. Rombe, Goh, dan Ali (2022) menyatakan bahwa lanskap budaya Toraja yang mencakup arsitektur Tongkonan dan peninggalan budaya tradisional menjadi elemen penting dalam membangun pengalaman wisata yang autentik. Penelitian Junaid (2022) juga menunjukkan bahwa identitas budaya masyarakat Toraja menjadi aset utama dalam mendukung pengembangan destinasi wisata berkelanjutan. Selanjutnya, Pancawati et al. (2024) menemukan bahwa wisatawan tertarik mengunjungi Toraja karena keunikan budaya yang berbeda dari daerah lain di Indonesia. Makka, Afrisal, dan Zainal (2025) menambahkan bahwa wisata budaya menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing pariwisata Toraja di tingkat nasional maupun internasional. Oleh karena itu, pengembangan produk wisata berbasis budaya di Toraja Utara perlu terus dilakukan untuk memperkuat daya tarik destinasi dan meningkatkan pengalaman wisatawan.

Salah satu destinasi budaya yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan adalah Kete Kesu yang berada di Kabupaten Toraja Utara. Kete Kesu dikenal sebagai kawasan wisata budaya yang memiliki deretan rumah adat Tongkonan berusia ratusan tahun, tradisi pemakaman adat Toraja, tau-tau (patung kayu leluhur), serta berbagai artefak budaya Toraja lainnya. Rombe et al. (2022) menjelaskan bahwa warisan budaya yang autentik mampu menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan bagi wisatawan. Langi et al. (2024) menyatakan bahwa peninggalan budaya Toraja memiliki nilai edukatif yang tinggi serta berpotensi menjadi daya tarik wisata unggulan. Penelitian Pasulu et al. (2024) menunjukkan bahwa destinasi yang memiliki keunikan budaya lebih mudah dikembangkan menjadi produk wisata yang berkelanjutan. Selain itu, Rambulangi et al. (2025) menjelaskan bahwa keunikan atraksi wisata merupakan faktor penting yang memengaruhi daya saing destinasi wisata. Pada konteks ini, Kete Kesu memiliki peluang besar untuk dikembangkan sebagai paket wisata budaya yang layak dipasarkan kepada wisatawan domestik maupun mancanegara.

Pengembangan paket wisata budaya memerlukan pemahaman mengenai persepsi wisatawan terhadap daya tarik destinasi yang ditawarkan. Pancawati et al. (2024) menjelaskan bahwa pengalaman wisata yang positif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Rambulangi et al. (2025) menemukan bahwa daya tarik destinasi, kualitas pelayanan, dan komunikasi pemasaran memiliki

pengaruh terhadap minat kunjungan wisatawan. Junaid (2022) menyatakan bahwa wisatawan budaya cenderung mencari pengalaman autentik yang berkaitan dengan sejarah, tradisi, dan kehidupan masyarakat lokal. Pasulu et al. (2024) juga menegaskan bahwa kualitas fasilitas wisata dan aksesibilitas menjadi faktor penting dalam mendukung pengalaman wisatawan. Makka et al. (2025) menunjukkan bahwa pengembangan produk wisata harus mempertimbangkan kebutuhan pasar agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Sehingga, persepsi wisatawan menjadi dasar penting dalam merancang paket wisata budaya yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar wisata. Meskipun Toraja Utara telah banyak diteliti sebagai destinasi wisata budaya, kajian mengenai pengembangan paket wisata budaya yang marketable di Kete Kesu menuju layanan pariwisata berkelanjutan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap pengembangan paket wisata budaya yang layak dipasarkan di Kete Kesu, Toraja Utara sebagai upaya mendukung pengembangan destinasi budaya yang kompetitif dan berkelanjutan.



Gambar 1. Kete Kesu

Sumber: <https://share.google/YDpGAJnBvfD2SHGZR>

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di kawasan wisata budaya Kete Kesu, Kabupaten Toraja Utara, Sulawesi Selatan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap pengembangan paket wisata budaya yang marketable menuju layanan pariwisata berkelanjutan. Menurut Creswell dan Creswell (2018), penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menggambarkan suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh secara sistematis melalui proses pengumpulan dan analisis data. Selain itu, Sari et al. (2023) menjelaskan bahwa metode survei deskriptif mampu memberikan gambaran objektif mengenai karakteristik responden dan persepsi mereka terhadap suatu fenomena penelitian.

Populasi penelitian adalah wisatawan yang mengetahui atau pernah mengunjungi Kete Kesu. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode convenience sampling. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Form yang berhasil mengumpulkan 59 responden. Kuesioner terdiri dari 14 pernyataan yang mencakup tiga dimensi utama, yaitu daya tarik budaya (5 item), fasilitas dan aksesibilitas (5 item), serta kepuasan wisatawan (4 item). Penilaian menggunakan skala Likert 1–5, di mana skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skor 5 menunjukkan sangat setuju. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi, persentase, dan nilai rata-rata (mean) untuk menginterpretasikan karakteristik responden serta persepsi wisatawan terhadap setiap indikator penelitian. Menurut Sekaran dan Bougie (2020), analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik suatu populasi dan fenomena penelitian secara sistematis tanpa menguji hubungan sebab-akibat antarvariabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui profil wisatawan yang memberikan penilaian terhadap potensi pengembangan Kete Kesu sebagai paket wisata budaya yang marketable di Toraja Utara. Karakteristik responden meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pengalaman berkunjung ke Kete Kesu. Hasil karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden (n=59)

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	51	86,44%
	Laki-Laki	8	13,56%
Total		59	100%
Usia	17–20 tahun	45	76,27%
	21–30 tahun	7	11,86%
	31–40 tahun	2	3,39%
	>40 tahun	3	5,08%
	40 tahun	2	3,39%
	Total	59	100%
Pekerjaan	Mahasiswa/i	41	69,49%
	Pelajar	7	11,86%
	Wiraswasta	3	5,08%
	Dosen	2	3,39%
	Guru	1	1,69%
	Karyawan/Lainnya	2	3,39%
	IRT	1	1,69%
	(Tidak terisi)	2	3,39%
	Total	59	100%
Pernah ke Kete Kesu	Ya	47	79,66%
	Tidak	12	20,34%
Total		59	100%

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 1, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang (86,44%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 8 orang (13,56%). Dari segi usia, kelompok umur 17–20 tahun mendominasi dengan jumlah 45 responden (76,27%), menunjukkan bahwa wisata budaya Kete Kesu memiliki daya tarik yang cukup besar bagi generasi muda. Berdasarkan pekerjaan, sebagian besar responden adalah mahasiswa/i sebanyak 41 orang (69,49%) dan pelajar sebanyak 7 orang (11,86%), sehingga kelompok pelajar dan mahasiswa mendominasi dengan total 81,36% responden. Hal ini mengindikasikan bahwa Kete Kesu memiliki nilai edukatif dan historis yang menarik bagi segmen usia muda. Selain itu, sebanyak 47 responden (79,66%) pernah berkunjung ke Kete Kesu sehingga penilaian yang diberikan didasarkan pada pengalaman langsung di destinasi.

3.2 Persepsi Responden terhadap Pengembangan Paket Wisata Budaya yang Marketable di Kete Kesu

Persepsi responden digunakan untuk mengetahui penilaian wisatawan terhadap tiga dimensi utama, yaitu daya tarik budaya, fasilitas dan aksesibilitas, serta kepuasan wisatawan. Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert 1–5, di mana skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan skor 5 menunjukkan sangat setuju. Hasil persepsi responden disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Persepsi Responden terhadap Pengembangan Paket Wisata Budaya yang Marketable di Kete Kesu (n=59)

No	Pernyataan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Mean	N Valid
1	Kete Kesu memiliki keunikan budaya yang berbeda dibandingkan destinasi wisata lain di Indonesia	0 (0,00%)	0 (0,00%)	3 (5,08%)	23 (38,98%)	33 (55,93%)	4,51	59
2	Keberadaan rumah adat Tongkonan memberikan nilai historis dan estetika yang tinggi bagi wisatawan	0 (0,00%)	0 (0,00%)	1 (1,69%)	18 (30,51%)	40 (67,80%)	4,66	59
3	Tradisi pemakaman adat Toraja menjadi daya tarik utama yang ingin diketahui oleh wisatawan	0 (0,00%)	0 (0,00%)	2 (3,39%)	11 (18,64%)	46 (77,97%)	4,75	59
4	Keaslian budaya yang masih terjaga di Kete Kesu meningkatkan minat kunjungan wisatawan	0 (0,00%)	0 (0,00%)	2 (3,39%)	19 (32,20%)	38 (64,41%)	4,61	59
5	Atraksi budaya yang ditampilkan memberikan pengalaman edukatif bagi wisatawan	0 (0,00%)	0 (0,00%)	4 (6,78%)	20 (33,90%)	35 (59,32%)	4,53	59
6	Ketersediaan fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, dan tempat istirahat sudah memadai	1 (1,69%)	0 (0,00%)	10 (16,95%)	28 (47,46%)	20 (33,90%)	4,12	59
7	Kebersihan lingkungan wisata di Kete Kesu terjaga dengan baik dan nyaman untuk dikunjungi	0 (0,00%)	1 (1,69%)	4 (6,78%)	27 (45,76%)	27 (45,76%)	4,36	59
8	Tersedia papan informasi atau petunjuk yang membantu wisatawan memahami lokasi dan budaya setempat	0 (0,00%)	0 (0,00%)	5 (8,62%)	25 (43,10%)	28 (48,28%)	4,40	58
9	Akses jalan menuju Kete Kesu mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi maupun umum	0 (0,00%)	0 (0,00%)	7 (11,86%)	24 (40,68%)	28 (47,46%)	4,36	59
10	Tersedia fasilitas pendukung seperti pusat oleh-oleh dan kuliner khas Toraja	0 (0,00%)	0 (0,00%)	2 (3,39%)	18 (30,51%)	39 (66,10%)	4,63	59

11	Saya merasa puas setelah mengunjungi Kete Kesu sebagai destinasi wisata budaya	1 (1,69%)	1 (1,69%)	3 (5,08%)	15 (25,42%)	39 (66,10%)	4,53	59
12	Pengalaman yang saya dapatkan sesuai dengan harapan sebelum berkunjung	1 (1,72%)	0 (0,00%)	2 (3,45%)	18 (31,03%)	37 (63,79%)	4,55	58
13	Saya tertarik untuk kembali berkunjung ke Kete Kesu di masa mendatang	0 (0,00%)	0 (0,00%)	2 (3,39%)	20 (33,90%)	37 (62,71%)	4,59	59
14	Kete Kesu layak dijadikan sebagai destinasi unggulan wisata budaya di Toraja Utara	0 (0,00%)	0 (0,00%)	1 (1,69%)	21 (35,59%)	37 (62,71%)	4,61	59

Sumber: Penulis, 2026

Berdasarkan Tabel 2, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator memperoleh nilai rata-rata (mean) di atas 4,00 yang mengindikasikan bahwa responden secara umum memberikan penilaian positif (setuju hingga sangat setuju) terhadap potensi pengembangan paket wisata budaya di Kete Kesu.

Dimensi Daya Tarik Budaya (Q1–Q5) memperoleh rata-rata dimensi sebesar 4,61. Indikator dengan nilai mean tertinggi dalam dimensi ini adalah tradisi pemakaman adat Toraja sebagai daya tarik utama (mean = 4,75; SS = 77,97%), diikuti oleh keberadaan rumah adat Tongkonan yang memberikan nilai historis dan estetika tinggi (mean = 4,66; SS = 67,80%), serta ketersediaan fasilitas kuliner dan pusat oleh-oleh khas Toraja (mean = 4,63). Temuan ini menunjukkan bahwa warisan budaya dan ritual adat Toraja merupakan modal utama daya tarik Kete Kesu sebagai destinasi wisata budaya. Dimensi Fasilitas dan Aksesibilitas (Q6–Q10) memperoleh rata-rata dimensi sebesar 4,37. Indikator papan informasi/petunjuk wisata (mean = 4,40) dan kebersihan lingkungan wisata (mean = 4,36) memperoleh penilaian yang baik. Namun, ketersediaan fasilitas umum seperti toilet, tempat parkir, dan area istirahat memperoleh nilai rata-rata terendah di antara seluruh indikator (mean = 4,12; N(3) = 16,95%), mengindikasikan bahwa aspek infrastruktur dasar masih memerlukan perhatian lebih lanjut untuk mendukung pengalaman wisatawan yang optimal.

Dimensi Kepuasan Wisatawan (Q11–Q14) memperoleh rata-rata dimensi sebesar 4,57. Seluruh indikator kepuasan memperoleh penilaian yang tinggi, yakni kepuasan berkunjung (mean = 4,53), kesesuaian pengalaman dengan harapan (mean = 4,55), minat berkunjung kembali (mean = 4,59), dan penilaian Kete Kesu sebagai destinasi unggulan (mean = 4,61). Temuan ini mencerminkan bahwa wisatawan secara keseluruhan merasa puas terhadap pengalaman yang diperoleh di Kete Kesu dan menilai destinasi ini layak untuk dipasarkan dan dikembangkan sebagai paket wisata budaya unggulan.

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kete Kesu memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai paket wisata budaya yang marketable menuju layanan pariwisata berkelanjutan. Temuan ini didukung oleh tingginya persentase responden yang pernah mengunjungi Kete Kesu (79,66%), yang menunjukkan bahwa destinasi tersebut telah dikenal luas oleh wisatawan. Tradisi pemakaman adat Toraja, arsitektur Tongkonan, dan nilai-nilai historis Kete Kesu menjadi daya tarik utama yang membedakannya dari destinasi wisata lain. Temuan ini sejalan dengan konsep cultural tourism yang dikemukakan oleh Richards, yang menyatakan bahwa wisata budaya berkembang karena wisatawan memiliki keinginan untuk memperoleh pengalaman autentik melalui warisan budaya, tradisi, dan kehidupan masyarakat lokal.

Dominasi responden dari kelompok mahasiswa/i dan pelajar (81,36%) mengindikasikan

bahwa Kete Kesu memiliki nilai edukatif yang tinggi dan relevan bagi generasi muda. Temuan ini penting dalam perumusan strategi pemasaran paket wisata budaya, di mana segmen usia muda menjadi target pasar yang potensial. Makka et al. (2025) menyatakan bahwa promosi digital mampu meningkatkan minat wisatawan terhadap destinasi budaya, khususnya pada segmen wisatawan muda. Oleh karena itu, strategi pengembangan paket wisata budaya Kete Kesu perlu didukung oleh pemasaran digital yang terintegrasi, termasuk pemanfaatan konten visual, storytelling budaya, serta kolaborasi dengan pelaku industri perjalanan wisata.

Meskipun seluruh dimensi memperoleh nilai rata-rata yang positif, hasil penelitian mengidentifikasi bahwa aspek ketersediaan fasilitas umum (mean = 4,12) merupakan indikator dengan nilai terendah di antara semua variabel. Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur dasar seperti toilet yang memadai, area parkir, dan fasilitas istirahat masih perlu ditingkatkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Suansri yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan wisata berbasis masyarakat tidak hanya ditentukan oleh daya tarik wisata, tetapi juga oleh kualitas infrastruktur, pelayanan wisata, dan pengalaman pengunjung. Oleh karena itu, peningkatan kualitas fasilitas dasar, penyediaan pusat informasi wisata, pengembangan interpretasi budaya, serta pelatihan sumber daya manusia di bidang hospitality menjadi langkah penting dalam mendukung layanan pariwisata yang berkelanjutan.

Nilai rata-rata kepuasan wisatawan yang tinggi (4,57) dan tingginya persentase responden yang tertarik untuk berkunjung kembali (SS = 62,71%) serta merekomendasikan Kete Kesu kepada orang lain mencerminkan bahwa destinasi ini mampu menciptakan pengalaman wisata yang berkesan. Pancawati et al. (2024) menjelaskan bahwa pengalaman wisata yang positif dapat meningkatkan kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk merekomendasikan destinasi kepada orang lain. Dengan demikian, Kete Kesu telah menunjukkan kapasitasnya sebagai destinasi wisata budaya yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu mempertahankan loyalitas wisatawan melalui kualitas pengalaman budaya yang ditawarkan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah responden masih terbatas pada 59 orang sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan seluruh segmen wisatawan potensial Kete Kesu. Kedua, penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif sehingga hanya menggambarkan persepsi responden tanpa menguji hubungan antarvariabel. Ketiga, sebagian besar responden berasal dari kelompok usia muda dan berpendidikan tinggi. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan sampel yang lebih besar, mengadopsi metode campuran (mixed methods), serta mengkaji pengaruh kualitas layanan, pengalaman wisata, dan pemasaran digital terhadap minat berkunjung ulang.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi pengembangan paket wisata budaya yang marketable di Kete Kesu, Toraja Utara menuju layanan pariwisata berkelanjutan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kete Kesu memiliki potensi yang besar sebagai destinasi wisata budaya yang didukung oleh keunikan warisan budaya Toraja, nilai sejarah yang tinggi, serta keberadaan Tongkonan dan tradisi pemakaman adat yang menjadi daya tarik utama. Dari 59 responden, sebanyak 79,66% pernah berkunjung ke Kete Kesu, sehingga penilaian didasarkan pada pengalaman langsung di destinasi.

Hasil analisis menunjukkan rata-rata nilai dimensi daya tarik budaya sebesar 4,61, dimensi fasilitas dan aksesibilitas sebesar 4,37, serta dimensi kepuasan wisatawan sebesar 4,57 dari skala 5. Tradisi pemakaman adat Toraja memperoleh nilai tertinggi (mean = 4,75), sementara ketersediaan fasilitas umum memperoleh nilai terendah (mean = 4,12), menunjukkan perlunya peningkatan infrastruktur dasar. Segmen wisatawan yang paling dominan adalah mahasiswa dan pelajar (81,36%), yang mengindikasikan bahwa Kete Kesu memiliki nilai edukatif yang tinggi dan cocok dijadikan destinasi wisata edukasi budaya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kete Kesu memiliki potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai paket wisata budaya yang marketable menuju layanan pariwisata berkelanjutan, dengan mengintegrasikan keunggulan budaya lokal, partisipasi masyarakat, peningkatan kualitas fasilitas, pelayanan hospitality, dan strategi pemasaran digital guna meningkatkan daya saing destinasi di tingkat nasional maupun internasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini, serta kepada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Makassar atas dukungan akademik yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Junaid, I. (2022). Sustainable tourism in Toraja: Perspective of indigenous people. *ASEAN Journal on Hospitality and Tourism*, 14(1), 45–55. <https://doi.org/10.5614/ajht.2015.14.1.5>
- Langi, R. T., Maliangkay, D., Rifani, I., Karwur, H. M., & Putri, A. P. (2024). Identifikasi budaya Rambu Solo dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Toraja Utara. *GEOGRAPHIA: Jurnal Pendidikan dan Penelitian Geografi*, 5(2), 155–170. <https://doi.org/10.53682/gjppg.v5i2.8234>
- Makka, A., Afrisal, A. F., & Zainal, N. H. (2025). Strategi pengembangan wisata budaya dan agrowisata di Tana Toraja. *Publician: Journal of Public Service, Public Policy, and Administration*, 5(1). <https://doi.org/10.56326/jp.v5i1.2906>
- Pancawati, G., Ginting, K. R., Karunia, L., & Nadiyah, F. (2024). Cultural tourism impacts toward socio economic development in Toraja, Indonesia. *Proceedings of the International Conference on Administrative Science (ICAS 2023)*. <https://doi.org/10.4108/eai.29-11-2023.2347826>
- Pasulu, E. P., Budiandriani, B., Suriyanti, S., & Nurnajamuddin, M. (2024). Pengembangan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Toraja Utara berbasis green tourism. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 8(4). <https://doi.org/10.29040/jie.v8i4.16260>
- Rambulangi, A. C., Pasoloran, O., Payangan, O. R., Taba, I., & Tahirs, J. P. (2025). Sustainable tourism in South Sulawesi: Destination attractiveness, service quality, and marketing communication. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 9(4). <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2025.v9.i4.7458>
- Rombe, O. S. C., Goh, H. C., & Ali, Z. M. (2022). Toraja cultural landscape: Tongkonan vernacular architecture and Toraja coffee culture. *eTropic: Electronic Journal of Studies in the Tropics*, 21(1). <https://doi.org/10.25120/etropic.21.1.2022.3822>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2023). Explanatory survey dalam metode penelitian deskriptif kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains dan Komputer*, 3(1). <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.

Yusriadi, Y., Cahaya, A., & Masriadi, M. (2024). Tourism and farmers' economic transformation: Lessons from North Toraja. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 8. <https://doi.org/10.3389/fsufs.2024.1487452>