

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA TIOMBO CAMPING GROUND DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA BENTENG KA'DO TO'REA KECAMATAN TIKALA KABUPATEN TORAJA UTARA

Erwin Sandi Randa Layuk¹, Badruddin Nasir²

Abstrak

Camping Ground adalah istilah yang sering digunakan di dunia pecinta alam untuk menyebut bumi perkemahan. Bumi perkemahan sendiri adalah ruang luas di luar ruangan yang menjadi lokasi untuk melakukan kegiatan camping dan mendirikan tenda. Untuk menarik kunjungan wisatawan di perlukan strategi yang dilakukan oleh pengelola Tiombo Camping Ground. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa strategi yang digunakan oleh pengelola Tiombo Camping Ground telah berjalan dengan baik. Dengan mengandalkan sosial media sebagai media promosi, dengan cara membuat pamflet ataupun iklan di Instagram. Selain itu pihak pengelola juga melakukan strategi DMO yang dimana DMO ini menggunakan 4 indikator yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Sumber Daya Manusia. Dalam strategi ini pengelola telah menyediakan layanan agar pengunjung merasa nyaman dalam berwisata di Tiombo Camping Ground. Dalam penerapan strategi ini pengelola di dukung oleh beberapa pemilik akun Instagram yang memiliki banyak pengikut. Namun dengan strategi yang baik belum bisa memberikan dampak bagi Masyarakat di Desa Benteng Ka'do To'rea maupun bagi Pendapatan Asli Desa (PAD), yang dimana seharusnya dengan adanya objek wisata bisa menggalakkan perekonomian di sekitar objek wisata dan bisa meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD).

Kata Kunci: *Camping Ground, Strategi, Pengembangan Wisata.*

Pendahuluan

Dalam masyarakat modern, *traveling* merupakan sebuah kebutuhan yang tidak bisa dihindari lagi dan tidak bisa dihilangkan lagi. Hal ini erat kaitannya dengan aktivitas keseharian yang memerlukan keseimbangan berupa penyegaran atau yang kini disebut dengan *healing*.

¹ Mahasiswa Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Email: randalayuk02@gmail.com

² Dosen Pembimbing, Dosen Program Studi Pembangunan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Kebutuhan akan *healing* ini harus dipenuhi dalam bentuk relaksasi dan hiburan. Dalam hal ini industri pariwisata sangat diperlukan.

Perkembangan industri pariwisata saat ini sangat pesat, menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor andalan perekonomian nasional. Dengan sektor transportasi yang memadai, daya tarik wisata baru dan peningkatan akomodasi, membuktikan bahwa pariwisata mempunyai potensi besar dalam meningkatkan perekonomian nasional. Daerah yang menyadari potensi wisatanya akan memperoleh pendapatan yang cukup besar. Dengan otonomi daerah, setiap daerah berusaha memanfaatkan potensi daerahnya sebaik-baiknya.

Toraja Utara ialah kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan, terletak di sebelah utara kabupaten. Letaknya antara 2°35" Lintang Selatan - 3°15" Lintang Selatan dan 119° - 120° Bujur Timur. Luas wilayah kabupaten ini adalah 1.151,47 km², yang meliputi Hutan Lindung seluas 47.900 Ha, Hutan Kemasyarakatan seluas 5.269 Ha dan Kebun seluas 12.790,93 Ha. Komunitas ini terbentang di area seluas 9.865 Ha dan terletak di ketinggian antara 704 hingga 1.646 meter di atas permukaan laut. Toraja Utara merupakan pemekaran dari kabupaten Tana Toraja yang dibentuk oleh Toraja Utara didasarkan Undang-undang Nomor 28 Tahun 2008. Jumlah penduduk Toraja Utara sebanyak 261.086 jiwa, menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Toraja Utara. Toraja Utara memiliki beragam budaya dan bentang alam yang sangat indah sehingga menjadi daya tarik wisatawan mancanegara maupun lokal untuk berkunjung. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan kabupaten Toraja Utara dari tahun 2018 sampai 2020.

Data menunjukkan kunjungan wisatawan lokal lebih banyak mengunjungi Toraja utara dibandingkan dengan wisatawan mancanegara. Pada tahun 2018 kunjungan wisatawan mancanegara hanya 53.207 jiwa sedangkan jumlah kunjungan wisatawan lokal mencapai 256.907 jiwa. Pada tahun 2019 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan jumlah kunjungan hanya 32.272 jiwa, sedangkan jumlah kunjungan wisatawan lokal meningkat hingga mencapai angka 333.166 jiwa. Dan pada tahun 2020 kunjungan wisatawan mancanegara maupun lokal mengalami penurunan yang sangat signifikan, hal ini disebabkan oleh pandemic *COVID-19*, jumlah kunjungan wisatawan lokal hanya diangka 730 jiwa sedangkan kunjungan wisatawan lokal 109.269. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan ini tentu sangat berdampak bagi pertumbuhan ekonomi. Karena ketika jumlah kunjungan wisatawan meningkat maka pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat.

Di Toraja Utara sendiri pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang signifikan di banyak wilayah, termasuk di Desa Benteng Ka'do To'rea, Kecamatan Tikala, Kabupaten Toraja Utara. Wilayah ini mempunyai potensi alam, budaya dan sumber daya manusia yang dapat mendukung pengembangan industri pariwisata. Pariwisata bukan hanya memberikan peluang ekonomi tetapi juga memiliki potensi untuk meningkatkan

kesejahteraan masyarakat setempat. Desa Benteng Ka'doTo'rea ialah suatu daerah dengan kekayaan budaya maupun alam yang luar biasa, seperti benteng pertahanan pejuang toraja yaitu pongtiku, budaya Rambu Solo' (Upacara kematian) dan *Camping Ground*.

Otoritas pemerintah yang bertanggung jawab harus memprioritaskan fokus mereka pada tempat-tempat wisata yang berpotensi mendapatkan pendapatan maupun secara strategis mengembangkan sektor ini menjadi investasi yang layak di masa depan. Selain itu, mereka harus memastikan bahwa wisatawan diberikan kondisi yang menguntungkan dengan meminimalkan prosedur penutupan tempat wisata. Namun, objek wisata tersebut tidak hanya menghasilkan pendapatan bagi pemerintah, tetapi juga memberikan kontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Pemerintah hendaknya memprioritaskan pengembangan dan pengelolaan tempat wisata secara konsisten, komprehensif, terpadu dan sistematis untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Hal ini penting bagi keberhasilan upaya strategis untuk mempromosikan dan mengelola kegiatan pariwisata, yang melibatkan pemerintah dan swasta, serta membina kerjasama. Mencapai keseimbangan dan menghargai daya tarik sapa. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan Wisata Tiombo *Camping Ground* Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Desa Benteng Ka'do To'Rea Kabupaten Toraja Utara”**.

Kerangka Dasar Teori

Strategi

Istilah “strategi” berasal dari kata Yunani “*strategos*”, yang diterjemahkan menjadi “umum”. Oleh karena itu, istilah strategi pada dasarnya berarti “seni dan ilmu pengetahuan umum”. Istilah ini mempertahankan tanggung jawab utama kepemimpinan senior suatu organisasi. Strategi melibatkan penyelarasan misi perusahaan, menentukan tujuan organisasi dengan memperkuat faktor eksternal dan internal, merumuskan kebijakan dan strategi khusus untuk mencapai target dan memastikan penerapannya secara efektif untuk mencapai tujuan dan sasaran utama organisasi. Strategi mengacu pada pendekatan komprehensif yang mencakup konsepsi, perencanaan maupun pelaksanaan suatu tindakan dalam jangka waktu tertentu. Strategi yang baik melibatkan koordinasi tim kerja untuk mengidentifikasi faktor pendukung yang selaras dengan konsep implementasi ide yang logis, efisiensi finansial dengan pencapaian target yang baik. Strategi diartikan sebuah rencana yang merupakan acuan untuk dijadikan landasan dalam melakukan sebuah kegiatan. Strategi sebagai upaya yang dilakukan individu maupun kelompok dalam mencapai tujuan menurut Devica et al., (2021).

Strategi merupakan suatu seni dengan memanfaatkan kecakapan dan sumber daya atau kekuatan organisasi dalam mencapai sasaran melalui kerjasama yang efektif dalam lingkungan situasi yang paling menguntungkan. Strategi menjadi sangat penting bagi pengembangan

organisasi/perusahaan dalam rangka pencapaian tujuan, baik jangka panjang maupun jangka pendek. Strategi menurut para ahli merupakan suatu upaya atau cara yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk memperoleh satu tujuan dengan secara efektif dan efisien.

Strategi adalah strategi komprehensif yang menguraikan cara menavigasi keadaan persaingan secara efektif untuk mencapai tujuan. Strategi mencakup pemahaman tentang metode, waktu dan lokasi persaingan yang optimal, serta pesaing yang tepat dan tujuan persaingan (Pearce dan Robinson, 2008).

Berdasarkan sudut pandang di atas, strategi pada dasarnya mengacu pada rencana komprehensif yang berfokus pada tujuan jangka panjang dan dirancang sedemikian rupa sehingga memungkinkan pelaksanaan yang efektif dan kompetitif, dengan tujuan akhir memaksimalkan pencapaian tujuan target dan sasaran. Strategi jangka panjang yang mempunyai dampak jangka panjang terhadap kehidupan organisasi minimal lima tahun. Strategi mempunyai tujuan yang beragam. Saat terlibat dalam percakapan, penting untuk mempertimbangkan faktor internal dan eksternal.

Pengembangan Pariwisata

J.S. Badudun dalam KBBI (2007:538), memberikan konsep pembangunan sebagai suatu proses, metode dan tindakan berkembang. Poerwa Darminta (2002:474) mengemukakan bahwa pembangunan adalah suatu cara atau cara untuk menjadikan sesuatu menjadi maju, bagus, sempurna dan bermanfaat.

UU No. 10 Tahun 2009 mengatur pariwisata, yang mencakup banyak kegiatan wisata dan difasilitasi oleh berbagai layanan dan fasilitas yang ditawarkan oleh masyarakat, perusahaan, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut Hunziker dan Kraf, pariwisata dapat digambarkan sebagai keseluruhan jaringan dan fenomena yang terkait dengan kehadiran orang asing di suatu daerah, asalkan mereka tidak tinggal untuk melakukan pekerjaan penting yang akan memberikan manfaat tetap atau sementara. Swarbrooke sebagaimana dikutip dalam Soeda dkk (2017:6), mendefinisikan pembangunan pariwisata sebagai upaya untuk meningkatkan kohesi dalam pemanfaatan berbagai sumber daya pariwisata dan menggabungkan semua fasilitas non-pariwisata yang secara langsung atau tidak langsung berkaitan dengan pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Destination Management Organization (DMO) adalah sebuah konsep tata kelola pariwisata yang diwujudkan dalam suatu kelembagaan pariwisata. Dalam penerapannya di Indonesia. Rahim (2010) mendefinisikan DMO sebagai sistem tata kelola yang terstruktur dan sinergis yang diyakini mampu mengkoordinasikan semua elemen destinasi, yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas dan sumber daya manusia. Peran DMO erat hubungannya dengan penerapan fungsi-fungsi manajemen. Varghese & Paul (2014) dalam penelitiannya menegaskan bahwa DMO bersentuhan langsung dengan tata

kelola, kontrol kualitas, manajemen *stakeholder*, pengembangan infrastruktur hingga mengarah pada standar kualitas layanan dan produk. DMO memerlukan dukungan *stakeholder* untuk mewujudkan pembangunan pariwisata suatu destinasi pariwisata. Suharto (2011) menyatakan jika dalam memperkuat identitas kedaerahan, DMO memerlukan dukungan masyarakat lokal untuk menggali nilai kearifan lokal. Oleh sebab itu, dibutuhkan keterampilan manajemen yang kompleks untuk mendorong keterlibatan *stakeholder*. Pembangunan pariwisata mengacu pada tindakan yang disengaja yang diambil untuk memajukan, meningkatkan, dan meningkatkan keadaan pariwisata. Untuk memantapkan dirinya dan menarik banyak wisatawan. Kemampuan pemerintah untuk menawarkan manfaat besar kepada masyarakat lokal di sekitar tempat wisata, serta tempat wisata lainnya, akan menjadi indikator efektivitas sistem pariwisata yang berfungsi dengan baik.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Berkaitan dengan pengembangan pariwisata, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan berupa Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Pada pasal 2 dinyatakan penyelenggaraan kepariwisataan berasaskan manfaat, keseimbangan, kemandirian, partisipatif, kelestarian dan berkelanjutan. Dan pada pasal 4 dinyatakan tujuan kepariwisataan adalah meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan lingkungan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan. Dengan prinsip penyelenggara kepariwisataan menunjang tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan manusia sesama manusia, dan hubungan manusia dengan lingkungan, memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat.

Strategi pengembangan pariwisata adalah upaya yang dilakukan untuk meningkatkan potensi pariwisata yang ada di suatu kawasan, cara yang dilakukan dapat berupa melakukan perbaikan terhadap infrastruktur yang ada baik itu secara fisik maupun non fisik, sehingga semua itu bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang berada disekitar daerah tujuan wisata. A. Yoeti menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya, tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut.

A. Yoeti menjelaskan bahwa ada tiga faktor yang menentukan keberhasilan pengembangan kepariwisataan yaitu tersediannya objek dan daya tarik wisata, kemudian adanya fasilitas *accessibility* yaitu sarana dan prasarana sehingga memungkinkan wisatawan mengunjungi kawasan wisata tersebut, terjadinya *adminities* yaitu sarana kepariwisataan yang dapat memberikan

kenyamanan pelayanan kepada masyarakat. Dalam pengembangan pariwisata terdapat komponen-komponen yang harus di iringi kinerja yang baik, oleh karena itu harus pihak-pihak yang saling kerjasama yakni pemerintah, dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif karena kemampuannya menggambarkan fenomena yang diamati pada subjek penelitian secara akurat. Pendekatan kualitatif dirasa tepat karena memungkinkan peneliti untuk terlibat langsung dengan subjek penelitian untuk mengumpulkan data, sehingga menjadikan peneliti sendiri sebagai bagian yang tidak terpisahkan dalam proses pengumpulan data. Dalam pengumpulan data, pendekatan kualitatif menawarkan fleksibilitas yang lebih besar karena peneliti dapat memilih responden secara selektif berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, sehingga menghasilkan data yang lebih memuaskan.

Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti membahas hasil penelitian yang telah di peroleh dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung oleh penulis dengan informan yang sudah dipilih sebelumnya untuk memberikan informasi mendalam terkait strategi pengembangan wisata tiombo *camping ground* dalam meningkatkan kunjungan wisatawan serta faktor pendukung dan penghambat penggunaan strategi yang di terapkan oleh pengelola tiombo *camping ground* di Desa Benteng Ka'do To'rea Kecamatan Tikala Kabupaten Toraja Utara.

Strategi Inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi yang di gunakan oleh kementerian pariwisata dalam meningkatkan kunjungan wisata dan strategi inovasi ini diharapkan bisa di terapkan oleh seluruh pengelola objek wisata yang ada di Indonesai, strategiinovasi ini di fokuskan pada promosi di media sosial.

Penggunaan Strategi

Strategi yang digunakan oleh pengelola Tiombo *Camping Ground* sudah tepat dengan menggunakan media sosial sebagai platform dalam memasarkan atau mempromosikan Tiombo *Camping Ground*, promosi yang dilakukan pun memperhatikan kualitas konten-konten yang di upload atau disebar dimedia sosial baik sosial media milik Tiombo *Camping Ground* maupun media sosial milik media partner yang membantu untuk mempromosikan Tiombo *Camping Ground*. Dengan mempromosikan di media sosialTiombo *Camping Ground* ini dapat dikenal oleh wisatawan. Tidak hanya pengelola, Dinas

Kebudayaan dan Pariwisata pun menggunakan hal yang sama dalam mempromosikan objek wisata yang ada terutama untuk objek wisata yang baru. Dengan memanfaatkan sosial media ini tentu langkah yang tepat dalam mempromosikan Tiombo *Camping Ground*, karena di sekarang ini media sosial memiliki power untuk mempromosikan segala sesuatu terutama objek wisata sehingga dapat diketahui oleh orang banyak.

Efektifitas Penggunaan Strategi

Pengelola Tiombo *Camping Ground* menerapkan strategi yang cukup baik. Dari tingkat kunjungan pengelola Tiombo bisa dikatakan sukses dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Tiombo *Camping Ground*. Dari jumlah kunjungan Tiombo *Camping Ground* dapat dikatakan tinggi karena Tiombo *Camping Ground* merupakan objek wisata yang baru di Toraja Utara tentu ini merupakan tantangan untuk objek wisata baru dalam menarik wisatawan untuk berkunjung namun dengan perencanaan yang matang dalam penerapan strategi pengelola Tiombo *Camping Ground* mampu menarik wisatawan untuk berkunjung.

Media sosial telah menjadi platform yang kuat untuk mempromosikan destinasi wisata kepada khalayak yang lebih luas. Melalui berbagai konten visual, ulasan dan rekomendasi, media sosial memungkinkan desa-desa wisata untuk menjangkau *audience* yang lebih besar dan beragam. Wisatawan yang aktif dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi dapat mendapatkan manfaat signifikan dalam meningkatkan popularitas dan kunjungan wisata. Dengan menciptakan konten yang menarik dan berpartisipasi dalam kampanye pemasaran digital, desa-desa wisata dapat meningkatkan visibilitas mereka di platform media sosial. Konsistensi dalam posting konten dan interaksi dengan pengikut merupakan kunci dalam membangun kehadiran yang kuat di media sosial.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung dalam penerapan strategi yang dilakukan oleh pengelola Tiombo *Camping Ground* yakni adanya beberapa pemilik akun media sosial yang memiliki banyak pengikut membantu untuk mempromosikan Tiombo *Camping Ground* melalui akun media sosial dan pemilik akun-akun tersebut tidak meminta bayaran sama sekali padahal di zaman sekarang ini banyak akun-akun media sosial yang memiliki banyak pengikut mematok tarif untuk mempromosikan sesuatu di akun mereka. Sedangkan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara memanfaatkan wisatawan-wisatawan yang telah berkunjung ke objek wisata untuk memposting segala sesuatu yang ada di objek wisata itu. Dalam penerapan strategi yang digunakan Pengelola Tiombo *Camping Ground* tidak memiliki faktor-faktor yang menghambat dalam penerapan strategi itu. Faktor pendukung lainnya yakni konten yang disajikan oleh pengelola cukup menarik pengguna media

sosial untuk melihat konten yang berkaitan dengan Tiombo Camping Ground ini. Selain itu kualitas gambar ataupun video yang diupload oleh media partner merupakan kualitas yang tinggi sehingga gambar atau video yang dihasilkan sangat jelas ini menjadi poin plus dalam penggunaan media sosial untuk mempromosikan objek wisata, hal ini yang menjadikan masyarakat menjadi tertarik untuk berkunjung ke Tiombo *Camping Ground*. Dalam penerapan strategi yang dilakukan oleh pengelola Tiombo *Camping Ground* ini tidak menemukan faktor yang menghambat dalam penerapan strategi yang dilakukan. Dari awal penggunaan strategi sampai hari ini pengelola tidak menemukan hal-hal yang menjadi penghambat dalam penerapan strategi yang dilakukan. Tentu ini menjadi hal yang positif ketika tidak adanya faktor yang menghambat dalam penerapan strategi pengembangan ini jadi strategi yang dilakukan berjalan dengan baik sehingga jumlah kunjungan dapat meningkat di kemudian hari.

Strategi Destination Management Organization

Pengelola Tiombo *Camping Ground* belum melakukan kerjasama dengan industry pariwisata. Terutama untuk *Tour & Travel* mereka tidak bekerja sama karena pengelola menganggap strategi itu kurang efektif dalam menarik wisatawan. Begitupun dengan Pemerintah Kabupaten Toraja Utara pengelola Tiombo *Camping Ground* juga belum melakukan kerjasama, pengelola akan melakukan kerjasama ketika bantuan dari Pemerintah Kabupaten Toraja Utara masuk ke Tiombo *Camping Ground*.

Pemerintah Desa Benteng Ka'do To'rea juga belum mendapatkan dampak oleh ada Tiombo *Camping Ground* ini, dalam artian pengelola dan pemerintah desa belum melakukan kerjasama dalam hal apapun. Terutama dalam hal pemberdayaan masyarakat dalam hal ini yaitu pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan objek wisata dapat mencakup program pelatihan dan pengembangan, selain itu pengelola dan pemerintah desa belum bekerjasama dalam hal pengaturan pajak dan retribusi padahal dalam hal ini pemerintah desa dapat mengatur pajak dan retribusi terkait dengan objek wisata untuk memastikan bahwa pendapatan dari pariwisata dapat digunakan untuk pembangunan dan pemeliharaan serta kesejahteraan masyarakat lokal. Pemerintah Daerah dalam hal ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga belum melakukan kerjasama dengan pihak pengelola yang dimana harusnya Pemerintah Daerah menjadi yang terdepan sehingga PAD dapat meningkat mengingat pendapatan terbesar Kabupaten Toraja Utara berasal dari sektor wisata.

Atraksi di Tiombo Camping Ground

Pengelola Tiombo *Camping Ground* menyajikan sesuatu yang baru dalam pariwisata di Toraja Utara yang dimana pengelola memanfaatkan budaya

ataupun bangunan tradisional yaitu Tongkonan dan Alang sebagai daya Tarik untuk pengunjung. Pengelola memanfaatkan halaman dari sekitar Tongkonan untuk dijadikan *Camping Ground* ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung yang dimana wisata di Toraja Utara selalu mengenai Negeri di atas awan, pengelola melihat peluang untuk memperkenalkan sesuatu yang baru di Toraja Utara.

Amenitas

Dalam hal fasilitas Pengelola Tiombo *Camping Ground* sudah cukup baik dalam menyediakan fasilitas yang bisa membuat pengunjung merasa nyaman yang dimana pengelola menyediakan beberapa fasilitas untuk pengunjung yang utama atau yang paling mencolok yakni pengelola menyediakan Penyewaan Tenda *Camping*, selain itu pengelola juga menyediakan cafe mini untuk pengunjung, cafe ini untuk membuat pengunjung yang menyukai kopi bisa menikmati kopi Toraja di pagi hari.

Aksesibilitas

Akses menuju Tiombo *Camping Ground* saat ini sudah sangat baik terkhusus melalui jalur dari Desa/Lebang Sereale yang dimana jalur ini sudah di aspal tentu ini menjadi nilai yang plus bagi objek wisata, pengunjung dapat dengan mudah berkunjung ke Tiombo *Camping Ground* ini dengan adanya akses yang memadai.

Selain melalui jalur Desa Sereale Tiombo juga bisa di akses melalui Desa Landorundun namun akses melalui desa ini belum memadai karena ada beberapa titik yang masih rusak atau belum teraspal dengan baik. Ketika akses Landorundun nantinya sudah memadai pastinya akan meningkatkan kunjungan wisata mengingat Desa Landorundun memiliki objek wisata yang terkenal yakni Loko' Mata.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian telah jelas pada bab sebelumnya, maka penulis dapat memperoleh kesimpulan berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti melalui kegiatan observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai jawaban atau rumusan masalah dan fokus penelitian pada bab sebelumnya. Adapun kesimpulan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Pengelola Tiombo *Camping Ground* telah melakukan strategi pengembangan pariwisata yang di canangkan oleh Kementerian Pariwisata yaitu strategi inovasi, pengelola melakukannya dengan mempromosikan Tiombo *Camping Ground* di media sosial yaitu Instagram. Strategi yang dilakukan sangat efektif dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Tiombo *Camping Ground*. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Toraja Utara juga melakukan strategi dengan baik dengan mengangkat tema kebudayaan-kebudayaan yang ada di Toraja Utara dan mempromosikan melalui sosial media dan berjalan dengan baik. Kemudian Pemerintah Kabupaten Toraja Utara melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melakukan perbaikan sarana ke desa-desa wisata yang ada di Toraja Utara sehingga memudahkan wisatawan untuk mengakses tempat-tempat wisata. Media sosial telah menjadi platform yang ampuh untuk mempromosikan destinasi wisata ke khalayak yang lebih luas. Dengan memanfaatkan berbagai konten visual, ulasan, dan rekomendasi, desa wisata dapat menjangkau *audience* yang lebih besar dan beragam, sehingga pada akhirnya meningkatkan popularitas dan jumlah pengunjung. Konsistensi dalam memposting konten yang menarik dan berinteraksi dengan pengikut adalah kunci untuk membangun kehadiran yang kuat di media sosial, sehingga desa wisata dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan mereka secara efektif.

Dalam penerapan strategi yang dilakukan oleh pengelola Tiombo *Camping Ground* tentu ada faktor yang menunjang sehingga strategi yang dilakukan oleh pengelola bisa berjalan dengan baik, faktor yang menunjang strategi yang diterapkan oleh pengelola yakni adanya akun-akun media sosial yang sukarela membantu untuk mempromosikan Tiombo *Camping Ground* ini. Akun-akun media sosial sukarela dapat menggunakan konten yang kreatif dan menarik, seperti foto-foto berkualitas tinggi, video, atau ulasan yang informatif, untuk mempromosikan Tiombo *Camping Ground*. Konten-konten ini dapat menarik perhatian pengguna media social dan mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut atau bahkan mengunjungi destinasi tersebut.

Rekomendasi

1. Diharapkan Pengelola Tiombo *Camping Ground* meningkatkan promosi di Media Sosial secara intensif guna menarik lebih banyak kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara ke lokasi Tiombo *Camping Ground*.
2. Diharapkan pengelola Tiombo *Camping Ground* dapat melibatkan aktif masyarakat, khususnya pemuda di desa Benteng Ka'do To'rea, dalam pengelolaan Tiombo *Camping Ground* untuk memperkuat partisipasi dan pemberdayaan lokal.

3. Diharapkan pengelola Tiombo *Camping Ground* dapat menjalin kerja sama yang erat dengan Pemerintah Kabupaten, khususnya dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, mengingat sektor pariwisata menjadi penyumbang pendapatan terbesar bagi Kabupaten Toraja Utara.
4. Diharapkan pengelola Tiombo *Camping Ground* dapat menjalin kerja sama yang baik dengan pemerintah desa untuk meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PAD) melalui pengembangan fasilitas dan promosi yang lebih baik.
5. Diharapkan pemerintah desa dan masyarakat berpartisipasi aktif dalam pengelolaan Tiombo *Camping Ground* untuk memastikan pengembangan yang berkelanjutan dan manfaat ekonomi yang lebih luas bagi komunitas setempat.

Daftar Pustaka

Abdullah, Sanusi,

S.E.2005.*Pendapatan Asli Daerah Dari Industri Pariwisata dalam Menunjang Otonomi Daerah*, www.Google.com

Ahmad Horison.(2009).Pengembangan Pariwisata.

A.J, Muljadi.2012.*Kepariwisata dan Perjalanan*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta

Arjana Gusti,Bagus.(2016).*Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*.

Jakarta:RajawaliPers.

A, Yoeti Oka.1996.*Pengantar Ilmu Pariwisata*.Angkasa.Bandung

Bahar,Marpaung.2000.*Pengantar Ilmu Pariwisata*.PT Pradnya Paramita. Jakarta

David.2015.*Manajemen Strategis*.Jakarta:Bumi Aksara

Dahlia Hasan.(1995).*Pendapatan Asli Daerah Dari Pariwisata Dalam Menunjang Otonomi Daerah*.

Devica, D., Dedoe, A., & Pratama Saputra, P. (2021). Strategi Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dalam Upaya Pengembangan Pariwisata Pantai Terentang di Desa Terentang III, Kabupaten Bangka Tengah. *Jurnal Sosial Teknologi*, 1(9), 93–99.

F.R,David.2004.*Manajemen*

Strategis Konsep-Konsep.PT

Indeks Kelon

- Gamal,Suwantoro.(2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*.Yogyakarta:Andi Offset.
- Harun,Rochajat.2009.*Mengembangkan Objek Wisata Alam*, www.Google.com
- Hermanita. (2013). *Perekonomian Indonesia*. Yogyakarta: Idea Press.
- Horison, Ahmad.2009. *Pengembangan Pariwisata*, www.Google.com
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.(2021).*MencariIde-ide Kreatifdalam Mengembangkan Parekraf*.
- Kurniawan,Fitri Lukiastuti dan Hamdani, Muliawan, 2000, *Manajemen Strategik dalam Organisasi*, Yogyakarta: MedPress.
- LexyJ.Moleong.(2009).*Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Morissan.(2012).*Metode Penelitian Survei*.Jakarta:Kencana.
- Rosni, R. (2017). *Analisis tingkat kesejahteraan masyarakat nelayan di desa dahari selebar kecamatan talawi kabupaten batubara*. Jurnal Geografi, 9(1), 53-66
- Samuel Randy Tapparan, Abedneigo Carter Rambulangi, Agustinus Mantong, Althon K. Pongtuluran (2022). *Strategi pengembangan obyek wisata Hutan Pinus To 'Nakka Uulusalu Kecamatan Saluputti Kabupaten Tana Toraja*.
- SuhartoEdi.(2006).*Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat*. Bandung:PTRefikaAditama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.Bandung :Alfabeta.
- Sudarsono. 2000. *Pengenalan Kawasan Konservasi dan Jenis-Jenis Wisata Alam*. BLK. Bogor
- Pitana, I. G., danGayatri, P. G. 2005. *Sosiologi pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Pearch,Robinson.2008.*Manajemen Strategis Edisi10*.SalmebaEmpat. Jakarta
- Todaro,M.P.dan Smith Stephen.C.2003.*Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*. Edisi kedelapan. Jilid 2.Jakarta: Erlangga
- Yoeti,Oka.1997.*Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*.PT Pradnya Paramita
- TimRedaksi.(2002).*Kamus Besar Bahasa Indonesia*,Edisi ke-3. Jakarta:BalaiPustaka.

Undang-undang Republik Indonesia No. 10
Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.

Undang-Undang Republik Indonesia No.11 Tahun 2009
Tentang Kesejahteraan Sosial.

Wijayanti, L. (2013). Strategi peningkatan kesejahteraan masyarakat nelayan kecamatan pademawu kabupaten pamekasan. *Agriekonomika*, 2(2), 139