

PENGEMBANGAN DAN INOVASI PASAR HUTAN BAMBU TO`KUMILA

Ferayanti Boas Gallaran¹, Israel Padang², Samuel Yakobus Padang³, Bergita Gela Saka⁴,
Gidion Aryo Nugraha Pongdatu⁵, Ariyen Duri⁶

^{1,2,3,5,6}Fakultas Teknik, Universitas Kristen Indonesia Toraja

⁴Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: therayanti91@gmail.com

ABSTRACT: Sustainable tourism development increasingly focuses on integrating nature-based tourism (ecotourism) and cultural heritage (cultural tourism). To'Kumila Bamboo Forest Market in Tonga Riu Village, North Toraja Regency, holds strong ecological and cultural potential; however, its management faces challenges including limited physical infrastructure, lack of MSME product innovation, and underutilized digital marketing. This community service program aims to enhance tourism appeal and local economic capacity through nature- and culture-based market innovations. The methodology employed a participatory approach, community empowerment, and educational interventions involving market managers, 16 local MSME actors, villagers, and tourists. Program implementation comprised socialization, hospitality training, physical site enhancement using bamboo-based green architecture, implementation of a unique bamboo token ("seng") transaction system, local culinary and craft product diversification, and digital marketing mentoring via social media platforms. The results demonstrated an increase in community capacity, a more aesthetic and eco-friendly market environment (zero-plastic packaging), the creation of an authentic experience tourism concept, and functional digital marketing channels expanding tourist reach. This initiative confirms that integrating Community-Based Tourism (CBT), ecotourism, and digital technology effectively fosters creative economic self-reliance and environmental sustainability in rural areas.

Keywords: Community-Based Tourism, Creative Economy, Digital Marketing, Ecotourism, To'Kumila Bamboo Forest Market, Tourism Village, North Toraja.

ABSTRAK: Pengembangan pariwisata berkelanjutan kini berfokus pada integrasi wisata alam (ecotourism) dan kearifan budaya (cultural tourism). Pasar Hutan Bambu To'Kumila di Lembang Tonga Riu, Kabupaten Toraja Utara, memiliki potensi ekologis dan budaya yang tinggi, namun pengelolaannya masih menghadapi tantangan seperti fasilitas yang terbatas, minimnya inovasi produk UMKM, dan belum optimalnya promosi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat daya tarik wisata dan kapasitas ekonomi lokal melalui inovasi pasar berbasis alam dan budaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, community empowerment, dan edukatif yang melibatkan pengelola wisata, 16 pelaku UMKM, masyarakat desa, serta wisatawan. Tahapan kegiatan meliputi sosialisasi, pelatihan hospitality, penataan fisik kawasan berbasis arsitektur hijau berbahan bambu, pengembangan sistem transaksi unik berbasis token bambu (seng), diversifikasi produk kuliner dan kerajinan lokal, serta pendampingan digital marketing via media sosial. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan masyarakat, terwujudnya tata kelola pasar yang lebih estetik dan ramah lingkungan (zero-plastic packaging), terbentuknya pengalaman wisata (experience tourism) yang autentik, serta tersedianya media promosi digital yang memperluas

jangkauan wisatawan. Kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi *Community-Based Tourism* (CBT), ekowisata, dan pemanfaatan teknologi digital efektif dalam mendorong kemandirian ekonomi kreatif serta pelestarian lingkungan di kawasan pedesaan.

Kata kunci: Community-Based Tourism, Ekowisata, Ekonomi Kreatif, Pasar Hutan Bambu To’Kumila, Toraja Utara.

PENDAHULUAN

Lembang Tonga Riu merupakan suatu lembang yang memiliki beragam potensi untuk dikembangkan. Karakteristik geografisnya yang unik, berupa daerah perbukitan, menawarkan potensi besar dalam sektor Pariwisata. Pariwisata berbasis alam dan budaya saat ini menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai daerah di Indonesia. Potensi wisata lokal yang memadukan keindahan alam, kearifan budaya, serta pemberdayaan masyarakat dinilai mampu meningkatkan perekonomian daerah sekaligus menjaga kelestarian lingkungan.

Pengembangan sektor pariwisata saat ini tidak hanya berfokus pada destinasi modern, tetapi juga mulai mengarah pada wisata berbasis alam (*ecotourism*) dan budaya (*cultural tourism*). Pada lembang Tonga Riu terdapat Pasar Hutan Bambu To’Kumila, yang merupakan salah satu destinasi wisata berbasis alam. Keunikan utama dari kawasan ini terletak pada konsep pasar tradisional yang berada di tengah hutan bambu, sehingga memberikan suasana alami, sejuk, dan berbeda dari

pasar pada umumnya. Pada 19 Juli 2025 pelaksanaan Pasar Hutan Bambu To’Kumila mendapat jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik berkisar 120 orang, yang berdatangan silih berganti. Hal ini sejalan dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman autentik, ramah lingkungan, serta berkelanjutan. Dalam konteks ini, Pasar Hutan Bambu To’Kumila memiliki peluang besar untuk menjadi destinasi unggulan yang mampu menarik wisatawan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Selain itu, keberadaan pasar ini juga mencerminkan kearifan lokal melalui produk-produk yang dijual oleh 16 pelaku UMKM di kawasan pasar, seperti makanan tradisional, kerajinan tangan, serta hasil bumi masyarakat setempat.

Pengelolaan pada pasar hutan bambu ini masih terdapat berbagai tantangan, seperti kurangnya inovasi fasilitas pintu gerbang masuk/gapura pasar, stand penjualan produk pedagang dan tempat sampah, terbatasnya promosi digital di media sosial platform seperti facebook, instagram, tiktok, dan juga pada website Dinas Pariwisata Toraja

Utara, minimnya pengembangan produk wisata, serta belum optimalnya konsep pasar wisata yang terintegrasi dengan kebutuhan pengunjung modern. Kondisi tersebut menyebabkan potensi wisata dan ekonomi yang dimiliki belum berkembang secara maksimal. Di tengah persaingan destinasi wisata yang semakin ketat, inovasi menjadi faktor penting agar suatu kawasan wisata mampu menarik minat pengunjung secara berkelanjutan.

Pengembangan pasar wisata tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi, tetapi juga harus memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan pelestarian budaya lokal. Konsep pasar yang inovatif dapat diwujudkan melalui penataan kawasan yang menarik, penyediaan fasilitas ramah lingkungan, pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pelayanan, serta pemberdayaan masyarakat setempat sebagai pelaku utama kegiatan wisata. Dengan demikian, keberadaan pasar wisata dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat sekitar sekaligus meningkatkan citra destinasi wisata daerah.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu upaya pengembangan dan inovasi pada Pasar Hutan Bambu ToKumila agar mampu menjadi destinasi wisata yang lebih menarik, kompetitif,

dan berkelanjutan. Melalui pengembangan yang terarah, diharapkan kawasan ini dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperkuat ekonomi masyarakat lokal, serta menjadi salah satu ikon wisata berbasis alam dan budaya di Sulawesi Selatan. Oleh karena itu, pengabdian mengenai “Pengembangan dan Inovasi Pasar Hutan Bambu ToKumila” menjadi penting untuk dilakukan sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan wisata yang efektif dan berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

1. Pendekatan Pengabdian.

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat pada kegiatan berjudul **“Pengembangan dan Inovasi Pasar Hutan Bambu To`Kumila”** menggunakan pendekatan partisipatif, pemberdayaan masyarakat (*community empowerment*), dan pendekatan edukatif. Pendekatan ini bertujuan untuk melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pengembangan potensi pasar wisata secara mandiri sehingga tercipta inovasi pasar wisata dan promosi digital yang berkelanjutan dan berdampak

langsung pada peningkatan ekonomi masyarakat lokal.

2. Waktu, Lokasi, dan Sasaran Pengabdian

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2025 mulai pukul 07.00-17.00 di Hutan Bambu To`Kumila dengan sasaran utama yang melibatkan:

1. Pengelola wisata,
2. 16 Pelaku UMKM dan pedagang pasar,
3. Masyarakat sekitar kawasan wisata,
4. Wisatawan mancanegara dan domestik yang bertotalan kisaran 120 peserta.

3. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

a. Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan mulai,

1. Survei lokasi dan identifikasi potensi wisata,
2. Koordinasi dengan pemerintah desa dan pengelola wisata untuk pelaksanaan pasar hutan bambu yang akan

dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2025,

3. Penyusunan program kerja dan materi pelatihan promosi pasar hutan bambu,
4. Penyiapan sarana untuk pembuat pintu gerbang masuk/gapura, stand penjualan pedagang, tempat sampah yang terbuat bahan bambu dan kebutuhan lainnya dalam pelaksanaan kegiatan nantinya.

b. Tahap Sosialisasi

Tim pengabdian memberikan sosialisasi mengenai:

Pentingnya pengembangan wisata berbasis masyarakat, dengan inovasi pasar wisata yang unik dengan kekhasan Pasar Hutan Bambu menjadikan peluang ekonomi kreatif, berupa:

1. Peluang produk & kuliner lokal yaitu kuliner tradisional khas Toraja: Mengemas hidangan dan minuman lokal dengan konsep ramah lingkungan (*zero-plastic*)

- packaging*) memanfaatkan wadah dan alat makan berbahan bambu.
 2. Souvenir & Cenderamata Bambu: Mengembangkan kerajinan tangan berbahan bambu lokal menjadi produk bernilai jual tinggi, seperti tempat cangkir, hiasan dinding, dan aksesoris khas kawasan wisata.
 3. Peluang Daya Tarik & Atraksi Wisata berupa Spot Foto & Dekorasi Estetik: Membangun spot *instagramable* dan penanda kawasan berbasis *green architecture* menggunakan bahan bambu untuk memperkuat identitas visual kawasan.
 4. Seni & Budaya Tradisional: Menampilkan pertunjukan seni dan tari tradisional lokal sebagai pengalaman autentik (*experience tourism*) bagi pengunjung.
 5. Peluang Inovasi Operasional & Transaksi dengan Sistem Transaksi Unik (Token Bambu): Menghadirkan metode pembayaran unik menggunakan kepingan token bambu (*seng*).
 6. Promosi & Konten Digital: Memanfaatkan pembuatan konten media sosial (Facebook/Instagram/TikTok) guna menjangkau segmen wisatawan yang lebih luas di luar daerah bahkan negara.
- c. Tahap Pelatihan dan Pendampingan**
- Kegiatan pelatihan meliputi:
1. Penataan dan pengelolaan pasar wisata dimulai dari pembuatan gapura/gerbang pintu masuk pasar, stand penjualan pedagang, serta tempat sampah yang terbuat dari bahan bambu.
 2. Pelatihan pelayanan wisata (*hospitality*) dengan menjelaskan proses jual beli dalam hutan bambu menggunakan token bambu(*seng*).
 3. Pengembangan produk UMKM, kuliner lokal dan hasil bumi lembang Tonga' Riu seperti pembuatan wadah

makanan dan minum dari bambu,

4. Pelatihan pemasaran digital pada media sosial seperti Platform Facebook, Instagram dan Tiktok agar lebih informatif dan menarik perhatian wisatawan,
5. Pendampingan dilakukan secara langsung agar masyarakat mampu menerapkan hasil pelatihan dalam pengelolaan Pasar Hutan Bambu To`Kumila.

d. Tahap Implementasi

Pada tahap ini masyarakat bersama tim pengabdian menerapkan hasil pelatihan, seperti:

1. Penataan area pasar dengan memulai memasang gapura/gerbang pintu masuk pasar, pemasangan stand penjualan pedagang, serta tempat sampah yang semua terbuat dari bahan bambu.
2. Proses jual beli dalam hutan bambu menggunakan token bambu(seng) yang ditukarkan

terlebih dahulu dengan uang tunai ataupun non tunai.

3. Pengembangan produk UMKM yaitu wadah makanan dan minuman dari bambu dan penjualan hasil bumi lembang Tonga' Riu berupa sayur mayur dan umbi-umbian serta kuliner lokal yang diperjual belikan dalam pasar hutan bambu.
4. Pembuatan media promosi menggunakan media sosial pada platform Facebook, Instagram dan Tiktok, dengan menggunakan tools canva.

e. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan program melalui:

1. **Lembar Observasi Lapangan:** Digunakan pada tahap pengamatan langsung untuk menilai perubahan fisik kawasan pasar wisata, kerapian penataan lapak, kebersihan area hutan, serta keberadaan gapura/pintu gerbang berbahan bambu.

2. Pedoman Wawancara:

Digunakan saat mewawancarai pengelola wisata, pelaku UMKM, pedagang lokal dan peserta pelatihan guna mengukur tingkat pemahaman materi, kendala yang dihadapi di lapangan, serta Kesesuaian program dengan kebutuhan masyarakat.

3. Panduan Diskusi Kelompok Terarah (*Focus Group Discussion* / FGD):

Digunakan dalam forum diskusi bersama masyarakat dan pengelola untuk menilai tingkat partisipasi warga, mengukur tingkat kesadaran (*sense of belonging*), serta membahas keberlanjutan tata kelola pasar.

4. Lembar Pencatatan Indikator Keberhasilan:

Digunakan untuk mengukur ketercapaian luaran program, Peningkatan kemampuan promosi digital warga, Ketersediaan inovasi produk UMKM lokal, serta Keaktifan

penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.

5. Dokumentasi Visual (Foto/Video):

Digunakan sebagai instrumen pembandingan (*before-after*) kondisi fisik pasar, Bentuk kemasan produk UMKM, dan Kehadiran wisatawan di lokasi kegiatan.

4. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi Lapangan:

Pengamatan langsung terhadap kondisi fisik kawasan wisata, kebersihan lingkungan, penataan lapak pedagang, serta ketersediaan fasilitas Hutan Pasar Bambu To'Kumila.

2. Wawancara: Tanya jawab secara langsung dengan sasaran kegiatan (pengelola wisata, pelaku UMKM, masyarakat sekitar, dan wisatawan/pengujung) untuk menggali informasi terkait kendala operasional, pemahaman materi, serta tanggapan masyarakat.

3. **Diskusi Kelompok Terarah** *(Focus Group Discussion /*

FGD): Diskusi terstruktur yang melibatkan masyarakat dan pengelola wisata guna menyerap aspirasi, mengidentifikasi potensi/masalah, serta merumuskan strategi penataan dan pengembangan pasar.

- ### 4. **Dokumentasi Kegiatan:**
- Pengumpulan bukti visual berupa foto dan video kegiatan, kondisi area pasar (*before-after*), bentuk produk UMKM, serta media transaksi dan promosi digital yang diterapkan.

5. **Indikator Keberhasilan**

Keberhasilan kegiatan pengabdian ditandai dengan:

- ### 1. **Meningkatnya Partisipasi Masyarakat:**
- Masyarakat, pengelola, pelaku UMKM, dan pemuda lokal aktif terlibat dalam perencanaan, penataan,

hingga pengelolaan wisata secara mandiri.

2. **Terciptanya Inovasi Pasar**

Wisata: Terwujudnya penataan kawasan yang lebih rapi, lingkungan yang bersih, ketersediaan papan informasi/penunjuk arah, serta pembuatan spot foto berbahan bambu.

3. **Meningkatnya Kemampuan**

Promosi Digital: Pengelola dan masyarakat mampu membuat serta memanfaatkan media sosial (platform digital) sebagai sarana promosi wisata untuk memperluas jangkauan informasi.

4. **Bertambahnya Daya Tarik**

Wisata & Produk UMKM

Lokal: Terciptanya variasi produk khas lokal (kuliner tradisional dan kerajinan bambu) dengan kemasan yang lebih menarik dan bernilai ekonomi.

5. **Terciptanya Lingkungan**

Pasar Wisata yang Tertata:

Area pasar menjadi lebih estetik, asri, nyaman, dan teratur bagi para pengunjung.

6. Luaran Pengabdian

Luaran yang diharapkan dari kegiatan ini meliputi:

1. **Konsep Pasar Wisata yang Inovatif:** Terwujudnya tata kelola dan penataan kawasan pasar wisata berbasis ekowisata dan kearifan lokal yang lebih rapi, estetik, dan ramah lingkungan.
2. **Peningkatan Kapasitas Masyarakat:** Meningkatnya pengetahuan, keterampilan, serta kemandirian pengelola wisata, pelaku UMKM, dan pedagang lokal dalam pengelolaan kawasan wisata dan pelayanan (*hospitality*).
3. **Media Promosi Digital:** Tersedianya konten dan akun media sosial resmi sebagai sarana publikasi digital untuk memperluas jangkauan promosi Pasar Hutan Bambu To'Kumila.
4. **Produk UMKM Lokal yang Kreatif:** Terciptanya variasi produk kuliner tradisional dan kerajinan tangan berbahan bambu dengan

kemasan yang lebih menarik dan bernilai jual tinggi.

5. Publikasi Ilmiah / Laporan Hasil Pengabdian:

Terususunnya artikel ilmiah atau laporan hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dipublikasikan dalam jurnal ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berjudul “Pengembangan dan Inovasi Pasar Hutan Bambu To'Kumila” di Lembang Tonga Riu, Kabupaten Toraja Utara, dilaksanakan dengan menerapkan kombinasi pendekatan partisipatif, *community empowerment*, dan edukatif. Kegiatan ini melibatkan pengelola wisata, 16 pelaku UMKM lokal, masyarakat desa, serta wisatawan mancanegara dan domestik.

1. Penerapan *Community-Based Tourism* (CBT) dan Pengembangan Wisata Pasar Hutan Bambu'

Hasil Kegiatan: Peningkatan kapasitas masyarakat dicapai melalui sosialisasi, pelatihan *hospitality*, dan pembagian peran dalam pengelolaan pasar. Keterlibatan masyarakat lokal secara langsung memunculkan rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tinggi dalam

perencanaan, penataan kawasan, hingga operasional transaksi pasar. Hasil ini sejalan dengan prinsip utama *Community-Based Tourism* (CBT) dan pengembangan **Desa Wisata**. Menurut Kemenparekraf (2021) serta (Suryani & Lestari, 2022), keberlanjutan destinasi berbasis pedesaan sangat bergantung pada partisipasi aktif dan partisipatif warga lokal sebagai pelaku utama, bukan sekadar penonton. Pendekatan *community empowerment* yang diterapkan terbukti mampu mentransformasi potensi geografis Lembang Tonga Riu menjadi modal sosial-ekonomi yang mandiri, mengonfirmasi temuan (Pratama, dkk. 2025) mengenai efektivitas partisipasi warga dalam memobilisasi aset lokal (*Asset-Based Community Development*).



Gambar 1. Kegiatan Pengembangan Pasar Hutan Bambu

2. Implementasi Prinsip *Ecotourism* dan Pelestarian Lingkungan

Hasil Kegiatan: Penataan fisik area pasar dilakukan menggunakan pendekatan arsitektur hijau (*green architecture*) berbahan dasar bambu lokal. Hal ini mencakup pembuatan gerbang/gapura, stand/lapak pedagang, papan penunjuk arah, hingga penyediaan tempat sampah berbahan bambu. Selain itu, diterapkan konsep ramah lingkungan (*zero-plastic packaging*) dengan memanfaatkan wadah makanan dan cangkir bambu. Intervensi ini memperkuat integrasi konsep **Ecotourism** (wisata berbasis alam). Penggunaan bambu—sebagai material alami dan terbarukan—menjaga keasrian kawasan Hutan Bambu To’Kumila sekaligus menekan jejak ekologis (*ecological footprint*) dari aktivitas pasar wisata. Prinsip ekowisata menegaskan bahwa pengembangan pariwisata harus menyelaraskan antara konservasi alam, edukasi lingkungan, dan pemanfaatan ekonomi. Penataan kawasan ramah lingkungan ini membuktikan bahwa batas fisik kawasan alam dapat dikembangkan secara estetis tanpa merusak ekosistem hutan bambu itu sendiri.

3. Pemberdayaan UMKM dan *Experience Tourism* Berbasis Kearifan Lokal.

Hasil Kegiatan: Sebanyak 16 pelaku UMKM terfasilitasi dalam memasarkan produk kuliner tradisional Toraja, hasil bumi (umbi-umbian dan sayuran), serta souvenir kerajinan bambu. Keunikan operasional dihadirkan melalui sistem transaksi tradisional menggunakan token bambu (*seng*) serta pertunjukan seni-tari lokal.

Pembahasan & Kontribusi Ilmiah: Inovasi transaksi token bambu dan pengemasan produk lokal merupakan bentuk nyata **Pemberdayaan UMKM** yang memberikan nilai tambah (*value-added*) pada produk desa. Secara teoritis, keberadaan pasar wisata tradisional yang dikemas unik ini menciptakan *Experience Tourism* (wisata berbasis pengalaman). (Utami & Wijaya, 2024) menjelaskan bahwa wisatawan modern berburu pengalaman autentik yang tidak ditemukan di pasar modern. Pengalaman menukarkan uang tunai dengan kepingan bambu *seng* serta menikmati kuliner Toraja dari wadah bambu memberikan ikatan emosional dan pengalaman budaya yang mendalam bagi wisatawan.



Gambar 2. Pengembangan Produk Lokal

4. Aktivasi Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Lokal

Hasil Kegiatan: Masyarakat diajak mentransformasi bambu lokal—yang sebelumnya belum diolah secara maksimal—menjadi produk kerajinan bernilai jual tinggi (tempat cangkir, hiasan dinding, dan aksesoris) serta membuat *spot foto instagramable*.

Pembahasan & Kontribusi Ilmiah: Hal ini menguatkan relevansi **Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Lokal**. Pariwisata berfungsi sebagai penghela (*engine of growth*) bagi sektor ekonomi kreatif di pedesaan. (Hasanah & Fitriani, 2022) menyatakan bahwa diversifikasi produk kreatif lokal berbasis kearifan budaya tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat secara langsung, tetapi juga memperkuat identitas citra

(*destination branding*) kawasan. Produk kerajinan dan kuliner lokal yang terstandarisasi dengan baik berpotensi menjadi oleh-oleh khas unggulan daerah.

5. Akselerasi *Digital Marketing* Pariwisata

Hasil Kegiatan: Tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten promosi menggunakan platform media sosial (Facebook, Instagram, TikTok).

Pembahasan & Kontribusi Ilmiah: Inovasi pemasaran ini menjawab tantangan keterbatasan promosi konvensional melalui integrasi **Digital Marketing Pariwisata**. (Darmawan & Setiawan, 2023) menegaskan bahwa di era digital, visualisasi destinasi di media sosial sangat efektif dalam memengaruhi keputusan perjalanan wisatawan (*travel decision process*). Dengan menyebarkan konten visual yang estetik (*instagramable*) mengenai keasrian hutan bambu dan keunikan transaksi token, jangkauan promosi Pasar Hutan Bambu To’Kumila dapat menembus batas geografis hingga menarik minat wisatawan mancanegara maupun domestik secara efisien dan

berkelanjutan.



Gambar 3. Promosi Digital Pasar Hutan Bambu To’Kumila

6. Tantangan dan Rekomendasi Keberlanjutan

Pembahasan Dampak dan Kendala: Meskipun program pengabdian ini telah memberikan dampak positif yang signifikan pada peningkatan pengetahuan, estetika kawasan, dan variasi produk, terdapat beberapa tantangan jangka panjang yang perlu diantisipasi. Di antaranya adalah keterbatasan fasilitas umum (seperti toilet dan akses jalan), permodalan usaha UMKM, serta perlunya pelembagaan pengelola yang lebih terstruktur (seperti Pokdarwis). (Rahman & Supriadi, 2023) menambahkan bahwa integrasi sistem transaksi unik di masa depan dapat dikombinasikan dengan pembayaran

digital (seperti QRIS) untuk kemudahan wisatawan tanpa menghilangkan esensi budaya lokal. Dukungan sinergis dari akademisi, pemerintah daerah, dan komunitas lokal (*triple helix*) sangat krusial untuk menjaga daya saing destinasi ini secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan pembahasan pengabdian masyarakat pada Pasar Hutan Bambu To'Kumila di Lembang Tonga Riu, Kabupaten Toraja Utara, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan *Community-Based Tourism* (CBT) dan Pemberdayaan Masyarakat: Pendekatan partisipatif (*community empowerment*) terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan *hospitality*, dan kesadaran (*sense of belonging*) pengelola serta 16 pelaku UMKM lokal. Pelibatan masyarakat secara langsung mentransformasi warga dari sekadar penonton menjadi pelaku utama pengembang kawasan wisata.
2. Inovasi Fisik Berbasis *Ecotourism*: Penataan area pasar menggunakan arsitektur hijau (*green architecture*) berbahan dasar bambu lokal (pembuatan gapura, stand penjualan, papan petunjuk, dan tempat sampah) serta penerapan kemasan ramah lingkungan (*zero-plastic packaging*) berhasil menjaga kelestarian ekosistem hutan bambu sekaligus meningkatkan nilai estetika destinasi.
3. Pemberdayaan UMKM dan Ekonomi Kreatif Berbasis *Experience Tourism*: Diversifikasi produk kuliner tradisional, hasil bumi, dan suvenir kerajinan bambu memberikan nilai tambah (*value-added*) pada perekonomian warga. Penggunaan metode transaksi unik token bambu (*seng*) serta pementasan seni tradisional menciptakan *experience tourism* yang memberikan ikatan emosional dan pengalaman budaya autentik bagi wisatawan.

4. Optimalisasi *Digital Marketing* Pariwisata: Pelatihan dan pendampingan promosi digital melalui media sosial (Facebook, Instagram, TikTok) memperluas jangkauan publikasi destinasi secara efisien, sehingga berpotensi meningkatkan daya tarik dan jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara secara berkelanjutan.

DAFTAR RUJUKAN

- Buhalis, R., & Law, C. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the new millennium—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609–623. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Darmawan, A., & Setiawan, I. (2023). Pemanfaatan media sosial dalam promosi ekowisata berbasis komunitas pada masyarakat lokal. *Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 112–121.
- Fennell, D. A. (2020). *Ecotourism: An introduction* (5th ed.). Routledge.
- Hasanah, U., & Fitriani, N. (2022). Strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui digitalisasi UMKM di kawasan destinasi wisata pedesaan. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Pariwisata*, 10(1), 45–56.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Panduan pengelolaan dan pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal*. Kemenparekraf/Baparekraf.
- Pratama, R., Nurhayati, S., & Wibowo, A. (2025). Penerapan Asset-Based Community Development (ABCD) dalam akselerasi potensi pariwisata daerah. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 7(1), 34–45.
- Rahman, M. F., & Supriadi, D. (2023). Inovasi transaksi tradisional dan digitalisasi pembayaran (QRIS) pada UMKM sektor pariwisata. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 4(3), 201–213.
- Soemarno, S. H. N. E. T. S. (2020). Strategi pengembangan desa wisata berbasis ekowisata dan pemberdayaan masyarakat lokal. *Jurnal Pembangunan*
- Suansri, S. (2003). *Community based tourism handbook*. REST Project.
- Suryani, L., & Lestari, P. (2022). *Pengembangan wisata berbasis partisipasi masyarakat: Teori dan implementasi di lapangan*. Deepublish.
- Utami, T. W., & Wijaya, K. (2024). Analisis daya tarik experience tourism berbasis budaya lokal pada kawasan pasar tradisional. *Jurnal Ekowisata dan Pariwisata Berkelanjutan*, 6(2), 89–98.
- Wibowo, H. K. S. E. (2024). Pemberdayaan UMKM kuliner dan kerajinan lokal melalui inovasi produk pada kawasan pasar wisata. *Jurnal Pengabdian Kemitraan Masyarakat*, 3(1), 15–26.