



## Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)

Journal homepage: [ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae](http://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae)



### Implementasi faktor manajemen tata kelola ekowisata sebagai strategi dalam mendorong kinerja ekowisata berkelanjutan

<sup>1\*</sup>Stefanus Rumangkit, <sup>2</sup>Yan Aditiya Pratama, <sup>3</sup>Ardhi Khairi, <sup>4</sup>Ardi, <sup>5</sup>Gabriel Amadeus Valentino

<sup>1</sup>Binus Entrepreneurship Center, Departemen Manajemen, Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia, 1148

<sup>2</sup>Departemen Manajemen, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Lampung, Indonesia, 35142

<sup>3</sup>Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram, Yogyakarta, Indonesia, 55132

<sup>4</sup>Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi, Universitas Widya Mataram, Yogyakarta, Indonesia, 55132

<sup>5</sup>Departemen Manajemen, Universitas Bina Nusantara, Jakarta, Indonesia, 1148

\*e-mail korespondensi: [stefanus.rumangkit@binus.ac.id](mailto:stefanus.rumangkit@binus.ac.id)

Article Info	Abstract
<p>Keywords: Ecotourism, Sustainability Ecotourism Performance, Ecotourism Ecosystem</p>	<p>This research aims to explore entrepreneurial marketing, entrepreneurial orientation, entrepreneurial intention, leadership, value co-creation, smart tourism, and sustainable tourism performance. The research method used is a qualitative method with in-depth interviews used in data collection techniques. The resource person in this research is an ecotourism manager based on karst, marine, forest, mountain and flora-fauna ecotourism. The research results show that from an entrepreneurial marketing perspective, managers have used tour packages to encourage tourists to come to visit. In terms of entrepreneurial orientation and entrepreneurial intention, the impact of ecotourism increases the interest and orientation of local residents to start a business. In terms of leadership and value co-creation, leaders have a more empowering or strengthening style for the community, and the community is willing to collaborate together to improve service quality. Smart tourism has also been implemented well, with ecotourism using technology for promotion and conducting visitor satisfaction research to maintain sustainable ecotourism performance.</p>

Info Artikel	Abstrak
<p>Kata Kunci: Ekowisata, Kinerja Ekowisata Berkelanjutan, Ekosistem Ekowisata</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi entrepreneurial marketing, entrepreneurial orientation, entrepreneurial intention, leadership, value co-creation, smart tourism, dan sustainable tourism performance. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan wawancara mendalam digunakan dalam teknik pengumpulan data. Narasumber dalam penelitian ini adalah pengelola dari ekowisata yang berbasis ekowisata karst, bahari, hutan, pegunungan, dan flora-fauna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi entrepreneurial marketing pengelola sudah menggunakan paket wisata untuk mendorong wisatawan datang berkunjung. Dari segi entrepreneurial orientation dan entrepreneurial intention, bahwa dampak dari ekowisata meningkatkan minat dan orientasi warga sekitar untuk membuat</p>



---

---

sebuah usaha. Dari segi kepemimpinan dan value co-creation, pemimpin lebih memiliki gaya *empowerment* atau penguatan bagi masyarakat, serta masyarakat pun mau berkolaborasi bersama sama untuk meningkatkan kualitas layanan. Smart tourism juga sudah diimplementasikan dengan baik dengan ekowisata sudah menggunakan teknologi untuk promosi, dan melakukan riset kepuasan pengunjung untuk menjaga kinerja ekowisata yang berkelanjutan.

## 1. PENDAHULUAN

Ekowisata merupakan salah satu perjalanan wisata yang bertujuan untuk menikmati pemandangan alam, flora dan fauna, serta menikmati aktivitas budaya lokal yang otentik (Khanra et al., 2021). Ekowisata terdiri dari beberapa jenis, yaitu ekowisata kars, ekowisata hutan, ekowisata konservasi, dan ekowisata flora dan fauna. Jenis-jenis ekowisata tersebut memiliki keunikan dan kekhasannya masing-masing. Ekowisata merupakan destinasi wisata yang sangat menarik, hal ini dikarenakan ekowisata dapat menjadi unggulan destinasi bagi suatu negara, sarana edukasi, kawasan konservasi, dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar (Kunjuraman, 2022). Oleh karena ekowisata dapat memberikan manfaat bagi sebuah negara, maka ekowisata harus mendapatkan perhatian yang lebih dari akademisi, praktisi, dan juga pemerintah, agar dapat menciptakan ekosistem ekowisata yang berkelanjutan.

Salah satu kesenjangan empiris yang dinyatakan oleh temuan penelitian terdahulu yaitu masih terbatasnya kajian yang membahas mengenai tata Kelola ekowisata. Penelitian-penelitian terdahulu lebih fokus melihat perilaku wisatawan dibandingkan dengan tata kelola ekowisatanya itu sendiri (Kunjuraman et al., 2022; Hadi, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini akan mencoba untuk mengeksplorasi mengenai manajemen tata kelola ekowisata yang dilihat dari beberapa faktor, yaitu: *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial orientation*, *entrepreneurial intention*, *leadership*, *value co-creation*, *smart tourism*, dan *sustainable tourism performance*. Sehingga, kajian ini akan memberikan gambaran mengenai manajemen tata kelola ekowisata yang baik dan akuntabel.

## 2. KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

Asal muasal kata ekowisata lebih populer dan banyak dipergunakan dibanding dengan terjemahan yang seharusnya dari istilah ecotourism, yaitu ekoturisme. Sedangkan terjemahan yang seharusnya dari ecotourism adalah wisata ekologis. Definisi ekowisata itu sendiri adalah perjalanan-perjalanan wisata ke tempat alami dengan tujuan mempelajari kelestarian lingkungan alam hidup dan budaya penduduk setempat (Ceballos-Lascuráin, 1996). Ekowisata dapat diartikan secara luas, sebagai perjalanan ke daerah yang masih asli untuk bertujuan menikmati keindahan pemandangan dan satwa-satwa yang hidup bebas di alam terbuka, atau dapat diasumsikan memiliki dampak kepada lingkungan secara langsung dan memberikan manfaat ekonomi dalam menjaga integritas nilai-nilai budaya masyarakat setempat (Wardah et al., 2023). Ekowisata adalah jenis wisata alam yang mempertahankan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Arida, 2014). Berikut adalah prinsip-prinsip tujuan ekowisata yaitu 1) Kepedulian, tanggung jawab dan komitmen

terhadap kelestarian lingkungan 2) Pengembangannya didasarkan atas musyawarah dan persetujuan masyarakat setempat, 3) Memberikan manfaat kepada masyarakat setempat, 4) Peka dan menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan tradisi keagamaan yang dianut masyarakat setempat; serta 5) Memperhatikan peraturan perundang-undangan di bidang lingkungan hidup dan kepariwisataan (Arida, 2014). Berdasarkan peraturan pemerintah yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Dalam Negeri No.33 Tahun 2009 tentang Pengembangan Pariwisata Daerah, ekowisata dapat dibagi menjadi empat jenis, ekowisata berbentuk wisata bahari, wisata berbentuk hutan, wisata berbentuk pegunungan dan wisata berbentuk karts (Bina Pembangunan Daerah, 2021). Namun kenyataannya masih banyak bentuk jenis ekowisata yang ada di tanah air seperti taman wisata nasional, wisata spiritual, wisata kuliner dan wisata.

Ekowisata juga sangat erat hubungannya dengan jiwa wirausaha yang ditumbuhkan dari masyarakat sekitar untuk ikut mengambil peran secara langsung maupun tidak langsung. Pemberdayaan masyarakat sangat dibutuhkan dalam memaksimalkan kinerja manajemen di daerah tujuan wisata tersebut. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan terhadap objek wisata Kecamatan Suoh Kabupaten Lampung Barat desa wisata melalui Badan Usaha Milik Kampung (BUMK) Tanjung Anom kurang maksimal contohnya UMKM yang terlibat dalam industri pariwisata tersebut masih minim. Hal tersebut dikarenakan keterampilan yang menjadi modal dasar dalam berwirausaha tidak ada, seperti kualitas layanan dan pemasaran produk/jasa (Nasution et al., 2023).

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif, dan menggunakan metode wawancara mendalam dalam mengalukan pengambilan data lalu diolah menggunakan perangkat lunak nVivo 12. Pada tahap ini, tim peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan *key person*, yaitu pengelola tempat wisata (ecotourism), masyarakat lokal, dan pemerintah daerah untuk menggali fenomena yang terkait dengan kualitas hidup masyarakat lokal dilihat dari kehidupan sosial, ekonomi, budaya, adat-istiadat, tata kelola tempat wisata, dan strategi dan tantangan dalam melakukan promosi. Jumlah destinasi wisata CBET yang akan dikunjungi adalah sebanyak enam destinasi ekowisata yang berada di Indonesia bagian barat, tengah, dan timur. Destinasi-destinasi ekowisata tersebut dipilih berdasarkan jenis ekowisata yang ada di Indonesia, yakni ekowisata karst, bahari, hutan, pegunungan, dan flora-fauna. Pertanyaan dalam wawancara mendalam akan mengeksplorasi faktor-faktor, yaitu *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial orientation*, *entrepreneurial intention*, *leadership*, *value co-creation*, *smart tourism*, dan *sustainable tourism performance*.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini sebelum melakukan pengambilan data adalah melakukan *face validity*. Dimana, *face validity* dilakukan untuk memvalidasi atau membuktikan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan yang mudah dipahami, dan memang tepat untuk mengukur variable yang diukur. *Face*

*validity* dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada *expert*, dan *expert* memberikan masukan terhadap pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Setelah melakukan uji validitas, maka penelitian dilanjutkan dengan melakukan wawancara mendalam kepada *key person* yang sudah ditunjuk, yaitu pimpinan pengelola ekowisata, yaitu: Ekowisata Karst Gunung Api Purba Nglangeran, Desa Ekowisata Pancoh, Ekowisata Hutan Pinus Nglingo, Ekowisata Mangrove Wanasari, Desa Ekowisata Tegalalang, Ekowisata Flora Fauna Gunung Rinjani, dan Ekowisata Boonpring. Hasil olah data wawancara dapat dilihat pada gambar 1 dan tabel 1.

Tabel 1. Kesimpulan Hasil Wawancara

No	Variabel	Kesimpulan Hasil Wawancara
1	<i>Entrepreneurial Marketing</i>	Setiap ekowisata menyediakan berbagai paket wisata. Sehingga, dengan begitu maka dapat menarik wisatawan lokal maupun mancanegara. Sebagai contoh di Ekowisata Kars Gunung Merapi Purba, disediakan paket wisata, seperti : traking menyusuri gunung Merapi purba, melihat embung, dan mengolah produk coklat serta melakukan kegiatan membatik. Pakte wisata tersebut yang selalu ditawarkan oleh wisatawan.
2	<i>Entrepreneurial Orientation</i>	Salah satu perilaku yang ditunjukkan oleh pengelola ekowisata terkait dengan entrepreneurial orientation adalah perilaku inovasi. Salah satu perilaku inovasi yang ditunjukkan oleh pengelola ekowisata hutan pinus, nglingo adalah pengelola ekowisata membuat spot-spot permainan atau wahana baru untuk menarik wisatawan, seperti: flying fox, off road, glamping, dan membuat spot foto yang unik. Sehingga, inovasi-inovasi tersebut akan membuat wisatawan ingin berkunjung ke tempat tersebut.
3	<i>Leadership Empowerment</i>	Salah satu karakteristik yang muncul dari hasil wawancara dengan <i>key person</i> adalah semua keputusan diambil secara dengan musyawarah. Sebagai contoh di desa ekowisata hutan pinus, nglingo, pimpinan selalu melakukan rapat rutin setiap 6 bulan sekali atau pada saat akan ada even. Dalam rapat tersebut pemimpin berkoordinasi dengan anggota pengelola, pemuda desa, serta Masyarakat umum. Rapat tersebut bertujuan untuk melakukan koordinasi dan memberikan kesempatan kepada semua elemen masyarakat desa untuk berpartisipasi. Misalnya: ada penduduk yang punya kamar kosong, dapat dijadikan homestay, lalu jika ada yang memiliki kemampuan Bahasa asing yang baik diberikan kesempatan untuk menjadi pemandu wisata. Serta, jika ada yang bisa mengendarai kendaraan, dapat menjadi supir kendaraan off road. Pemimpin juga bersifat terbuka dalam menerima saran dan kritik dari berbagai elemen.
4	<i>Entrepreneurial Intention</i>	Ekowisata yang berada disekitar masyarakat memberikan dampak bagi Masyarakat dalam bentuk minset kewirausahaan. Dimana disekitar ekowisata muncul usaha-usaha mikro yang dibuat oleh warga sekitar.

---

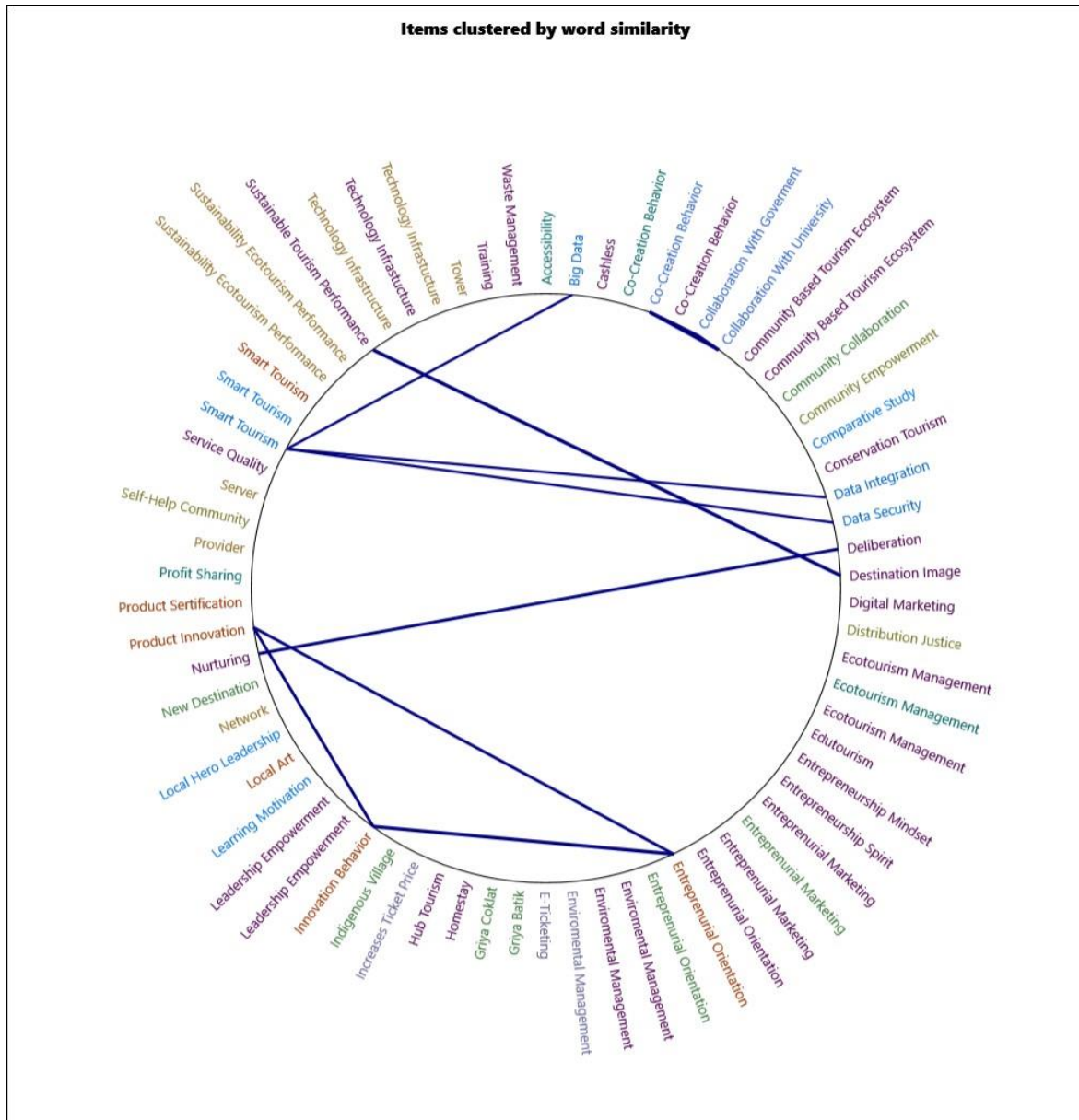
5	<i>Value Co-Creation</i>	Perilaku <i>value co-creation</i> ditunjukkan dengan kolaborasi Masyarakat dalam pengelolaan ekowisata. Selain itu, kolaborasi dilakukan dengan Perusahaan maupun perguruan tinggi. <i>Value co-creation</i> terwujud dalam bentuk masyarakat membantu menjaga lingkungan alam sekitar, memberikan keramahtamahan kepada pengunjung. Sedangkan, untuk perusahaan lebih memberikan sumbangsih dalam pengadaan infrastruktur ekowisata, dan untuk perguruan tinggi berperan dalam penelitian dan peningkatan kompetensi masyarakat desa sekitar.
6	<i>Smart Tourism</i>	Dalam halnya <i>smart tourism</i> , destinasi ekowisata sudah melakukan pemanfaatan teknologi yang berfokus pada tata kelola dan branding. Beberapa pengelola yang diwawancarai menyebutkan bahwa digital marketing sudah dilakukan sebagai bentuk promosi, serta sudah ada yang melakukan e-tiketing. Selain itu, pemuda dan pemudi desa juga membantu dalam hal pembuatan konten untuk pemasaran di media sosial.
7	<i>Kinerja Ekowisata</i>	Dalam hal kinerja ekowisata, salah satu hal yang dilakukan adalah melakukan riset kepada wisatawan yang berkunjung. Dimana, hasil riset tersebut akan dijadikan sebagai informasi dasar untuk perbaikan. Dan, berdasarkan hasil wawancara banyak sekali wisatawan baik lokal maupun mancanegara yang Kembali lagi ke ekowisata tersebut.

---

Sumber: Olah data wawancara

Hasil wawancara maka dapat disimpulkan bahwa variable-variabel *entrepreneurial marketing*, *entrepreneurial orientation*, *entrepreneurial intention*, *leadership*, *value co-creation*, *smart tourism*, dan *sustainable tourism performance* sudah dipikirkan oleh pengelola ekowisata dan memberikan dampak yang luar biasa. Dalam konteks *entrepreneurial marketing*, pemimpin ekowisata harus mampu untuk memiliki pemahaman mendalam tentang target pasar mereka (Bhattacharya, 2021). Selain itu pemimpin ekowisata juga harus mampu mengidentifikasi preferensi, nilai dan kebutuhan wisatawan yang tertarik pada ekowisata. Dengan begitu, pemimpin beserta anggota pengelola mampu merancang tata kelola ekowisata yang sesuai dengan harapan dan keinginan wisatawan (Chan & Saikim, 2022).

Dalam hal *entrepreneurial orientation* dan *entrepreneurial intention*, ternyata Kawasan ekowisata membangun mindset dan keinginan berwirausaha masyarakat lokal. Hal ini dilihat dari munculnya usaha-usaha mikro yang dibuat oleh masyarakat sekitar, sehingga hal tersebut memberikan dampak peningkatan perekonomian rumah tangga mereka (Ismail et al., 2021). Gaya kepemimpinan yang ditunjukkan oleh pimpinan pengelola pariwisata lebih menonjol mengikuti *empowerment leadership*. Dimana, gaya kepemimpinan yang ditonjolkan lebih berfokus pada penguatan kompetensi dari anggota dan masyarakat serta manajemen tata kelola (Rumangkit et al., 2023).



Gambar 1. Output nVivo 12 *Word Similarity*

Dalam hal *value co-creation*, pengelola ekowisata seringkali membutuhkan partisipasi aktif wisatawan dalam upaya pelestarian alam dan lingkungan. Wisatawan dapat berpartisipasi dalam kegiatan seperti menanam pohon, memantau satwa liar atau membersihkan lingkungan. Melalui partisipasi ini, pengunjung tidak hanya merasakan destinasi ekowisata tetapi juga berkontribusi pada upaya konservasi dan pengembangan masyarakat setempat (Elliot et al., 2023). Hal ini menciptakan nilai bersama antara wisatawan, operator ekowisata, dan masyarakat lokal. Selain itu, operator ekowisata sering bertindak sebagai fasilitator dengan memberikan informasi kepada wisatawan tentang ekosistem dan upaya konservasi. Dengan menyadarkan wisatawan akan pentingnya melestarikan alam dan lingkungan, pengelola ekowisata membantu meningkatkan kesadaran lingkungan wisatawan (Hadi, 2022; Rumangkit et al., 2023). Dalam ekowisata, konsep penciptaan nilai bersama menawarkan peluang untuk menciptakan dampak positif yang



lebih besar terhadap pelestarian lingkungan, pengembangan masyarakat lokal, dan pengalaman pariwisata. Hal ini mendorong kolaborasi aktif antar seluruh pemangku kepentingan, sehingga dapat menciptakan nilai bersama yang menguntungkan semua pihak.

Konsep *smart tourism* dapat diterapkan pada perencanaan dan pengembangan infrastruktur ramah lingkungan di destinasi ekowisata. Hal ini dapat mencakup penggunaan energi terbarukan, pengelolaan air yang efisien, dan desain bangunan yang mempertimbangkan aspek lingkungan. Smart Tourism dapat membantu mengatur arus wisatawan untuk menghindari kepadatan berlebih di destinasi ekowisata. Selain itu, Sistem pemesanan online dan informasi *real-time* dapat membantu mengelola jumlah pengunjung dengan lebih efektif. Hal terakhir yang ditemukan dalam penelitian ini adalah destinasi ekowisata sudah berfokus pada perbaikan kinerja ekowisata. Salah satu caranya, dengan melakukan riset kepuasan wisatawan. Dimana melalui riset tersebut, maka dapat dijadikan sebagai informasi dasar perbaikan tata kelola dari ekowisata (Rahman & Dura, 2021).

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yaitu *marketing*, *entrepreneurial orientation*, *entrepreneurial intention*, *leadership*, *value co-creation*, *smart tourism*, dan *sustainable tourism performance* menjadi faktor penentu dari kinerja ekowisata berkelanjutan. Oleh karena itu, variable-variabel tersebut harus menjadi perhatian bagi pengelola ekowisata. Selanjutnya, pengelola ekowisata juga harus dapat melakukan survei kepuasan wisatawan yang berkunjung yang berkesinambungan agar dapat menjadi bahan masukan untuk memperbaiki tata kelola ekowisata, sehingga tercipta ecosystem ekowisata yang unik dan otentik yang mampu memberikan kepuasan para wisatawan.

## 6. UCAPAN TERIMAKASIH

Tim peneliti mengucapkan terimakasih kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi yang telah membiayai penelitian ini berdasarkan surat kontrak Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Sesuai dengan Kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2023 No 1402/LL3/AL.04/2023, Tanggal 26 Juni 2023.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Arida, I. N. S. (2014). Dinamika Ekowisata Tri Ning Tri Di Bali Problematika dan Strategi Pengembangan Tiga Tipe Ekowisata Bali. *Jurnal Kawistara*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.22146/kawistara.5666>
- Bhattacharya, P. B., Prodyut. (2021). Visitors' satisfaction from ecotourism in the protected area of the Indian Himalayan Region using importance–performance analysis. In *Consumer Behaviour in Hospitality and Tourism*. Routledge.

- Bina Pembangunan Daerah, B. (2021). *Revisi Permendagri Nomor 33 Tahun 2009 Bertujuan Tingkatkan Pengembangan Ekowisata di Daerah*. <https://bangda.kemendagri.go.id/>.  
[https://bangda.kemendagri.go.id/index.php/berita/baca\\_konten/430/revisi\\_permendagri\\_nomor\\_33\\_tahun\\_2009\\_bertujuan\\_tingkatkan\\_pengembangan\\_ekowisata\\_di\\_daerah](https://bangda.kemendagri.go.id/index.php/berita/baca_konten/430/revisi_permendagri_nomor_33_tahun_2009_bertujuan_tingkatkan_pengembangan_ekowisata_di_daerah)
- Ceballos-Lascuráin, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas: The state of nature-based tourism around the world and guidelines for its development*. <https://doi.org/10.2305/IUCN.CH.1996.7.en>
- Chan, J. K. L., & Saikim, F. H. (2022). Exploring the ecotourism service experience framework using the dimensions of motivation, expectation and ecotourism experience. *Tourism and Hospitality Research*, 22(4), 425–443. <https://doi.org/10.1177/14673584211056860>
- Elliot, E. A., Adams, R., & Tsetse, E. K. K. (2023). Customer Value Co-Creation: Environmental Sustainability as a Tourist Experience. *Sustainability*, 15(13), Article 13. <https://doi.org/10.3390/su151310486>
- Hadi, A. S. (2022). PERAN PENGETAHUAN EKOLOGI SEBAGAI PEMEDIASI HUBUNGAN ANTARA KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU DAN KEPUASAN PELANGGAN. *Management and Sustainable Development Journal*, 4(2), 90-102.
- Hadi, A. S. (2023). The role of integrated marketing communication, ecological knowledge and co-creation of value toward visitor satisfaction in the hotel industry. *Asian Management and Business Review*, 48-59.
- Ismail, F., Imran, A., Khan, N., & Qureshi, M. I. (2021). Past, present and future of ecotourism, a systematic literature review from last decade. *Studies of Applied Economics*, 39(4), Article 4. <https://doi.org/10.25115/eea.v39i4.4592>
- Khanra, S., Dhir, A., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2021). Bibliometric analysis and literature review of ecotourism: Toward sustainable development. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100777. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100777>
- Kunjuraman, V. (2022). Community-based ecotourism managing to fuel community empowerment? An evidence from Malaysian Borneo. *Tourism Recreation Research*, 47(4), 384–399. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1841378>
- Kunjuraman, V., Hussin, R., & Aziz, R. C. (2022). Community-based ecotourism as a social transformation tool for rural community: A victory or a quagmire? *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 100524. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100524>
- Nasution, N. A., Besar, I., Frasetya, V., & Samhati, S. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Menghadapi Perkembangan Destinasi Ekowisata di Kecamatan Suoh Kabupaten Lampung Barat. *Jurnal PkM (Pengabdian kepada Masyarakat)*, 6(4), Article 4. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i4.9620>
- Nasution, S. A. A., & Dura, N. (2021). MALAYSIA SMART TOURISM FRAMEWORK FOR ECOTOURISM (MSTF-ECO) FROM MALAYSIA SMART CITY FRAMEWORK: A REVIEW. *Asian People Journal (APJ)*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.37231/apj.2021.4.2.286>
- Rumangkit, S., Pratama, Y. A., Khairi, A., & Hadi, A. S. (2023). Sustainable Community-based Ecotourism (CBET) Performance: A Qualitative Measurement. *Remittances Review*, 8(4), Article 4. <https://remittancesreview.com/menu-script/index.php/remittances/article/view/829>



Wardah, S., Siswanto, R., Yuliana, Y., Cholid, M., & Nurohman, J. (2023). Desain Ekowisata Dalam Rangka Peningkatan PAD Pasca Pandemi Covid-19 Di Desa Sungai Luar Kab Indragiri Hilir Riau. *Selodang Mayang: Jurnal Ilmiah Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Indragiri Hilir*, 9(1), 1–6. <https://doi.org/10.47521/selodangmayang.v9i1.296>