



## Strategi Pengembangan Taman Nasional Way Kambas dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Somadi<sup>1\*</sup>, Rini Andari<sup>2</sup>, Gitasiswhara<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Magister Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

\*corresponding author

[somadi@upi.edu](mailto:somadi@upi.edu)<sup>1\*</sup>, [riniandari@upi.edu](mailto:riniandari@upi.edu)<sup>2</sup>, [wa\\_egha@upi.edu](mailto:wa_egha@upi.edu)<sup>3</sup>

### Informasi Artikel

Tanggal masuk	17 Juni 2026
Tanggal revisi	28 Jan 2026
Tanggal diterima	31 Mar 2026

**Keywords** : Ecotourism; Tourism Development Strategy; SWOT Analysis; Increasing The Number Of Tourists; Community-Based Tourism

### Abstract

**Research aim** : This study aims to analyze the conditions of tourist attractions, service quality, infrastructure, promotion, and community participation, and identify factors that influence development, as well as formulate strategies and determine the priority of development strategies for Way Kambas National Park to increase the number of tourist visits.

**Design/Methods/Approach** : The research used a qualitative approach with SWOT analysis techniques combined with a community-based tourism (CBT) approach to ensure integrated community participation in strategy formulation. SWOT not only maps the internal and external factors of WKNP but also assesses the position, capacity, and interests of the community in each element of the analysis. CBT principles such as empowerment, ownership, and participatory decision-making are integrated by positioning the community as the primary source of information and key actors in identifying opportunities and improving tourism services. Thus, the resulting strategy is not top-down, but oriented towards socio-ecological sustainability through strengthening tourism villages, increasing local capacity, and conservation-based economic schemes. Thus, SWOT and CBT complement each other in producing applicable and contextual strategies.

**Research Finding** : The analysis of the WKNP's condition provides a clear picture of its tourist attractions, service quality, infrastructure, promotion, and community participation, including its key strengths in biodiversity, as well as constraints such as limited facilities and digital promotion. Identification of internal and external factors through a SWOT analysis successfully mapped strengths, weaknesses, opportunities, and threats directly based on factual conditions on the ground. Development strategies were then formulated operationally and applicably, including digital promotion, visitor center construction, community capacity building, tourism village strengthening, wildlife conflict mitigation, and basic facility improvements with strong community integration. Furthermore, this research has identified the most effective strategic priorities for sustainably increasing tourist visits, particularly through digital promotion, service improvements, and community capacity building.

**Theoretical contribution** : This research provides a theoretical

*contribution to the development of sustainable ecotourism by integrating a community-based tourism approach and a SWOT analysis. Its originality lies in its strategic approach, which explicitly links internal and external factors to four core variables of destination development: tourist attractions, service quality, digital promotion, and community participation, based on direct empirical findings in the field. Unlike previous studies in other national parks, which generally only emphasize natural attractions or conservation aspects, this research presents a holistic analysis that connects ecological conditions, tourist services, digital governance, and the socio-economic dynamics of buffer villages into the formulation of an operational strategy that can be implemented. This comprehensive approach produces a more applicable and contextual strategy, thus serving as a replicable model for ecotourism management in other national parks in Indonesia facing similar challenges.*

**Practitioner/Policy implication :** Way Kambas National Park management can implement development strategies through concrete steps, including: strengthening collaboration with buffer village communities through joint forums for homestay management, tour guides, and MSMEs; implementing integrated digital promotions with professional visual content, social media activation, and collaboration with travel platforms; and prioritizing improvements to basic facilities such as toilets, interpretive signs, and safe tourist routes in key visitor zones. Implementing these steps is expected to increase the attractiveness, comfort, and visibility of Way Kambas National Park, thereby encouraging increased tourist visits.

**Research limitation :** This study has limitations due to its use of a qualitative descriptive approach and limited regional coverage, making the findings unable to be generalized to the entire WKNP area. The qualitative approach provides depth of analysis but does not allow for broad pattern measurement. Furthermore, the observation area, which only covers a few key zones, means the results do not fully reflect the diversity of ecological conditions, tourism services, and social dynamics across the region. Further research is recommended using mixed methods, a wider coverage of locations, and quantitative instruments for more comprehensive results and stronger external validity.

---

#### **Abstrak**

**Tujuan Penelitian :** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi daya tarik wisata, kualitas layanan, infrastruktur, promosi, dan partisipasi masyarakat, dan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan, serta merumuskan strategi dan penentuan prioritas strategi pengembangan Taman Nasional Way Kambas untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

**Desain/Metode/Pendekatan :** Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis SWOT yang dipadukan dengan pendekatan *community-based tourism* (CBT)

untuk memastikan partisipasi masyarakat terintegrasi dalam perumusan strategi. SWOT tidak hanya memetakan faktor internal dan eksternal TNWK, tetapi juga menilai posisi, kapasitas, dan kepentingan masyarakat dalam setiap elemen analisis. Prinsip CBT seperti pemberdayaan, kepemilikan, dan pengambilan keputusan partisipatif diintegrasikan dengan menempatkan masyarakat sebagai sumber informasi utama serta aktor kunci dalam identifikasi peluang dan perbaikan layanan wisata. Dengan demikian, strategi yang dihasilkan tidak bersifat *top-down*, tetapi berorientasi pada keberlanjutan sosial-ekologis melalui penguatan desa wisata, peningkatan kapasitas lokal, dan skema ekonomi berbasis konservasi, sehingga SWOT dan CBT saling melengkapi dalam menghasilkan strategi yang aplikatif dan kontekstual.

**Temuan Penelitian :** Analisis kondisi TNWK menunjukkan gambaran jelas mengenai daya tarik wisata, kualitas layanan, infrastruktur, promosi, dan partisipasi masyarakat, termasuk kekuatan utama berupa keanekaragaman hayati serta kendala seperti keterbatasan fasilitas dan promosi digital. Identifikasi faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT berhasil memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara langsung berdasarkan kondisi faktual di lapangan. Strategi pengembangan kemudian dirumuskan secara operasional dan aplikatif meliputi digitalisasi promosi, pembangunan visitor center, peningkatan kapasitas masyarakat, penguatan desa wisata, mitigasi konflik satwa, hingga perbaikan fasilitas dasar dengan integrasi kuat peran komunitas. Selain itu, penelitian ini telah menentukan prioritas strategi yang paling efektif untuk meningkatkan kunjungan wisatawan secara berkelanjutan, terutama melalui promosi digital, peningkatan layanan, dan penguatan kapasitas masyarakat.

**Kontribusi Teoritis/ Originalitas :** Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ekowisata berkelanjutan dengan mengintegrasikan pendekatan *community-based tourism* dan analisis SWOT. Originalitas penelitian ini terletak pada pendekatan strategis yang secara eksplisit mengaitkan faktor internal dan eksternal dengan empat variabel inti pengembangan destinasi meliputi daya tarik wisata, kualitas layanan, promosi digital, dan partisipasi masyarakat berdasarkan temuan empiris langsung di lapangan. Berbeda dengan studi-studi sebelumnya pada taman nasional lain yang umumnya hanya menekankan daya tarik alam atau aspek konservasi, penelitian ini menghadirkan analisis holistik yang menghubungkan kondisi ekologi, layanan wisata, tata kelola digital, serta dinamika sosial-ekonomi desa penyangga ke dalam formulasi strategi operasional yang dapat diimplementasikan. Pendekatan komprehensif ini menghasilkan strategi yang lebih aplikatif dan kontekstual, sehingga dapat berfungsi sebagai model yang dapat direplikasi bagi pengelolaan ekowisata di taman nasional lain di Indonesia yang menghadapi tantangan serupa.

**Implikasi Praktis :** Pengelola Taman Nasional Way Kambas dapat menerapkan strategi pengembangan melalui langkah konkret berupa: memperkuat kolaborasi dengan masyarakat desa



penyangga melalui forum bersama untuk pengelolaan homestay, pemanduan wisata, dan UMKM; menjalankan promosi digital terintegrasi dengan konten visual profesional, aktivasi media sosial, dan kerja sama dengan platform perjalanan; serta memprioritaskan peningkatan fasilitas dasar seperti toilet, rambu interpretasi, dan jalur wisata aman di zona kunjungan utama. Implementasi langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik, kenyamanan, dan visibilitas TNWK sehingga mendorong peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

**Keterbatasan Penelitian :** Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan cakupan wilayah yang terbatas, sehingga temuan tidak dapat digeneralisasi untuk seluruh kawasan TNWK. Pendekatan kualitatif memberikan kedalaman analisis, tetapi tidak memungkinkan pengukuran pola secara luas. Selain itu, wilayah observasi yang hanya mencakup beberapa zona utama membuat hasil penelitian belum sepenuhnya mencerminkan keragaman kondisi ekologi, layanan wisata, dan dinamika sosial di seluruh kawasan. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan metode campuran, cakupan lokasi yang lebih luas, serta instrumen kuantitatif agar hasilnya lebih komprehensif dan memiliki validitas eksternal yang lebih kuat.

Kata kunci : *Ecotourism*; Strategi Pengembangan Wisata; Analisis SWOT; Peningkatan Jumlah Wisatawan; *Community-Based Tourism*.

---

## **Pendahuluan**

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang terus menunjukkan pertumbuhan signifikan dan berperan penting dalam mendorong pembangunan ekonomi, pelestarian lingkungan, serta pemberdayaan sosial masyarakat. Di tingkat global, tren wisata berbasis alam dan edukasi mengalami peningkatan pesat seiring perubahan preferensi wisatawan yang kini lebih mencari pengalaman otentik, keberlanjutan, dan interaksi langsung dengan alam. Indonesia sebagai negara megabiodiversitas memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya dalam pasar ekowisata dunia melalui pengembangan destinasi yang berorientasi pada konservasi dan edukasi lingkungan. Prospek sektor ini semakin menjanjikan dengan meningkatnya minat wisatawan domestik maupun mancanegara terhadap destinasi konservasi yang menawarkan nilai edukatif, pengalaman unik, dan kontribusi terhadap keberlanjutan. Dalam konteks ini, pengelolaan kawasan konservasi seperti Taman Nasional Way Kambas (TNWK) menjadi sangat relevan, karena potensinya sebagai destinasi ekowisata unggulan dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus menjaga kelestarian biodiversitas.

TNWK merupakan salah satu kawasan konservasi tertua di Indonesia yang memiliki nilai ekologis tinggi karena menjadi habitat berbagai satwa langka seperti gajah, badak, harimau, dan ratusan spesies burung. Letaknya yang strategis di Lampung Timur menjadikan TNWK sebagai destinasi potensial untuk pengembangan wisata alam dan edukasi. Namun demikian, tingkat kunjungan wisatawan ke kawasan ini masih tergolong rendah dibandingkan dengan potensi daya tarik yang dimiliki.



Beberapa studi menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata TNWK masih menghadapi berbagai hambatan, seperti terbatasnya infrastruktur, kurangnya promosi, serta minimnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata [1]. Padahal, konsep ekowisata yang diterapkan di taman nasional semestinya mampu menjadi penggerak ekonomi lokal sekaligus sarana edukasi konservasi. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang menyeluruh dan terarah.

Penelitian Nurhaida et al. (2023) mengungkapkan bahwa untuk memulihkan sektor pariwisata pasca-COVID-19, strategi peningkatan daya tarik dan keamanan destinasi menjadi aspek utama [2]. Hal ini relevan bagi TNWK yang memerlukan pendekatan baru dalam memperkuat nilai jual dan citra kawasan. Pengalaman wisata yang aman, bersih, dan menarik akan meningkatkan minat berkunjung dari wisatawan domestik maupun mancanegara.

Salah satu kekuatan TNWK adalah keberadaan Pusat Konservasi Gajah (PKG), yang berfungsi sebagai lokasi pelatihan dan perlindungan gajah Sumatera. Menurut Wibowo et al. (2019), nilai ekonomi dari atraksi berbasis konservasi seperti PKG cukup tinggi, namun belum dikelola secara optimal dalam konteks pariwisata [3]. Peningkatan kualitas fasilitas dan interpretasi wisata di PKG berpotensi besar menarik wisatawan dalam jumlah lebih banyak.

Kajian dari Rustiati et al. (2017) menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan ekowisata desa penyangga di sekitar TNWK dapat mengurangi konflik manusia-satwa dan sekaligus menambah variasi atraksi wisata [4]. Program ecotourism desa dapat memperpanjang durasi kunjungan wisatawan dan mendistribusikan manfaat ekonomi secara lebih merata. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan TNWK harus menyertakan pemberdayaan komunitas lokal.

Lestari et al. (2021) menyebutkan bahwa tantangan utama pengembangan pariwisata di Lampung, termasuk TNWK, terletak pada koordinasi antarlembaga, keterbatasan anggaran, dan rendahnya digitalisasi promosi [5]. Strategi berbasis digital marketing dinilai menjadi kebutuhan penting agar TNWK dapat bersaing dengan destinasi lain yang lebih populer. Peningkatan kehadiran daring dan konten promosi yang berkualitas sangat dibutuhkan untuk menarik wisatawan milenial dan wisatawan generasi Z.

Dalam penelitian oleh Nurjannah dan Sharif (2022), ditemukan bahwa kualitas layanan seperti kebersihan, keramahan petugas, dan ketersediaan informasi wisata secara langsung mempengaruhi kepuasan dan niat kunjungan ulang wisatawan [6]. Jika hal-hal mendasar ini tidak ditangani, maka strategi pengembangan destinasi tidak akan efektif. Oleh karena itu, strategi pelayanan harus menjadi bagian penting dalam rencana pengembangan TNWK. Sementara itu, menurut Tresiana et al. (2023), pendekatan kolaboratif antara pemerintah, pengelola taman, dan masyarakat menjadi kunci sukses dalam pengelolaan kawasan konservasi berbasis wisata [7]. Kurangnya komunikasi dan sinergi dalam perencanaan serta implementasi pengelolaan akan berdampak pada rendahnya efektivitas program wisata. Maka strategi pengembangan TNWK harus bersifat inklusif dan partisipatif.

Strategi pengembangan juga harus mempertimbangkan daya dukung kawasan dan konservasi ekologis. Penelitian Wiratno et al. (2022) menunjukkan bahwa praktik ekowisata yang tidak terkendali bisa menyebabkan kerusakan habitat dan stres pada satwa liar [8]. Oleh karena itu, penting merumuskan strategi berbasis zonasi dan *carrying capacity* untuk menjaga keseimbangan antara konservasi dan kunjungan wisata.



Peran Dinas Pariwisata sangat penting dalam memfasilitasi regulasi, investasi, dan promosi yang mendukung destinasi wisata alam seperti TNWK. Koordinasi antarinstansi menjadi elemen kunci dalam keberhasilan strategi pengembangan kawasan konservasi. Tanpa dukungan kelembagaan yang kuat, strategi di lapangan sulit untuk diimplementasikan secara konsisten [9]. Liestiandre et al. (2025) menyoroti pentingnya peningkatan kompetensi sumber daya manusia yang terlibat dalam pengelolaan kawasan wisata. Pemandu wisata, petugas konservasi, hingga pelaku UMKM di sekitar TNWK perlu dilatih agar mampu memberikan pelayanan dan pengalaman wisata yang memuaskan. Hal ini akan berkontribusi langsung terhadap peningkatan kualitas destinasi [10].

Strategi promosi juga harus memperhatikan perubahan perilaku wisatawan yang kini lebih banyak mengandalkan media sosial dan ulasan daring sebelum memutuskan destinasi wisata. Studi oleh Lestari et al. (2021) menyarankan penggunaan platform seperti Instagram dan YouTube sebagai sarana utama kampanye digital wisata konservasi. Materi promosi yang menarik dan edukatif akan meningkatkan kesadaran dan minat terhadap TNWK [5].

Dalam konteks regional, TNWK berpotensi diposisikan sebagai salah satu destinasi unggulan dalam kerangka ASEAN Ecotourism Strategy. Menurut penelitian UNWTO (2020), branding kawasan konservasi dalam kerangka kerja sama lintas negara dapat meningkatkan citra dan jumlah kunjungan. Strategi pengembangan TNWK harus merujuk pada standar dan tren pariwisata regional. Kajian dari Situmorang (2016) dalam Azizah dan Fitra (2017) mengungkap bahwa strategi pengelolaan berbasis masyarakat yang melibatkan penduduk sekitar secara langsung akan meningkatkan *sense of belonging* terhadap kawasan [11]. Hal ini sekaligus memperkuat kontrol sosial dalam menjaga kawasan dari perusakan dan aktivitas ilegal. Maka, keterlibatan masyarakat harus diintegrasikan dalam setiap tahap strategi pengembangan.

Wawo et al. (2020) menekankan pentingnya restorasi kawasan penyangga seperti Rawa Kidang sebagai bagian dari pengembangan daya tarik wisata baru di TNWK [12]. Ekosistem unik seperti rawa dan savana memiliki daya pikat visual yang tinggi bagi wisatawan minat khusus. Oleh karena itu, strategi pengembangan perlu mencakup diversifikasi atraksi berbasis lanskap. Miftahudin et al. (2021) juga mencatat bahwa interpretasi jalur wisata seperti “*elephant safari*” harus ditingkatkan kualitasnya dengan penyediaan media edukasi, pemandu profesional, dan fasilitas yang nyaman. Hal ini akan menciptakan pengalaman wisata yang lebih imersif dan informatif, sehingga memperpanjang durasi dan kepuasan kunjungan [1]. Penelitian Wu (2017) menemukan bahwa kualitas pengalaman wisata berpengaruh terhadap *word of mouth* positif yang pada gilirannya akan meningkatkan kunjungan [13]. Strategi pengembangan yang tidak hanya fokus pada jumlah kunjungan, tetapi juga kualitas interaksi wisatawan dengan destinasi menjadi sangat penting.

Model pengembangan berkelanjutan juga harus mengintegrasikan prinsip triple bottom line (ekonomi, sosial, dan lingkungan) agar tidak merusak ekosistem yang menjadi dasar daya tarik wisata itu sendiri. Oleh karena itu, pendekatan pembangunan berkelanjutan perlu menjadi kerangka utama dalam perumusan strategi TNWK ke depan.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, belum ada satu pendekatan strategis yang secara utuh mengintegrasikan aspek pelayanan, pemberdayaan masyarakat, konservasi, promosi, dan tata kelola dalam konteks pengembangan TNWK untuk meningkatkan kunjungan. Maka, penelitian ini dibutuhkan untuk mengisi kesenjangan tersebut secara ilmiah dan aplikatif.



Dengan demikian, penelitian ini bertujuan menyusun strategi pengembangan TNWK yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan secara berkelanjutan, dengan memperhatikan daya tarik, kualitas layanan, peran masyarakat, dan promosi. Dengan pendekatan komprehensif, diharapkan TNWK tidak hanya menjadi pusat konservasi nasional, tetapi juga destinasi ekowisata unggulan yang berdaya saing.

### **Pernyataan Masalah Penelitian**

TNWK memiliki potensi besar sebagai destinasi ekowisata unggulan di Indonesia karena kekayaan biodiversitas dan keunikan atraksi seperti Pusat Konservasi Gajah. Namun, hingga saat ini jumlah kunjungan wisatawan ke TNWK masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan daya tarik yang dimilikinya. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi kawasan dengan realitas pemanfaatan wisata secara optimal. Berbagai kendala seperti keterbatasan infrastruktur, lemahnya promosi, dan belum terintegrasinya partisipasi masyarakat menjadi hambatan utama dalam pengembangan kawasan. Selain itu, belum tersusunnya strategi pengembangan yang komprehensif, terukur, dan berbasis data turut melemahkan daya saing TNWK sebagai destinasi wisata. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diajukan untuk menjawab rumusan masalah yang lebih operasional, yaitu: bagaimana kondisi daya tarik wisata, kualitas layanan, infrastruktur, promosi, dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan TNWK; bagaimana faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan TNWK dapat diidentifikasi melalui analisis SWOT; bagaimana strategi pengembangan dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT serta sejauh mana partisipasi masyarakat diintegrasikan dalam penyusunan strategi tersebut; dan bagaimana prioritas strategi yang paling tepat dapat ditetapkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini antara lain yaitu menganalisis kondisi daya tarik wisata, kualitas layanan, infrastruktur, promosi, dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan TNWK; mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan TNWK melalui analisis SWOT; merumuskan strategi pengembangan yang operasional dan aplikatif berdasarkan hasil analisis SWOT serta mengintegrasikan peran partisipasi masyarakat dalam penyusunan strategi tersebut; dan menentukan prioritas strategi pengembangan yang paling efektif untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

### **Metode**

Penelitian menggunakan metode analisis kualitatif dengan teknik analisis SWOT. Hal ini disebabkan karena penelitian ini merumuskan strategi pengembangan TNWK yang tepat, terukur, dan berkelanjutan dalam rangka meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Penelitian dilaksanakan menggunakan studi kasus tunggal. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Taman Nasional Way Kambas (TNWK) yang berlokasi di Kecamatan Labuhan Ratu, Kabupaten Lampung Timur. Alasan pemilihan TNWK adalah karena kawasan ini merupakan salah satu ekowisata penting di Indonesia yang memerlukan pengembangan lebih lanjut untuk menarik wisatawan agar berkunjung, dan karakteristiknya merepresentasikan model pengelolaan taman nasional di Indonesia yang menghadapi kombinasi isu konservasi,



pariwisata, pemberdayaan masyarakat, pengelolaan lintas lembaga, dan permasalahan yang terjadi, sehingga temuan penelitian berpotensi memberikan kontribusi yang lebih luas bagi konteks pengembangan ekowisata nasional.

Teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumentasi, wawancara, dan observasi, di mana wawancara dengan informan dibantu oleh kuesioner terbuka. Untuk meningkatkan validitas data, penelitian ini juga menerapkan triangulasi data dan triangulasi sumber, serta *member checking* kepada sebagian informan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti tidak menyimpang dari informasi asli. Triangulasi data dilakukan dengan membandingkan hasil observasi lapangan, dokumen terkait, dan wawancara, sedangkan triangulasi sumber dilakukan dengan memeriksa konsistensi informasi dari pengelola TNWK, masyarakat desa penyangga, pelaku wisata, serta wisatawan.

Selanjutnya, hasil wawancara dan observasi dikodekan dan dikategorikan berdasarkan tema-tema utama seperti daya tarik, layanan, infrastruktur, promosi, dan partisipasi masyarakat. Setiap temuan kemudian dianalisis untuk menentukan apakah termasuk faktor internal (kekuatan dan kelemahan) atau eksternal (peluang dan ancaman). Hasil kategorisasi tersebut disusun ke dalam matriks SWOT yang menjadi dasar utama dalam proses perumusan strategi. Matriks ini tidak hanya memetakan kondisi internal dan eksternal, tetapi juga menghubungkan temuan empiris dengan rumusan masalah penelitian. Melalui analisis hubungan antar unsur SWOT, peneliti menyusun strategi yang langsung berkaitan dengan kendala dan potensi yang ditemukan di lapangan. Dengan demikian, alur analisis bergerak secara logis dari pengumpulan data, penyusunan faktor internal dan eksternal, dan terakhir perumusan strategi. Alur ini memastikan bahwa strategi akhir yang dihasilkan bersifat operasional, berbasis bukti, serta relevan untuk menjawab seluruh tujuan penelitian.

## Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kondisi daya tarik wisata, kualitas layanan, promosi, dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan TNWK

Adapun kondisi daya tarik wisata, kualitas layanan, promosi, dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan TNWK sebagai berikut:

- a. Daya Tarik Wisata

TNWK menawarkan kekayaan hayati yang sangat beragam, menjadikannya salah satu kawasan konservasi unggulan di Indonesia. Daya tarik utama kawasan ini adalah keberadaan Pusat Konservasi Gajah (PKG), di mana wisatawan dapat menyaksikan langsung kegiatan pelatihan dan perawatan gajah Sumatera, termasuk safari edukatif bersama gajah. Selain itu, TNWK juga merupakan habitat alami bagi sejumlah satwa langka seperti Badak Sumatera, Harimau Sumatera, serta berbagai jenis burung eksotik. Keunikan ini semakin diperkuat dengan keberadaan ekosistem berupa hutan hujan dataran rendah, savana, dan rawa-rawa yang memungkinkan pengunjung melakukan aktivitas seperti *birdwatching*, safari malam, dan eksplorasi lanskap alami. Namun demikian, jalur interpretasi wisata yang seharusnya memberikan informasi edukatif masih terbatas dan belum tersedia secara merata di seluruh zona kunjungan, sehingga



pengalaman wisatawan seringkali hanya mengandalkan penjelasan lisan dari pemandu [1].

b. Kualitas Layanan

Pelayanan terhadap wisatawan di TNWK masih menghadapi berbagai tantangan. Fasilitas dasar seperti toilet umum masih belum dikelola secara optimal, begitu pula dengan area duduk dan tempat berteduh di lokasi wisata. Di beberapa titik, pengunjung kesulitan menemukan rambu atau peta informasi yang memadai, sehingga membuat mereka kesulitan dalam mengakses atraksi atau memahami alur kawasan. Walaupun sebagian petugas bersikap ramah dan membantu, keterbatasan jumlah menyebabkan pelayanan tidak berjalan maksimal, khususnya saat kunjungan meningkat di musim liburan. TNWK juga belum memiliki pusat informasi terpadu yang menyediakan media edukatif, brosur, atau konten interpretatif yang lengkap. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek layanan belum sepenuhnya mendukung TNWK sebagai destinasi wisata unggulan [6].

c. Promosi dan Pemasaran

Aktivitas promosi TNWK masih terbatas pada cara-cara konvensional, seperti penyebaran brosur dan kegiatan tahunan seperti Festival Gajah. Meski kawasan ini memiliki daya tarik yang kuat, kampanye digital belum dijalankan secara intensif. Akun media sosial resmi belum aktif mengedukasi dan menarik wisatawan secara visual, serta belum ada video promosi profesional yang bisa menunjukkan pengalaman wisata secara menarik. Ketidadaan kerja sama dengan agen perjalanan, komunitas wisata, atau *influencer* menyebabkan promosi TNWK belum menjangkau pasar wisata secara luas. Hal ini diperkuat oleh studi yang menyatakan bahwa lemahnya penggunaan media digital menyebabkan rendahnya visibilitas TNWK dibandingkan destinasi konservasi lainnya di Indonesia [6].

d. Partisipasi Masyarakat

Masyarakat lokal yang tinggal di sekitar TNWK, khususnya di desa-desa seperti Braja Harjosari dan Labuhan Ratu, telah mulai berperan dalam mendukung kegiatan wisata alam. Beberapa warga menyediakan layanan homestay, menjual hasil kerajinan, atau terlibat dalam program konservasi dan patroli satwa. Inisiatif kolaboratif antara masyarakat, pemerintah, dan lembaga konservasi telah mendorong restorasi kawasan seperti hutan rawa dan edukasi lingkungan. Namun demikian, sebagian besar keterlibatan ini masih bersifat informal dan belum masuk dalam sistem manajemen wisata secara terintegrasi. Masyarakat belum mendapatkan pelatihan yang memadai tentang layanan wisata, promosi digital, atau pengembangan produk wisata berbasis lokal. Akibatnya, potensi ekonomi dari sektor pariwisata bagi komunitas lokal belum tergarap maksimal. Dari perspektif teoritik, partisipasi masyarakat merupakan fondasi utama dalam pengembangan ekowisata berkelanjutan. Kerangka *Community-Based Tourism* (CBT) sebagaimana dijelaskan oleh Utama et al (2023) menegaskan bahwa pemberdayaan masyarakat harus mencakup kapasitas pengelolaan, kepemilikan program, dan kontrol atas manfaat wisata agar keberlanjutan sosial-ekologis dapat tercapai [14]. Sejalan dengan itu, Muda (2025) menunjukkan bahwa keterlibatan komunitas dalam pengambilan keputusan, operasional wisata, dan konservasi meningkatkan rasa memiliki serta memperkuat ketahanan sosial terhadap dinamika perubahan lingkungan dan pariwisata [15]. Ardianti (2022) juga menekankan bahwa



tingkat partisipasi yang lebih tinggi meliputi perencanaan, implementasi, dan evaluasi berkorelasi dengan peningkatan kesejahteraan ekonomi lokal dan harmonisasi hubungan antara manusia dan lingkungan [16]. Oleh karena itu, berdasarkan kerangka teoritik yang dikemukakan oleh Sutama et al., Muda, dan Ardianti, jelas bahwa pengelolaan berbasis komunitas bukan hanya melibatkan masyarakat sebagai pelaksana teknis, tetapi menempatkan mereka sebagai aktor utama dalam tata kelola destinasi. Partisipasi yang terstruktur, terlatih, dan diintegrasikan dalam sistem pengelolaan wisata akan memperkuat keberlanjutan ekonomi, mengurangi potensi konflik manusia-satwa, serta meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan [4]. Dengan demikian, penguatan partisipasi masyarakat merupakan langkah strategis dan berbasis teori yang mendukung keberlanjutan pengembangan ekowisata di TNWK.

### **Analisis Hubungan Antar-Aspek: Daya Tarik, Layanan, Promosi, dan Partisipasi Masyarakat**

Keempat aspek yakni daya tarik, layanan, promosi, dan partisipasi masyarakat membentuk satu sistem yang saling mempengaruhi dalam menentukan kualitas destinasi dan kinerja pariwisata TNWK. Daya tarik wisata TNWK secara teoretis menjadi faktor utama yang membangkitkan wisatawan untuk berkunjung, namun kekuatan daya tarik tersebut tidak otomatis menghasilkan pengalaman berkualitas apabila tidak didukung oleh aspek layanan yang memadai. Dengan demikian, kualitas layanan berfungsi sebagai penguat atau justru penghambat bagi pengalaman wisata, karena layanan merupakan medium yang menjembatani wisatawan dengan daya tarik yang ingin dinikmati. Sementara itu, promosi berperan untuk menghubungkan daya tarik dan layanan dengan wisatawan.

Kekuatan TNWK seperti keberadaan gajah, badak, atau lanskap alami tidak akan diketahui publik apabila tidak dipromosikan melalui media digital yang efektif. Minimnya aktivitas promosi digital, ketiadaan konten visual profesional, dan kurangnya kerja sama dengan *influencer* menyebabkan gap antara potensi daya tarik dan minat kunjungan. Tanpa promosi yang kuat, layanan sebesar apa pun tidak terlihat oleh calon wisatawan. Sebaliknya, promosi yang agresif tanpa perbaikan layanan justru menimbulkan kekecewaan. Kemudian, partisipasi masyarakat menjadi aspek lintas-dimensi yang memperkuat ketiga aspek lainnya. Keterlibatan warga dalam *homestay*, pemanduan, kerajinan, hingga patroli satwa menambah keragaman daya tarik wisata melalui aktivitas berbasis budaya dan alam yang tidak dimiliki destinasi lain. Partisipasi berbasis komunitas juga memperbaiki layanan, terutama karena masyarakat lokal memiliki pengetahuan ekologis dan budaya yang tidak dimiliki oleh tenaga layanan formal. Selain itu, partisipasi masyarakat juga dapat mendukung promosi digital melalui produksi konten autentik yang menggambarkan pengalaman lokal secara lebih menarik. Tanpa pelibatan masyarakat, peningkatan layanan menjadi lebih terbatas, promosi kurang bernuansa lokal, dan produk wisata menjadi homogen serta tidak berkembang. Dengan demikian, keempat aspek ini memiliki hubungan kausal yang saling menguatkan.

### **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan TNWK**

Berikut adalah faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan TNWK sebagai destinasi ekowisata berkelanjutan, dikategorikan berdasarkan kerangka analisis lingkungan strategis (internal dan eksternal):



a. Faktor Internal

Kekuatan (*Strengths*).

- Keanekaragaman Satwa Langka yang Menjadi Daya Tarik Utama TNWK merupakan habitat alami berbagai spesies satwa langka yang hampir punah, seperti Gajah Sumatera, Badak Sumatera, dan Harimau Sumatera. Daya tarik ini menempatkan TNWK sebagai destinasi prioritas untuk ekowisata berbasis konservasi. Kehadiran gajah menjadi faktor penentu minat kunjungan wisatawan dalam konteks edukasi dan pengalaman otentik [1].
- Pusat Konservasi Gajah (PKG) sebagai Atraksi Edukatif. PKG menjadi fasilitas unggulan TNWK yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sarat nilai edukatif. Wisatawan dapat menyaksikan langsung proses perawatan, pelatihan, dan interaksi dengan gajah. Program safari gajah juga memberikan pengalaman unik yang jarang ditemukan di destinasi lain.
- Keberagaman Lanskap Ekosistem untuk Beragam Aktivitas Wisata. TNWK memiliki bentang alam yang luas dan bervariasi, mencakup hutan dataran rendah, rawa-rawa, padang savana, dan sungai. Kondisi ini membuka peluang untuk mengembangkan berbagai jenis wisata alam seperti pengamatan burung, safari malam, trekking, hingga *river safari*.
- Status ASEAN Heritage Park sebagai Nilai Legitimasi Internasional. TNWK telah diakui sebagai *ASEAN Heritage Park* sejak 2016, yang menjadi penanda penting bahwa kawasan ini memenuhi standar konservasi dan ekowisata kawasan Asia Tenggara. Status ini memperkuat *branding* kawasan di pasar internasional dan membuka akses terhadap pendanaan konservasi lintas negara.
- Inisiasi Keterlibatan Komunitas Lokal. Masyarakat dari desa penyangga mulai terlibat dalam aktivitas ekowisata melalui penyediaan *homestay*, kerajinan tangan, serta program penanaman kembali lahan rusak [4]. Partisipasi ini menjadi fondasi untuk membangun pariwisata berbasis masyarakat.

Kelemahan (*Weaknesses*)

- Keterbatasan Sarana dan Prasarana Wisata. Fasilitas dasar seperti toilet bersih, tempat istirahat, rambu informasi, dan jalur interpretasi masih minim. Hal ini menurunkan kualitas pengalaman pengunjung. Nurjannah & Sharif (2022) menyebutkan bahwa kualitas layanan fisik di TNWK masih jauh dari ekspektasi pengunjung, terutama dalam aspek kenyamanan dan aksesibilitas fasilitas [6].
- Ketiadaan Visitor Center yang Informatif dan Interaktif. Kawasan belum memiliki pusat informasi wisata yang menyediakan peta, brosur, media visual edukatif, atau simulasi konservasi. Hal ini menyulitkan pengunjung mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang kawasan tanpa bantuan langsung pemandu.
- Kapasitas SDM Lapangan Belum Profesional. Tenaga pemandu dan staf konservasi belum seluruhnya dilatih dalam komunikasi wisata atau interpretasi lingkungan. Keterbatasan jumlah staf juga menyebabkan pelayanan menjadi lambat, terutama saat kunjungan wisatawan membludak di musim libur.
- Promosi Masih Lemah dan Tidak Konsisten. TNWK belum memanfaatkan kekuatan media digital secara maksimal. Saluran resmi seperti website atau media sosial tidak



aktif memperbarui informasi dan belum menampilkan konten visual berkualitas tinggi [6].

- Sistem Pengelolaan Terlalu Sentralistik. Struktur tata kelola masih terlalu berfokus pada Balai Taman Nasional sebagai pengambil keputusan utama, sehingga kolaborasi dengan pemda atau pelaku lokal berjalan lambat dan tidak sinergis.

b. Faktor Eksternal

Peluang (*Opportunities*)

- Tren Wisata Alam dan Edukasi Meningkat. Pandemi COVID-19 mendorong perubahan perilaku wisatawan ke arah destinasi yang lebih terbuka dan alami. Ekowisata menjadi pilihan utama pascapandemi karena menawarkan keamanan kesehatan, ketenangan, dan nilai edukatif [5].
- Pemanfaatan Teknologi Digital untuk Pemasaran. Era digital membuka peluang besar untuk promosi berbasis konten visual seperti vlog, media sosial, dan *augmented reality*. Strategi digital dapat menjangkau generasi muda dan wisatawan internasional dengan biaya yang relatif efisien.
- Dukungan Kebijakan dan Pendanaan dari Pemerintah dan Mitra Internasional. Program strategis dari KLHK seperti Program Kemitraan Konservasi, dan keterlibatan organisasi internasional seperti GEF dan WWF, menyediakan ruang pendanaan, pelatihan, serta transfer teknologi dalam pengembangan kawasan berbasis keberlanjutan.
- Potensi Pengembangan Desa Wisata Penyangga. Desa sekitar TNWK menyimpan potensi besar untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata pendukung. Integrasi wisata konservasi dengan wisata budaya dan edukasi dapat meningkatkan durasi tinggal wisatawan dan mendorong ekonomi lokal.
- Minat Tinggi dari Pasar Wisata Sekolah dan Keluarga. TNWK dapat diposisikan sebagai destinasi pendidikan lingkungan untuk sekolah dan keluarga. Kegiatan seperti penanaman pohon, edukasi konservasi satwa, dan *camping* edukatif dapat dikembangkan sebagai produk wisata andalan.

Ancaman (*Threats*)

- Konflik Manusia dan Satwa Liar. Serangan gajah ke lahan pertanian warga masih terjadi dan tidak hanya menimbulkan ketegangan sosial, tetapi juga berpotensi mengganggu keberlanjutan ekonomi wisata dalam jangka panjang. Kerugian panen yang berulang dapat menurunkan tingkat penerimaan masyarakat terhadap keberadaan kawasan konservasi dan aktivitas pariwisata, memicu resistensi terhadap program ekowisata, serta mengurangi kesediaan warga untuk terlibat dalam layanan wisata seperti homestay, pemanduan, atau penyediaan produk lokal. Jika tidak dimitigasi secara serius, konflik ini dapat merusak citra TNWK sebagai destinasi yang aman dan bersahabat, sehingga mengurangi minat wisatawan dan kepercayaan pelaku usaha. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan mitigasi yang lebih konkret di tingkat komunitas. Rustiati et al. (2017) mencatat bahwa konflik satwa-manusia menjadi tantangan utama dalam konservasi gajah di TNWK, yang membutuhkan mitigasi berbasis komunitas [4]. Kebijakan mitigasi tersebut seperti pembentukan tim respon cepat berbasis warga, pengembangan sistem peringatan dini pergerakan gajah, penanaman tanaman penyangga yang kurang disukai satwa, skema kompensasi atau insentif bagi petani



terdampak, serta perencanaan tata guna lahan. Pendekatan ini tidak hanya mereduksi konflik jangka pendek, tetapi juga memperkuat fondasi sosial-ekonomi yang diperlukan bagi keberlanjutan pengembangan ekowisata di sekitar TNWK.

- Perambahan Lahan dan Aktivitas Ilegal. Aktivitas pembalakan liar dan perburuan satwa masih berlangsung di beberapa titik kawasan. Hal ini tidak hanya mengancam kelestarian ekosistem tetapi juga merusak citra TNWK sebagai kawasan konservasi.
- Tingkat Persaingan yang Tinggi dengan Destinasi Lain. TNWK harus bersaing dengan taman nasional dan wisata alam lainnya yang memiliki akses lebih mudah dan fasilitas lebih lengkap, seperti Taman Safari, Kawah Ijen, atau Bukit Barisan Selatan.
- Minimnya Transportasi Umum ke Kawasan. Akses menuju TNWK dari Bandar Lampung atau kota besar lainnya masih sulit dijangkau tanpa kendaraan pribadi, yang membatasi kelompok wisatawan tertentu.
- Ancaman Perubahan Iklim terhadap Habitat dan Ekosistem. Perubahan iklim menyebabkan kekeringan di area rawa dan sungai, yang tidak hanya mengurangi ketersediaan air dan mengganggu kestabilan ekosistem bagi satwa liar seperti gajah dan badak, tetapi juga menimbulkan dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan ekonomi wisata. Penurunan kualitas habitat dapat mempengaruhi pola jelajah satwa, meningkatkan frekuensi perpindahan satwa ke area permukiman, dan menurunkan peluang wisatawan untuk menyaksikan satwa di habitat alaminya. Hal ini pada akhirnya dapat mengurangi daya tarik TNWK. Jika kekeringan terjadi secara berulang, ekosistem yang tertekan dapat memicu penurunan populasi satwa, sehingga mengancam daya tarik edukatif dan konservasi yang menjadi kekuatan TNWK. Untuk mengantisipasi dampak tersebut, dibutuhkan kebijakan mitigasi yang lebih konkret di tingkat komunitas, seperti program pengelolaan sumber air berbasis masyarakat, restorasi vegetasi rawa dan penanaman pohon penyimpan air, pembangunan titik air alternatif untuk satwa, pelibatan warga dalam pemantauan perubahan kondisi habitat, dan edukasi adaptasi iklim bagi kelompok masyarakat penyangga. Pendekatan mitigasi yang terintegrasi tidak hanya menjaga stabilitas ekosistem, tetapi juga memastikan keberlangsungan daya tarik wisata alam yang menjadi fondasi ekonomi ekowisata di TNWK.

### 3. Strategi pengembangan TNWK

Berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah terpetakan, maka tahap berikutnya melakukan pembuatan Matriks SWOT dan strategi pengembangan TNWK dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan. Matriks SWOT digunakan dalam penelitian ini karena mampu mengintegrasikan berbagai temuan kualitatif dari wawancara, observasi, dan dokumentasi ke dalam kerangka analisis yang sistematis. Pendekatan ini membantu mengorganisasi informasi lapangan menjadi empat kategori utama kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sehingga memudahkan peneliti memahami posisi strategis TNWK secara menyeluruh. SWOT juga relevan karena penelitian ini berfokus pada penyusunan strategi pengembangan, dan matriks SWOT merupakan alat yang efektif untuk menghubungkan kondisi internal kawasan dengan dinamika eksternal. Selain itu, analisis SWOT memungkinkan pelibatan perspektif para pemangku kepentingan seperti pengelola, masyarakat desa penyangga, dan pelaku wisata, sehingga strategi yang



dirumuskan bersifat kontekstual, realistis, dan sesuai kebutuhan lapangan. Dengan demikian, SWOT dipilih karena mampu menerjemahkan data kualitatif menjadi dasar perumusan strategi yang terarah tanpa memerlukan pendekatan kuantitatif seperti pembobotan atau rating. Berikut ini adalah matriks SWOT pada pengembangan TNWK.

**Tabel 1. Matriks SWOT Pada Pengembangan TNWK**

<u>IFAS</u>	<u>Kekuatan</u>	<u>Kelemahan</u>
<u>EFAS</u>	1. Keanekaragaman satwa langka dan endemik 2. Atraksi edukatif dari PKG 3. Variasi bentang alam 4. Status ASEAN Heritage Park 5. Keterlibatan awal masyarakat lokal	1. Infrastruktur wisata terbatas 2. Tidak adanya visitor center 3. SDM belum profesional 4. Promosi masih lemah 5. Pengelolaan belum terdesentralisasi
<u>Peluang</u>	<u>Strategi S-O:</u>	<u>Strategi W-O:</u>
1. Tren wisata alam dan edukatif meningkat 2. Pemanfaatan teknologi digital 3. Dukungan pemerintah dan mitra konservasi 4. Potensi desa wisata penyangga 5. Minat wisata edukatif dari sekolah dan keluarga	a. Digitalisasi Daya Tarik Melalui Promosi Visual b. Pengembangan Paket Wisata Edukatif Konservasi c. Integrasi Desa Wisata Penyangga sebagai Zona Pendukung d. Pemanfaatan Status ASEAN Heritage Park e. Peningkatan Keterlibatan Komunitas dalam Program Konservasi	a. Pembangunan Visitor Center Berbasis Edukasi Digital b. Peningkatan Kapasitas SDM Melalui Pelatihan Modul Wisata c. Strategi Promosi Digital Terintegrasi d. Sinergi Multistakeholder dalam Tata Kelola Kawasan e. Pengembangan Wisata Edukasi Bertema Anak dan Keluarga
<u>Ancaman</u>	<u>Strategi S-T:</u>	<u>Strategi W-T:</u>
1. Konflik manusia dan satwa 2. Perambahan dan perburuan liar 3. Persaingan dengan destinasi lain 4. Akses transportasi umum terbatas 5. Dampak perubahan iklim	a. Edukasi Publik dalam Mitigasi Konflik Satwa b. Diversifikasi Sumber Ekonomi Masyarakat Lokal c. Penguatan Daya Saing melalui Citra Konservasi Unik d. Optimalisasi Zona Wisata dengan Akses Mudah e. Pembangunan Sistem Monitoring Ekologi Adaptif	a. Prioritaskan Perbaikan Sarana Wisata Dasar b. Sistem Mitigasi Konflik Satwa Berbasis c. Patroli Konservasi Kolaboratif d. Skema Insentif Ekowisata untuk Warga Penyangga e. Kemitraan Transportasi Menuju TNWK

Sumber: Hasil Analisis, Tahun 2025

Berikut adalah penjabaran rinci dan mendalam dari masing-masing strategi formulatif SO, ST, WO, dan WT untuk mendukung pengembangan TNWK sebagai destinasi ekowisata berkelanjutan:



Strategi SO (*Strengths – Opportunities*)

a) Digitalisasi Daya Tarik Melalui Promosi Visual

TNWK dapat mengoptimalkan potensi PKG, keragaman satwa, dan lanskap alam melalui produksi konten visual berkualitas tinggi sebagai respon langsung terhadap temuan lapangan mengenai minimnya promosi digital, rendahnya aktivitas media sosial, dan ketiadaan konten profesional yang menampilkan daya tarik kawasan. Wawancara menunjukkan bahwa wisatawan tidak memperoleh informasi memadai sebelum berkunjung sehingga minat awal rendah, sementara observasi menegaskan adanya kesenjangan antara potensi daya tarik dan tingkat kunjungan. Dengan menghadirkan konten digital yang menonjolkan kekayaan satwa, program konservasi PKG, serta keunikan lanskap, TNWK dapat menjawab kelemahan promosi dan memenuhi kebutuhan wisatawan akan informasi yang menarik dan kredibel. Strategi ini juga sejalan dengan tren *digital tourism* untuk menjangkau generasi muda dan wisatawan internasional yang mencari destinasi autentik berbasis konservasi. Untuk memperkuat langkah ini, diperlukan model implementasi *digital marketing* yang terstruktur melalui *Digital Tourism Roadmap* yang mencakup tiga tahap utama, yaitu tahap *Visibility*, yaitu membangun kehadiran digital TNWK melalui website resmi, kanal media sosial terverifikasi, dan integrasi dengan platform wisata seperti Google Travel, TripAdvisor, dan Traveloka Xperience; Tahap *Engagement*, yaitu pembuatan konten edukatif berkala tentang konservasi, fitur *storytelling* mengenai satwa kunci, interaksi dua arah dengan audiens, dan kampanye digital bertema pelestarian satwa; Tahap *Conversion*, yaitu penyediaan tautan pemesanan tiket, paket wisata, dan reservasi homestay yang terintegrasi dalam satu ekosistem digital. Implementasi roadmap ini membutuhkan kolaborasi pemangku kepentingan. Balai TNWK berperan sebagai pengelola konten konservasi dan informasi resmi; komunitas lokal dan pemandu wisata bertindak sebagai *content creator* berbasis budaya dan pengalaman lapangan; dinas pariwisata menyediakan dukungan promosi dan kampanye nasional; pelaku usaha wisata digital (OTA, platform tiket, travel *influencer*) menjadi mitra distribusi dan amplifikasi konten; sedangkan lembaga konservasi internasional mendukung kualitas narasi edukatif dan kredibilitas konservasi.

b) Pengembangan Paket Wisata Edukatif Konservasi

Bekerja sama dengan sekolah, universitas, dan lembaga pendidikan untuk merancang paket kunjungan edukatif sangat relevan dengan temuan lapangan mengenai minimnya media edukasi formal, ketiadaan visitor center, dan rendahnya pemahaman masyarakat serta wisatawan tentang konservasi. Wawancara menunjukkan tingginya kebutuhan akan aktivitas pembelajaran berbasis pengalaman sebagai daya tarik tambahan. Dengan merancang paket edukatif yang mencakup pelatihan konservasi, observasi satwa, dan simulasi mitigasi konflik, TNWK dapat mengatasi kelemahan layanan edukasi sekaligus memanfaatkan kekuatan kawasan seperti PKG dan keanekaragaman hayati, sehingga citra TNWK sebagai pusat pembelajaran lingkungan semakin kuat.

c) Integrasi Desa Wisata Penyangga sebagai Zona Pendukung

Potensi desa penyangga seperti Braja Harjosari dan Labuhan Ratu dapat dikembangkan menjadi desa wisata tematik karena keterlibatan masyarakat masih informal, pelatihan layanan wisata minim, dan manfaat ekonomi dari pariwisata belum merata. Wawancara mengungkapkan bahwa warga telah memulai usaha homestay, kerajinan, dan guiding secara mandiri namun belum terintegrasi dengan sistem pengelolaan TNWK, sementara wisatawan membutuhkan variasi aktivitas untuk memperpanjang durasi tinggal. Dengan mengembangkan



desa wisata tematik, TNWK dapat mengatasi kelemahan dalam kapasitas layanan dan koordinasi, sekaligus memanfaatkan potensi budaya serta sumber daya lokal yang belum tergarap sehingga manfaat ekonomi bagi masyarakat semakin luas.

d) Pemanfaatan Status ASEAN Heritage Park

Status TNWK sebagai ASEAN Heritage Park dapat dimanfaatkan untuk menarik pendanaan konservasi dan memperkuat branding internasional, sejalan dengan temuan lapangan bahwa promosi global masih rendah dan anggaran peningkatan fasilitas wisata sangat terbatas. Wawancara menunjukkan bahwa pengelola mengalami kendala pembiayaan untuk jalur interpretasi dan pusat informasi, sementara wisatawan mancanegara menilai pentingnya kredensial internasional sebagai indikator kualitas destinasi konservasi. Dengan memaksimalkan status ASEAN Heritage Park, TNWK dapat mengatasi kekurangan pendanaan sekaligus memperkuat promosi internasional untuk menarik pasar wisatawan yang memiliki minat tinggi pada kawasan konservasi.

e) Peningkatan Keterlibatan Komunitas dalam Program Konservasi

Melatih warga lokal sebagai *community ranger*, pemandu wisata berbasis lingkungan, dan pelaku UMKM konservasi relevan dengan temuan lapangan mengenai rendahnya kapasitas masyarakat, ketiadaan pelatihan formal, dan keterlibatan warga yang masih informal. Wawancara menunjukkan bahwa banyak warga ingin terlibat namun kurang percaya diri karena tidak memiliki keterampilan teknis maupun pengetahuan konservasi yang memadai, sementara konflik manusia-satwa masih terjadi akibat rendahnya pemahaman terhadap pola pergerakan satwa. Dengan pelatihan terstruktur, masyarakat dapat berperan aktif dalam ekowisata sekaligus memperkuat keberlanjutan ekonomi dan konservasi.

Strategi ST (*Strengths – Threats*)

a) Edukasi Publik dalam Mitigasi Konflik Satwa

Memanfaatkan atraksi PKG sebagai sarana edukasi tentang koridor satwa, mitigasi konflik gajah, dan peran manusia dalam harmoni ekologis relevan dengan temuan lapangan bahwa konflik manusia-satwa masih terjadi dan pemahaman masyarakat maupun wisatawan tentang perilaku gajah masih rendah. Wawancara menunjukkan bahwa banyak pengunjung PKG tidak memperoleh informasi edukatif yang memadai, sementara beberapa insiden konflik berasal dari kurangnya kesadaran warga mengenai jalur jelajah satwa. Dengan menjadikan PKG sebagai pusat edukasi formal melalui penyisipan materi dalam program safari atau tur sekolah, TNWK dapat memperbaiki kelemahan layanan interpretasi sekaligus memanfaatkan kekuatan kawasan berupa fasilitas konservasi yang kredibel.

b) Diversifikasi Sumber Ekonomi Masyarakat Lokal

Mengembangkan wisata berbasis masyarakat seperti wisata tanam pohon, observasi malam, atau susur sungai sangat relevan dengan temuan lapangan bahwa perambahan, pembalakan, dan perburuan masih terjadi karena terbatasnya sumber pendapatan alternatif bagi warga desa penyangga. Wawancara menunjukkan bahwa tekanan ekonomi mendorong sebagian masyarakat memanfaatkan hutan secara tidak berkelanjutan, sementara observasi memperlihatkan tingginya minat wisatawan terhadap aktivitas alam yang autentik. Dengan menyediakan pilihan ekowisata berbasis komunitas, TNWK dapat mengalihkan ketergantungan masyarakat dari praktik ilegal ke kegiatan wisata yang memberikan manfaat ekonomi sekaligus mendukung konservasi.



c) Penguatan Daya Saing melalui Citra Konservasi Unik

Citra TNWK dapat diperkuat sebagai salah satu destinasi langka di dunia yang memiliki konservasi Gajah dan Badak Sumatera, sesuai temuan lapangan tentang lemahnya promosi digital dan kurangnya narasi branding yang menonjolkan keunikan kawasan. Wawancara menunjukkan bahwa informasi mengenai dua satwa payung ini belum disampaikan secara intensif, padahal wisatawan membutuhkan alasan yang jelas untuk memilih TNWK dibandingkan destinasi lain. Dengan mengangkat identitas sebagai pusat konservasi kedua spesies langka tersebut, TNWK dapat menjawab kelemahan promosi sekaligus memanfaatkan kekuatan ekologis yang menjadi daya tarik unik kawasan.

d) Optimalisasi Zona Wisata dengan Akses Mudah

Pengembangan awal dapat difokuskan pada zona yang dekat dengan akses jalan atau pusat masyarakat, seperti PLG dan Braja Harjosari, karena temuan lapangan menunjukkan banyaknya keluhan wisatawan terkait sulitnya akses, terbatasnya transportasi umum, dan kondisi jalan yang kurang mendukung. Wawancara dan observasi menegaskan bahwa aksesibilitas menjadi faktor utama dalam keputusan berkunjung, sementara zona PLG dan Braja Harjosari memiliki infrastruktur dasar yang lebih baik dan mudah dijangkau. Dengan memusatkan pengembangan pada area tersebut, TNWK dapat mengurangi hambatan akses, meningkatkan kenyamanan pengunjung, dan memastikan strategi pengembangan lebih realistis serta sesuai kebutuhan lapangan.

e) Pembangunan Sistem Monitoring Ekologi Adaptif

Pemasangan sensor, kamera trap, dan sistem pemantauan satwa-iklim menjadi strategi penting karena temuan lapangan menunjukkan semakin seringnya kekeringan, perubahan pola jelajah satwa, dan meningkatnya risiko konflik akibat gangguan habitat. Wawancara dan observasi mengungkapkan bahwa keterbatasan data real-time membuat pengelola sulit memprediksi pergerakan satwa maupun tekanan ekologis sejak dini. Dengan sistem pemantauan berbasis sensor, TNWK dapat memperoleh informasi cepat dan akurat mengenai kondisi ekosistem, sehingga manajemen adaptif dapat dilakukan lebih responsif dan kesiapsiagaan konservasi terhadap dampak iklim ekstrem semakin kuat.

Strategi WO (*Weaknesses – Opportunities*)

a) Pembangunan Visitor Center Berbasis Edukasi Digital

Pembangunan visitor center modern yang dilengkapi peta digital, augmented reality, simulasi konservasi, dan ruang edukasi interaktif merupakan respon langsung terhadap temuan lapangan bahwa ketiadaan pusat informasi menjadi salah satu kelemahan paling dominan. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa wisatawan kesulitan memperoleh informasi mengenai jalur wisata, titik pengamatan satwa, dan panduan konservasi karena tidak adanya fasilitas interpretatif. Dengan menghadirkan visitor center yang modern dan informatif, TNWK dapat memperkaya pengalaman edukatif, memperpanjang durasi kunjungan, serta memperkuat citra kawasan.

b) Peningkatan Kapasitas SDM Melalui Pelatihan Modul Wisata

Program pelatihan terpadu untuk pemandu lokal, staf konservasi, dan pelaku UMKM pariwisata diperlukan sebagai respon terhadap temuan lapangan mengenai rendahnya kualitas layanan, kurangnya kompetensi interpretasi lingkungan, dan minimnya kemampuan promosi digital. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa banyak pemandu dan pelaku UMKM



bekerja tanpa pelatihan standar, sementara wisatawan menginginkan layanan yang lebih profesional. Dengan pelatihan yang mencakup hospitality, interpretasi lingkungan, dan penggunaan aplikasi digital wisata, TNWK dapat meningkatkan kualitas layanan, memperkuat kapasitas masyarakat, dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih informatif.

c) Strategi Promosi Digital Terintegrasi

Membentuk tim promosi internal untuk mengelola media sosial, situs resmi, dan platform digital lainnya merupakan respon langsung terhadap temuan lapangan tentang minimnya promosi digital, tidak terbarunya informasi daring, dan ketiadaan konten visual profesional. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa wisatawan kesulitan menemukan informasi dasar dan visibilitas TNWK di *platform* digital masih sangat rendah. Dengan tim promosi khusus yang didukung kerja sama dengan *travel influencer* dan jurnalis ekowisata, TNWK dapat memperkuat jangkauan promosi, meningkatkan daya tarik digital, dan membangun citra profesional yang sesuai dengan potensi konservasinya.

d) Sinergi Multistakeholder dalam Tata Kelola Kawasan

Mendorong pembentukan forum pengembangan TNWK yang melibatkan Balai TN, pemerintah daerah, pelaku desa wisata, akademisi, dan lembaga donor merupakan respon langsung terhadap temuan lapangan tentang lemahnya koordinasi antarpemangku kepentingan, fragmentasi peran, dan ketiadaan platform komunikasi formal. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa inisiatif wisata berjalan sendiri-sendiri dan kurang sinergi sehingga banyak potensi tidak optimal. Dengan adanya forum ini, seluruh aktor dapat berkolaborasi menyusun rencana tata kelola ekowisata jangka panjang yang terintegrasi dan berkelanjutan.

e) Pengembangan Wisata Edukasi Bertema Anak dan Keluarga

Program “*Eco-Camp*”, “*Ranger Cilik*”, dan “Wisata Gajah Edukasi” dapat dikembangkan secara reguler untuk segmen keluarga dan sekolah sebagai respon langsung terhadap temuan lapangan mengenai rendahnya variasi aktivitas wisata dan minimnya program edukasi terstruktur. Wawancara dan observasi menunjukkan kebutuhan wisatawan terutama keluarga dan institusi pendidikan akan aktivitas edukatif yang aman dan bermakna, sementara potensi edukatif TNWK melalui gajah dan kegiatan konservasi belum dimanfaatkan optimal. Dengan menghadirkan program-program edukasi ini, TNWK dapat memperkuat layanan interpretasi, memaksimalkan daya tarik satwa konservasi, serta meningkatkan nilai pengalaman dan citra destinasi.

Strategi WT (*Weaknesses – Threats*)

a) Prioritaskan Perbaikan Sarana Wisata Dasar

Identifikasi zona kunjungan utama untuk pembangunan toilet bersih, tempat istirahat, dan jalur aman sangat relevan dengan temuan lapangan yang menunjukkan keluhan wisatawan terkait buruknya fasilitas dasar dan tidak jelasnya jalur wisata. Wawancara dan observasi menegaskan bahwa area dengan kunjungan tinggi seperti sekitar PKG dan akses Braja Harjosari belum memiliki fasilitas minimum, sehingga mengurangi kenyamanan dan durasi tinggal pengunjung. Dengan memprioritaskan pembangunan fasilitas di zona tersebut, TNWK dapat meningkatkan kepuasan wisatawan, mengurangi hambatan kunjungan akibat keterbatasan transportasi, dan memperkuat daya saing destinasi.

b) Sistem Mitigasi Konflik Satwa Berbasis Masyarakat



Membentuk Tim Respons Cepat dari warga sekitar untuk mengelola interaksi negatif manusia-satwa merupakan respon langsung terhadap temuan adanya konflik yang masih sering terjadi di desa penyangga akibat pergerakan gajah ke lahan pertanian. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa warga belum memiliki kapasitas, prosedur, maupun sistem pelaporan cepat untuk menangani situasi tersebut. Dengan membentuk tim berbasis warga yang dibekali insentif, pelatihan evakuasi satwa, dan sistem pelaporan berbasis aplikasi atau SMS, TNWK dapat mempercepat penanganan konflik, mengurangi kerugian, serta meningkatkan rasa aman dan dukungan masyarakat terhadap konservasi.

c) Patroli Konservasi Kolaboratif

Patroli hutan tidak hanya dilakukan oleh petugas, tetapi juga dapat melibatkan warga lokal yang dilatih sebagai *community warden*. Strategi ini merespons temuan lapangan mengenai masih adanya perambahan, pembalakan liar, dan perburuan akibat keterbatasan personel patroli serta luasnya kawasan. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa sebagian aktivitas ilegal terjadi di dekat desa penyangga dan masyarakat bersedia terlibat jika diberikan pelatihan. Dengan melibatkan warga, TNWK dapat meningkatkan cakupan patroli, menciptakan pengawasan partisipatif, dan memperkuat rasa memiliki masyarakat pada TNWK.

d) Skema Insentif Ekowisata untuk Warga Penyangga

Warga yang terlibat aktif dalam konservasi dan ekowisata dapat diberikan insentif berupa subsidi, akses permodalan, atau penghargaan tahunan. Strategi ini menanggapi temuan lapangan bahwa partisipasi masyarakat di desa penyangga masih informal, tidak terstruktur, dan belum menghasilkan manfaat ekonomi yang signifikan akibat minimnya dukungan modal dan insentif. Wawancara dan observasi menunjukkan bahwa warga sebenarnya ingin terlibat lebih jauh namun terhambat oleh keterbatasan modal dan fasilitas. Dengan menyediakan insentif ekonomi yang jelas, TNWK dapat meningkatkan motivasi masyarakat, memperbaiki kualitas layanan wisata berbasis komunitas, dan memperkuat hubungan timbal balik yang mendukung konservasi serta kesejahteraan lokal.

e) Kemitraan Transportasi Menuju TNWK

Bermitra dengan operator transportasi lokal untuk menyediakan shuttle harian dari kota terdekat dapat secara langsung mengatasi temuan empiris mengenai rendahnya aksesibilitas menuju TNWK. Wawancara menunjukkan bahwa ketiadaan transportasi umum terjadwal dan tingginya biaya transportasi pribadi menjadi keluhan utama wisatawan serta faktor yang menurunkan minat berkunjung. Observasi juga memperlihatkan bahwa kawasan mudah dijangkau jika tersedia moda transportasi bersama. Dengan menyediakan layanan shuttle reguler, TNWK dapat mengurangi hambatan akses, meningkatkan kenyamanan perjalanan, dan membuka peluang peningkatan jumlah kunjungan.

#### 4. Rencana Aksi dan Prioritas Strategi Pengembangan TNWK

##### Prioritas 1 (Sangat Prioritas)

Waktu Pelaksanaan: 0-12 Bulan

Strategi ini memberikan dampak tercepat dan paling signifikan pada peningkatan minat dan pengalaman wisatawan.

- a. Digitalisasi Daya Tarik & Promosi Visual. Kegiatan berupa produksi konten profesional tentang PKG, lanskap, dan satwa, pembuatan kalender konten edukatif bulanan, aktivasi



- media sosial resmi, dan integrasi TNWK dengan Google Travel, TripAdvisor, Traveloka Xperience.
- b. Pembentukan Tim Promosi Digital Terintegrasi. Kegiatan berupa rekrutmen staf promosi digital, pelatihan *digital marketing* (SEO, fotografi, *storytelling*), dan penyusunan SOP manajemen media sosial.
  - c. Perbaikan Fasilitas Dasar Wisata. Kegiatan: Pembangunan toilet bersih di zona PLG, Braja Harjosari, dan pintu masuk utama, pemasangan rambu wisata, peta jalur, dan papan interpretasi, serta penyediaan area istirahat.
  - d. Kemitraan Transportasi. Kegiatan berupa kerja sama dengan operator transportasi untuk shuttle harian, penentuan jadwal tetap dan titik penjemputan, dan publikasi jadwal transportasi di website dan media sosial.
  - e. Pengembangan Paket Wisata Edukatif. Kegiatan Kegiatan berupa penyusunan kurikulum wisata edukatif, pembentukan unit pemandu edukatif, serta penyediaan modul edukasi & lembar observasi satwa.

#### Prioritas 2 (Prioritas Sedang)

Waktu Pelaksanaan: 12-24 Bulan

Strategi ini memperkaya pengalaman wisata dan memperkuat sisi ekonomi masyarakat.

1. Pengembangan Desa Wisata Tematik. Kegiatan berupa penentuan desa prioritas (Braja Harjosari, Labuhan Ratu), pelatihan *homestay* standardisasi CHSE, pengembangan paket wisata budaya, agrowisata, dan kesenian lokal, serta pembuatan website desa wisata.
2. Pelatihan Kapasitas SDM Wisata & Konservasi. Kegiatan berupa pelatihan *hospitality*, *guiding*, dan interpretasi lingkungan, pelatihan UMKM wisata seperti *branding*, *photography product*, pemasaran digital, serta sertifikasi pemandu wisata berbasis konservasi.
3. Wisata Edukasi Anak & Keluarga. Kegiatan berupa pengembangan program “*Eco-Camp*”, “*Ranger Cilik*”, “Wisata Gajah Edukasi”, paket mingguan khusus sekolah, dan *merchandise* edukatif.
4. Citra Konservasi Gajah & Badak sebagai USP (*Unique Selling Point*). Kegiatan berupa *branding* kampanye: “*Home of the Sumatran Elephant & Rhino*”, produksi video *branding* internasional, dan kerja sama promosi dengan ASEAN, WWF, IUCN.

#### Prioritas 3 (Prioritas Lanjutan)

Strategi ini penting untuk keberlanjutan, tetapi tidak langsung meningkatkan kunjungan jangka pendek.

Waktu Pelaksanaan: 24-36 Bulan

1. Pembangunan Visitor Center Modern. Kegiatan berupa desain arsitektur & konten digital, Memasukkan fitur AR, peta digital, simulasi konservasi, serta pusat edukasi interaktif untuk anak & keluarga.
2. Pembentukan Forum Pengembangan TNWK. Kegiatan berupa penyusunan struktur forum (Balai, Pemda, desa wisata, akademisi, donor), rapat koordinasi triwulanan, dan penyusunan *Masterplan Ekowisata Terintegrasi 10 Tahun*.



3. Sistem Monitoring Ekologi Adaptif. Kegiatan berupa pemasangan sensor suhu, kamera trap, sensor kelembapan rawa, Platform data ekologi *real-time*, dan Integrasi data untuk model prediksi konflik satwa.
4. Patroli Hutan Kolaboratif & *Community Warden*. Kegiatan berupa pelatihan masyarakat sebagai *community warden*, patroli gabungan warga-petugas, dan penyediaan insentif.
5. Sistem Insentif Ekowisata Berbasis Warga. Kegiatan berupa skema subsidi UMKM wisata, program *reward* tahunan “Warga Peduli TNWK”, dan akses permodalan hijau untuk pelaku ekowisata.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa TNWK memiliki potensi ekowisata tinggi melalui kekayaan hayati dan atraksi unggulan seperti Pusat Konservasi Gajah, namun pemanfaatannya belum optimal. Keterbatasan infrastruktur, minimnya fasilitas dasar dan jalur interpretasi, serta ketiadaan pusat informasi terpadu masih menghambat kualitas layanan wisata. Promosi yang masih bersifat konvensional dan kurangnya konten digital juga membuat visibilitas TNWK rendah. Sementara itu, partisipasi masyarakat mulai tumbuh, tetapi masih bersifat informal dan belum terintegrasi dalam sistem pengelolaan wisata sehingga kontribusinya belum maksimal. Sementara itu, kekuatan pengembangan TNWK mencakup keanekaragaman hayati, daya tarik edukatif PKG, keberagaman lanskap, status ASEAN Heritage Park, dan keterlibatan awal masyarakat, sedangkan kelemahan yang perlu diperbaiki antara lain keterbatasan fasilitas dasar, absennya *visitor center*, kualitas SDM yang belum profesional, minimnya promosi digital, dan pola pengelolaan yang masih terpusat. Peluang pengembangan muncul dari tren ekowisata pasca-pandemi, perkembangan teknologi digital, dukungan kebijakan pemerintah dan mitra konservasi, serta potensi desa-desa penyangga sebagai bagian dari jaringan wisata. Sementara itu, ancaman yang harus diantisipasi meliputi konflik manusia-satwa, perambahan liar, persaingan antar destinasi, aksesibilitas yang terbatas, dan dampak perubahan iklim terhadap habitat satwa.

Strategi pengembangan dirumuskan melalui Matriks SWOT, bahwa Strategi SO menekankan digitalisasi daya tarik dan paket wisata edukatif, strategi ST memperkuat citra konservasi dan mitigasi konflik satwa, strategi WO berfokus pada pembangunan *visitor center* serta peningkatan kapasitas SDM dan promosi digital, sedangkan strategi WT menitikberatkan pada perbaikan fasilitas dasar, patroli kolaboratif, dan peningkatan aksesibilitas melalui kemitraan transportasi. Seluruh strategi tersebut disusun berdasarkan kondisi aktual kawasan. Lebih lanjut, analisis data menunjukkan bahwa setiap strategi memiliki kontribusi langsung terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Minimnya promosi digital terbukti berkaitan erat dengan rendahnya minat awal wisatawan untuk berkunjung, sehingga penguatan *digital marketing* diyakini mampu meningkatkan jangkauan pasar secara signifikan. Keluhan wisatawan terkait fasilitas dasar dan kualitas layanan menunjukkan bahwa perbaikan infrastruktur dan peningkatan kompetensi SDM akan berdampak nyata pada kepuasan dan keputusan kunjungan ulang. Partisipasi masyarakat yang lebih terstruktur juga berpotensi menciptakan pengalaman wisata yang lebih autentik dan konsisten, sekaligus meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi warga lokal. Dengan demikian, seluruh strategi yang dirumuskan



tidak hanya menggambarkan potensi, tetapi berakar pada temuan empiris yang menunjukkan hubungan langsung antara kondisi lapangan dan penentu keputusan wisatawan. Dengan implementasi strategi secara konsisten dan kolaboratif, TNWK memiliki peluang besar untuk memperkuat posisinya sebagai destinasi unggulan ekowisata berbasis konservasi di Indonesia. Penguatan promosi digital, peningkatan kualitas layanan, dan pemberdayaan masyarakat diprediksi akan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan secara berkelanjutan.

Adapun kelemahan atau kekurangan pada penelitian ini yaitu fokus penelitian lebih banyak diarahkan pada TNWK, sementara wilayah desa-desa penyangga yang berpotensi sebagai pendukung ekowisata belum dikaji secara mendalam. Akibatnya, potensi kolaborasi antarzona dan strategi pembangunan berbasis kawasan belum sepenuhnya tergambarkan. Kemudian penelitian lebih menekankan pendekatan deskriptif dan analisis SWOT serta normatif tanpa menggunakan alat analisis statistik yang kuat. Dengan tidak adanya pengukuran kuantitatif terhadap variabel-variabel seperti kepuasan wisatawan, efektivitas promosi, atau kontribusi ekonomi masyarakat, maka hasil strategi menjadi lebih normatif dan berisiko bias. Sehingga saran bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk mengombinasikan pendekatan *mixed methods*, dan melakukan pengujian hipotesis melalui model kuantitatif seperti SEM, regresi linier, maupun analisis faktor untuk memperkuat validitas hasil dan memberikan dasar yang lebih kuat dan objektif dalam menyusun strategi pengembangan berbasis data terukur. Selain itu, disarankan agar cakupan penelitian diperluas hingga peran wilayah desa-desa penyangga TNWK secara lebih mendalam, karena aspek sosial dan ekonomi masyarakat sekitar menjadi kunci keberlanjutan ekowisata. Dengan memasukkan dimensi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat di sekitar kawasan serta ekologi, strategi pengembangan ekowisata dapat dirancang lebih integratif dan berbasis kawasan, serta mampu menciptakan sinergi antara konservasi dan pemberdayaan masyarakat secara optimal dan strategi pengembangan TNWK menjadi lebih komprehensif.

## Daftar Rujukan

- [1] Miftahudin M, Winarno GD, Santoso T, Darmawan A. Analisis Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) dan Interpretasi Jalur Ekowisata Elephant Tour Di Pusat Latihan Gajah Taman Nasional Way Kambas. *J Hutan Trop* 2021;9:270–81. <https://doi.org/10.20527/jht.v9i2.11275>.
- [2] Nurhaida I, Sitorus SH, Bakri S, Despa D, Nurhasanah N. Tourist Interests as a Basis for Post-Covid-19 Pandemic Tourism Visit Recovery Planning: Studies in the Ecotourism Area of Way Kambas National Park, Lampung Province. *KnE Soc. Sci.*, vol. 2023, 2023, p. 132–46. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i5.12994>.
- [3] Wibowo IP, Herwanti S, Febryano IG, Winarno GD. Nilai Ekonomi Pusat Latihan Gajah di Taman Nasional Way Kambas. *J Hutan Trop* 2019;7:18–24.
- [4] Lestari Rustiati E, Master J, Nurcahyani N, Priyambodo P, Wibowo D, Sulpin Ariyanti E, et al. Building A Community Based Ecotourism Wisata Desa Way Kambas In Braja Harjosari: An Indirect Tool For Wildlife Mitigation Conflict In Way Kambas National Park. *SAKAI SAMBAYAN-Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2017;1:1–6.
- [5] Lestari R, Rachmawati T, Kamandanu FA, Syahrobi D. Lampung Tourism Supply



- During the Pandemic and Post Covid-19 Pandemic. Proc. 2nd Int. Indones. Conf. Interdiscip. Stud. (IICIS 2021), vol. 606, 2021, p. 78–86. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211206.012>.
- [6] Nurjannah S, Sharif OO. Analisis Kepuasan Pengunjung Taman Nasional Way Kambas Berdasarkan Kualitas Layanan (Servqual). e-Proceeding Manag., vol. 9, 2022, p. 97–105.
- [7] Tresiana N, Putri VA, Meutia IF, Duadji N, Wulandari FR, Haryanto, et al. Conservation partnership implementation: endangered animal extinction mitigation strategy in Indonesia's Way Kambas Park. IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci., vol. 1277, 2023, p. 1–11. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1277/1/012011>.
- [8] Wiratno W, Withaningsih S, Gunawan B, Iskandar J. Ecotourism as a Resource Sharing Strategy: Case Study of Community-Based Ecotourism at the Tangkahan Buffer Zone of Leuser National Park, Langkat District, North Sumatra, Indonesia. Sustain 2022;14:1–18. <https://doi.org/10.3390/su14063399>.
- [9] Bhuiyan MAH, Siwar C, Ismail SM, Islam R. The Role of Home Stay for Ecotourism Development in East Coast Economic Region Md . Anowar Hossain Bhuiyan , Chamhuri Siwar , Shaharuddin Mohamad Ismail and Rabiul Islam Institute for Environment and Development , University Kebangsaan Malaysia ,. Am J Appl Sci 8 2011;8:540–6.
- [10] Liestiandre HK, Mertha IW, Dianasari DAML. Destinasi Pariwisata. vol. 1. 2025.
- [11] Azizah IN, Fitra HA. Kajian peran masyarakat sekitar dalam mendukung pariwisata Taman Nasional Way Kambas yang berkelanjutan. J Plan Policcy Dev 2017;1:1–12.
- [12] Wawo AH, Sumbogo VG, Lestari P. Comparison of seed germination and seedling growth between Indonesian local corn cultivars for deciding the quality of seed. Biodiversitas 2020;21:3189–99. <https://doi.org/10.13057/biodiv/d210741>.
- [13] Wu MSF. A study on the effects of Word-of-Mouth on Brand Trust in tourism industry. Eurasia J Math Sci Technol Educ 2017;13:7995–8002. <https://doi.org/10.12973/ejmste/77904>.
- [14] Utama IKG, Diah N, Dewi U, Rahayu LR. Community Based Tourism sebagai Salah Satu Konsep Pengembangan Pariwisata (Community Based Tourism as a Tourism Development Concept). J Stud Perhotelan Dan Pariwisata 2023;2:47–55.
- [15] Muda FP. Community participation in Indonesian sustainable tourism : A systematic review of models, impacts, and gaps. Priviet Soc Sci J 2025;5:125–39. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i8.462>.
- [16] Ardianti Y, Eprilianto DF. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Community Based Tourism (Studi Pada Desa Tanjungan Kecamatan Kemlagi Kabupaten Mojokerto). Publika 2022;10:1269–82.