STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA PADA EKOWISATA BUKIT LAWANG

S K R I P S I

Oleh :

MUHAMMAD KHALIL TASWIN
2104300066
AGRIBISNIS

FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026

STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA PADA EKOWISATA BUKIT LAWANG

SKRIPSI

Oleh :

MUHAMMAD KHALIL TASWIN
2104300666
AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Dosen Pembimbing :

Dr. Rahmat Suryanto Pirngadi, S. P., M. P.

Disahkan Oleh:
Dekan

Prof. Dr. Ir. Wan Arfiani Barus, M.P.

Tanggal Lulus : 14 April 2026

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Muhammad Khalil Taswin
NPM : 2104300066

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul " Strategi Pengingkatan Jumlah Wisatawan Mancanegara Pada Ekowisata Bukit Lawang" adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (*plagiarism)*, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 20 Mei 2026
Yang menyatakan,

Muhammad Khalil Taswin

RINGKASAN

Bukit lawang adalah salah satu destinasi yang ada di Kabupaten Langkat Provinsi Sumatera Utara yang sering dikunjungi oleh wisatawan mancanegara karena keindahan alam serta keanekaragaman hayatinya. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara disetiap tahunnya berfluktuasi, sehingga sangat berdampak pada pendapatan daerah dan pendapatan masyarakat lokal yang terlibat dalam pengelolaan ekowisata Bukit Lawang seperti tempat penginapan, restoran dan pemandu wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengalisis faktor yang mempengaruhi wisatawan mancanegara berkunjung ke Ekowisata Bukit Lawang serta strategi yang tepat meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan mancanegara di Ekowisata Bukit Lawang. Metode yang digunakan dalam menganalisis permasalahan yaitu menggunakan metode SEM-PLS (*Structural Equation Modeling- Partial Least Square)* dan metode analisis SWOT. Dari hasil analisis didapatkan, faktor lokasi dan faktor biaya berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan mancanegara berkunjung ke Ekowisata Bukit Lawang, sedangkan faktor alam, petualangan dan eksplorasi serta promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan mancanegara berkunjung ke Ekowisata Bukit Lawang. Strategi yang tepat meningkatkan jumlah pengunjung wisatawan mancanegara ke Ekowisata Bukit Lawang yaitu menggunakan strategi agresif, dengan kegiatan yang dilakukan yaitu mempertahankan dan menjaga keindahan alam serta keberlangsungan ekowisata yang berkelanjutan, meningkatkan promosi digital bertaraf internasional serta melakukan perbaikan infrastruktur.

Kata Kunci : Ekowisata,Wisatawan Mancanegara,SEM-PLS,SWOT,Bukit Lawang.

SUMMARY

Bukit Lawang is one of the tourist destinations in Langkat Regency, North Sumatra, that is frequently visited by international tourists due to its natural beauty and biodiversity. The number of international tourist visits fluctuates every year, which greatly impacts regional income and the income of local communities involved in the management of Bukit Lawang ecotourism, such as accommodation providers, restaurants, and tour guides. This study aims to analyze the factors influencing international tourists to visit Bukit Lawang Ecotourism as well as the appropriate strategies to increase the number of international tourist visitors to Bukit Lawang Ecotourism. The methods used to analyze the problems are the SEM-PLS (Structural Equation Modeling–Partial Least Square) method and SWOT analysis. The results of the analysis show that location factors and cost factors significantly influence the interest of international tourists in visiting Bukit Lawang Ecotourism, while natural factors, adventure and exploration, as well as promotion, do not significantly influence the interest of international tourists in visiting Bukit Lawang Ecotourism. The appropriate strategy to increase the number of international tourist visitors to Bukit Lawang Ecotourism is to use an aggressive strategy, with activities carried out including maintaining and preserving natural beauty and the sustainability of ecotourism, enhancing international-scale digital promotion, and improving infrastructure.

Keywords : Ecotourism,International Tourists,SEM-PLS,SWOT,Bukit Lawang

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Khalil Taswin lahir di Medan pada tanggal 15 September 2003, anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan Ayahanda Taswin Kiflan dan Ibunda Nurita Prasasti Sitepu.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh antara lain :

1. Pada tahun 2015, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Dasar di SD SWASTA ERIA, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.
2. Pada tahun 2018, menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP SWASTA ERIA, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.
3. Pada tahun 2021, Menyelesaikan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA HARAPAN 1, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara.
4. Pada tahun 2021, melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan akademik yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara antara lain yaitu :

1. Tahun 2021, mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Mahasiswa/I Baru (PKKMB) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Tahun 2021, mengikuti Masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Tahun 2022, mengikuti Bakti Tani 7 Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Tahun 2024, mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Regional II Kebun Bukit Lima, Kecamatan Bosar Maligas, Kabupaten Simalungun.
5. Tahun 2025, melaksanakan penelitian skripsi dengan judul : Strategi Peningkatan Jumlah Wisatawan Mancanegara Pada Ekowisata di Bukit Lawang.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesehatan bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tidak lupa penulis haturkan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. Adapun judul proposal penelitian ini adalah "**STRATEGI PENINGKATAN JUMLAH WISATAWAN MANCANEGARA PADA EKOWISATA DI BUKIT LAWANG**". Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua yang telah setia memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini baik moral maupun material.
2. Ibu Prof. Ir. Wan Arfiani Barus, S.P., M. P. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Akbar Habib, S.P., M. P. selaku Wakil Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Juwita Rahmadani Manik, S.P., M.P. selaku Wakil Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si. selaku Ketua Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Aflahun Fadhly Siregar, S.P., M.P. selaku Sekretaris Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Rahmat Suryanto Pirngadi , S.P., M.P., selaku Dosen Pembimbing
8. Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Teman-teman seperjuangan Tahun Angkatan 2021 khususnya kelas Agribisnis B-1 Pagi yang memberikan dukungan dari setiap proses pembuatan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menerima segala saran dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini.

Medan, Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

PERNYATAAN i
RINGKASAN ii
SUMMARY iii
RIWAYAT HIDUP iv
KATA PENGANTAR v
DAFTAR ISI vi
DAFTAR TABEL ix
DAFTAR GAMBAR x
DAFTAR LAMPIRAN xi
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 4
1.3. Tujuan Penelitian 4
1.4. Manfaat Penelitian 4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1. Landasan Teori 6
2.1.1. Ekowisata 6
2.1.2. Prinsip Ekowisata 7
2.1.3. Peran Ekowisata Dalam Konservasi dan Pemberdayaan Masyarakat 9
2.1.4. Peran Ekowisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat 10
2.1.5. Model Pengembangan Ekowisata 12
2.1.6. Tantangan dan Peluang Ekowisata 12
2.1.7. Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Untuk Berkunjung Pada Ekowisata Bukit Lawang 14
2.1.8. Strategi Peningkatan Jumlah Wisatawan 15
2.2. Penelitian Terdahulu 17
2.3. Kerangaka Berpikir 20
BAB III METODE PENELITIAN 21

3.1. Jenis Penelitian 21
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian 21
3.2.1. Tempat Penelitian 21
3.2.2. Waktu Penelitian 21
3.3. Metode Penentuan Sampel 21
3.3.1. Populasi 21
3.3.2. Sampel 21
3.4. Metode Pengumpulan Data 22
3.4.1. Wawancara 22
3.4.2. Dokumentasi 22
3.4.3. Observasi 23
3.4.3. Kuisoner 23
3.5. Metode Analisis data 23
3.6. Definisi Operasional 35
3.7. Batasan Operasional 37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 42
4.1. Gambaran Lokasi Penelitian 42
4.2. Keadaan Penduduk 42
4.3. Keadaan Sosial Ekonomi 43
4.4. Karakteristik Responden 44
4.5. Uji Instrumen Penelitian 46
KESIMPULAN DAN SARAN 55
5.1. Kesimpulan 55
5.2. Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 58
LAMPIRAN 66

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Perkembangan Jumlah Wisman Ke Bukit Lawang dan Tangkahan	3
2.	Perkembangan Jumlah Wisman Ke Bukit Lawang 2019-2023	4
3.	Definisi Model	30
4.	Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*	33
5.	Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)*	33
6.	Matriks Analisis SWOT	36
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Negara	46
10.	Pengujian Validitas Berdasarkan *Outer Loading*	47
11.	Pengujian Berdasarkan AVE, Realibilitas Berdasarkan *Composite Realibility dan Cronbach Alpha*	48
12.	Pengujian Validitas Diskriminan : Fornell & Lacker	49
13.	Pengujian Validitas Diskriminan : HTMT	49
14.	Uji *Path Coeffecient* & Signifikansi Pengaruh	50
15.	Identifikasi Faktor Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)	52
16.	Penentuan Faktor S,W,O,T	53
17.	Matrik IFAS	55
18.	Matrik EFAS	56
19.	Matriks SWOT	58

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Ke Indonesia.....	1
2.	Kerangka Berpikir	21
3.	Model SEM-PLS	29
4.	Diagram Analisis SWOT.....	37
5.	Denah Lokasi Penelitian.....	42
6.	Pengujian Validitas Berdasarkan *Outer Loading*	47
7.	Diagram Analisis SWOT.....	60
8.	Dokumentasi Wisatawan Mancanegara 1.....	73
9.	Dokumentasi Wisatawan Mancanegara 2.....	74
10.	Dokumentasi Wisatawan Mancanegara 3.....	74
11.	Dokumentasi Kegiatan Trekking.....	75
12.	Dokumentasi Orangutan 1	75
13.	Dokumentasi Orangutan 2	76

DAFTAR LAMPIRAN

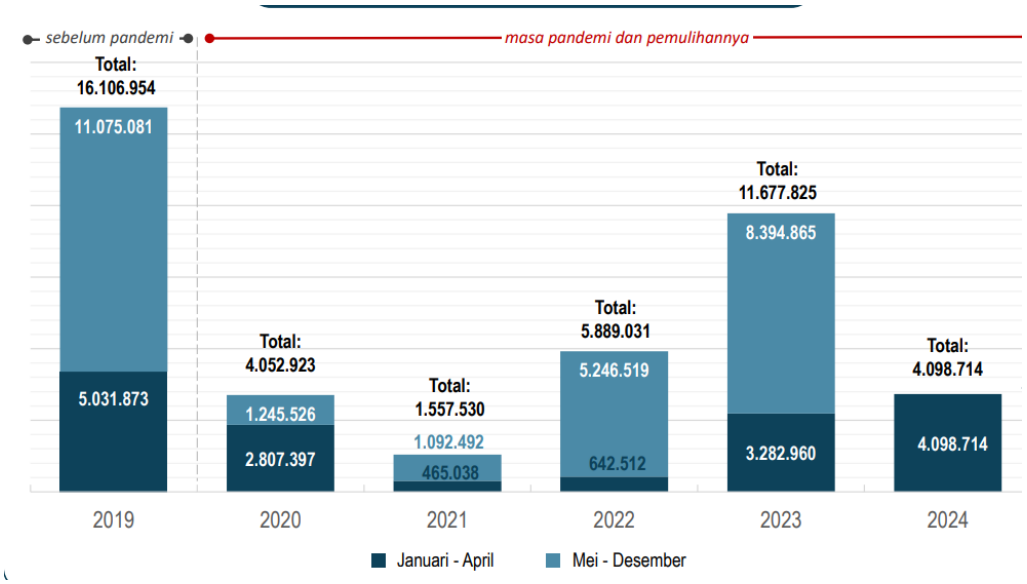
Nomor	Judul	Halaman
1.	Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Ke Indonesia	1
2.	Kerangka Berpikir	21
3.	Model SEM-PLS	29
4.	Diagram Analisis SWOT	37
5.	Denah Lokasi Penelitian	42
6.	Pengujian Validitas Berdasarkan *Outer Loading*	47
7.	Diagram Analisis SWOT	60
8.	Dokumentasi Wisatawan Mancanegara 1	73
9.	Dokumentasi Wisatawan Mancanegara 2	74
10.	Dokumentasi Wisatawan Mancanegara 3	74
11.	Dokumentasi Kegiatan Trekking	75
12.	Dokumentasi Orangutan 1	75
13.	Dokumentasi Orangutan 2	76

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan keanekaragaman hayati dan budaya terbesar di dunia, menjadikannya destinasi utama bagi pengembangan ekowisata. Dalam empat tahun terakhir, tren ekowisata di Indonesia menunjukkan peningkatan baik dari sisi kunjungan wisatawan maupun perhatian akademis terhadap pengembangan dan keberlanjutan sektor ini.

Gambar 1. Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisman Ke Indonesia, 2019-2024



Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS,2024)

Ekowisata sendiri didefinisikan sebagai bentuk pariwisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, serta pelestarian budaya setempat, sedangkan Agrowisata didefinisikan sebagai pariwisata yang berorientasi pada aktivitas pertanian dan perkebunan. Pengunjung diajak berpartisipasi dalam kegiatan bertani, memetik buah, atau mengenal proses budidaya tanaman dan peternakan secara langsung. Agrowisata menonjolkan

aspek edukasi dan pengalaman kerja di lahan pertanian serta menikmati hasil bumi. (Hamidi et al., 2023)

Peningkatan minat terhadap ekowisata didorong oleh kebutuhan untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi hijau, pelestarian warisan budaya, dan konservasi keanekaragaman hayati. Pengembangan ekowisata di Indonesia tidak hanya berfokus pada pemanfaatan potensi alam seperti hutan hujan, sungai, dan terumbu karang, tetapi juga menekankan pentingnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi wisata. Hal ini tercermin dari berbagai inisiatif seperti pembentukan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan pemberdayaan kelompok rentan, yang bertujuan agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara merata oleh masyarakat setempat. (Hafidz & Sudarsana, 2022)

Sumatera Utara dikenal memiliki potensi ekowisata yang sangat besar, terutama melalui dua destinasi utama: Bukit Lawang dan Tangkahan. Kedua kawasan ini terletak di wilayah Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL), salah satu kawasan konservasi terbesar di Indonesia, yang menjadikan pengembangan ekowisata di Sumatera Utara memiliki peranan strategis dalam upaya pelestarian lingkungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. (Sabam, 2023)

Dengan demikian, pengembangan ekowisata di Sumatera Utara tidak hanya bertujuan meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat peran masyarakat dalam pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan, menjaga kelestarian lingkungan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Tantangan yang dihadapi, seperti keterbatasan infrastruktur dan pengelolaan, menjadi perhatian utama dalam upaya mewujudkan ekowisata yang berdaya saing dan berkelanjutan di masa depan. Pada penelitian ini kenapa penliti memilih Bukit

Lawang sebagai objek penelitian dikarenakan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Ekowisata di Bukit Lawang lebih banyak dibandingkan Ekowisata pada Tangkahan yang notabennya musiman.

Tabel 1. Perkembangan Jumlah Wisman Ke Bukit Lawang dan Tangkahan (2019 – 2023)

Lokasi	2019	2020	2021	2022	2023
Bukit Lawang	7.634	2.447	0	6.444	18.369
Tangkahan	3.874	2.081	0	0	4.117

Sumber : Pemerintah Kabupaten Langkat, (2024)

Bukit Lawang, terletak sekitar 80 km dari Kota Medan, telah lama menarik wisatawan domestik dan internasional berkat lanskap alamnya yang memukau serta keberadaan orangutan sebagai ikon wilayah tersebut. Meski demikian, upaya pengembangan ekowisata di Bukit Lawang menghadapi sejumlah kendala, antara lain infrastruktur jalan yang kurang memadai dan kurangnya transparansi dalam pengelolaan retribusi wisata. Kekuatan utama kawasan ini tetap terletak pada daya tarik alamnya serta sikap ramah komunitas lokal.

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Wisman Ke Bukit Lawang 2019 - 2023

Jenis Wisatawan	2019	2020	2021	2022	2023
Wisatawan Mancanegara	7.634	2.447	0	6.444	18.369

Sumber : Pemerintah Kabupaten Langkat, (2024)

Berdasarkan data Pemerintah Kabupaten Langkat yang tercantum pada tabel, tidak tercatat adanya kunjungan wisatawan mancanegara ke Bukit Lawang pada tahun 2021. Pasca pandemi COVID-19 terjadi tren pemulihan kunjungan; pada 2022 tercatat 6.444 wisatawan mancanegara dan meningkat menjadi 18.369 orang pada 2023. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pandemi sempat menurunkan angka kunjungan, hal tersebut tidak mengurangi potensi Bukit Lawang sebagai destinasi ekowisata yang menarik.

Masalah yang dijadikan objek penelitian adalah penurunan kunjungan wisatawan mancanegara yang terjadi pada tahun 2021 dan kemudian kembali meningkat pada tahun 2023 hingga seterusnya, sehingga peneliti tertarik untuk menganalisis faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan mancanegara berkunjung ke Ekowisata Bukit Lawang serta menghasilkan strategi yang tepat dalam rangka meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara di Ekowisata Bukit Lawang.

Alasan peneliti menjadikan wisatawan mancanegara sebagai responden dalam penelitian ini dikarenakan wisatawan mancanegara yang berkunjung di Ekowisata Bukit Lawang menjadi salah satu sumber peningkatan ekonomi khususnya masyarakat yang berada di Desa Perkebunan Bukit Lawang, dimana wisatawan yang berkunjung ke ekowisata Bukit Lawang hampir Sebagian besar tinggal beberapa hari, sehingga menjadi pemasukan bagi khususnya masyarakat yang memiliki tempat penginapan serta masyarakat yang membuka usaha seperti rumah makan, cafe, souvernir dan lainnya. Selain daripada itu kehadiran wisatawan mancanegara di Bukit Lawang juga memberi keuntungan bagi masyarakat sekitar yang berprofesi sebagai tour guide.

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan beberapa permasalahan yaitu :

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan mancanegara berkunjung ke Ekowisata di Bukit Lawang ?
2. Strategi apa yang dapat meningkatkan jumlah wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Ekowisata Di Bukit Lawang ?

1.2 Tujuan Penelitian

Dari penjabaran diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi peningkatan pada Ekowisata Di Bukit Lawang.
2. Untuk menganalisis strategi peningkatan pada Ekowisata Di Bukit Lawang.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a. Peneliti mengharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan berfungsi sebagai sumber rujukan bagi studi-studi berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan perkembangan penelitian di bidang ekowisata.
   b. Sebagai penambah bahan kajian dan wawasan tentang ekowisata.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Penulis

      Dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta sarana peningkatan pengalaman mengenai ekowisata.

   b. Bagi Akademik

      Dapat menjadi saran pengetahuan, informasin dan sumbangan pikiran menegenai ekowisata.

   c. Bagi Pihak Ekowisata

      Peneliti mengharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan berfungsi sebagai

sumber rujukan bagi studi-studi berikutnya, khususnya yang berkaitan dengan perkembangan penelitian di bidang ekowisata.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Ekowisata

Konsep berkelanjutan menjadi prioritas utama dalam mewujudkan kualitas lingkungan yang baik, sehingga mampu meningkatkan taraf ekonomi masyarakat dan sistem sosial yang kuat dimasyarakat (Pirngadi et al., 2025). Kegiatan deforestasi yang semakin hari semakin mengingkat sangat berdampak buruk bagi masyarakat yang tinggal disepadan sungai. Dampak deforestasi bukan hanya menurunkan nilai kualitas lingkungan tetapi juga menurunkan nilai guna tidak langsung hutan sebagai penyedia jasa lingkungan seperti tempat pariwisata dan lainya (Pirngadi et al., 2024). Ekowisata merupakan salah satu bentuk pariwisata yang mengedepankan prinsip pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat lokal. Berbeda dengan pariwisata massal yang sering berdampak negatif terhadap lingkungan, ekowisata bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi juga belajar menghargai keanekaragaman hayati serta budaya setempat. Ekowisata didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan ke kawasan alami yang relatif masih asli dan minim intervensi manusia, yang bertujuan untuk memperoleh pengalaman pembelajaran sekaligus menikmati keindahan lanskap, keanekaragaman flora dan fauna, serta manifestasi budaya masyarakat setempat baik dalam konteks masa lalu maupun masa kini. (Ceballos-Lascuráin, 1996). Ekowisata merupakan aktivitas kunjungan ke lingkungan alami yang tidak hanya berorientasi pada rekreasi, tetapi juga pada peningkatan pengetahuan serta partisipasi aktif, termasuk kontribusi sukarela

terhadap pelestarian lingkungan. Fokus utama dalam kegiatan ini meliputi aspek ekologi seperti vegetasi, sistem perairan, kondisi geologi, ekosistem, serta interaksi sosial budaya masyarakat lokal beserta kebutuhan dan keterkaitannya dengan lingkungan (Wallace & Pierce, 1996).

Ekowisata sebagai bentuk perjalanan yang dilakukan dengan prinsip tidak merusak lingkungan, umumnya ke lokasi yang berjarak cukup jauh dari tempat tinggal, dengan tujuan utama untuk mempelajari dan mengapresiasi kekayaan alam serta budaya lokal (Blamey, 1997). Ekowisata sebagai kegiatan wisata yang berlangsung di kawasan alami dengan penekanan pada upaya konservasi lingkungan serta pemberian manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat secara berkelanjutan (Sarhan et al., 2016).

Berdasarkan berbagai pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa ekowisata merupakan bentuk perjalanan yang berfokus pada pelestarian alam serta pemberdayaan masyarakat lokal. Ekowisata tidak hanya menawarkan pengalaman menikmati keindahan lingkungan yang masih alami, tetapi juga mendorong wisatawan untuk belajar, menghargai, dan menjaga kelestarian alam serta budaya setempat. Dengan demikian, ekowisata menjadi alternatif pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab, yang memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan komunitas lokal.

2.1.2. Prinsip Ekowisata

Dalam pelaksanaan ekowisata, terdapat sejumlah prinsip dasar yang harus dijadikan pedoman agar kegiatan wisata tidak hanya memberikan pengalaman rekreasi, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Menurut tokoh yang pertama kali mempopulerkan istilah ecotourism Ceballos-Lascuráin, (1996), prinsip ekowisata meliputi:

1. Konservasi lingkungan: Aktivitas wisata harus mendukung pelestarian alam dan keanekaragaman hayati.
2. Pemberdayaan masyarakat lokal: Ekowisata harus memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar.
3. Pendidikan dan interpretasi lingkungan: Wisatawan mendapatkan pemahaman tentang alam dan budaya lokal.

Sarhan et al., (2016) merumuskan prinsip ekowisata dalam delapan poin utama:

1. Meminimalkan dampak negatif lingkungan dan sosial.
2. Meningkatkan kesadaran dan penghargaan terhadap lingkungan dan budaya lokal.
3. Menyajikan pengalaman menguntungkan bagi pengunjung sekaligus dan tuan rumah.
4. Menyumbang pendapatan langsung yang dialokasikan untuk konservasi.
5. Memberikan keuntungan finansial dan peluang pemberdayaan bagi masyarakat lokal.
6. Meningkatkan kesadaran terhadap dinamika politik, lingkungan dan sosial di lokasi tujuan.
7. Mendukung pemenuhan hak asasi manusia serta gerakan demokratis.
8. Menyediakan penjelasan interpretatif dan pengalaman pembelajaran bagi wisatawan.

Fennell, (2007) menekankan prinsip-prinsip berikut:

1. Etika: Menempatkan nilai moral terhadap lingkungan dan budaya lokal.

2. Pendidikan: Aktivitas ekowisata harus bersifat mendidik.
3. Konservasi: Harus berkontribusi terhadap perlindungan alam.
4. Keberlanjutan: Harus menjamin kelestarian jangka panjang.
5. Partisipasi masyarakat: Warga lokal dilibatkan secara aktif.

Berdasarkan uraian para ahli, dapat disimpulkan bahwa prinsip-prinsip ekowisata menekankan pentingnya keseimbangan antara pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat lokal, serta pemberian pengalaman edukatif kepada wisatawan. Konservasi alam, manfaat ekonomi yang adil, dan nilai-nilai etika menjadi landasan utama dalam penyelenggaraan ekowisata yang berkelanjutan. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan ekowisata sangat bergantung pada sejauh mana prinsip-prinsip tersebut diintegrasikan ke dalam setiap aspek perencanaan dan pelaksanaannya.

2.1.3. Peran Ekowisata dalam Konservasi dan Pemberdayaan Masyarakat

Ekowisata tidak hanya bertujuan konservasi alam tetapi juga pemberdayaan sosial budaya dan ekonomi masyarakat lokal. Melalui ekowisata, masyarakat dapat memperoleh pendapatan berkelanjutan sekaligus menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal.

Menurut Ceballos-Lascuráin, (1996), ekowisata mendorong pelestarian sumber daya alam dengan cara meningkatkan nilai ekonomi kawasan konservasi. Dengan adanya pengunjung yang tertarik pada keaslian alam, masyarakat dan pengelola kawasan akan terdorong untuk menjaga kelestariannya.

Fennell, (2007) menegaskan bahwa ekowisata berfungsi sebagai sarana pendidikan lingkungan. Wisatawan yang mendapat pengetahuan dan kesadaran

ekologis akan menjadi bagian dari upaya konservasi secara tidak langsung, misalnya dengan menyebarkan nilai-nilai pelestarian setelah kunjungan.

Menurut Sarhan et al., (2016), ekowisata yang dikelola dengan baik mampu memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat lokal, melalui lapangan kerja, usaha kecil, dan pengelolaan homestay atau jasa wisata. Scheyvens, (2015) menyatakan bahwa ekowisata dapat meningkatkan kepercayaan diri, partisipasi, dan kontrol masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya mereka sendiri. Keterlibatan ini tidak hanya memberikan penghasilan, tetapi juga mendorong kemandirian dan pelestarian budaya lokal.

Dengan demikian, ekowisata memiliki peran strategis dalam mewujudkan keseimbangan antara pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Tidak hanya berfungsi sebagai alat konservasi alam, ekowisata juga menjadi sarana untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, memperkuat nilai budaya, serta membangun kesadaran lingkungan baik di kalangan wisatawan maupun masyarakat setempat. Melalui keterlibatan aktif masyarakat dalam pengelolaan wisata berbasis alam, ekowisata mendorong kemandirian, rasa memiliki, dan tanggung jawab bersama terhadap kelestarian lingkungan serta warisan budaya yang dimiliki.

2.1.4. Peran Ekowisata Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Ekowisata memiliki berbagai implikasi yang mencakup peningkatan penerimaan devisa, pertumbuhan pendapatan masyarakat, perluasan kesempatan kerja, pengembangan peluang usaha, serta kontribusi terhadap pembangunan secara umum, di samping dampak lainnya. Berdasarkan berbagai implikasi tersebut, ekowisata berpotensi memberikan pengaruh positif terhadap kondisi

lingkungan sekitar, sekaligus mendorong terciptanya peluang ekonomi melalui pengembangan usaha dan penyerapan tenaga kerja. Peluang usaha dan kesempatan kerja di sektor ekowisata dapat dibagi menjadi dua kategori utama: pelaku langsung dan pelaku tidak langsung. Pelaku langsung mencakup pihak-pihak yang memberikan layanan secara langsung kepada wisatawan atau menyediakan jasa yang langsung digunakan oleh pengunjung, misalnya hotel, penginapan (losmen), restoran, biro perjalanan, dan pusat informasi wisata serta penyedia layanan rekreasi. Sementara itu, pelaku tidak langsung mencakup sektor usaha yang bergerak dalam penyediaan barang maupun jasa yang tidak berhubungan secara langsung dengan wisatawan, namun tetap berkontribusi dalam mendukung aktivitas pariwisata, seperti usaha roti, penerbitan, peternakan, dan pertanian.

Dalam konteks pembangunan ekonomi, kondisi perekonomian masyarakat yang baik sering dijadikan indikator untuk menilai kinerja suatu wilayah. Hasil penelitian Darmayanti et al., (2018) menunjukkan bahwa inisiatif pemerintah desa dalam mengembangkan potensi ekowisata melalui strategi peningkatan kapasitas seluruh pemangku kepentingan—meliputi pemerintah desa, masyarakat lokal, serta organisasi setempat—mampu memberikan dampak positif. Dampak tersebut antara lain berupa peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, yang tercermin dari meningkatnya tingkat pendapatan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa ekowisata memiliki peran yang signifikan sebagai salah satu instrumen dalam mendorong peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

2.1.5. Model Pengembangan Ekowisata

Pengembangan ekowisata yang sukses mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial budaya, ekonomi, dan pendidikan. Model pengembangan ini menekankan pentingnya partisipasi masyarakat, pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, serta edukasi bagi wisatawan dan masyarakat setempat.

2.1.6. Tantangan dan Peluang Ekowisata

Ekowisata sebagai salah satu bentuk pariwisata berkelanjutan memiliki peran

besar dalam menjaga keseimbangan antara pelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat lokal. Namun, dalam penerapannya, terdapat sejumlah tantangan dan peluang yang diidentifikasi oleh para ahli. Menurut Fennell, (2007), salah satu tantangan utama dalam ekowisata adalah meningkatnya jumlah wisatawan yang tidak dibarengi dengan pengelolaan yang tepat, sehingga dapat menyebabkan degradasi lingkungan, polusi, dan kerusakan habitat. Scheyvens, (2015) menyoroti keterbatasan sumber daya manusia dan kelembagaan lokal dalam mengelola ekowisata secara profesional. Banyak komunitas lokal yang belum memiliki pelatihan, pendanaan, atau akses informasi yang memadai. Menurut

Weaver, (2001) meningkatnya minat pasar terhadap ekowisata sering kali diikuti oleh komersialisasi berlebihan, yang dapat merusak nilai-nilai budaya lokal dan menjauhkan masyarakat dari peran aslinya sebagai penjaga lingkungan. Popovic et al., (2011) mencatat bahwa banyak proyek ekowisata yang bergantung pada bantuan luar (pemerintah, LSM, donor), sehingga keberlanjutannya lemah jika tidak dibarengi dengan kemandirian masyarakat.

Selanjutnya adalah peluang yang timbul dari ekowisata Menurut Sarhan et al., (2016), ekowisata membuka peluang ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja, usaha kecil (seperti homestay, kerajinan tangan), dan partisipasi

masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata. Ceballos-Lascuráin, (1996) menyatakan bahwa ekowisata dapat menjadi alat konservasi efektif karena menghadirkan nilai ekonomi pada kawasan alami, sehingga masyarakat terdorong untuk menjaga kelestariannya. Fennell (2008) juga menekankan bahwa ekowisata dapat menjadi sarana pendidikan yang mendorong wisatawan dan masyarakat menjadi lebih peduli terhadap isu-isu lingkungan, konservasi, dan perubahan iklim.

Weaver, (2001) menunjukkan bahwa permintaan terhadap wisata berbasis alam dan pengalaman autentik terus meningkat, membuka peluang bagi pengembangan ekowisata di banyak wilayah, terutama di negara berkembang.

Berdasarkan berbagai pandangan para ahli, dapat disimpulkan bahwa pengembangan ekowisata menghadirkan dua sisi yang saling berkaitan, yaitu tantangan dan peluang. Tantangan seperti degradasi lingkungan, keterbatasan kapasitas pengelolaan, serta risiko komersialisasi harus dihadapi dengan pendekatan yang hati-hati dan berkelanjutan. Namun, di sisi lain, ekowisata juga menawarkan peluang besar dalam mendukung pelestarian alam, pemberdayaan masyarakat lokal, serta peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan wisatawan.

2.1.7. Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Untuk Berkunjung Pada Ekowisata Bukit Lawang

Ekowisata Bukit Lawang termasuk salah satu destinasi prioritas di Sumatera Utara yang menonjolkan keindahan alam serta karakter khas ekosistem hutan hujan tropis. Berfungsi sebagai gerbang menuju Taman Nasional Gunung Leuser, kawasan ini memiliki potensi besar untuk menarik wisatawan baik domestik maupun internasional. Namun, tingkat kunjungan tidak semata-mata ditentukan

oleh aspek keindahan alam; berbagai motif dan faktor pendorong perjalanan wisata turut memengaruhi keputusan pengunjung. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi pilihan wisatawan untuk datang ke Ekowisata Bukit Lawang menjadi penting guna merancang pengelolaan pariwisata yang efektif dan berkelanjutan.

Menurut Yoon & Uysal, (2005), motivasi wisatawan dapat dibedakan menjadi dua kelompok utama: faktor pendorong (push factors) dan faktor penarik (pull factors). Keduanya berkontribusi signifikan terhadap keputusan untuk memilih suatu destinasi dan ikut serta dalam kegiatan pariwisata. Faktor pendorong berkaitan dengan motivasi internal individu—dorongan dari dalam diri seperti kebutuhan, keinginan, atau kepentingan pribadi yang mendorong seseorang melakukan perjalanan. Sebaliknya, faktor penarik bersifat eksternal, yakni elemen-elemen di luar individu (mis. atraksi destinasi, fasilitas, unsur budaya, atau kondisi lingkungan) yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung.

Apabila faktor pendorong dan faktor penarik mampu dipadukan secara optimal, maka suatu destinasi wisata berpotensi menjadi lebih dikenal serta memiliki tingkat kunjungan yang tinggi. Oleh sebab itu, pengelola destinasi wisata perlu memperhatikan berbagai aspek penting, seperti kualitas pelayanan, daya tarik destinasi, kelengkapan fasilitas, serta faktor pendukung lainnya untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan rasa puas bagi wisatawan selama melakukan kunjungan. Tingkat kepuasan tersebut selanjutnya dapat mendorong wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang serta merekomendasikan destinasi yang sama kepada wisatawan

lainnya (Akbar, 2020). Dengan memahami kombinasi antara faktor pendorong dan faktor penarik wisatawan, pengelola Ekowisata Bukit Lawang dapat merancang strategi yang lebih tepat sasaran dalam menarik minat pengunjung. Pelayanan yang optimal, pengelolaan destinasi yang menarik, serta penyediaan fasilitas yang memadai menjadi aspek penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan. Kepuasan wisatawan tidak hanya mendorong kunjungan ulang, tetapi juga meningkatkan promosi dari mulut ke mulut, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap perkembangan pariwisata berkelanjutan di Bukit Lawang.

2.1.8. Strategi Peningkatan Jumlah Wisatawan

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi, pelestarian budaya, dan kesejahteraan masyarakat. Namun, untuk menjaga daya saing destinasi wisata, diperlukan strategi yang tepat dalam menarik dan mempertahankan jumlah kunjungan wisatawan. Para ahli telah mengemukakan berbagai pendekatan yang dapat digunakan dalam mengembangkan destinasi wisata, mulai dari peningkatan daya tarik wisata, pelayanan, pemasaran digital, hingga kolaborasi antar pemangku kepentingan. Pemahaman terhadap strategi-strategi ini penting bagi pengelola destinasi, termasuk kawasan ekowisata seperti Bukit Lawang, agar dapat mengoptimalkan potensi yang dimiliki secara berkelanjutan.

Strategi peningkatan jumlah wisatawan telah menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata di berbagai destinasi, termasuk kawasan ekowisata seperti Bukit Lawang. Menurut Cooper et al., (2008), pengembangan daya tarik wisata yang unik, autentik, dan relevan dengan karakter lokal menjadi salah satu

faktor utama yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, Alan et al., (2018) menekankan pentingnya peningkatan kualitas pelayanan kepada wisatawan karena pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif, mendorong kunjungan ulang, serta meningkatkan loyalitas wisatawan. Di era digital, strategi pemasaran destinasi melalui media sosial dan platform digital lainnya juga sangat berpengaruh. Kotler et al., (2017) menyatakan bahwa pemasaran digital mampu membentuk citra destinasi secara luas dan cepat, menjangkau wisatawan potensial dari berbagai negara. Selain itu, Goeldner & Ritchie, (2011) menambahkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, pelaku usaha, dan akademisi menjadi kunci penting dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, strategi lainnya akan sulit berjalan dengan optimal. Oleh karena itu, seperti yang dikemukakan oleh Inskeep, (1991) peningkatan aksesibilitas dan fasilitas pendukung seperti transportasi, jalan, dan akomodasi juga harus menjadi prioritas dalam upaya menarik lebih banyak wisatawan. Dengan menerapkan strategi-strategi tersebut secara terpadu, diharapkan destinasi wisata seperti Bukit Lawang dapat terus berkembang dan diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Dengan merujuk pada pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa peningkatan jumlah wisatawan tidak hanya bergantung pada keindahan alam atau keunikan budaya, tetapi juga pada bagaimana destinasi tersebut dikelola secara profesional dan inovatif. Strategi yang mencakup pengembangan daya tarik wisata, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi digital, serta sinergi antara pemangku kepentingan merupakan kunci utama dalam menciptakan

pengalaman wisata yang berkesan. Oleh karena itu, implementasi strategi ini secara terencana dan berkelanjutan akan berdampak positif terhadap pertumbuhan sektor pariwisata, khususnya di destinasi-destinasi unggulan seperti Bukit Lawang.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Shinta & Siti, (2023) dengan judul "Faktor-Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan untuk Berkunjung ke Bukit Lawang Sumatera Utara" menerapkan pendekatan analisis deskriptif. Temuan studi tersebut mengungkapkan bahwa motivasi kunjungan ke Bukit Lawang dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: keinginan mencari petualangan dan pengalaman baru, kebutuhan untuk melepaskan diri dari rutinitas, upaya memperoleh relaksasi, kecenderungan mendekatkan diri dengan alam, tujuan menjaga kebugaran, keinginan menikmati waktu bersama keluarga atau teman, minat untuk mengamati satwa langka, serta motivasi berrekreasi dan mencari hiburan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sembiring et al., (2025) berjudul "Strategi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Ekowisata Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat" menggunakan kerangka analisis SWOT. Temuan studi mengindikasikan bahwa Bukit Lawang memiliki peluang signifikan menjadi destinasi ekowisata unggulan, didukung oleh keindahan alam dan keberadaan orangutan sebagai atraksi utama. Meski demikian, pengembangan kawasan masih terkendala oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan aksesibilitas, pemanfaatan promosi digital yang belum maksimal, kurangnya pelatihan bagi pemandu wisata, serta kurangnya transparansi dalam pengelolaan retribusi. Untuk

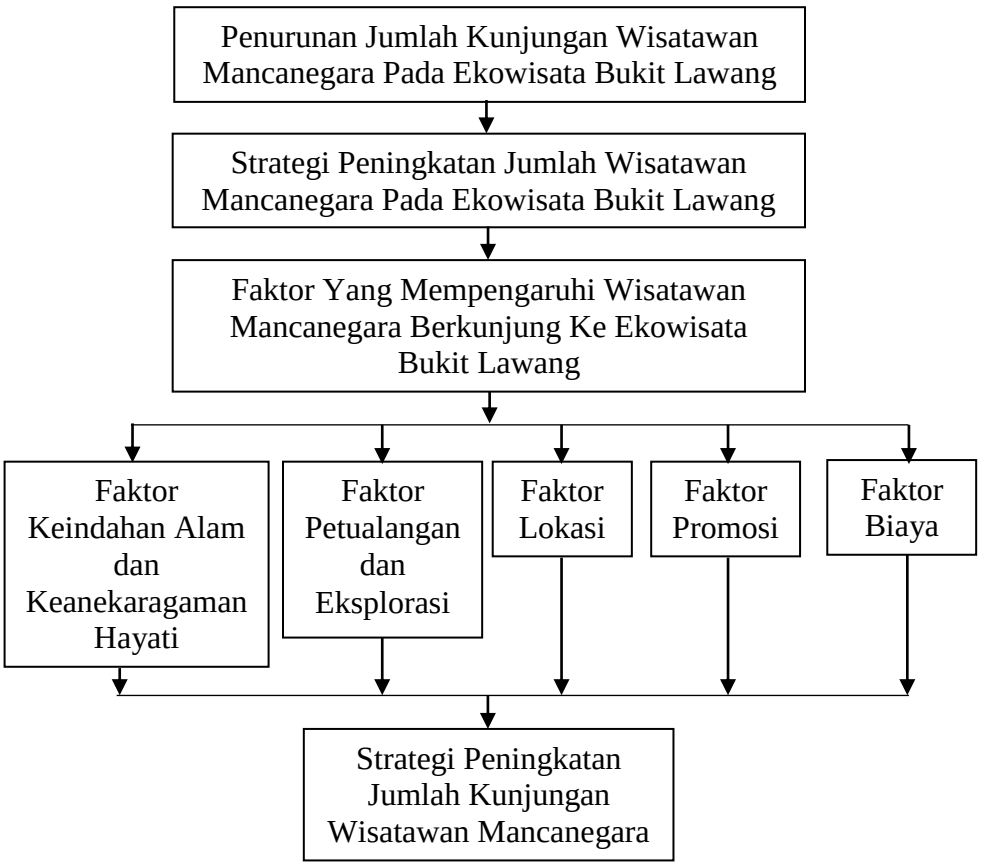
mengatasi hambatan tersebut, peneliti merekomendasikan strategi yang meliputi perbaikan infrastruktur, penguatan promosi melalui kanal digital, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penerapan praktik pengelolaan lingkungan yang berkelanjutan, dan peningkatan keterbukaan dalam pengelolaan dana pariwisata.

Penelitian yang dilakukan Vani et al., (2020) dalam penelitian berjudul " Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru". Penelitian ini menunjukkan bahwa jika sektor pariwisata dikelola secara baik, ia mampu mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui kunjungan wisatawan ke Indonesia yang memanfaatkan jasa transportasi, layanan akomodasi, pembelian tiket, oleh-oleh, serta fasilitas restoran dan hotel. Selain itu, kebijakan pengembangan sumber daya manusia di bidang pariwisata yang diarahkan oleh kalangan akademisi bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan profesionalisme tenaga kerja melalui pendekatan berbasis kompetensi.

Penelitian yang dilakukan oleh Yusri et al., (2023) dengan judul "Pelatihan Strategi Menarik Minat Wisatawan melalui Atribut dan Akses Jalan yang Indah Dipandang di Bukit Lawang" menunjukkan bahwa pemasangan atribut wisata berperan penting dalam mempermudah wisatawan menemukan lokasi destinasi serta memperoleh informasi mengenai keunggulan kawasan wisata dan transparansi harga pada berbagai fasilitas, seperti wahana, suvenir, dan kuliner. Kondisi tersebut memberikan kemudahan bagi wisatawan dalam menentukan pilihan sesuai preferensi dan kemampuan ekonomi, sekaligus mengurangi kekhawatiran terhadap perbedaan perlakuan maupun ketidaksesuaian harga antarwisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Claudia, (2018) berjudul "Motivasi Wisatawan Mancanegara dalam Kegiatan Trekking di Bukit Lawang" menunjukkan bahwa motivasi kunjungan wisatawan lebih dipengaruhi oleh faktor penarik destinasi dibandingkan faktor pendorong dari dalam diri wisatawan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa tingkat kepuasan wisatawan terhadap kondisi objek wisata, ketersediaan suvenir, aktivitas wisata, pelayanan, dan aksesibilitas masih belum memenuhi harapan. Kondisi ini berpotensi memberikan dampak negatif terhadap perkembangan pariwisata Bukit Lawang. Oleh karena itu, diperlukan perbaikan pada berbagai aspek serta kerja sama antara masyarakat lokal, pemerintah daerah, dan para pemangku kepentingan guna meningkatkan kepuasan dan kunjungan ulang wisatawan.

2.3. Kerangka Berpikir



Gambar 2. Kerangka Berpikir

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kuantitatif dan kualitatif (mix-method). Kuantitatif digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan wisatawan. Kualitatif digunakan untuk merumuskan strategi peningkatan berdasarkan hasil kuantitatif dan wawancara dengan pihak terkait.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Tempat Ekowisata di Bukit Lawang pada Jalan Bukit Lawang, Bohorok, Langkat, Sumatera Utara, 20852. Alasan memilih lokasi Bukit Lawang dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu destinasi ekowisata yang paling terkenal di Indonesia dan memiliki keunikan berupa habitat alami orangutan Sumatera yang dilindungi. Kawasan ini menjadi pusat konservasi dan wisata alam menarik minat wisatawan mancanegara, sehingga dapat menjadi studi kasus yang relevan untuk mengkaji strategi peningkatan kunjungan wisatawan asing pada ekowisata. Teknik penentuan lokasi penelitian menggunakan Purposive Sampling.

3.2.2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai dari Agustus 2025 – Selesai.

3.3. Metode Penentuan Sampel Penelitian

3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Populasi utama: Wisatawan mancanegara yang sedang berkunjung ke kawasan Ekowisata Bukit Lawang.

3.3.2. Sampel

Sampel diambil dari populasi dengan pendekatan berikut:

1. Sampel Wisatawan

Teknik pengambilan: Accidental Sampling, yaitu wisatawan mancanegara yang secara kebetulan berada di lokasi saat penelitian dilakukan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

3.4.1. Wawancara

Menurut Sudijono (2014), Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui dialog lisan langsung antara peneliti dan responden sesuai dengan tujuan penelitian. Metode ini memiliki beberapa kelebihan, antara lain memungkinkan terjadinya interaksi tatap muka, memberikan akses ke informasi yang lebih mendalam, dan membuka ruang bagi responden untuk mengungkapkan pendapat serta pengalaman secara lebih luas. Selain itu, bila ada pertanyaan yang belum dipahami, peneliti dapat memberikan penjelasan sehingga data yang terkumpul menjadi lebih jelas dan bermakna.

3.4.2. Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelaah berbagai dokumen dan catatan yang relevan guna mendukung penelitian. Proses ini dilakukan dengan mempelajari, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber literatur, seperti buku, makalah, serta jurnal ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.4.3. Observasi

Menurut Sugiyono, (2017) observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek yang diteliti, baik melalui interaksi maupun tanpa interaksi.

3.4.4. Kuisioner

Adalah sumber data yang secara langsung tersedia bagi peneliti (Sugiyono, 2013). Peneliti memperoleh data dari hasil penyebaran kuesioner (angket). Yaitu metode mengumpulkan data dari responden melalui serangkaian pernyataan tertulis, disebarkan kepada seluruh responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan kuesioner dari pernyataan yang dirangkai dari setiap indikator pada variabel yang akan diteliti. Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert.

3.5. Metode Analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. ***Partial Least Square – Structural Equation Model*** **(PLS-SEM)**

Analisis data dalam penelitian ini diterapkan menggunakan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Metode ini adalah teknik statistik yang berfokus pada variabel laten dan digunakan untuk menguji keterkaitan antarvariabel melalui analisis jalur. Metode ini termasuk generasi kedua dalam analisis multivariat (Ulum et al., 2014). Penggunaan PLS-SEM dipilih karena memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi, mampu mengolah data yang tidak berdistribusi normal, serta dapat digunakan pada ukuran sampel yang relatif kecil. Oleh sebab itu, metode ini dinilai sesuai

dengan penelitian yang menggunakan teknik *Accidental Sampling*, dimana jumlah responden tidak dapat ditentukan secara pasti.

PLS-SEM adalah pendekatan SEM yang didasarkan pada varian dan memungkinkan pengujian model pengukuran (outer model) serta model struktural (inner model) secara bersamaan. Metode ini bertujuan memprediksi hubungan antar konstruk dan sekaligus mengestimasi variabel laten melalui indikator-indikator yang dipakai. Dalam PLS, model struktural menggambarkan keterkaitan antar variabel laten, sedangkan model pengukuran menjelaskan keterkaitan antara indikator dengan konstruknya.

PLS dipandang sebagai teknik analisis yang tangguh karena minim persyaratan asumsi statistik dan mampu menangani data dengan berbagai tingkat pengukuran, mulai dari kategori dan ordinal hingga interval serta rasio. Prosedur SEM-PLS dijalankan dalam dua tahap utama: pertama, penilaian model pengukuran yang meliputi pengujian reliabilitas, validitas konstruk, dan validitas diskriminan; kedua, penilaian model struktural yang melibatkan koefisien determinasi (R-square), ukuran efek (F-square), serta pengujian hipotesis untuk efek langsung, tidak langsung, dan total (Juliandi, 2018). Dalam pendekatan Partial Least Square (PLS), langkah-langkah analisis yang diterapkan adalah sebagai berikut:

A. Analisis Model Pengukuran *(Outer Model)*

Analisis model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran yang digunakan memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Pada tahap ini, analisis difokuskan pada hubungan antara variabel laten dengan indikator-indikator penyusunnya. Menurut Juliandi,

(2018), evaluasi model pengukuran (*measurement model analysis*) mencakup dua jenis pengujian utama, yaitu *construct reliability and validity* serta *discriminant validity*.

B. *Construct Reliability and Validity*

Validitas dan reliabilitas konstruk merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai tingkat keandalan suatu konstruk dalam penelitian. Suatu konstruk dinilai memiliki tingkat reliabilitas yang baik apabila mampu menghasilkan skor yang konsisten dan stabil. Menurut Juliandi, (2018), kriteria pengukuran reliabilitas dan validitas konstruk dapat dilihat melalui nilai *composite reliability*, dimana nilai yang memenuhi syarat adalah lebih besar dari 0,6.

C. *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan adalah pengujian yang bertujuan memastikan bahwa setiap konstruk berbeda secara jelas dari konstruk lain sehingga menunjukkan sifat yang khas. Menurut Juliandi (2018), salah satu ukuran yang paling dianjurkan untuk menilai validitas diskriminan adalah rasio Heterotrait–Monotrait (HTMT). Konstruk dianggap memiliki validitas diskriminan yang memadai jika nilai HTMT kurang dari 0,90.

D. Analisis Model Struktural *(Inner Model)*

Analisis model struktural (inner model), yang juga disebut inner relation, structural model, atau substantive theory, berfungsi untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten berdasarkan landasan teori. Menurut Juliandi (2018), penilaian terhadap model struktural dilakukan dengan tiga jenis pengujian utama: koefisien determinasi (R-square), ukuran

efek (F-square), dan uji hipotesis yang mencakup pengaruh langsung (direct effect), pengaruh tidak langsung (indirect effect), serta pengaruh total (total effect).

E. *R – Square*

R-Square merupakan ukuran yang digunakan untuk menunjukkan besarnya proporsi variasi pada variabel endogen yang mampu dijelaskan oleh variabel eksogen dalam suatu model penelitian. Nilai ini digunakan untuk menilai kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel, sehingga dapat menggambarkan kualitas model yang digunakan. Menurut Juliandi, (2018), kriteria penilaian R-Square dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu nilai adjusted R-square sebesar 0,75 menunjukkan model yang kuat (substantial), nilai 0,50 menunjukkan model sedang (moderate), dan nilai 0,25 menunjukkan model yang lemah.

F. *F – Square*

F-Square atau *effect size* merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh relatif variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam suatu model penelitian. Pengukuran ini menggambarkan perubahan nilai yang terjadi apabila suatu variabel eksogen dihilangkan dari model, sehingga dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa besar kontribusi variabel tersebut terhadap konstruk endogen (Juliandi, 2018). Menurut Juliandi, (2018), kriteria penilaian *F-Square* terdiri atas tiga kategori, yaitu nilai 0,02 menunjukkan pengaruh kecil, nilai 0,15 menunjukkan pengaruh sedang atau moderat, dan nilai 0,35 menunjukkan pengaruh besar variabel eksogen terhadap variabel endogen.

G. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis terdiri dari tiga jenis analisis utama: efek langsung (direct effect), efek tidak langsung (indirect effect), dan efek total (total effect).

H. *Direct Effects* (Pengaruh Langsung)

Analisis efek langsung bertujuan menguji hipotesis tentang pengaruh variabel eksogen terhadap variabel endogen secara langsung (Juliandi, 2018). Pengujian ini dilihat dari nilai koefisien jalur (path coefficient) dan tingkat signifikansinya (p-value). Koefisien jalur positif mengindikasikan hubungan searah, yakni kenaikan pada satu variabel diikuti oleh kenaikan pada variabel lain. Sebaliknya, koefisien jalur negatif menunjukkan hubungan berlawanan arah, sehingga kenaikan pada satu variabel terkait dengan penurunan pada variabel lain.

Selain itu, tingkat signifikansi hubungan antarvariabel ditentukan berdasarkan nilai *P-Value*, dimana nilai kurang dari 0,05 menunjukkan pengaruh yang signifikan, sedangkan nilai lebih dari 0,05 menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan (Juliandi, 2018).

I. *Indirect Effects* (Pengaruh Tidak Langsung)

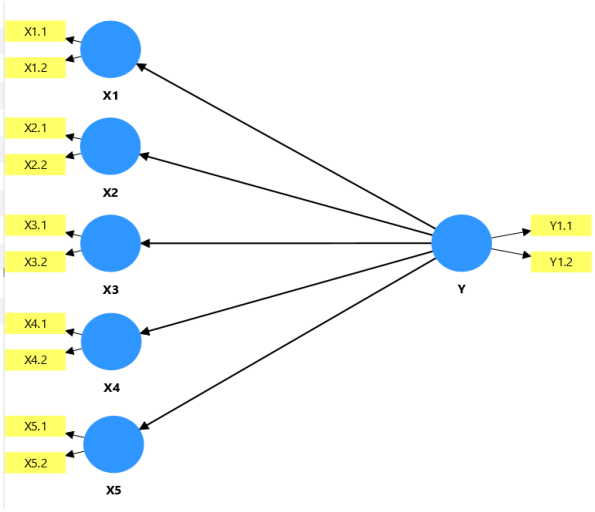
Analisis efek tidak langsung bertujuan menguji apakah variabel eksogen mempengaruhi variabel endogen melalui peran variabel intervening atau mediator (Juliandi, 2018). Uji ini menilai sejauh mana mediator dapat menjadi perantara hubungan antara variabel independen dan dependen.

Penentuan signifikansi efek tidak langsung didasarkan pada nilai p-value. Jika p-value < 0,05, efek tidak langsung dianggap signifikan, yang

mengindikasikan bahwa mediator berhasil memediasi hubungan antara variabel eksogen dan endogen. Sebaliknya, bila p-value > 0,05, efek tersebut dianggap tidak signifikan, sehingga mediator tidak berperan dan hubungan antarvariabel cenderung bersifat langsung (Juliandi, 2018).

J. *Total Effects* (Total Efek)

Total effect merupakan total dari *direct effect* (pengaruh langsung) dan *indirect effect* (pengaruh tidak langsung) (Juliandi, 2018).



Gambar 3. Model SEM-PLS

Tabel 3. Definisi Model

Variabel	Indikator
Kujungan Wisatawan Mancanegara (Y)	1. Keinginan 2. Pendapatan
Faktor Keindahan Alam dan Keanekaragaman Hayati (X1)	1. Sungai 2. Keasrian Hutan
Faktor Petualangan dan Eksplorasi (X2)	1. Jalur trekking 2. Pemandu Wisata
Faktor Lokasi (X3)	1. Akses Lokasi 2. Jarak Lokasi
Faktor Promosi (X4)	1. Promosi Digital 2. Kerjasama Agen Pariwisata
Faktor Biaya (X5)	1. Biaya Transport 2. Harga Tiket Masuk

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi peningkatan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) pada kawasan ekowisata Bukit Lawang. Oleh karena itu, pemilihan variabel penelitian didasarkan pada teori pariwisata berkelanjutan serta hasil penelitian terdahulu yang menekankan bahwa keputusan berkunjung wisatawan mancanegara ke destinasi ekowisata dipengaruhi oleh kualitas daya tarik alam, pengalaman wisata, kemudahan akses, promosi, dan biaya perjalanan.

Variabel Dependen:

1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)

   Kunjungan wisatawan mancanegara dipilih sebagai variabel dependen karena menjadi indikator utama keberhasilan strategi pengembangan destinasi ekowisata. Tingkat kunjungan wisatawan mencerminkan daya saing dan daya tarik suatu destinasi. Indikator keinginan berkunjung digunakan untuk mengukur minat dan niat wisatawan dalam memilih Bukit Lawang, sedangkan indikator pendapatan merepresentasikan kemampuan ekonomi wisatawan yang memengaruhi keputusan perjalanan wisata.

Variabel Independen :

1. Faktor Keindahan Alam dan Keanekaragaman Hayati (X1)

   Keindahan alam merupakan elemen utama ekowisata. Ekowisata sangat bergantung pada kelestarian lingkungan dan keaslian alam. Indikator sungai dan keasrian hutan dipilih karena Sungai Bahorok dan hutan hujan tropis Gunung Leuser menjadi daya tarik utama Bukit Lawang bagi wisatawan mancanegara yang memiliki kepedulian tinggi terhadap konservasi alam .

2. Faktor Petualangan dan Eksplorasi (X2)

   Wisatawan mancanegara umumnya mencari pengalaman wisata yang bersifat petualangan dan eksploratif, aktivitas trekking dan interaksi langsung dengan alam meningkatkan daya tarik ekowisata. Oleh karena itu, indikator jalur trekking dan pemandu wisata digunakan untuk menilai kualitas pengalaman wisata yang ditawarkan, sekaligus sebagai strategi peningkatan kepuasan dan kunjungan ulang wisman .

3. Faktor Lokasi (X3)

   Aksesibilitas merupakan faktor penting dalam keputusan perjalanan wisata internasional. Kemudahan akses dan jarak tempuh berpengaruh terhadap pemilihan destinasi. Indikator akses lokasi dan jarak lokasi dipilih untuk menilai sejauh mana kondisi geografis Bukit Lawang mendukung peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara .

4. Faktor Promosi (X4)

   Promosi menjadi strategi kunci dalam meningkatkan jumlah wisman. Promosi digital dan kerja sama dengan agen pariwisata mampu meningkatkan visibilitas destinasi di pasar internasional. Oleh karena itu,

indikator promosi digital dan kerja sama agen pariwisata digunakan untuk menilai efektivitas strategi pemasaran ekowisata Bukit Lawang .

5. Faktor Biaya (X5)

Biaya perjalanan merupakan pertimbangan rasional wisatawan dalam memilih destinasi. Wisatawan cenderung memilih destinasi dengan biaya yang sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Indikator biaya transportasi dan harga tiket masuk digunakan untuk mengukur keterjangkauan biaya sebagai bagian dari strategi peningkatan daya saing Bukit Lawang .

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini relevan untuk menganalisis serta merumuskan strategi peningkatan jumlah wisatawan mancanegara pada ekowisata Bukit Lawang. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan rekomendasi strategis yang berorientasi pada peningkatan kunjungan wisman

secara berkelanjutan tanpa mengabaikan aspek konservasi dan pemberdayaan

masyarakat lokal.

6. SWOT *(Strength, Weakness, Opportunity, Threats)*

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)digunakan untuk merumuskan strategi dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada lokasi penelitian. Permasalahan dalam penelitian ini dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan pendekatan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

A. Analisis Internal dan Analisis Eksternal

Analisis internal bertujuan mengenali kekuatan yang bisa dimanfaatkan dan kelemahan yang perlu diantisipasi. Penilaian terhadap unsur-unsur internal tersebut dilakukan menggunakan matriks IFAS. Sebelum menyusun matriks IFAS, langkah awal adalah menentukan faktor-faktor strategis internal yang relevan dengan kondisi objek penelitian.

Tabel 4. Matrik *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)*

Faktor – Faktor Internal	**Bobot**	**Peringkat**	**Skor**
Kekuatan			
Kelemahan			
Total	1,0		

Selanjutnya, analisis eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan serta ancaman yang perlu diantisipasi dalam pengembangan strategi. Hasil dari analisis eksternal tersebut kemudian dievaluasi untuk menilai sejauh mana strategi yang diterapkan mampu merespons peluang dan menghadapi ancaman yang muncul.

Tabel 5. Matrik *Enternal Factor Analysis Summary (EFAS)*

Faktor – Faktor Eksternal	**Bobot**	**Peringkat**	**Skor**
Peluang			
Ancaman			
Total	1,0		

Sumber : Rangkuti (1997:24)

Pada proses pengisian matriks, kolom pertama memuat variabel-variabel yang berasal dari faktor strategi peningkatan jumlah wisatawan yang telah diidentifikasi sebelumnya, meliputi aspek kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

Selanjutnya, kolom kedua diisi dengan nilai bobot untuk setiap faktor peningkatan wisatawan berdasarkan skala Likert yang telah ditetapkan. Adapun pada kolom ketiga dilakukan pemberian nilai *rating* terhadap masing-masing

variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sesuai dengan kriteria yang digunakan.

1. Penilaian terhadap variabel kekuatan dan peluang dilakukan dengan menilai besarnya pengaruh positif terhadap perusahaan atau peningkatan jumlah wisatawan. Penilaian ini memakai skala: nilai 1 berarti pengaruh positif sangat kecil, nilai 2 berarti pengaruh positif kecil, nilai 3 berarti pengaruh positif besar, dan nilai 4 berarti pengaruh positif sangat besar. Kedua variabel tersebut diasumsikan memberikan pengaruh positif terhadap perusahaan, sehingga tingkat pengaruhnya dinilai sesuai skala di atas.
2. Sementara itu, penilaian terhadap variabel kelemahan dan ancaman didasarkan pada tingkat pengaruh negatif yang ditimbulkan terhadap peningkatan jumlah wisatawan. Dalam hal ini, nilai 1 menunjukkan pengaruh negatif sangat kecil, nilai 2 menunjukkan pengaruh negatif kecil, nilai 3 menunjukkan pengaruh negatif besar, dan nilai 4 menunjukkan pengaruh negatif sangat besar.

Bobot merupakan total nilai dari faktor-faktor strategi perusahaan, dinyatakan pada skala 0,0 (tidak penting) hingga 1,0 (paling penting). Perhitungan bobot dan peringkat dirumuskan sebagai berikut:

$$Bobot = \frac{penilain}{Total\,Penilaian} x\ 1$$

Rating adalah nilai yang ditetapkan untuk setiap faktor strategis perusahaan dengan rentang 1 (poor) sampai 4 (outstanding). Tujuan pemberian rating adalah menilai sejauh mana faktor strategis—baik yang

bersifat positif seperti kekuatan dan peluang, maupun negatif seperti kelemahan dan ancaman—memengaruhi peningkatan jumlah wisatawan.

Pada kolom keempat dihitung skor berbobot dengan mengalikan bobot di kolom kedua dengan rating di kolom ketiga. Semua skor berbobot tersebut kemudian dijumlahkan untuk memperoleh total skor pembobotan. Total ini digunakan untuk menilai seberapa efektif strategi yang diterapkan dalam menanggapi faktor-faktor strategis yang ada.

B. Analisis *Strenghts, Weakness, Opportunity, Threats (SWOT)*

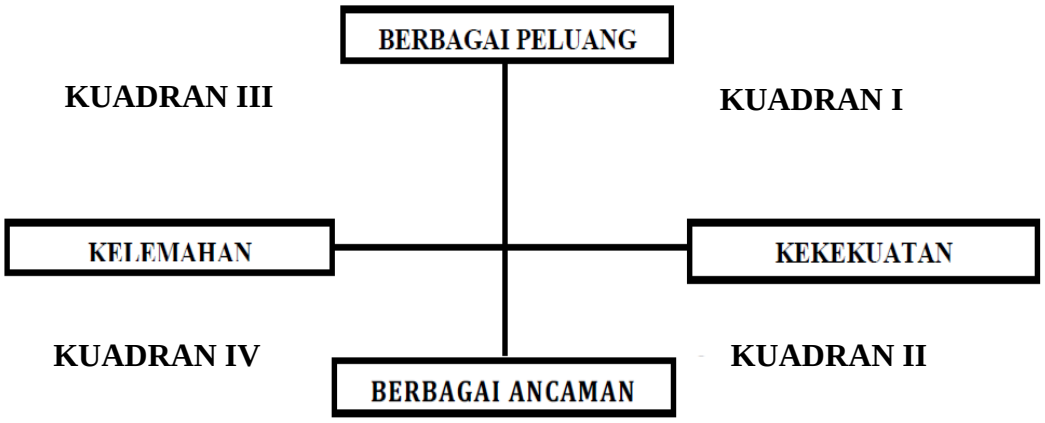
Pada tahap ini dilakukan proses analisis dan pengambilan keputusan dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Berdasarkan hasil analisis tersebut, dirumuskan berbagai alternatif strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara. Kombinasi faktor dalam matriks SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi pengembangan, strategi yang disusun meliputi Strengths–Opportunities (SO), Strengths–Threats (ST), Weaknesses–Opportunities (WO), dan Weaknesses–Threats (WT). Strategi SO berupaya mengoptimalkan pemanfaatan kekuatan untuk menangkap peluang. Strategi ST memanfaatkan keunggulan organisasi untuk menghadapi ancaman. Strategi WO fokus pada memaksimalkan peluang sambil mengurangi kelemahan. Sedangkan strategi WT bersifat defensif, yakni mengurangi kelemahan dan sekaligus menghindari ancaman. Setelah strategi ditetapkan, langkah berikutnya adalah menyusun program atau rencana aksi sebagai pedoman pelaksanaan strategi tersebut.

Tabel 6. Matriks Analisis SWOT

IFAS / **EFAS**	***Strenghts (S)*** Tentukan 5-10 Faktor – Faktor Kekuatan Internal	***Weakness (W)*** Tentukan 5-10 Faktor – Faktor Kelemahan Internal
Opportunities (O) Tentukan Faktor Peluang Eksternal	**Strategi SO** Ciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan Untuk Memanfaatkan Peluang	**Strategi WO** Ciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Memanfaatkan Peluang
Threats (T) Tentukan Faktor Ancaaman Eksternal	**Strategi ST** Ciptakan Strategi Yang Menggunakan Kekuatan untuk Mengatasi Ancaman	**Strategi WT** Ciptakan Strategi Yang Meminimalkan Kelemahan Untuk Menghindari Ancaman

Sumber : Rangkuti (1997:31)

Langkah berikutnya adalah menyajikan hasil analisis data secara informal maupun formal. Penyajian informal disajikan dalam bentuk uraian naratif yang menjelaskan strategi yang diterapkan sehingga memberikan gambaran menyeluruh tentang permasalahan penelitian. Sedangkan penyajian formal memanfaatkan tabel, grafik, dan visualisasi lain untuk menggambarkan hasil analisis SWOT dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Bukit Lawang. Selain itu, diagram SWOT dipakai untuk memperjelas temuan penelitian sehingga strategi yang paling tepat dapat direkomendasikan kepada pihak terkait



Gambar 4. Diagram Analisis SWOT

1. Kuadran I (postif, positif)

   Posisi ini menunjukkan bahwa organisasi berada dalam kondisi yang kuat serta memiliki peluang yang besar untuk berkembang. Oleh karena itu, strategi yang direkomendasikan adalah strategi agresif, yaitu strategi yang berorientasi pada ekspansi dan pertumbuhan secara optimal. Kondisi organisasi yang stabil dan kompetitif memungkinkan dilakukannya pengembangan secara berkelanjutan guna mencapai kemajuan yang maksimal.

2. Kuadran II (positif,negatif)

   Posisi ini menunjukkan bahwa organisasi memiliki kekuatan internal yang baik, namun dihadapkan pada berbagai tantangan yang cukup besar. Strategi yang direkomendasikan dalam kondisi ini adalah strategi diversifikasi, yaitu upaya pengembangan berbagai alternatif strategi guna menghadapi tantangan yang ada. Meskipun organisasi berada dalam kondisi yang relatif stabil, ketergantungan pada strategi sebelumnya diperkirakan dapat menghambat keberlanjutan perkembangan organisasi.

Oleh sebab itu, diperlukan inovasi dan variasi strategi agar organisasi mampu beradaptasi dan mempertahankan kinerjanya.

3. Kuadran III (negatif, positif)

   Posisi tersebut menggambarkan kondisi organisasi yang lemah dari sisi internal, tetapi menghadapi peluang eksternal yang cukup besar untuk berkembang. Dengan demikian, disarankan menerapkan strategi turn-around atau strategi perubahan. Pendekatan ini menuntut organisasi melakukan pembaruan strategi karena strategi sebelumnya dianggap kurang efektif dalam memanfaatkan peluang yang ada dan belum mampu meningkatkan kinerja organisasi secara optimal.

4. Kuadran IV (negatif, negatif)

   Posisi ini menunjukkan bahwa organisasi berada dalam kondisi internal yang lemah serta menghadapi tantangan eksternal yang cukup besar. Dalam situasi tersebut, strategi yang direkomendasikan adalah strategi defensif atau strategi bertahan. Strategi ini difokuskan pada upaya menjaga stabilitas organisasi melalui pengendalian kinerja internal agar kondisi organisasi tidak semakin menurun. Selain itu, organisasi tetap perlu melakukan pembenahan secara bertahap guna meningkatkan kemampuan dalam menghadapi berbagai tantangan yang ada.

   Penggunaan berbagai alat analisis tersebut diharapkan mampu membantu dalam menjawab dan menyelesaikan permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini.

3.6. Definisi Operasional

3.6.1. Keindahan Alam dan Keanekaragaman Hayati

Keindahan alam dan keanegaraman hayati merupakan aspek penting yang memberikan nilai utama bagi daya tarik ekowisata Bukit Lawang. Keindahan alam juga mencakup unsur estetika yang meliputi sungai, hutan, serta pemandangan alam. Sedangkan keanekaragaman hayati menggambarkan variasi spesies flora dan fauna yang ada pada lokasi ekowisata, termasuk satwa langka atau dilindungi yang menjadi daya tarik di kawasan ekowisata Bukit Lawang.

Indikator :

a. mandangan lanskap yang indah dan alami, pemandangan alam yang indah memberikan pengalaman estetika yang kuat bagi wisatawan sehingga meningkatkan kepuasan dan nilai destinasi
b. Kondisi habitat yang masih alami dan terjaga, kondisi habitat yang masih alami mengacu pada keaadan lingkungan pada kawasan ekowisata tidak mengalami gangguan berarti dari aktivitas sehari-hari manusia sehingga mempertahankan fungsi ekologinya, ini berarti flora, fauna, dan ekosistem di habitat ekowisata Bukit Lawang berada pada kondisi yang sehat, tanpa degradasi atau kerusakan yang signifikan.

3.6.2 Petualangan dan Eksplorasi

Petualangan dan eksplorasi merupakan aktivitas yang dilakukan pengunjung untuk menjelajahi lingkungan alam secara langsung yang biasanya melibatkan unsur fisik dan tantangan serta keterlibatan aktif dalam pengalaman

yang belum pernah dialami sebelumnya, seperti trekking, arung jeram, dan aktivitas outdoor lainnya.

Indikator :

a. Jenis Aktivitas Petualangan, seperti trekking, arung jeram, berkemah yang bisa dilakukan pengunjung pada kawasan ekowisata di Bukit Lawang.
b. Keterlibatan aktif dalam kegiatan, ini merujuk pada keinginan partisipasi pengunjung dalam kegiatan eksplorasi dan interaksi dengan lingkungan serta masyarakat lokal yang dipandu oleh pemandu wisata yang merupakan masyarakat lokal.

3.6.3 Faktor Lokasi

Lokasi sebagai semua unsur terkait letak geografis, kondisi alam, dan infrastruktur yang secara langsung memengaruhi kelayakan dan potensi suatu tempat objek wisata.

Indikator :

a. Aksesibilitas, yaitu kemudahan mencapai lokasi termasuk ketersediaan jalan, transportasi, dan jarak dari pusat kota
b. Sarana dan prasana pendukung, seperti lokasi penginapan, restoran, pusat informasi, dan fasilitas kesehatan yang berada pada ekowisata.

3.6.4 Faktor Promosi

Promosi merupakan upaya komunikasi dan penyapaian informasi mengenai destinasi ekowisata untuk menarik minat kunjungan wisatawan, promosi mencakup media yang digunakan untuk menginformasikan keberadaan dan

keunggulan seuatu lokasi ekowisata sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan jumlah pengunjung.

Indikator :

a. Iklan, penggunaan media seperti poster, media online, dan iklan lainnya untuk menarik perhatian calon wisatawan
b. Promosi penjualan, seperti pemberian diskkon, voucher, atau paket khusus untuk menarik pengunjung.

3.6.5 Faktor Biaya

Biaya merujuk pada seluruh pengeluaran yang harus ditanggung oleh wisatawan untuk menikmati objek wisata. Faktor ini sangat mempengaruhi tingkat kunjungan dan keputusan wisatawan untuk berpartisipasi dalam kegiatan ekowisata.

Indikator :

a. Biaya perjalanan, total pengeluaran yang dikeluarkan wisatawan untuk menuju dan kembali dari lokasi ekowisata, termasuk transportasi, bahan bakar.
b. Biaya akomodasi dan konsumsu, merupakan biaya yang harus dikeluarkan untuk penginapan, makan dan minum selama berada di lokasi ekowisata.

3.7. Batasan Operasional

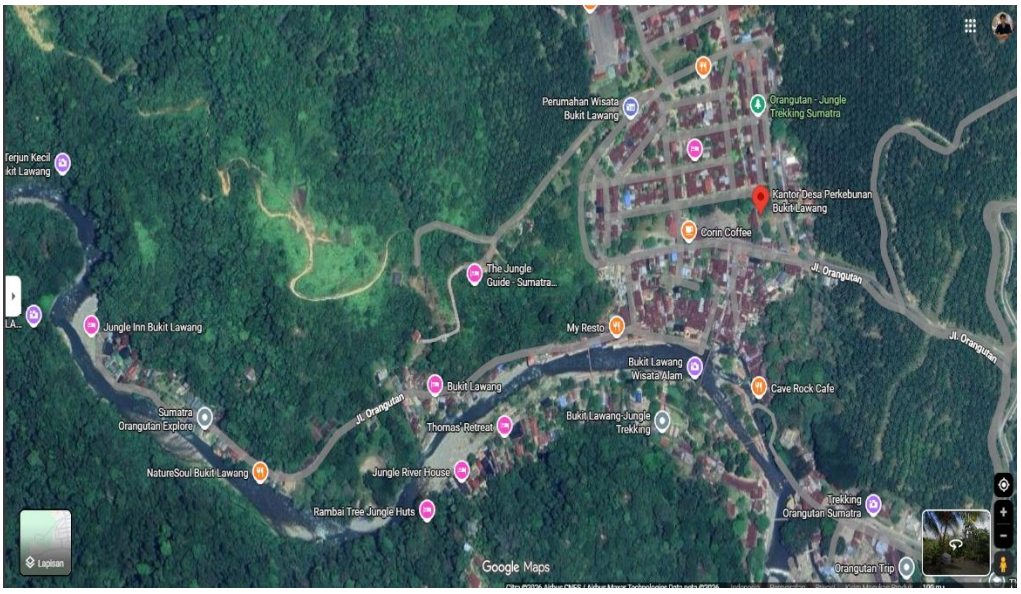
Batasan operasional adalah batasan – batasan yang diberikan pada suatu penelitian untuk memfokuskan dan memandu proses penelitian, sehingga hasil penelitian lebih akurat dan relevan dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2016). Batasan operasional sebagai berikut :

3. Lokasi Penelitian : Ekowisata Bukit Lawang.
4. Populasi Penelitian : Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Ekowisata Bukit Lawang.
5. Metode Pengumpulan Data : Data yang digunakan adalah kuisoner dan wawancara.
6. Waktu Penelitian : Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Lokasi Penelitian

Bukit Lawang merupakan sebuah destinasi ekowisata yang terletak di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara, Indonesia. Bukit Lawang dikenal sebagai kawasan konservasi orangutan Sumatera dan hutan hujan tropis yang kaya akan keanekaragaman hayati. Lokasinya berada di tepi Sungai Bohorok, yang menyediakan berbagai aktivitas ekowisata seperti trekking, pengamatan satwa liar, dan rafting. Bukit Lawang juga terkenal sebagai tujuan wisata yang menggabungkan pengalaman alam, edukasi lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat lokal dengan kegiatan seperti rehabilitasi orangutan dan interaksi budaya bersama penduduk sekitar.



Gambar 5. Denah Lokasi Penelitian

Secara ekologi, Bukit Lawang menjadi bagian dari Taman Nasional Gunung Leuser yang tercatat sebagai Warisan Dunia UNESCO, dengan luas sekitar 1.094.692 hektar, menjaga keanekaragaman hayati tropis. Kawasan ini memiliki

fungsi penting dalam konservasi flora dan fauna, khususnya orangutan yang menjadi daya tarik utama wisatawan. Sebagai ekowisata berbasis konservasi, Bukit Lawang tidak hanya menawarkan nilai keindahan alam tetapi juga peran penting masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pelestarian lingkungan sekitar untuk mendukung keberlanjutan wisata.

4.2. Keadaan Penduduk

Penduduk di kawasan ekowisata Bukit Lawang umumnya merupakan masyarakat lokal yang telah lama menetap dan menggantungkan hidupnya pada sumber daya alam serta aktivitas pariwisata. Secara administratif, Bukit Lawang berada di Kecamatan Bahorok, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. Komposisi penduduk didominasi oleh masyarakat etnis Melayu dan Batak, dengan sebagian kecil pendatang dari daerah lain yang menetap karena peluang ekonomi di sektor pariwisata. Jumlah penduduk relatif tidak terlalu padat, dengan pola permukiman yang menyebar mengikuti alur Sungai Bahorok dan akses jalan utama menuju kawasan wisata.

Kehidupan sosial masyarakat di Bukit Lawang ditandai dengan hubungan kekeluargaan yang erat dan nilai gotong royong yang masih kuat. Partisipasi masyarakat dalam pengelolaan ekowisata cukup tinggi, terutama dalam menjaga kelestarian lingkungan, kebersihan kawasan, serta kelangsungan habitat satwa liar, seperti orangutan Sumatera yang menjadi daya tarik utama wisata. Kesadaran masyarakat terhadap pentingnya konservasi alam semakin meningkat karena mereka menyadari bahwa kelestarian lingkungan memiliki keterkaitan langsung dengan keberlanjutan ekonomi dan kesejahteraan penduduk setempat.

4.3. Keadaan Sosial Ekonomi

Kawasan ekowisata Bukit Lawang merupakan salah satu destinasi wisata alam unggulan di Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara, yang dikenal luas sebagai pintu gerbang menuju Taman Nasional Gunung Leuser. Secara sosial ekonomi, masyarakat di sekitar Bukit Lawang sebagian besar menggantungkan hidupnya pada sektor pariwisata dan sumber daya alam. Perkembangan ekowisata telah mendorong perubahan struktur mata pencaharian penduduk yang sebelumnya didominasi oleh sektor pertanian dan perkebunan menjadi lebih beragam, terutama di bidang jasa wisata seperti pemandu wisata (guide), pengelola penginapan, pemilik usaha kuliner, transportasi lokal, serta penjualan suvenir.

Dari sisi sosial, interaksi antara masyarakat lokal dengan wisatawan domestik maupun mancanegara berlangsung cukup intens dan terbuka. Hal ini membentuk pola sosial masyarakat yang relatif adaptif terhadap budaya luar, khususnya dalam hal komunikasi, pelayanan, dan sikap terhadap keberagaman. Tingkat partisipasi masyarakat dalam kegiatan ekowisata cukup tinggi, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga menumbuhkan rasa memiliki dan kesadaran kolektif akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan sebagai daya tarik utama wisata.

Secara ekonomi, keberadaan ekowisata Bukit Lawang memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Meskipun pendapatan masyarakat bersifat fluktuatif dan sangat dipengaruhi oleh jumlah kunjungan wisatawan, sektor pariwisata tetap menjadi sumber penghasilan utama bagi sebagian besar rumah tangga. Selain itu, munculnya usaha mikro dan

kecil di sekitar kawasan wisata turut memperkuat perekonomian lokal dan membuka lapangan kerja, terutama bagi generasi muda.

4.4. Karakteristik Responden

Penelitian dilakukan selama periode September - Oktober 2025.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 25 orang yang mengisi kuisoner untuk memperoleh Gambaran populasi dalam penelitian.

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

   Responden dalam penelitian ini berjenis kelamin Laki-laki dan Perempuan (100%)

   Tabel 7. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamim	Jumlah	Persentase(%)
Laki - Laki	13	52
Perempuan	12	48
Jumlah	25	100

   Sumber : *Data Diolah, (2025)*

2. Berdasarkan Usia

   Penelitian ini melibatkan wisatawan mancanegara dari berbagai kelompok usia yang dapat dilihat pada tabel :

   Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Rentang Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
24-33	6	24
34-43	15	56
50-63	4	20
Jumlah	**25**	**100**

   Sumber : *Data Diolah, (2025)*

   Berdasarkan karakteristik usia responden, sebagian besar pengunjung mancanegara di kawasan ekowisata Bukit Lawang berada pada kelompok usia 24-33 tahun dan 33-43 tahun. Dominasi kelompok usia tersebut menunjukkan bahwa Bukit Lawang menjadi destinasi yang menarik bagi wisman dengan usia kunjungan yang beragam.

3. Berdasarkan Asal Negara

Penelitian ini melibatkan wisatawan mancanegara dari beberapa negara yang dapat dilihat pada tabel :

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Negara

Asal Negara	Jumlah (Orang)	Persentase(%)
Belanda	22	88
Italia	2	8
Australia	1	4
Jumlah	**25**	**100**

Sumber : *Data Diolah, (2025)*

Berdasarkan asal negara, mayoritas pengunjung mancanegara pada penelitian ini berasal dari negara Belanda yaitu 22 orang (88%).

4.5. Uji Instrumen Penelitian

4.5.1 Pengujian Validitas berdasarkan *Outer Loading*

Validitas konvergen termasuk bagian dari measurement model (outer model) dalam SEM-PLS. Untuk konstruk reflektif, ada dua kriteria utama yang biasa dipakai untuk menilai terpenuhinya validitas konvergen: (1) nilai loading lebih besar dari 0,70, dan (2) nilai p menunjukkan signifikansi (< 0,05). Namun pada beberapa kondisi, misalnya kuesioner yang baru dikembangkan, seringkali tidak semua loading mencapai ambang 0,70. Oleh karena itu, indikator dengan loading antara 0,40–0,70 masih dapat dipertimbangkan untuk tetap dimasukkan.

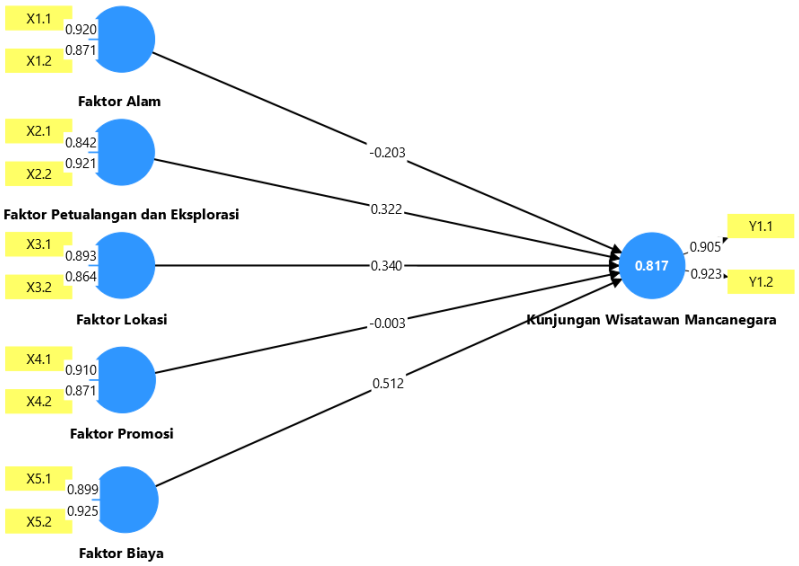
Indikator yang memiliki loading di bawah 0,50 sebaiknya dikeluarkan dari model. Untuk loading di kisaran 0,40–0,70, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap pengaruh penghapusan indikator terhadap nilai average variance extracted (AVE) dan composite reliability. Jika menghapus indikator tersebut meningkatkan AVE di atas 0,50 dan composite reliability di atas 0,70,

maka penghapusan dapat dipertimbangkan. Tabel 10 menyajikan nilai loading setiap indikator.

Tabel 10. Pengujian Validitas berdasarkan *Outer Loading*

	Faktor Alam (X1)	Faktor Biaya (X5)	Faktor Lokasi (X3)	Faktor Petualangan dan Eksplorasi (X2)	Faktor Promosi (X4)	Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)
X1.1	0.920					
X1.2	0.871					
X2.1		0.842		0.842		
X2.2		0.921		0.921		
X3.1			0.893			
X3.2			0.864			
X4.1					0.910	
X4.2					0.871	
X5.1		0.899				
X5.2		0.925				
Y1.1						0.905
Y1.2						0.923

Sumber : Data Diolah (2026)



Gambar 6. Pengujian Validitas berdasarkan *Outer Loading*

Berdasarkan hasil pengujian outer loading yang ditunjukkan pada Tabel 10 dan Gambar 6, seluruh indikator memiliki nilai outer loading > 0,70 sehingga memenuhi kriteria validitas menurut ukuran tersebut. Selanjutnya dilakukan

pengujian validitas melalui nilai (AVE) serta pengujian reliabilitas menggunakan composite reliability dan Cronbach's alpha.

Tabel 11. Pengujian Validitas beradasarkan *Average Variance Extracted* (AVE); Reliabilitas berdasarkan *Composite Reliability dan Cronbach Alpha.*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Faktor Alam (X1)	0.756	0.890	0.802
Faktor Eskplorasi dan Petualangan (X2)	0.722	0.875	0.778
Faktor Lokasi (X3)	0.707	0.872	0.773
Faktor Promosi (X4)	0.741	0.885	0.793
Faktor Biaya (X5)	0.800	0.909	0.833
Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)	0.804	0.911	0.836

Sumber : Data diolah, 2026

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang direkomendasikan adalah lebih besar dari 0,50. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh nilai AVE diketahui berada di atas 0,50, sehingga dapat dinyatakan telah memenuhi kriteria validitas berdasarkan nilai AVE. Selanjutnya, dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan nilai *composite reliability*.

Nilai *composite reliability* yang disarankan adalah lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh nilai *composite reliability* berada di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian telah memenuhi kriteria reliabilitas berdasarkan *Cronbach's alpha*.

Selanjutnya dilakukan pengujian validitas diskriminan dengan pendekatan Fornell-Larcker. Tabel 12 disajikan hasil pengujian validitas diskriminan

Tabel 12. Pengujian Validitas Diskriminan : Fornell & Larcker

	Faktor Alam (X1)	Faktor Biaya (X5)	Faktor Eksplorasi (X2)	Faktor Lokasi (X3)	Faktor Promosi (X4)	Kunjungan Wisatawan Mancanegara (X5)
Faktor Alam (X1)	(0.900)					
Faktor Biaya (X5)	0.608	(1.000)				
Faktor Eksplorasi (X2)	0.594	0.759	(1.000)			
Faktor Lokasi (X3)	0.594	0.450	0.698	(1.000)		
Faktor Promosi (X4)	0.563	0.323	0.577	0.846	(1.000)	
Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)	0.590	0.548	0.546	0.635	0.590	(1.000)

Sumber : Data Diolah 2026

Dalam uji validitas diskriminan, akar kuadrat dari nilai (AVE) setiap variabel laten dibandingkan dengan korelasi antarvariabel laten lainnya. Hasil pemeriksaan menunjukkan bahwa akar kuadrat AVE untuk tiap variabel laten lebih tinggi daripada nilai korelasinya dengan variabel laten lain. Dengan demikian, model memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 13. Pengujian Validitas Diskriminan : HTMT

	Faktor Alam (X1)	Faktor Biaya (X5)	Faktor Eksplorasi (X2)	Faktor Lokasi (X3)	Faktor Promosi (X4)	Kunjungan Wisatawan Mancanegara (X5)
Faktor Alam (X1)						
Faktor Biaya (X5)	0.688					
Faktor Eksplorasi (X2)	0.680	0.759				
Faktor Lokasi (X3)	0.688	0.450	0.698			
Faktor Promosi (X4)	0.633	0.323	0.577	0.846		
Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)	0.661	0.548	0.546	0.635	0.590	

Sumber : Data Diolah 2026

Berdasarkan pengujian validitas diskriminan dengan metode (HTMT), seluruh nilai HTMT tercatat di bawah ambang 0,90. Oleh karena itu, model

dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan menurut pendekatan HTMT.

4.5.2. Uji Signifikansi Pengaruh *(Boostraping)* (Uji Hipotesis) *(Inner Model)*

Hasil uji signifikansi pengaruh *(Boostraping)* (Uji Hipotesis) *(Inner Model)* dapat dilihat pada tabel 14.

Tabel 14. Uji *Path Coeffecient* & Signifikansi Pengaruh

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	R Square
Faktor Alam(X1) -> Kunjungan Wisman(Y)	-0.203	-0.187	0.177	1.147	0.252	
Faktor Biaya(X5)-> Kunjungan Wisman(Y)	0.512	0.447	0.191	2.685	0.007	
Faktor Eksplorasi(X2) -> Kunjungan Wisman(Y)	0.322	0.327	0.190	1.698	0.090	0.817
Faktor Lokasi(X3)-> Kunjungan Wisman(Y)	0.322	0.327	0.190	3.016	0.003	
Faktor Promosi(X4)-> Kunjungan Wisman(Y)	-0.003	0.025	0.192	0.017	0.987	

Sumber : Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pada Tabel 14 diperoleh hasil :

- Faktor Alam (X1) tidak berpengaruh signifkan terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y), dengan T-Statistic = 1.147 < 1.96 dan P-Values = 0.252 > 0.05

- Faktor Petualangan dan Eksplorasi (X2) tidak berpengaruh signifikasn terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y), dengan T-Statistic = 1.698 < 1.96 dan P-Values = 0.090 > 0.05
- Faktor Lokasi (X3) berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y), dengan T-Statistic = 3.016 > 1.96 dan P-Values = 0.003 < 0.05
- Faktor Promosi (X4) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y), dengan T-Statistic = 0.017 < 1.96 dan P-Values = 0.987 > 0.05
- Faktor Biaya (X5) berpengaruh signifikan terhadap Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y), dengan T-Statistic = 2.685 > 1.96 dan P-Values = 0.007 < 0.05
- Nilai R-Squares dari Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y) adalah 0.817 yang berarti Faktor Alam (X1), Faktor Eksplorasi (X2), Faktor Lokasi (X3), Faktor Promosi (X4), Faktor Biaya (X5) mampu menjelaskan atau mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y) sebesar 81.7%.

Dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa faktor yang signifikan mempengruhi wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke ekowisata Bukit Lawang yaitu, Faktor Lokasi dan Faktor Biaya. Jarak lokasi yang masih terjangkau dengan pusat kota dengan jarak tempuh ± 3 jam membuat para wisatawan mancanegara ingin berkunjung ke Bukit Lawang, jika dibandingkan dengan Ekowisata lainnya yang ada di Provinsi Sumatera Utara. Sedangkan pada faktor biaya juga memiliki nilai yang signifikan mempengaruhi wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke Ekowisata Bukit Lawang dikarenakan menurut para responden wisatawan

mancanegara biaya yang dibayarkan masih dalam kategori terjangkau untuk mereka bayarkan.

Sejalan dengan penelitian (Felix Rajendra Adiyatma & Retno Susanti, 2025), yang mengatakan bahwa faktor biaya dan lokasi secara signifikan memengaruhi keputusan wisatawan mancanegara untuk mengunjungi destinasi ekowisata, di mana biaya perjalanan yang tinggi dapat menjadi penghalang utama meskipun lokasi yang strategis menawarkan aksesibilitas mudah dan pengalaman alam autentik. Analisis SEM sering digunakan untuk mengukur hubungan ini, menunjukkan bahwa persepsi harga yang kompetitif dikombinasikan dengan kedekatan lokasi meningkatkan intensi kunjungan, sementara jarak jauh dan biaya transportasi mengurangi daya tarik bagi wisman.

4.5.3. Strategi Peningkatan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Pada Ekowisata di Bukit Lawang

Uji analisis SWOT dalam penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan strategi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Ekowisata di Bukit Lawang yang tepat untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada Ekowisata di Bukit Lawang. Faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT juga menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Ekowisata di Bukit Lawang.

Adapun identifikasi Tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Identifikasi Faktor Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)

No	Faktor Internal	No	Faktor Eksternal
1	Keindahan alam dan keanekaragaman hayati	1	Minat wisatawan eropa terhadap ekowisata berkelanjutan
2	Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utaman	2	Perkembangan promosi digital dan media social
3	Pengelolaan sampah yang belum optimal	3	Penurunan minat jika ekowisata tidak dijaga
4	Informasi wisata yang kurang terintegrasi	4	Kerusakan lingkungan akibat over-tourism

Sumber : Data Diolah (2026)

4.5.4. Penentuan Faktor S,W,O dan T

Adapun Tabel penentuan faktor S,W,O dan T dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Penentuan Faktor S,W,O dan T

Faktor Internal	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Keindahan alam dan kenaekaragaman hayati	√	
Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama	√	
Pengelolaan sampah yang belum optimal		√
Informasi wisata yang kurang terintergrasi		√
Faktor Eksternal	**Peluang (O)**	**Ancaman (T)**
Minat wisatawan mancanegara terhadap ekowisata berkelajutan	√	
Perkembangan promosi digital dan media sosial	√	
Penurunan minat jika ekowisata tidak dijaga		√
Kerusakan lingkungan akibar over-tourism		√

Sumber : Data Diolah (2026)

Tabel 16 dapat dijelaskan bahwa pada faktor internal yang termasuk dalam kekuatan (S) terdapat dua faktor yaitu : keindahan alam dan keanekaragaman hayati, habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama, hal ini dikarenakan keindahan alam dan habitat orangutan menjadi daya tarik utama wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Ekowisata di Bukit Lawang. Pada faktor internal yang termasuk dalam kelemahan (W) terdapat 2 faktor yaitu : pengelolaan sampah yang belum optimal, informasi wisata yang kurang terintegrasi menjadi hal penting untuk diperhatikan dikarenakan wisatawan mancanegara yang datang

pada Ekowisata di Bukit Lawang sangat memperhatikan kebersihann sampah dan juga membutuhkan informasi wisata yang baik terutama jika wisatawan mancanegara yang berkunjung tanpa menyewa agen tur. Pada faktor eksternal yang termasuk dalam peluang (O) terdapat 2 faktor yaitu : minat wisatawan mancanegara terhadap ekowisata berkelanjutan, perkembangan promosi digital dan media sosisal dapat menjadi peluang untuk meningkatkan jumlah kunjunga wisatawan mancanegara ke Ekowisata di Bukit Lawang , tren pariwisata menunjukkan bahwa wisatawan mancanegara semakin memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan, konservasi alam, serta keberlanjutan destinasi wisata. Wisatawan tidak hanya mencari pengalaman rekreasi, tetapi juga ingin berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Oleh karena itu, destinasi yang mengedepankan prinsip ekowisata berkelanjutan seperti konservasi hutan, perlindungan satwa liar, serta pengelolaan wisata yang ramah lingkungan memiliki daya tarik yang lebih besar bagi wisatawan mancanegara. Di sisi lain, perkembangan promosi digital dan media sosial juga membuka peluang yang sangat besar dalam memperluas jangkauan pemasaran destinasi wisata. Platform digital seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan berbagai situs perjalanan memungkinkan informasi mengenai destinasi wisata tersebar secara cepat dan luas kepada wisatawan di berbagai negara. Melalui konten visual, ulasan wisatawan, serta strategi pemasaran digital yang efektif, citra dan daya tarik Ekowisata Bukit Lawang dapat lebih dikenal oleh pasar internasional. Pada faktor eksternal yang termasuk dalam ancaman (T) terdapat dua faktor yaitu : penurunan minat jika ekowisata tidak dijaga, kerusakan lingkungan akibat over-tourism. Penurunan minat wisatawan apabila prinsip

ekowisata tidak dijaga dengan baik. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke destinasi ekowisata umumnya memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan. Mereka cenderung memilih destinasi yang mampu mempertahankan keaslian alam, menjaga kelestarian satwa liar, serta menerapkan pengelolaan wisata yang bertanggung jawab. Apabila pengelolaan ekowisata tidak memperhatikan prinsip-prinsip tersebut, seperti kurangnya upaya konservasi atau pengelolaan lingkungan yang tidak berkelanjutan, maka citra destinasi dapat menurun di mata wisatawan. Ancaman lainnya adalah kerusakan lingkungan akibat fenomena over-tourism, yaitu kondisi ketika jumlah wisatawan yang berkunjung melebihi daya dukung lingkungan destinasi wisata. Jika tidak dikelola dengan baik, peningkatan jumlah wisatawan dapat menimbulkan berbagai dampak negatif seperti kerusakan ekosistem hutan, gangguan terhadap habitat satwa liar, peningkatan sampah, serta penurunan kualitas lingkungan secara keseluruhan. Dalam konteks ekowisata, kondisi tersebut dapat bertentangan dengan prinsip dasar ekowisata yang menekankan pada konservasi alam dan keberlanjutan lingkungan.

4.5.5. Matrik IFAS *(Internal Factors Analysis Strategic)*

Tabel 17. Matrik IFAS

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
Kekuatan			
Keindahan alam dan kenaekaragaman hayati	0,3	3	0,9
Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama	0,3	3	0,9
Jumlah skor kekuatan	0,6		1,8
Kelemahan			
Pengelolaan sampah yang belum optimal	0,1	1	0,1
Informasi wisata yang kurang terintergrasi	0,3	3	0,9
Jumlah skor kelemahan	0,4		1,0
Selisih (kekuatan-kelemahan)	1		0,8

Sumber : Data diolah, 2026

Nilai bobot ditentukan dari seberapa besar pengaruh setiap indikator faktor internal terhadap posisi strategis dalam merumuskan strategi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara di ekowisata Bukit Lawang. Total bobot untuk semua faktor kekuatan dan kelemahan tidak boleh melebihi angka 1,00. Pemberian bobot pada tiap indikator menggunakan skala mulai dari 0,00 (tidak penting) sampai 1,00 (sangat penting).

Sementara itu, nilai *rating* ditentukan berdasarkan besarnya pengaruh indikator-indikator tersebut terhadap keberhasilan perumusan strategi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dalam mendukung optimalisasi ekowisata di Bukit Lawang. Skala *rating* diberikan mulai dari 1 (*poor*) hingga 4 (*outstanding*). Pada indikator kekuatan, skor 4 menunjukkan tingkat kekuatan yang sangat besar, sedangkan skor 1 menunjukkan kekuatan yang sangat kecil. Untuk indikator kelemahan, penilaian dibalik: skor 1 menandakan kelemahan yang sangat kecil dan skor 4 menunjukkan kelemahan yang sangat besar.

Skor tertimbang diperoleh dengan mengalikan bobot dan rating untuk setiap indikator. Semua skor tertimbang kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor masing-masing kelompok (kekuatan dan kelemahan) dengan rentang 1 sampai 4. Berdasarkan Tabel 17, total skor kekuatan tercatat 1,8 dan total skor kelemahan 1,0, sehingga perbedaan antara keduanya adalah 0,8.

4.5.6. Matrik EFAS *(External Factors Analysis Strategic)*

Tabel 18. Matrik EFAS

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
Peluang			
Minat wisatawan mancanegara terhadap ekowisata berkelajutan	0,3	3	0,9
Perkembangan promosi digital dan media sosial	0,3	4	1,2
Jumlah skor peluang	0,6		2,1

Ancaman			
Penurunan minat jika ekowisata tidak dijaga	0,2	4	0,8
Kerusakan lingkungan akibar over-tourism	0,2	3	0,6
Jumlah skor ancaman	0,4		1,4
Selisih (peluang-ancaman)	1		0,7

Sumber : Data diolah, 2026

Nilai bobot diperoleh berdasarkan tingkat pengaruh indikator-indikator faktor eksternal terhadap posisi strategis dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah wisatawan mancanegara pada ekowisata di Bukit Lawang. Jumlah keseluruhan bobot dari faktor peluang dan ancaman tidak boleh melebihi total nilai 1,00. Pemberian bobot pada setiap indikator menggunakan skala 0,00 yang menunjukkan tidak penting hingga 1,00 yang menunjukkan sangat penting.

Nilai rating ditetapkan berdasarkan sejauh mana setiap indikator memengaruhi keberhasilan perumusan strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke ekowisata Bukit Lawang. Skala rating berkisar dari 1 (poor) sampai 4 (outstanding). Untuk indikator peluang, skor 4 menandakan peluang sangat besar, sedangkan skor 1 menandakan peluang sangat kecil. Sebaliknya, pada indikator ancaman, skor 1 menunjukkan ancaman yang sangat kecil dan skor 4 menunjukkan ancaman yang sangat besar.

Skor tertimbang dihitung dengan mengalikan bobot dan rating untuk tiap indikator. Seluruh skor tertimbang kemudian dijumlahkan untuk mendapatkan total skor masing-masing kelompok (peluang dan ancaman) dengan rentang 1,00 (poor) hingga 4,00 (outstanding). Menurut Tabel 19, total skor peluang adalah 2,1 dan total skor ancaman 1,4, sehingga selisih keduanya sebesar 0,7.

4.5.7. Penyusunan Strategi dengan Menggunakan Matrik SWOT

Matriks SWOT menggambarkan secara sistematis bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal dipadankan dengan kekuatan dan kelemahan

internal dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara ke Ekowisata Bukit Lawang. Dari matriks ini diperoleh empat kelompok alternatif strategi, yaitu SO, WO, ST, dan WT. Rincian strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT disajikan pada Tabel 19.

Tabel 19. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	**Strength (S)**	**Weakness (W)**
	1. Keindahan alam dan keanekargaman hayati 2. Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama	1. Pengelolaan sampah yang belum optimal 2. Informasi wisata yang kurang terintegrasi
Opportunities (O) 1. Minat wisatawan terhadap ekowisaata berkelanjutan 2. Perkembangan promosi digital dan media sosial	**Strategi SO** 1. Menjaga Keindahan dan keanekargaman hayati untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang (S1,O1). 2. Menjaga habitat orangutan untuk meningkatkan ekowisata berkelanjutan di Bukit Lawang (S2,O1). 3. Melakukan promosi digital dan media sosial terkait keindahan alam dan keanekaragaman hayati serta kelestarian habitat orangutan yang masih terjaga di Bukit Lawang (O2,S1,S2).	**Strategi WO** 1. Mengoptimalkan standar pelayanan yang belum merata guna menjaga minat wisatawan terhadap ekowisata berkelanjutan (W1,O1). 2. Memanfaatkan promosi digital dan meida sosial untuk meningkatkan sistem informasi wisata yang kurang terintergrasi (W2,O2).
Threats (T) 1. Penurunan minat wisatawan jika ekowisata tidak dijaga 2. Kerusakan lingkungan ekowisata akibat over-tourism	**Strategi ST** 1. Menjaga keindahan alam dan keanekaragaman hayati agar tidak terjadinya degradasi pada minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang (S1,T1). 2. Menerapkan konsep ekowisata berkelanjutan berbasis konservasi alam dan habitat orangutan serta mengendalikan dampak yang terjadi pada over-tourism	**Strategi WT** 1. Meningkatkan pelayanan secara merata agar tidak terjadinya penurunan terhadap minat wisatawan mancanegara (W1,O1). 2. Memperbaiki sistem informasi yang kurang tergintergrasi dengan baik guna menjaga minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang (W2,T2).

	(S2,T2).	

Dari Tabel 19 dapat dirincikan beberapa strategi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada Ekowisata di Bukit Lawang.

Strategi S-O

1. Menjaga Keindahan dan keanekargaman hayati untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang.
2. Menjaga habitat orangutan untuk meningkatkan ekowisata berkelanjutan di Bukit Lawang.
3. Melakukan promosi digital dan media sosial terkait keindahan alam dan keanekaragaman hayati serta kelestarian habitat orangutan yang masih terjaga di Bukit Lawang.

Strategi W-O

1. Mengoptimalkan standar pelayanan yang belum merata guna menjaga minat wisatawan terhadap ekowisata berkelanjutan.
2. Memanfaatkan promosi digital dan media sosial untuk meningkatkan sistem informasi wisata yang kurang terintegrasi.

Strategi S-T

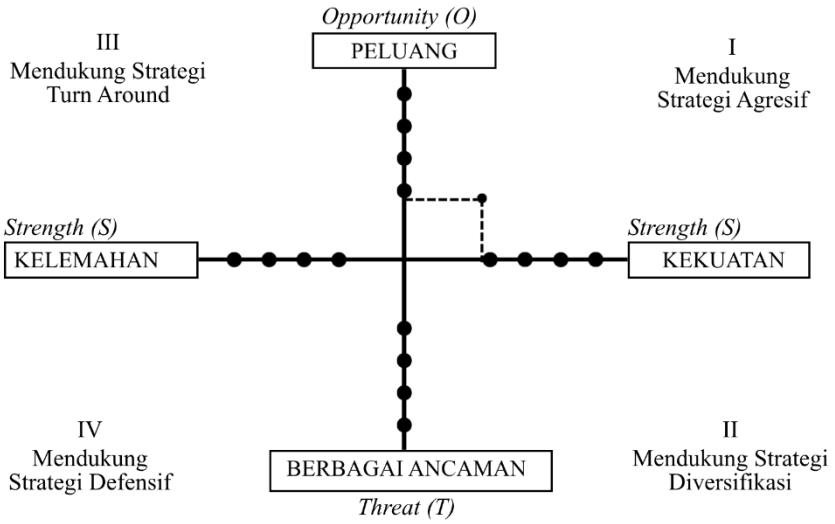
1. Menjaga keindahan alam dan keanekargaman hayati agar tidak terjadinya degradasi pada minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang.
2. Menerapkan konsep ekowisata berkelanjutan berbasis konservasi alam dan habitat orangutan serta mengendalikan dampak yang terjadi pada over-tourism.

Strategi W-T

1. Meningkatkan pelayanan secara merata agar tidak terjadinya penurunan terhadap minat wisatawan mancanegara.
2. Memperbaiki sistem informasi yang kurang terintegrasi dengan baik guna menjaga minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang.

4.5.8. Penentuan Strategi dalam Matrik Posisi SWOT

Berdasarkan matriks IFAS didapat selisih skor antara faktor strategis internal (kekuatan–kelemahan) sebesar 0,8; nilai ini dipetakan sebagai koordinat pada sumbu X dalam matriks posisi SWOT. Sementara itu, dari matriks EFAS diperoleh selisih skor faktor strategis eksternal (peluang–ancaman) sebesar 0,7 yang ditempatkan sebagai koordinat pada sumbu Y. Titik perpotongan antara sumbu X dan Y menunjukkan posisi strategi, seperti ditampilkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Diagram Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar 7 dapat dilihat bahwa posisi pertemuan dua titik ordinat sumbu X dan sumbu Y berada pada wilayah kuadran 1, artinya strategi yang digunakan yaitu agresif, dimana strategi ini merupakan strategi dari kombinasi antara kekuatan yang dimiliki saat ini untuk memanfaatkan peluang jangka panjang terkait peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara

pada ekowisata di Bukit Lawang dengan meminimalisir ancaman yang ada. Adapun rumusan strategi agresif dalam merumuskan strategi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada ekowisata di Bukit Lawang adalah sebagai berikut : (1) Menjaga Keindahan dan keanekargaman hayati untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang. (2) Menjaga habitat orangutan untuk meningkatkan ekowisata berkelanjutan di Bukit Lawang. (3) Melakukan promosi digital dan media sosial terkait keindahan alam dan keanekaragaman hayati serta kelestarian habitat orangutan yang masih terjaga di Bukit Lawang.

Sejalan dengan penelitian (Zilfana, 2021). yang mengatakan bahwa analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) memiliki hubungan erat dengan wisatawan karena metode ini membantu mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengalaman dan keputusan kunjungan wisatawan. Kekuatan (Strengths) seperti keindahan alam dan keunikan budaya menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, sementara kelemahan (Weaknesses) seperti infrastruktur yang kurang memadai dapat menghambat aksesibilitas wisatawan. Peluang (Opportunities) seperti tren ekowisata yang berkembang dan promosi digital dapat menarik lebih banyak pengunjung, termasuk wisatawan mancanegara. Ancaman (Threats) seperti risiko kerusakan lingkungan akibat meningkatnya jumlah wisatawan dan kondisi cuaca yang mempengaruhi jalur transportasi perlu dikelola untuk memastikan keberlanjutan destinasi wisata. Dengan analisis SWOT yang tepat, pengelola destinasi dapat merumuskan strategi yang memaksimalkan daya tarik untuk wisatawan sekaligus meminimalkan faktor penghambat kunjungan mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa, variabel yang mempengaruhi minat wisatawan mancanegara berkunjung ke ekowisata bukit lawang yaitu variabel lokasi dan variabel transportasi. Sedangkan variabel keindahan alam, variabel eksplorasi dan variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat wisatawan mancanegara berkunjung ke ekowisata bukit lawang.
2. Adapun strategi yang tepat digunakan untuk meningkatkan minat wisatawan mancanegara berkunjung ke ekowisata bukit lawang yaitu menggunakan strategi agresif, dimana strategi yang harus dilakukan yaitu (SO)

Saran

1. Pihak pengelola ekowisata Bukit Lawang harus mampu meningkatkan eksplorasi keindahan alam, dan promosi ekowisata Bukit Lawang kepada wisatawan mancanegara dengan tujuan agar meningkatnya keinginan wisatawan mancanegara berwisata ke Bukit Lawang di kemudian hari.
2. Disarankan kepada pihak pengelola ekowisata Bukit Lawang agar terus menjaga keindahan alam terutama pada kawasan habitat orangutan serta meningkatkan promosi ekowisata Bukit Lawang kepada wisatawan mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, J. M. (2020). Kepuasan Wisatawan (Study Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro) Pengaruh Pelayanan , Obyek Dan Daya Tarik Kepuasan Wisatawan (Study Kasus Pengunjung Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Di Kota Metro).

Alan, W., Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*.

Blamey, R. K. (1997). Ecotourism: The Search for an Operational Definition. *Journal of Sustainable Tourism*, *5*(2), 109–130. https://doi.org/10.1080/09669589708667280

Ceballos-Lascuráin, H. (1996). Tourism, ecotourism, and protected areas. In *Tourism, ecotourism, and protected areas*. https://doi.org/10.2305/iucn.ch.1996.7.en

Claudia, H. (2018). Jurnal Khasanah Ilmu Vol. 9 No. 1 Maret 2018. *Jurnal Khasanah*, *9*(2), 72–83.

Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Wanhill, S., & Gilbert, D. (2008). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education, Limited. https://books.google.co.id/books?id=PVxWNwAACAAJ

Darmayanti, E., Mochammad, S. S., & Heru, Ri. (2018). Strategi Capacity Building Pemerintah Desa Dalam Pengembangan Potensi Kampoeng Ekowisata Berbasis Masyarakat Lokal. *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, *2*(3), 464–470.

Felix Rajendra Adiyatma, & Retno Susanti. (2025). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga dan Daya Tarik Wisata Terhadap Keputusan Berkunjung di Pura Mangkunegaran Surakarta. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(1), 1239–1252. https://doi.org/10.62710/c46prc47

Fennell, D. (2007). *Ecotourism , third edition*.

Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2011). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley. https://books.google.co.id/books?id=fVgbnwEACAAJ

Hafidz, I. A. R., & Sudarsana. (2022). PENGEMBANGAN OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA SEBAGAI DESTINASI DALAM PENERAPAN EKOWISATA KAWASAN WADUK GONDANG KARANGANYAR. *Journal of Development and Social Change*, *5*(1), 75–89. https://doi.org/https://jurnal.uns.ac.id/jodasc

Hamidi, H., Purwoko, A. A., Al Idrus, A., Harjono, A., Rokhmat, J., & Sukarso, A. A. (2023). Trends in Ecotourism Research in Indonesia: Basic Analysis of the Development of Ecotourism-Based Teaching Materials. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, *9*(7), 246–255. https://doi.org/10.29303/jppipa.v9i7.4028

Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold. https://books.google.co.id/books?id=UPhOAAAAMAAJ

Juliandi, A. (2018). *Pelatihan SEM-PLS Program Pascasarjana Universitas Batam (hal. Structural equation model based partial least square (SEM_PLS): Menggunakan Smart PLS)*. 91. https://doi.org/10.5281/zenodo.2532119

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). Marketing for

Hospitality and Tourism. In *Hospitality and Tourism Marketing*. https://doi.org/10.4324/9781032688497-2

Pirngadi, R. S., Rahmawaty, Ayu, S. F., & Rauf, A. (2024). Estimation of loss of rice farmers due to flood at Krueng Kluet Watershed (with the eclac method approach). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1302*(1). https://doi.org/https://doi.org/10.1088/1755-1315/1302/1/012125

Pirngadi, R. S., Rahmawaty, Ayu, S. F., & Rauf, A. (2025). Analysis of Farmers' Income and Willingness To Pay for Upstream Watershed Improvement in Krueng Kluet Aceh Indonesia. *Planning Malaysia*, *23*(2), 26–40. https://doi.org/10.21837/pm.v23i36.1700

Popovic, V., Babenko, D., Naumov, D., Duda, S., Suharjoto, S., Vulliez, G., Limón, A., Irusta, R., Gough, J., Shi, Y., Scheffl, J., Bosakov, D., Rodriguez, A., Ruiz, M., Klementiev, A., Cordier, S., Inna, K., Damkier, M., & Georghiou, C. (2011). *Policity and Practice for Global Tourism World Tourism Organization Policy and Practice for Global Tourism*. https://www2.gwu.edu/~iits/Sustainable_Tourism_Online_Learning/Mullis/Policy_Practices_UNWTO_book_feb.pdf

Sabam, S. M. (2023). Tinjauan Atraksi Ekowisata Di Kawasan Ecovillage Tangkahan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Nawasena*, *2*(2), 106–120. https://doi.org/https://jurnalstiepari.ac.id/index.php/nawasena

Sarhan, A., Abdelgalil, R., & Radwan, Y. (2016). Ecotourism principles as a framework for culturally responsive community development. *Sustainable Tourisim VII*, *1*(St), 15–25. https://doi.org/10.2495/st160021

Scheyvens, R. (2015). Ecotourism and the Empowerment of Local Communities Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, *20*(APRIL 1999), 245–249.

Sembiring, R. R., Wulandari, N., & Lubis, K. (2025). Strategi Dinas Pariwisata dalam Pengembangan Ekowisata Bukit Lawang Kecamatan Bahorok Kabupaten Langkat. *Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pemerintahan (JIAPP)*, *4*(1), 1–7. https://doi.org/10.31289/jiaap.v4i1.2148

Ulum, I., Ghozali, I., & Agus, A. (2014). Konstruksi Model Pengukuran Ki. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma JAMAL*, *5*(3). https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18202/jamal.2014.12.5028

Vani, R. V., Priscilia, S. O., & Adianto, A. (2020). Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru. *Publikauma : Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, *8*(1), 63–70. https://doi.org/10.31289/publika.v8i1.3361

Wallace, G. N., & Pierce, S. M. (1996). An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil. *Annals of Tourism Research*, *23*(4), 843–873. https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(96)00009-6

Weaver, D. (2001). *Ecotourism*. Wiley. https://books.google.co.id/books?id=058sAQAAMAAJ

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, *26*(1), 45–56. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016

Yusri, Y., Julian, J., Nasution, A. F., Herlina, Masitah, T. H., & Alinur, A. (2023). *Pelatihan Strategi Menarik Minat Wisatawan melalui Atribut dan Akses Jalan yang Indah dipandang di Bukit Lawang*. *3*(1), 39–46.

https://doi.org/https://j-las.lemkomindo.org/index.php/J-LAS

Zilfana, Z. (2021). Analisis Strategi SWOT Dalam Pengambangan Potensi Ekowisata Di Kalimantan Timur. *Aktual : Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, *6*(2), 11–20. https://doi.org/http://e-journal.stie-aub.ac.id ISSN

LAMPIRAN

Tabel Data Jawaban Responden Penelitian

Responden	Variabel											
	X1.1	X1.2	X2.1	X2.2	X3.1	X3.2	X4.1	X4.2	X5.1	X5.2	Y1.1	Y1.2
1	3	4	5	3	5	4	4	3	5	3	3	5
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
6	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
7	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
12	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
14	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
15	5	5	4	3	5	4	4	3	5	5	5	5
16	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
17	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5
18	5	4	4	3	5	3	3	3	5	5	5	5
19	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
20	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	4
21	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
22	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
23	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
24	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
25	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	5

Kuisoner Penelitian

NO	PERNYATAAN	SS	S	C	TS	STS
Faktor Keindahan Alam dan Keanekaragaman Hayati						
1	Apakah kondisi sungai yang masih terjaga menjadi faktor utama saudara berkunjung ke Bukit Lawang					
2	Apakah keasrian hutan dan keanekaragaman hayati menjadi faktor saudara berkunjung ke Bukit Lawang					

Faktor Petualangan dan Eksplorasi						
1	Apakah menurut saudara alur trekking di Bukit Lawang memberikan pengalaman petualangan yang menarik bagi saudara.					
2	Apakah menurut saudara pemandu wisata di Bukit Lawang membantu mengeksplorasi alam dengan baik.					
Faktor Lokasi						
1	Apakah menurut saudara akses menuju lokasi dan ketersediaan transport untuk ke Bukit Lawang mendukung kenyamananan berkunjung.					
2	Apakah jarak menuju lokasi ke Bukit Lawang dari tempat tinggal saudara tidak menjadi masalah.					
Faktor Promosi						
1	Apakah menurut saudara promosi digital seperti media sosisal efektif dalam menarik minat wisatawan mancanegara.					
2	Apakah menurut kerjasama dengan agen perjalanan internasional meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Bukit Lawang					

Faktor Biaya						
1	Apakah menurut saudara biaya transportasi menuju Bukit Lawang sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan.					
2	Apakah menurut saudara harga paket wisata di Bukit Lawang sesuai dengan fasilitas dan pengalaman yang didapat.					
Kunjungan Wisatawan Mancanegara						
1	Apakah menurut saudara dengan adanya keinginan yang kuat dapat meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Bukit Lawang					
2	Apakah menurut saudara pendapatan hal penting untuk meningkatkan minat kunjungan wisatawan mancanegara ke Bukit Lawang					

Pengujian Validitas berdasarkan *Outer Loading*

	Faktor Alam (X1)	Faktor Biaya (X5)	Faktor Lokasi (X3)	Faktor Petualangan dan Eksplorasi (X2)	Faktor Promosi (X4)	Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)
X1.1	0.920					
X1.2	0.871					
X2.1				0.842		
X2.2				0.921		
X3.1			0.893			
X3.2			0.864			
X4.1					0.910	
X4.2					0.871	
X5.1		0.899				
X5.2		0.925				

Y1.1	0.905
Y1.2	0.923

Pengujian Validitas beradasarkan *Average Variance Extracted* (AVE); Reliabilitas berdasarkan *Composite Reliability dan Cronbach Alpha.*

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Faktor Alam (X1)	0.756	0.890	0.802
Faktor Eskplorasi dan Petualangan (X2)	0.722	0.875	0.778
Faktor Lokasi (X3)	0.707	0.872	0.773
Faktor Promosi (X4)	0.741	0.885	0.793
Faktor Biaya (X5)	0.800	0.909	0.833
Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)	0.804	0.911	0.836

Pengujian Validitas Diskriminan : Fornell & Larcker

	Faktor Alam (X1)	Faktor Biaya (X5)	Faktor Eksplorasi (X2)	Faktor Lokasi (X3)	Faktor Promosi (X4)	Kunjungan Wisatawan Mancanegara (X5)
Faktor Alam (X1)	(0.900)					
Faktor Biaya (X5)	0.608	(1.000)				
Faktor Eksplorasi (X2)	0.594	0.759	(1.000)			
Faktor Lokasi (X3)	0.594	0.450	0.698	(1.000)		
Faktor Promosi (X4)	0.563	0.323	0.577	0.846	(1.000)	
Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)	0.590	0.548	0.546	0.635	0.590	(1.000)

Pengujian Validitas Diskriminan : HTMT

	Faktor Alam (X1)	Faktor Biaya (X5)	Faktor Eksplorasi (X2)	Faktor Lokasi (X3)	Faktor Promosi (X4)	Kunjungan Wisatawan Mancanegara (X5)
Faktor Alam (X1)						
Faktor Biaya (X5)	0.688					
Faktor Eksplorasi (X2)	0.680	0.759				
Faktor Lokasi (X3)	0.688	0.450	0.698			
Faktor Promosi (X4)	0.633	0.323	0.577	0.846		
Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Y)	0.661	0.548	0.546	0.635	0.590	

Uji *Path Coeffecient* & Signifikansi Pengaruh

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values	R Square
Faktor Alam(X1) -> Kunjungan Wisman(Y)	-0.203	-0.187	0.177	1.147	0.252	
Faktor Biaya(X5)-> Kunjungan Wisman(Y)	0.512	0.447	0.191	2.685	0.007	
Faktor Eksplorasi(X2) -> Kunjungan Wisman(Y)	0.322	0.327	0.190	1.698	0.090	0.817
Faktor Lokasi(X3)-> Kunjungan Wisman(Y)	0.322	0.327	0.190	3.016	0.003	
Faktor Promosi(X4)-> Kunjungan Wisman(Y)	-0.003	0.025	0.192	0.017	0.987	

. Matrik IFAS

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
Kekuatan			
Keindahan alam dan kenaekaragaman hayati	0,3	3	0,9
Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama	0,3	3	0,9
Jumlah skor kekuatan	0,6		1,8
Kelemahan			
Pengelolaan sampah yang belum optimal	0,1	1	0,1
Informasi wisata yang kurang terintergrasi	0,3	3	0,9
Jumlah skor kelemahan	0,4		1,0
Selisih (kekuatan-kelemahan)	1		0,8

Matrik EFAS

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor Tertimbang
Peluang			
Minat wisatawan mancanegara terhadap ekowisata berkelajutan	0,3	3	0,9
Perkembangan promosi digital dan media sosial	0,3	4	1,2
Jumlah skor peluang	0,6		2,1
Ancaman			
Penurunan minat jika ekowisata tidak dijaga	0,2	4	0,8

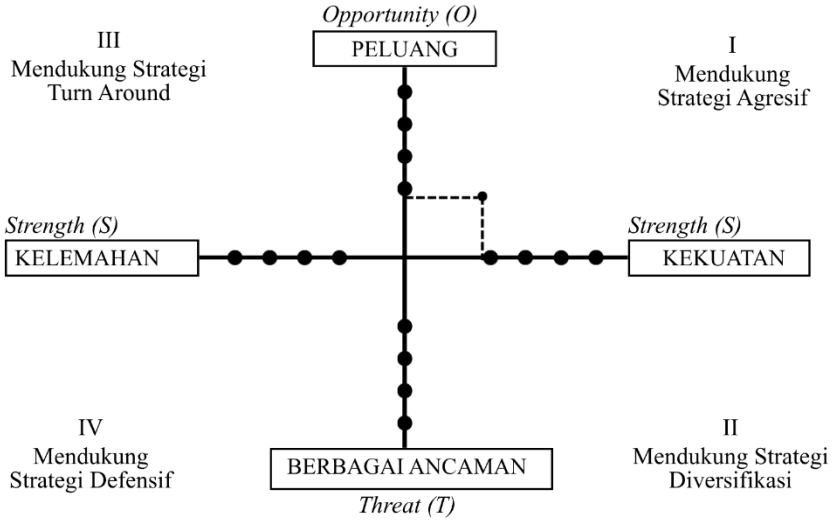
Kerusakan lingkungan akibar over-tourism	0,2	3	0,6
Jumlah skor ancaman	0,4		1,4
Selisih (peluang-ancaman)	1		0,7

Matriks SWOT

IFAS	**Strength (S)**	**Weakness (W)**
	3. Keindahan alam dan keanekargaman hayati 4. Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama	3. Pengelolaan sampah yang belum optimal 4. Informasi wisata yang kurang terintegrasi
EFAS		
Opportunities (O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
3. Minat wisatawan terhadap ekowisaata berkelanjutan 4. Perkembangan promosi digital dan media sosial	4. Menjaga Keindahan dan keanekargaman hayati untuk meningkatkan minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang (S1,O1). 5. Menjaga habitat orangutan untuk meningkatkan ekowisata berkelanjutan di Bukit Lawang (S2,O1). 6. Melakukan promosi digital dan media sosial terkait keindahan alam dan keanekaragaman hayati serta kelestarian habitat orangutan yang masih terjaga di Bukit Lawang (O2,S1,S2).	3. Mengoptimalkan standar pelayanan yang belum merata guna menjaga minat wisatawan terhadap ekowisata berkelanjutan (W1,O1). 4. Memanfaatkan promosi digital dan meida sosial untuk meningkatkan sistem informasi wisata yang kurang terintergrasi (W2,O2).
Threats (T)	**Strategi ST**	**Strategi WT**
3. Penurunan minat wisatawan jika ekowisata tidak dijaga 4. Kerusakan lingkungan ekowisata akibat over-tourism	3. Menjaga keindahan alam dan keanekaragaman hayati agar tidak terjadinya degradasi pada minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang (S1,T1). 4. Menerapkan konsep ekowisata berkelanjutan berbasis konservasi alam dan	3. Meningkatkan pelayanan secara merata agar tidak terjadinya penurunan terhadap minat wisatawan mancanegara (W1,O1). 4. Memperbaiki sistem informasi yang kurang tergintergrasi dengan baik guna menjaga

	habitat orangutan serta mengendalikan dampak yang terjadi pada over-tourism (S2,T2).	minat wisatawan terhadap ekowisata di Bukit Lawang (W2,T2).

Diagram Analisis SWOT



Indikator	Bobot	Penentuan Rating (Responden)																									Skor
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
Faktor Internal Kekuatan (*Strength)*																											
S1	0,3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	0,9
S2	0,3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	0,9
Total Skor Kekuatan (*Strength)*																											1,8
Faktor Internal Kelemahan (*Weakness)*																											
W1	0,1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	0,1
W2	0,3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	0,9
Total Skor Kelemahan (*Weakness)*																											1
Selisih (kekuatan-kelemahan)																											0,8
Faktor Eksternal Peluang (*Opportunity)*																											
O1	0,3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	0,9
O2	0,3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	1,2
Total Skor Peluang (*Opportunity)*																											2,1
Faktor Eksternal Ancaman (*Threats)*																											
T1	0,2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	0.8
T2	0,2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	0,6
Total Skor Ancaman (*Threats)*																											1,4
Selisih (Peluang-Ancaman)																											0,7

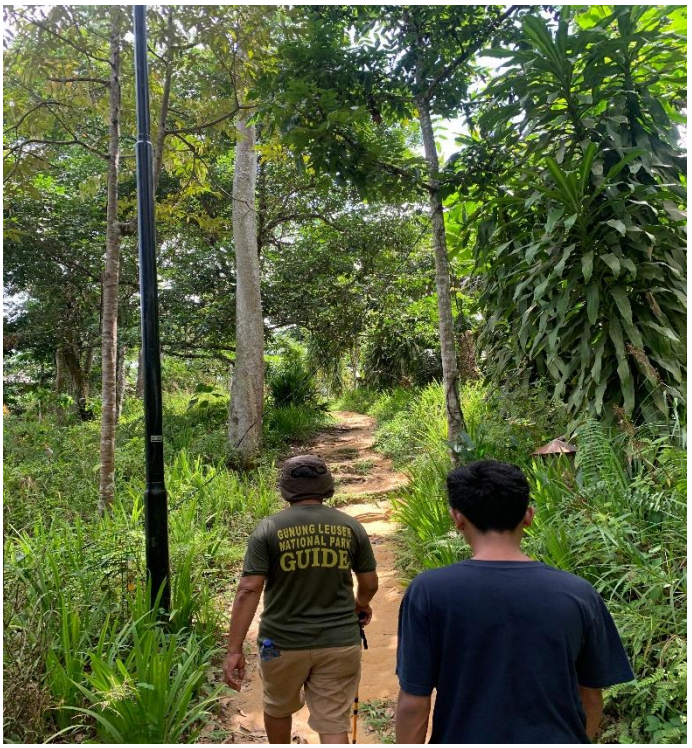
Kuisoner SWOT

Indikator :
S1 (*Strength*) = Keindahan alam dan keanekaragaman hayati
S2 (*Strength*) = Habitat orangutan yang menjadi daya tarik utama
W1 (*Weakness*) = Pengelolaan sampah yang belum optimal
W2 (*Weakness*) = Informasi wisata yang kurang terintegrasi
O1 (*Opportunity*) = Minat wisatawan mancanegara terhadap ekowisata berkelanjutan
O2 (*Opportunity*) = Perkembangan promosi digital dan media sosial
T1 (*Threats*) = Penurunan minat jika ekowisata tidak dijaga
T2 (*Threats*) = Kerusakan lingkungan akibat overtourism

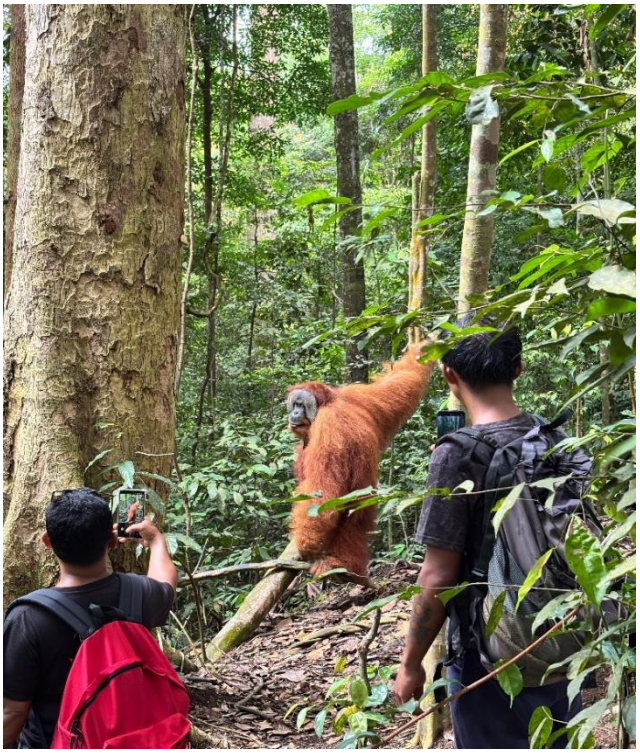
Gambar 8. Foto Wisatawan Mancanegara 1

Gambar 9. Foto Wisatawan Mancanegara 2

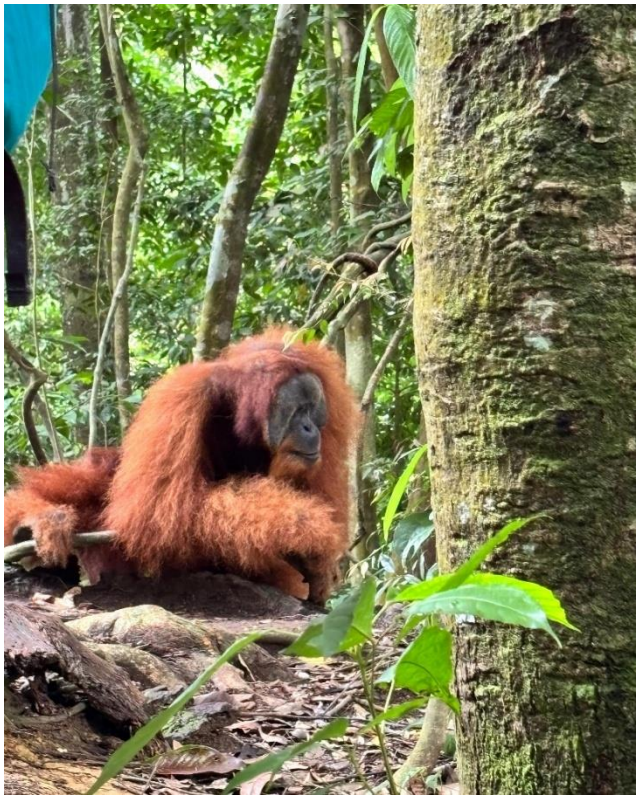
Gambar 10. Foto Wisatawan Mancanegara 3



Gambar 11. Foto Kegiatan Trekking



Gambar 12. Foto Orangutan 1



Gambar 13. Foto Orangutan 2