

# POTENSI WANA WISATA ALAM BATU KUDA UJUNGBERUNG BANDUNG

*Marini Eko Putri<sup>1</sup>, Nova Eviana<sup>2</sup>  
Mahasiswa AKPINDO, Jakarta<sup>1</sup>, Dosen AKPINDO, Jakarta<sup>2</sup>*

## **Abstract**

*Batu Kuda natural ecotourism has a viable tourism potency for supporting economic financial resources for local government and community. Some efforts are needed to develop its potencies in accordance with its typical characteristics. This research aims to identify the potencies of Batu Kuda tourist attractions using 5A's theory, covering the aspects of access, accommodation, attraction, activity, and amenity. They are then elaborated and analyzed with SWOT analytic method consisting of strength, weakness, opportunity, and threat aspects. Observation and interview are conducted to collect research data. The result of research shows that internal and external factors of Batu Kuda tourist attraction is on first quadrant, referring to the aggressive strategy. It means that the growth oriented strategy is needed to develop the potency.*

**Keywords:** *tourism potency, ecotourism, SWOT analysis*

## **Pendahuluan**

Dewasa ini peranan pariwisata dalam mendukung pembangunan sektor ekonomi di suatu negara sudah tidak diragukan lagi. Hal ini menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan dalam perolehan devisa. Kondisi ini menuntut pemerintah suatu negara untuk menggarap sektor pariwisata secara serius. Sektor pariwisata dianggap memiliki *multiplier effects* karena berperan serta dalam mengembangkan sektor lain. Sektor ini mampu untuk menciptakan peluang kerja yang demikian beragam dan luas, sehingga dapat berefek pula pada pengentasan kemiskinan. Oleh karenanya, Smith dan Eadington dalam Pitana (2009) memandang pariwisata sangat layak sebagai obyek kajian dan dikembangkan sebagai ilmu karena mempunyai sejarah, pustaka, dan prinsip-prinsip yang terstruktur serta berbagai aspek keilmuan lainnya.

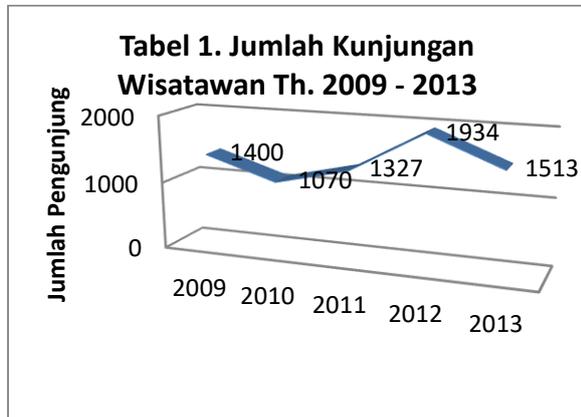
Dalam rangka meningkatkan kepariwisataan, peranan barang berupa obyek wisata sendiri yang dapat dijual, dengan sarana dan prasarana yang mendukungnya dalam industri pariwisata sangatlah terkait. Ada beberapa faktor

pokok yang berpengaruh dalam mengembangkan daerah tujuan wisata, yang meliputi obyek dan daya tarik wisata, ketersediaan prasarana wisata, tata kelola, atau infrastruktur serta kondisi dari masyarakat atau lingkungan.

Wilayah Bandung merupakan salah satu kota tujuan utama pariwisata, terutama bagi masyarakat Jakarta dan sekitarnya, dalam menikmati liburan. Daya tarik kunjungan wisatawan secara keseluruhan banyak didukung oleh potensi dan karakter kawasan yang menawarkan lingkungan pegunungan dengan iklim yang sejuk, serta atraksi dan aktifitas wisata yang menarik. Beberapa daya tarik wisata di wilayah ini sudah terkenal di kalangan masyarakat, seperti Kawah Putih Ciwidey, Gunung Tangkuban Perahu, dan lain-lain. Dengan kondisi geografisnya, wilayah Bandung kaya akan daya tarik wisata alam.

Pada salah satu kecamatan di kota Bandung, yaitu Ujungberung tepatnya di desa Cibiru Wetan di lereng Gunung Manglayang, terdapat daya tarik wisata Wana Wisata Alam Batu Kuda. Daya tarik kunjungan wisatawan ke Wana Wisata Alam Batu Kuda secara keseluruhan

banyak didukung oleh potensi dan karakter kawasan yang menawarkan lingkungan pegunungan dengan iklim yang sejuk. Wana Wisata Alam Batu Kuda memiliki luas 20 hektar, yang pengelolaannya ditangani oleh Perum Perhutani III.



Sumber: Perum Perhutani, 2015

Berdasarkan data di atas diperoleh gambaran bahwa tingkat kunjungan wisatawan di daya tarik wisata ini masih fluktuatif. Periode terakhir menunjukkan adanya penurunan jumlah pengunjung sebesar 4.21%.

Wana Wisata Alam Batu Kuda terbilang cukup berpotensi sebagai salah satu sumber pendapatan bagi pemerintah daerah. Untuk lebih mempopulerkan daya tarik wisata ini di kalangan masyarakat, maka diperlukan sebuah upaya nyata untuk mengembangkan potensi wisata yang ada, sesuai dengan karakteristik daya tarik wisata.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi Wana Wisata Alam Batu Kuda di Kecamatan Ujungberung Bandung. Analisa dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT. Metode analisis SWOT adalah metode yang dipergunakan untuk menganalisa faktor internal yang mencakup kekuatan (*Strength*) dan kelemahan (*Weakness*), dan faktor eksternal yang mencakup peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*). Berdasarkan pada data yang diperoleh melalui analisis SWOT maka dapat disusun suatu rencana strategis (renstra) pengembangan potensi daya tarik tersebut.

## Tinjauan Pustaka

### Wana Wisata Alam

Wana wisata adalah objek wisata alam yang lokasinya berada di hutan lindung atau hutan produksi, yang termasuk di dalam kawasan hutan yang dikelola Perum Perhutani. Wana wisata berdasarkan surat Direksi Perum Perhutani No. 043.7/DIR tanggal 5 November 2005 tentang pedoman pengembangan wana wisata didefinisikan sebagai objek-objek wisata alam yang dibangun dan dikembangkan oleh Perum Perhutani di dalam kawasan hutan produksi dan lindung secara terbatas dengan tidak mengubah fungsi pokoknya. Arifin (2001) menjelaskan bahwa wana wisata merupakan hutan lindung dan hutan produksi yang ditata dan dimanfaatkan sebagai obyek wisata.

Menurut statusnya Wana Wisata Alam Batu Kuda termasuk ke dalam hutan wisata. Djaenuddin dalam Nagel (2011) menjelaskan bahwa hutan wisata adalah hutan yang dipertahankan dengan maksud untuk mengembangkan pendidikan, rekreasi, dan pendidikan. Menurut Suwantoro (2007), wana wisata alam adalah objek wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungan dan berdaya tarik bagi wisatawan serta ditujukan untuk pembinaan cinta alam baik dalam kegiatan alam maupun setelah pembudidayaan.

### Potensi Wisata

Potensi dalam mengembangkan kegiatan pariwisata pada suatu daya tarik wisata terkait erat dengan lingkungan hidup dan sumberdaya yang tersedia. Mengembangkan potensi wisata merupakan kegiatan yang memadukan aktifitas yang bersifat multisektoral. Dengan demikian dalam pelaksanaannya harus dilakukan secara terencana dan terpadu melalui berbagai banyak pertimbangan, termasuk di dalamnya adalah aspek ekonomi dan lingkungan. Dengan demikian, dalam pengembangan

nantinya tidak memberikan dampak negatif.

Menurut Fandeli (2005) potensi wisata adalah unsur fisik lingkungan yang statik seperti: hutan, air, lahan, margasatwa, tempat-tempat untuk bermain, berenang dan lain-lain. Karena itu pariwisata sangat terkait dengan keadaan lingkungan dan sumberdaya. Yoeti dalam Wisnawa (2011) menjelaskan potensi wisata sebagai segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Sedangkan menurut Sukardi dalam Wisnawa (2011) juga menjelaskan bahwa potensi wisata adalah segala yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut. Jadi yang dimaksud dengan potensi wisata adalah sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik sebuah obyek wisata.

### Analisis SWOT

Kurtz dalam Dedi (2013) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan alat perencanaan strategik yang penting untuk membantu perencana untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal organisasi dengan kesempatan dan ancaman dari eksternal perusahaan. Menurut Duncan dalam Tajudin *et. al.* (2014), melaksanakan analisa lingkungan internal dan eksternal merupakan hal penting dalam proses perencanaan strategi. Faktor-faktor lingkungan internal dalam perusahaan mencakup adanya kekuatan atau *Strength (S)* dan kelemahan atau *Weakness (W)*, sedangkan lingkungan eksternal perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai peluang atau *Opportunities (O)* dan ancaman atau *Threat (T)*. Analisis lingkungan strategi ini disebut sebagai analisis SWOT. Rangkuti (2009) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan identifikasi terhadap berbagai faktor secara sistematis dan terukur, dalam rangka merumuskan strategi perusahaan.

Analisisnya mencakup beberapa aspek, berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan unsur kekuatan atau unsur positif yang mencakup kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun disisi lain harus meminimalkan pada unsur-unsur kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*).

Utama dan Mahadewi (2012) menjelaskan bahwa analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan antara faktor eksternal yang berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan, sehingga dari hasil analisisnya dapat diambil suatu keputusan strategis bagi perusahaan atau pengelola. Proses pembuatan analisis dan indentifikasi SWOT dapat dilakukan melalui tahapan sebagai berikut: (1) melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor internal yang ada dalam suatu daya tarik wisata, yang mencakup kekuatan dan kelemahan, (2) melakukan identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang muncul/dikendalikan di luar daya tarik wisata, (3) menyusun matrik IFAS dan EFAS serta (4) menempatkan dalam kuadran SWOT. Setelah faktor strategi internal diidentifikasi, maka perlu dilakukan analisis dengan matriks IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) dengan melakukan pembobotan dengan metode perbandingan berpasangan sehingga total bobot sama dengan satu untuk masing-masing komponen kekuatan dan kelemahan. Selanjutnya masing-masing faktor kekuatan dan kelemahan diberikan peringkat antara 1 sampai dengan 4. Nilai bobot dan peringkat pada masing-masing faktor akan dikalikan sehingga akan memperoleh nilai skor. Skor yang ada selanjutnya dikomulasikan sehingga akan diperoleh skor total bagi obyek yang dinilai. Jika nilainya 1.5 menandakan bahwa secara internal perusahaan atau objek wisata lemah, sedangkan nilai yang berada di atas 2.5 menunjukkan posisi internal yang kuat. Hal yang sama juga berlaku untuk matriks

EFAS. Total skor di bawah 2.5 menandakan bahwa secara eksternal perusahaan atau objek wisata terancam.

Banyak organisasi menjalankan dua strategi secara bersamaan namun strategi kombinasi dapat sangat beresiko jika dijalankan terlebih jauh. Marimin (2004) menjelaskan jenis-jenis kuadran adalah sebagai berikut:

- 1) Kuadran I (Strategi Agresif)  
Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan dalam kondisi ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- 2) Kuadran II (Strategi Diversifikasi)  
Perusahaan yang berada pada kuadran ini menghadapi berbagai ancaman, namun perusahaan masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang harus dilakukan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi
- 3) Kuadran III (Strategi *turn around*)  
Perusahaan yang berada di kuadran ini memiliki peluang yang sangat besar, namun dilain pihak memiliki kelemahan internal. Fokus yang harus dilakukan oleh perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga mampu merebut peluang pasar yang lebih baik.
- 4) Kuadran IV (Strategi Defensif)  
Dalam kuadran ini perusahaan berada dalam situasi yang sangat tidak menguntungkan, karena selain menghadapi berbagai macam ancaman, juga menghadapi kelemahan internal.

### Unsur-unsur Pariwisata (5A)

Terdapat beberapa unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut (Yoeti, 2006): (1). Akomodasi, ketersediaan sarana akomodasi akan mendorong pengunjung untuk datang dan menikmati suatu daya

tarik wisata dengan waktu yang relative lebih lama, (2). Atraksi, dapat digolongkan menjadi dua yaitu *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* merupakan daya tarik fisik yang permanen dengan lokasi yang tetap seperti kebun binatang, keraton dan museum. Sedangkan *event attractions* adalah atraksi yang berlangsung sementara dan lokasinya dapat dipindah dengan mudah seperti festival, pameran atau pertunjukan kesenian daerah, (3). Aksesibilitas menjelaskan kemudahan lokasi untuk dicapai oleh pengunjung. Hal ini dikaitkan dengan kondisi jalan, jarak dan alokasi waktu yang dibutuhkan untuk mencapai lokasi. (4) Aktifitas menjelaskan hal-hal yang dapat dilakukan oleh pengunjung atau wisatawan selama berada di daya tarik wisata, baik kegiatan fisik atau non fisik (5) Amenitas atau faktor-faktor pendukung yang menjadi daya tarik seseorang untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata. Ini mencakup ketersediaan air bersih, listrik, fasilitas kebersihan, toko cinderamata, dan lain-lain.

### Metodologi Penelitian

- a. Lokasi dan Waktu Penelitian  
Kegiatan penelitian dilakukan di Wana Wisata Batu Kuda Ujungberung Kabupaten Bandung. Waktu penelitian dilakukan dalam rentang waktu bulan April – Mei 2015.
- b. Pendekatan Penelitian  
Penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif yang disajikan secara deskriptif eksploratif. Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi dalam rangka mengidentifikasi potensi Wana Wisata Batu Kuda Ujungberung Bandung, dan melakukan wawancara terhadap pengelola dalam rangka penilaian terhadap potensi wisata di Wana Wisata Alam Batu Kuda Ujungberung Bandung.

## **Metode Analisa**

Peneliti melakukan identifikasi terhadap potensi wisata yang ada di Wana Wisata Alam Batu Kuda Ujung Berung sesuai teori - teori potensi wisata. Hasil identifikasi selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT sehingga diperoleh gambaran jenis rencana strategis yang paling sesuai untuk digunakan dalam pengembangan potensi wisata.

## **Hasil Pembahasan**

### **Potensi Wana Wisata Alam Batu Kuda**

Keberadaan Wana Wisata Alam Batu Kuda selain memiliki manfaat ekologis, juga memberikan manfaat sosial ekonomis bagi masyarakat setempat. Keberadaan daya tarik wisata ini telah memberikan manfaat antara lain :

1. Fungsi klimatologis, bahwa fungsi hutan dengan berbagai pohon yang ada di dalamnya akan mempengaruhi iklim bagi wilayah sekitarnya. Berlokasi di Kabupaten Bandung, maka keberadaan Wana Wisata Alam Batu Kuda menjadi paru-paru bagi wilayah Bandung.
2. Fungsi geomorfologis, keberadaan pepohonan yang ada di Wana Wisata Alam Batu Kuda dapat menanggulangi terjadinya erosi dan tanah longsor.
3. Fungsi hidrologis, yaitu keberadaan daya tarik wisata ini memberikan ketersediaan sumber air yang dibutuhkan oleh masyarakat setempat. Dengan banyaknya pepohonan memungkinkan wilayah ini menjadi wilayah serapan dan sumber ketersediaan air bagi beberapa wilayah di Bandung.
4. Fungsi ekonomis, bahwa keberadaan wana wisata ini dapat memberdayakan perekonomian masyarakat sekitar. Dengan banyaknya wisatawan yang datang berkunjung, memberikan peluang bagi masyarakat sekitar untuk membuka usaha penyediaan makanan dan minuman, akomodasi serta transportasi.
5. Fungsi biologis, yaitu mendukung tersedianya laboratorium alam yang

menyediakan kekayaan flora dan fauna di dalamnya.

6. Fungsi edukasi. Dengan berkembangnya sistem pendidikan di Indonesia yang berorientasi pada alam, maka keberadaan daya tarik wisata alam dapat dimanfaatkan sebagai tempat pembelajaran.
7. Fungsi pariwisata, yaitu sebagai tempat rekreasi bagi masyarakat, khususnya yang tinggal di wilayah perkotaan.

Berdasarkan kegiatan observasi yang dilakukan, dapat diidentifikasi potensi Wana Wisata Alam Batu Kuda, sebagai berikut:

### **Aksesibilitas**

Ditinjau dari aksesibilitas, lokasi Wana Wisata Batu Kuda relative dekat dengan Jakarta. Lokasinya hanya berjarak 173 km dan dapat ditempuh sekitar 3 jam 48 menit. Selain itu untuk mencapai lokasi tersebut, tersedia 6 jalur alternative; antara lain melalui Jalan Sindangreret, Jalan Manisi, Jalan Ciguruik, Jalan Cimekar, Jalan Paledang atau Jalan Pasar Cileunyi. Ketersediaan sarana transportasi umum juga memudahkan pengunjung untuk datang ke lokasi, meski tidak membawa mobil pribadi.

### **Akomodasi**

Di sekitar lokasi daya tarik wisata, tersedia berbagai akomodasi yang dapat dimanfaatkan oleh pengunjung yang datang. Akomodasi yang tersedia beragam dari hotel bintang sampai dengan hotel melati, yang tersedia dengan harga yang terjangkau.

### **Aktivitas**

Beberapa aktivitas yang dapat dilakukan di dalam Wana Wisata Alam Batu Kuda ini adalah mendaki gunung, lintas alam, piknik, dan bersepeda gunung. Dimungkinkan untuk mencapai puncak gunung Manglayang yang berlokasi di atas Wana Wisata Alam Batu Kuda ini dengan sepeda gunung, karena jalur atau trek nya

aman untuk dilalui menggunakan sepeda gunung, Kegiatan ekstrakurikuler seperti pramuka, dan berkemah cukup membayar tiket yang relative murah. Namun untuk pengunjung yang ingin berkemah, dapat membawa sendiri perlengkapannya karena pengelola tidak menyediakan perlengkapan untuk berkemah.

### **Atraksi**

Atraksi adalah kegiatan *what to see* dalam suatu daya tarik wisata. Di Wana Wisata Alam Batu Kuda pengunjung dapat menikmati atraksi natural yaitu pemandangan alam yang masih sangat alami dan indah atau ruang terbuka hijau. Karena wana wisata ini dikelilingi oleh hutan tanaman campuran (pinus, kaliandra dan cemara). Pengunjung juga dapat melihat beberapa batu yang terdapat di wana wisata ini khususnya batu yang menjadi ikon objek wisata ini yaitu batu kuda. Namun pengunjung tidak disuguhkan atau tidak dapat menyaksikan atraksi lain yang dibuat oleh tangan manusia atau ciptaan manusia seperti acara tradisional atau kebudayaan yang dimiliki masyarakat Bandung khususnya warga Ujungberung, seperti tari-tarian tradisional dan seni musik yang dapat disaksikan pengunjung.

### **Amenitas**

Fasilitas wisata yang disediakan guna memberi kenyamanan dan kepuasan bagi pengunjung antara lain adalah papan petunjuk di dalam Wana Wisata Alam Batu Kuda, loket karcis, jalan setapak, MCK, musholla, tempat parkir, warung, instalasi air, bangku, shelter dan pemandu wisata.

### **Analisis SWOT**

#### **Kekuatan atau *Strength***

Banyak kekuatan atau keunggulan yang terdapat di Wana Wisata Alam Batu Kuda yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dan lebih mengenal wana wisata ini yaitu :

- a. Memiliki daya tarik wisata alam atau pemandangan alam yang indah dan masih asri, yaitu terdiri atau dikelilingi hutan tanaman campuran berupa ribuan pepohonan pinus, kaliandra dan cemara. Wana wisata ini berada di lereng gunung Manglayang dan wana wisata ini memiliki ikon yaitu berupa batu kuda (batu yang mirip kuda) yang mempunyai volume 500 meter dan terdapat juga batu-batu lainnya seperti batu tumpeng, batu leuit, batu semar, batu keraton, batu ampar, batu korsi dan batu lamunan, batu pasir jirak. Wana Wisata Alam Batu Kuda memiliki potensi visual lansekap di dalam kawasan yang cukup menarik yaitu hutan tanaman campuran dan hutan alam yang menimbulkan udara pegunungan yang sejuk. Wana wisata ini juga memiliki sumber air yang berupa mata air yang saat ini dimanfaatkan untuk keperluan pengunjung dan masyarakat sekitar kawasan.
- b. Kesadaran masyarakat dan pengunjung di sekitar wana wisata untuk menjaga kebersihan sudah baik. Terbukti dengan tidak adanya sampah yang berserakan di sekitar maupun di lingkungan Wana Wisata Alam Batu Kuda. Hal ini merupakan kekuatan yang bagus dalam suatu objek wisata karena dengan ini menyatakan masyarakat sekitar atau pengunjung yang datang ikut peduli dan ikut serta dalam menjaga dan melestarikan alam khususnya wana wisata yang ada di lingkungannya atau yang dikunjunginya.
- c. Ragam aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan di dalam wana wisata ini
- d. Tersedia alternatif jalan menuju Wana Wisata Alam Batu Kuda, yaitu dapat melalui jalan Raya Ujung-Cileunyi. Melalui jalan ini terhitung ada 6 jalur yang tembus ke Wana Wisata Alam Batu Kuda. Jalan Sindangreret atau bisa juga lewat Jalan Manisi, Jalan Ciguruik, Jalan Cimekar, Jalan Paledang atau Jalan Pasar Cileunyi. Apabila melalui

jalan pasar Cileunyi dapat melewati pangkalan ojek (sebelah kiri) sebelum terminal Cileunyi setelah jalan Percobaan (jalan dua arah) dari arah kota Bandung. Dengan patokan pangkalan ojek lalu mengambil jalan lurus kurang lebih 8 km, jalan ini adalah gerbang utama menuju Wana Wisata Alam Batu Kuda.

- e. Tersedia angkutan umum.
- f. Tersedia akomodasi atau hotel. Akomodasi atau hotel di sekitar Wana Wisata Alam Batu Kuda antara lain Hotel Yehezkiel di jalan Surapati yang berjarak 7,7 km dengan waktu tempuh sekitar 25 menit dari Wana Wisata Alam Batu Kuda. Hotel ini adalah hotel bintang 4 di Bandung Timur. Hotel lainnya yaitu Hotel Bumi Kitri Pramuka di jalan Cikutra yang berjarak 9,4 km dengan waktu tempuh sekitar 30 menit dari Wana Wisata Alam Batu Kuda. Hotel ini adalah hotel bintang 2 di Bandung Timur dengan 52 kamar yang tersedia. Dan juga Hotel Augusta di jalan Surapati yang berjarak 8,4 km dengan waktu tempuh sekitar 28 menit dari Wana Wisata Alam Batu Kuda. Hotel ini adalah hotel bintang 2 dengan 10 kamar yang tersedia.
- g. Harga tiket masuk yang murah dan sangat terjangkau pengunjung yaitu Rp 5000.
- h. Fasilitas yang cukup lengkap tersedia di wana wisata ini. Fasilitas wisata yang disediakan guna memberi kenyamanan dan kepuasan bagi pengunjung antara lain adalah papan petunjuk di dalam Wana Wisata Alam Batu Kuda, loket karcis, jalan setapak, MCK, musholla, tempat parkir, warung, instalasi air, bangku, shelter dan pemandu wisata keramat (juru kunci).

### **Kelemahan atau *Weakness***

Adapun berbagai macam kelemahan yang terdapat di Wana Wisata Alam Batu Kuda adalah :

- a. Dikelola oleh perum perhutani III. Perum atau dinas perhutani III

dipercaya untuk mengelola hutan negara di Jawa Barat. Hal ini menguntungkan karena ada badan usaha milik negara yang ikut bertanggung jawab namun disisi lain hal ini mempersulit pihak pengelola dalam melakukan pengembangan terhadap potensi Wana Wisata Alam Batu Kuda. Seperti halnya diharuskan memperoleh perijinan resmi dalam hal pengembangan dan penetapan tarif masuk wana wisata.

- b. Akses perjalanan menuju Wana Wisata Alam Batu Kuda kurang mudah dijangkau karena terdapat beberapa tanjakan-tanjakan terjal, tinggi, sempit, kondisi jalan kurang baik, dan tidak adanya petunjuk jalan, seperti keadaan jalan di jalan pasar Cileunyi.
- c. Fasilitas infrastruktur seperti jaringan listrik, air bersih, sudah tersedia, namun perlu pembenahan dan perbaikan.
- d. Kurangnya prasarana tempat makan yang beragam di wana wisata ini. Luas wana wisata ini sekitar 20 hektar namun sarana tempat makan yang tersedia di wana wisata ini hanya tersedia empat warung.
- e. Toko cinderamata yang tidak tersedia di wana wisata ini. Keberadaan toko cinderamata ini merupakan hal penting yang berkaitan dengan perkembangan suatu objek wisata. Tidak adanya toko cinderamata di suatu obyek wisata merupakan kelemahan yang cukup tinggi, karena keberadaannya berfungsi juga untuk memberikan kenangan atau kesan menarik untuk pengunjung yang datang.
- f. Kurangnya promosi potensi wisata oleh pihak pengelola. Hal ini penulis peroleh setelah melakukan proses wawancara dengan pihak pengelola dimana upaya promosi yang sudah pernah dilakukan yaitu *sales call* atau penjualan melalui telepon ke beberapa sekolah di Bandung dan wana wisata ini pernah menjadi lokasi syuting sebuah acara di televisi swasta, secara tidak langsung mempromosikan dan meningkatkan

- jumlah pengunjung yang mengetahui Wana Wisata Alam Batu Kuda setelah melihat acara tersebut. Dan wana wisata ini tidak memiliki alat pendukung promosi seperti brosur dan website resmi suatu objek wisata.
- g. Atraksi tidak beragam. Di Wana Wisata Alam Batu Kuda pengunjung hanya dapat menikmati atraksi natural yaitu pemandangan alam yang masih sangat alami dan indah atau ruang terbuka hijau. Karena wana wisata ini dikelilingi oleh hutan tanaman campuran (pinus, kaliandra dan cemara). Namun pengunjung tidak disuguhkan atau tidak dapat menyaksikan atraksi lain yang dibuat oleh tangan manusia atau ciptaan manusia.
  - h. Tidak terdapatnya akomodasi atau penginapan dalam radius kurang dari 5 km. Hotel atau penginapan di sekitar Wana Wisata Alam Batu Kuda yaitu Hotel Yehezkiel di jalan Surapati yang berjarak 7,7 km dari Wana Wisata Alam Batu Kuda, Hotel Bumi Kitri Pramuka di jalan Cikutra yang berjarak 9,4 km dari Wana Wisata Alam Batu Kuda, dan Hotel Augusta di jalan Surapati yang berjarak 8,4 km dari Wana Wisata Alam Batu Kuda. Ada baiknya terdapat hotel atau penginapan yang lebih dekat dengan suatu objek wisata agar memudahkan para pengunjung yang ingin menginap.
- b. Tingginya minat wisatawan terhadap kegiatan wisata *tracking* gunung.
  - c. Tingginya minat wisatawan untuk melihat ikon dari wana wisata ini yaitu batu kuda dan berfoto-foto di sekitar kawasan pohon pinus.
  - d. Segmen pasar pariwisata semakin berkembang oleh karena itu wisatawan selalu mencoba mencari hal baru.
  - e. Meningkatkan jumlah wisatawan dengan cara pihak pengelola melakukan berbagai macam kegiatan promosi, seperti menyebar brosur, membuat website resmi Wana Wisata Alam Batu Kuda, bekerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata, bekerja sama dengan media cetak seperti koran, majalah, ataupun buku-buku pariwisata, dan mengikuti pameran.
  - f. Bekerja sama secara lebih intensif lagi dengan sekolah-sekolah yang ada di Bandung, Jakarta, maupun di kota lainnya.
  - g. Pemerintah atau orang lain berkesempatan berinvestasi dengan membangun penginapan yang nyaman dan lebih dekat dengan wana wisata ini apabila tersedia lahan kosong di sekitar wana wisata ini.
  - h. Masyarakat setempat dapat berpartisipasi dalam membuat atraksi pertunjukan dan dapat menambah penghasilan masyarakat itu sendiri dan menambah kreativitas masyarakat khususnya anak-anak maupun remaja di kecamatan Ujungberung.
  - i. Apabila akses menuju wana wisata ini dan fasilitas yang terdapat di dalamnya diperbaiki lebih memadai untuk digunakan, akan dapat menarik pengunjung lebih banyak lagi.

### **Peluang atau Opportunity**

Peluang dapat diartikan sebagai suatu kesempatan yang menguntungkan bagi objek wisata itu sendiri. Peluang yang dimiliki Wana Wisata Alam Batu Kuda adalah:

- a. Lokasi kawasan Wana Wisata Alam Batu Kuda dekat dengan pintu gerbang kegiatan pariwisata dan pusat kegiatan ekonomi Indonesia yakni DKI Jakarta. Wana Wisata Alam Batu Kuda ini berjarak 173 km dari Ibukota Jakarta, dengan waktu tempuh sekitar kurang lebih 3 jam 48 menit.

### **Ancaman atau Threat**

Dibalik 3 faktor di atas, ada juga ancaman yang dapat menurunkan minat para wisatawan berkunjung ke Wana Wisata Alam Batu Kuda yaitu :

- a. Adanya potensi wana wisata lain yang mempunyai sifat kemiripan dengan Wana Wisata Alam Batu Kuda. Seperti

di Bukit Moko yang terletak di desa Cimenyan, Bandung dan Grafika Resort di Lembang, Bandung yaitu memiliki hutan pinus serupa dengan Wana Wisata Alam Batu Kuda.

- b. Bencana alam seperti longsor, banjir, gempa bumi, dan pepohonan tumbang yang dapat terjadi kapan saja tanpa diketahui oleh manusia.

### Matriks IFAS dan EFAS

Berdasarkan analisa potensi Wana Wisata Alam Batu Kuda dengan analisis SWOT di atas, maka disusun matriks berdasarkan faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) sebagai berikut:

**Tabel 1. Matriks IFAS**

No	Internal Faktor	bobot	rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>				
1	Pemandangan alam yang indah dan masih asri	0.15	4	0.6
2	Kebersihan yang terjaga di wana wisata ini	0.06	3.5	0.21
3	Beragamnya aktivitas yang dapat dilakukan	0.07	3.5	0.24
4	Ketersediaan alternatif jalan menuju Wana	0.1	4	0.4
5	Ketersediaan angkutan umum	0.04	3	0.12
6	Ketersediaan akomodasi	0.02	2.5	0.05
7	Harga tiket masuk terjangkau	0.08	4	0.32
8	Ketersediaan fasilitas pendukung yang cukup lengkap	0.06	3.5	0.21
<b>Jumlah</b>		<b>1.00</b>		<b>2.15</b>

No	Faktor Internal	bobot	rating	Skor
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
9	Kondisi akses jalan kurang baik	0.06	2	0.12
10	Fasilitas dalam kondisi kurang baik	0.04	3	0.12
11	Kurangnya prasarana warung makan	0.02	4	0.08
12	Tidak tersedianya toko cinderamata	0.06	2	0.12
13	Dikelola Perum Perhutani III	0.05	2.5	0.12
14	Kurangnya kegiatan promosi potensi wisata	0.07	1	0.07
15	Atraksi tidak beragam	0.08	1	0.08
16	Tidak tersedianya akomodasi yang dekat	0.04	3	0.12
<b>Jumlah</b>				<b>0.83</b>
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>2.98</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2015)

Dari tabel 1 di atas dapat dideskripsikan Wana Wisata Alam Batu Kuda memiliki delapan kekuatan dan delapan kelemahan yang diperoleh dari dalam wana wisata ini sendiri. Kekuatan pertama yaitu pemandangan alam yang indah dan masih asri dengan bobot 0.15 rating 4 dan skor 0.6, pengelola memberikan rating 4 karena poin pertama ini dianggap kekuatan terbesar yang dimiliki Wana Wisata Alam Batu Kuda. Kekuatan kedua yaitu kebersihan yang terjaga di wana wisata ini dengan bobot 0.06 rating 3.5 dan skor 0.21. Kekuatan ketiga yaitu beragamnya aktivitas yang dapat dilakukan dengan bobot 0.07 rating 3.5 dan skor 0.24. Kekuatan keempat yaitu ketersediaan alternatif jalan menuju Wana Wisata Alam Batu Kuda dengan bobot 0.10 rating 4 dan skor 0.4, poin nomor empat ini sama dengan poin pertama, diberikan rating 4 karena pengelola menganggap tersedianya alternatif jalan ini merupakan kekuatan yang cukup besar yang dimiliki Wana Wisata Alam Batu Kuda. Kekuatan kelima yaitu ketersediaan angkutan umum dengan bobot 0.04 rating 3 dan skor 0.12. Kekuatan keenam yaitu ketersediaan akomodasi dengan bobot 0.02 rating 2.5 dan skor 0.05, ketersediaan

akomodasi yang tidak dekat dengan wana wisata ini dianggap pengelola tidak memiliki kekuatan yang besar oleh karena itu diberikan rating 2.5 , rating terendah dalam matriks internal kekuatan ini. Kekuatan ketujuh yaitu harga tiket masuk terjangkau dengan bobot 0.08 rating 4 dan skor 0.32 , kekuatan nomor tujuh juga diberikan rating 4 karena pengelola setuju harga tiket masuk yang terjangkau ini merupakan kekuatan besar Wana Wisata Alam Batu Kuda. Kekuatan yang terakhir yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang cukup lengkap dengan bobot 0.06 rating 3.5 dan skor 0.21. Jumlah total faktor skor internal kekuatan adalah 2.15, dengan skor tertinggi pada poin pertama yaitu pemandangan alam yang indah dan masih asri di Wana Wisata Alam Batu Kuda dengan skor 0.6 hal ini menyatakan poin pertama ini adalah kekuatan terbesar yang dimiliki Wana Wisata Alam Batu Kuda. Dan skor terendah pada poin keenam yaitu ketersediaan akomodasi di sekitar Wana Wisata Alam Batu Kuda dengan skor 0.05

Pada faktor kelemahan diperoleh gambaran bahwa kelemahan pertama berdasarkan analisa yaitu kondisi akses jalan kurang baik dengan bobot 0.06 rating 2 dan skor 0.12 , terlihat kondisi akses menuju wana wisata kurang baik adalah kelemahan terbesar Wana Wisata Alam Batu Kuda, namun menurut pengelola poin nomor enam dan tujuh adalah kelemahan yang lebih besar dibanding poin pertama, karena kondisi akses yang kurang baik masih dapat diatasi dengan kekuatan yang dimiliki Wana Wisata Alam Batu Kuda, yaitu memiliki alternatif jalan, dimana jalan Paledang dikatakan akses paling baik menuju wana wisata ini dimana kondisi jalan tidak terlalu berlubang dan tidak banyak persimpangan. Kelemahan kedua yaitu fasilitas dalam kondisi kurang baik dengan bobot 0.04 rating 3 dan skor 0.12. Kelemahan ketiga yaitu kurangnya prasarana warung makan dengan bobot 0.02 rating 4 dan skor 0.08 , kelemahan pada poin ketiga ini dianggap pengelola

kelemahan yang tidak terlalu besar meskipun hanya tersedia empat warung makan di wana wisata ini, karena dianggap masih ada kelemahan yang lebih besar dibanding poin nomor tiga ini, oleh karena itu diberikan rating 4, rating terendah dalam matriks internal kelemahan. Kelemahan keempat yaitu tidak tersedianya toko cinderamata dengan bobot 0.06 rating 2 dan skor 0.12. Kelemahan kelima yaitu wana wisata ini dikelola perum perhutani III dengan bobot 0.05 rating 2.5 dan skor 0.12. Kelemahan keenam yaitu kurangnya kegiatan promosi potensi wisata yang dilakukan pihak pengelola dengan bobot 0.07 rating 1 dan skor 0.07 , diberikan rating satu oleh pengelola karena kegiatan promosi pada wana wisata ini masih dikatakan sangat kurang yang sangat berpengaruh dengan jumlah wisatawan oleh karena itu merupakan suatu kelemahan yang cukup besar pada Wana Wisata Alam Batu Kuda ini. Kelemahan ketujuh yaitu atraksi yang tidak beragam dengan bobot 0.08 rating 1 dan skor 0.08 , pengelola memberikan rating 1 karena dianggap atraksi yang tidak beragam di Wana Wisata Alam Batu Kuda ini merupakan kelemahan paling besar. Kelemahan yang terakhir atau kedelapan yaitu tidak tersedianya akomodasi yang dekat dengan wana wisata ini dengan bobot 0.04 rating 3 dan skor 0.12.

Jumlah total faktor skor internal kelemahan adalah 0.83, dengan skor tertinggi pada poin keenam yaitu kurangnya kegiatan promosi potensi wisata yang dilakukan pihak pengelola dengan skor 0.07 hal ini menyatakan poin kelima ini adalah kelemahan terbesar pada Wana Wisata Alam Batu Kuda. Skor terendah pada poin ketiga yaitu kurangnya prasarana warung makan di Wana Wisata Alam Batu Kuda dengan skor 0.08.

Dengan ini diperoleh jumlah bobot keseluruhan faktor internal kekuatan dan kelemahan adalah 1.00. Dan jumlah skor keseluruhan faktor internal kekuatan dan kelemahan adalah 2.98. Nilai faktor internal kekuatan sebesar 2.15 lebih besar

dibandingkan faktor nilai internal kelemahan sebesar 0.83.

**Tabel 2. Matriks EFAS**

No	Eksternal Faktor	bobot	rating	Skor
<b>Peluang (Opportunity)</b>				
1	Letak lokasi yang strategis dekat dengan DKI Jakarta	0.12	3.5	0.42
2	Tingginya minat wisatawan terhadap kegiatan wisata <i>tracking gunung</i>	0.06	3	0.18
3	Tingginya minat wisatawan untuk melihat ikon dari wana wisata ini yaitu batu kuda dan berfoto-foto di sekitar kawasan pohon pinus	0.06	3	0.18
4	Segmen pasar pariwisata semakin berkembang	0.02	2.5	0.05
5	Meningkatkan jumlah wisatawan dengan melakukan beragam kegiatan promosi	0.15	4	0.6
6	Bekerja sama dengan sekolah-sekolah	0.09	3.5	0.31
7	Pemerintah atau orang lain berkesempatan berinvestasi dengan membangun penginapan yang nyaman dan lebih dekat dengan wana wisata ini	0.03	2.5	0.07
8	Masyarakat setempat dapat berpartisipasi dalam membuat atraksi pertunjukan	0.08	3	0.24
9	Menarik lebih banyak minat pengunjung apabila akses dan fasilitas dibenahi	0.05	2.5	0.12
<b>Jumlah</b>				<b>2.17</b>
<b>Ancaman (Threat)</b>				
10	Adanya potensi wana wisata lain yang mempunyai sifat kemiripan	0.25	1	0.25
11	Terjadinya bencana alam	0.09	2.5	0.22
<b>Jumlah</b>				<b>0.47</b>
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>2.64</b>

Sumber: Pengolahan Data Penelitian (2015)

Dari tabel 2 di atas dapat dideskripsikan Wana Wisata Alam Batu Kuda memiliki sembilan peluang dan dua ancaman yang diperoleh dari faktor di luar wana wisata ini. Peluang pertama yaitu letak lokasi wana wisata ini yang strategis yaitu dekat dengan DKI Jakarta, dengan bobot 0.12 rating 3.5 dan skor 0.42. Peluang kedua yaitu tingginya minat wisatawan terhadap kegiatan wisata *tracking gunung* atau naik gunung dengan bobot 0.06 rating 3 dan skor 0.18. Peluang ketiga yaitu tingginya minat wisatawan untuk melihat ikon dari wana wisata ini

yaitu batu kuda dan berfoto-foto di sekitar kawasan pohon pinus dengan bobot 0.06 rating 3 dan skor 0.18. Peluang keempat yaitu segmen pasar pariwisata semakin berkembang dengan bobot 0.02 rating 2.5 dan skor 0.05. Peluang kelima yaitu meningkatkan jumlah wisatawan dengan melakukan beragam kegiatan promosi dengan bobot 0.15 rating 4 dan skor 0.6, melakukan kegiatan promosi dianggap pengelola menjadi peluang yang besar dalam meningkatkan jumlah kunjungan oleh karena itu pengelola memberikan rating 4. Peluang keenam yaitu bekerja sama dengan sekolah-sekolah dengan bobot 0.09 rating 3.5 dan skor 0.31. Peluang ketujuh yaitu pemerintah atau orang lain berkesempatan berinvestasi dengan membangun penginapan yang nyaman dan lebih dekat dengan wana wisata ini dengan bobot 0.03 rating 2.5 dan skor 0.075. Peluang kedelapan yaitu masyarakat setempat dapat berpartisipasi dalam membuat atraksi pertunjukan dengan bobot 0.08 rating 3 dan skor 0.24. Peluang kesembilan atau yang terakhir yaitu menarik lebih banyak minat pengunjung apabila akses dan fasilitas dibenahi dengan bobot 0.05 rating 2.5 dan skor 0.12.

Jumlah total faktor skor eksternal peluang dengan nilai 2.17, dengan skor tertinggi pada poin kelima yaitu meningkatkan jumlah wisatawan dengan melakukan beragam kegiatan promosi dengan skor 0.6 hal ini menyatakan poin kelima ini adalah peluang yang besar untuk wana wisata ini dimana promosi akan sangat berpengaruh pada jumlah kunjungan. Skor terendah pada poin keempat yaitu segmen pasar pariwisata semakin berkembang dengan skor 0.05.

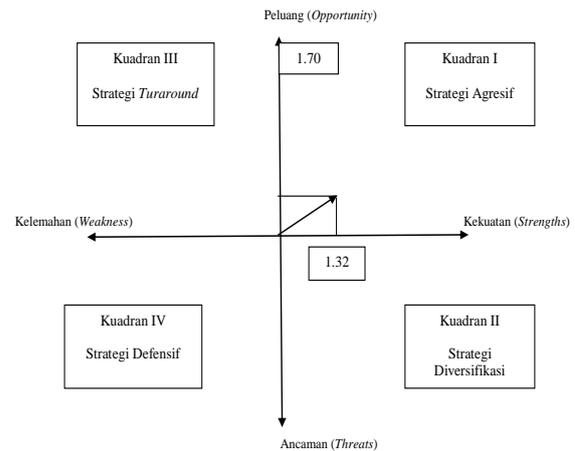
Ancaman pertama pada Wana Wisata Alam Batu Kuda berdasarkan analisa yaitu adanya potensi wana wisata lain yang mempunyai sifat kemiripan dengan bobot 0.25 rating 1 dan skor 0.25, pengelola menilai ancaman pada poin pertama ini adalah ancaman terbesar dibanding poin nomor dua oleh karena itu

diberi rating 1. Karena apabila ada objek wisata yang memiliki potensi wisata yang sama apalagi memiliki potensi lebih bagus dan lebih dekat lokasinya dari daerah pengunjung akan sangat berpengaruh pada jumlah kunjungan sedangkan bencana alam meskipun tidak diketahui manusia kapan terjadi tetapi masih bisa diantisipasi dengan cara menjaga lingkungan dengan tidak membuang sampah sembarangan dan menebang pohon secara liar yang akan menimbulkan banjir dan longsor. Ancaman kedua atau terakhir yaitu terjadinya bencana alam dengan bobot 0.09 rating 2.5 dan skor 0.22.

Jumlah total faktor skor eksternal ancaman adalah 0.47, dengan skor tertinggi pada poin pertama yaitu adanya potensi wana wisata lain yang mempunyai sifat kemiripan dengan skor 0.25. Hal ini menunjukkan bahwa poin pertama ini adalah ancaman terbesar yang dimiliki Wana Wisata Alam Batu Kuda. Skor terendah pada poin kedua yaitu terjadinya bencana alam dengan skor 0.22. Dengan ini diperoleh jumlah bobot keseluruhan faktor eksternal peluang dan ancaman adalah 1.00 dan jumlah skor keseluruhan faktor eksternal peluang dan ancaman adalah 2.64. Data di atas juga menunjukkan bahwa nilai faktor eksternal peluang dengan nilai 2.17 lebih besar daripada faktor nilai eksternal ancaman dengan nilai 0.47.

Setelah menentukan skor dari setiap variabel maka diketahui untuk total skor faktor internal dengan total 2.98 dan faktor eksternal dengan total 2.64. Hal tersebut membuktikan bahwa keduanya memiliki nilai cukup seimbang untuk menyusun strategi kedepannya. Berdasarkan matriks IFAS dan EFAS maka diperoleh nilai yang digunakan untuk menentukan posisi Wana Wisata Alam Batu Kuda sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Kekuatan (Strengths)} - \text{Kelemahan (Weakness)} &= 2.15 - 0.83 = 1.32 \\ \text{Peluang (Opportunity)} - \text{Ancaman (Threats)} &= 2.17 - 0.47 = 1.70 \end{aligned}$$



**Gambar 2 Grafik SWOT**

Grafik SWOT menunjukkan bahwa posisi Wana Wisata Alam Batu Kuda dari faktor internal maupun eksternal berada pada kuadran I sehingga strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan potensi wisata tersebut adalah strategi agresif. Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Wana Wisata Alam Batu Kuda memiliki peluang dan kekuatan dengan jumlah yang sama. Pengelola dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Setelah mengetahui posisi strategi yang harus dilakukan di kuadran SWOT yang terletak di kuadran satu dimana strategi yang paling sesuai adalah strategi agresif. Beberapa alternatif strategi antara lain yaitu :

1. Untuk jangka panjang dan jangka pendek, pengelola perlu mengembangkan daya tarik wisata ini dengan memanfaatkan secara maksimal potensi yang ada, sebagai suatu kekuatan yang dimiliki. Namun demikian pengembangan potensi Wana Wisata Alam Batu Kuda tetap dalam koridor *sustainable tourism development*, bahwa pengembangan yang dilakukan tidak boleh berdampak negatif terhadap lingkungan.

- Pengembangan dimungkinkan tanpa mengabaikan fungsi konservasi.
2. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana dalam rangka meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang. Untuk tujuan tersebut, pengelola dalam hal ini Perum Perhutani mutlak perlu melakukan kerjasama dengan pihak-pihak terkait, baik unsur pemerintah dan swasta. Kerjasama dengan Dinas Pekerjaan Umum dalam memperbaiki jalan-jalan yang rusak dan berlubang agar wisatawan yang berkunjung dapat mencapai wana wisata ini dengan mudah dan tidak memakan waktu yang lama di dalam perjalanan. Perlu juga dilakukan pembuatan papan petunjuk jalan menuju lokasi wana wisata.
  3. Pengelola obyek wisata dituntut untuk secara aktif mengembangkan potensi yang ada, termasuk bekerja sama dengan pihak-pihak terkait, diversifikasi produk atraksi dan aktifitas yang dapat meningkatkan kepuasan pengunjung yang datang ke lokasi wisata.

### Simpulan dan Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa posisi Wana Wisata Alam Batu Kuda dari faktor internal maupun eksternal berada pada kuadran I sehingga strategi yang perlu dilakukan untuk meningkatkan potensi wisata tersebut adalah strategi agresif. Dalam strategi agresif perlu dilakukan kebijakan yang berorientasi pada pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*). Namun demikian pengembangan potensi yang dilakukan oleh pengelola nantinya tetap harus mempertimbangkan

### Daftar Pustaka

Arief, Arifin. 2001. *Hutan dan Kehutanan*. Kanisius: Yogyakarta.

Dedi. 2013. *Strategi Satuan Lalu Lintas Polisi Resort Pontianak Kota Dalam Mengurangi Kecelakaan Lalu Lintas di Kota Pontianak*, dalam Publika Jurnal

S-1 Ilmu Administrasi Negara Volume 2 Nomor 2.

Fandeli, Chafid. 2005. *Pengertian dan Kerangka Dasar Kepariwisata dalam Dasar-dasar Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.

Marimin. 2004. *Teknik dan Aplikasi Pengambilan Keputusan Kriteria Majemuk*. Grasindo: Jakarta.

Nagel, P. Julius F. 2011. *Pelestarian Hutan Dalam Hubungannya Dengan Lingkungan Dan Potensi Ekonomi*, dalam *Proceeding PESAT (psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Sipil) Universitas Gunadarma – Depok 18-19 2011 Vol. 4 Oktober 2011 ISSN 1858-2559*.

Perum Perhutani. 2005. *Pedoman Pengembangan Wana Wisata*. Jakarta: Perum Perhutani.

Pitana, I Gde. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: Andi Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Suwantoro, Gamal. 2009. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Publishing.

Utama, I Gusti Bagus Rai dan Ni Made Eka Mahadewi. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: ANDI.

Wisnawa, I Made Bayu. 2011. *Potensi Wisata Banjar Mendek Sebagai Daya Tarik Wisata di Kecamatan Selemadec Tabanan Bali*. Jurnal Perhotelan dan Pariwisata. Desember 2011 Vol. 1 No. 2 hal 1.

Yoeti, A. Oka. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramitha.

Tajudin, Tangdililing, Herlan. *Implementasi Kebijakan program Pendidikan Luar Sekolah Yang Diselenggarakan Oleh Pusat Kegiatan Belajar mengajar Masyarakat (PKBM) Aprila di Kabupaten Kubu Raya*. 2014. Jurnal Tesis PMIS-UNTAN-PSIAN-2014

