



Pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara Di Kabupaten Ciamis

Rio Senjaya Akbar ¹*, Yayan Hendrayana ², Nina Herlina ³

¹ Prodi Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas Kuningan, Jl. Cut Nyak Dhien No.36A, Cijoho, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, 45513, Indonesia

² Prodi Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas Kuningan, Jl. Cut Nyak Dhien No.36A, Cijoho, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, 45513, Indonesia

³ Prodi Kehutanan, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Universitas Kuningan, Jl. Cut Nyak Dhien No.36A, Cijoho, Kec. Kuningan, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, 45513, Indonesia

¹ riosenjaya04@gmail.com *; ² yayan.hendrayana@uniku.ac.id; ³ nina.herlina@uniku.ac.id

* Penulis yang sesuai

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRACT

Article history

19 Novembr 2024
23 Novemver 2024
02 December 2024
07 December 2024

Keywords

Objek Wisata Alam
Ciung Wanara
Strategi
Analisis SWOT

Objek Wisata Alam Ciung Wanara merupakan wisata yang strategis karena letak lokasi berada di jalur lintas Jawa Barat dan Jawa Tengah akan tetapi wisata ini jarang menjadi tujuan utama untuk para wisatawan berkunjung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui potensi yang ada di kawasan dan menyusun strategi pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif terhadap potensi yang ada di Objek Wisata Alam Ciung Wanara sedang metode analisis data strategi pengembangan menggunakan metode analisis SWOT yang mana menggabungkan aspek kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam menentukan arah Pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara. Berdasarkan hasil pengamatan Objek Wisata Alam Ciung Wanara memiliki potensi vegetasi yang di jumpai di sekitar kawasan, potensi satwa di kawasan di dominasi dengan monyet ekor panjang, potensi aksesibilitas menuju ke Objek Wisata Alam Ciung Wanara ini sangat mudah diakses, akomodasi Objek Wisata Alam Ciung Wanara hanya ada di luar kawasan untuk penginapan dan strategi pengembangan berada di kategori peluang dan kelemahan yang terdapat pada kuadaran III yang memiliki karakteristik strategi pengembangan yang memperkecil kelemahan untuk memanfaatkan peluang, artinya pengelola harus meningkatkan promosi dan pemasaran lebih efektif dan tertarget, meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas pendukung, mengembangkan wisata yang menarik bagi anak muda.

Copyright © 20xy, First Author et al

This is an open access article under the CC-BY-SA license



APA Citation: Akbar, R.S., Hendrayana, Y., & Herlina, N. (2024). Pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara Di Kabupaten Ciamis. *Edubiologica: Jurnal Penelitian Ilmu dan Pendidikan Biologi*, 12(2), 1-13. doi: <https://doi.org/10.22219/jpbi.vxii.xxyy>

PENDAHULUAN

Kabupaten Ciamis memiliki objek wisata yang cukup banyak dan beragam salah satu contohnya yaitu Objek wisata alam Situ Hiang Sadewata yang mempunyai luas 3 hektar tempat ini sangat indah dan bisa memberikan sensasi yang berbeda dengan aktivitas sehari-hari, memiliki pesona keindahan yang

menarik untuk dikunjungi, namun di wisata tersebut mempunyai

faktor permasalahan, salah satu faktor timbulnya permasalahan tersebut ialah kurangnya pengembangan oleh pemerintah daerah serta sarana dan prasarana yang kurang mendukung dan lokasi yang cukup jauh serta

terpencil sehingga memberikan banyak pertimbangan bagi para wisatawan untuk berkunjung ke Situ Hiang Sadewata (Nuraisyah, 2022).

Selain Objek Wisata Situ Hiang Sadewata, wisata yang memiliki potensi yang harus dikembangkan yaitu Objek Wisata Ciung Wanara. Banyak warga lokal Ciamis yang menyebutkan nama Objek Wisata Alam Ciung Wanara itu adalah Karangkamulyan merupakan desa di kawasan tersebut. Karangkamulyan termasuk kedalam kawasan lindung dengan kategori cagar budaya dan ilmu pengetahuan (Abror, 2020). Selanjutnya menurut Meriyani (2019). Menyatakan bahwa karangkamulyan menjadi salah satu cagar budaya yang ada di Kabupaten Ciamis, banyak masyarakat yang menyebutkan bahwa keberadaan Karangkamulyan sudah ada sejak tahun 1700 yang merupakan situs dari masa Hindu-Budha. Karangkamulyan dijadikan sebuah cagar budaya karena usianya yang sudah lama dan banyak peninggalan-peninggalan masa kerajaan Galuh yang bisa menjadikan wawasan atau ilmu pengetahuan baru bagi masyarakat sekitar dan pengunjung yang datang.

Kebanyakan untuk saat ini Objek wisata alam Ciung Wanara/Karangkamulyan adalah lebih di kenal tempat buat peristirahatan (*rest area*) bukan dikenal sebagai Objek Wisata Alam Cagar Budaya hanya karena letak lokasi berada di jalur lintas Jawa Barat dan Jawa Tengah yang jarang menjadi tujuan utama para wisatawan untuk berkunjung ke Objek Wisata Ciung Wanara/Karangkamulyan jadi di perlukan strategi pengembangan untuk meningkatkan daya tarik wisata menjadi tujuan utama para wisatawan untuk berkunjung.

Strategi pengembangan wisata dengan pendekatan analisis SWOT dapat menjawab strategi yang dibutuhkan wisata dalam menjaga keberlangsungan wisata yang memiliki daya saing yang kuat dalam memanfaatkan faktor kekuatan dan kelemahan dengan memperhatikan ancaman dan peluang dalam meningkatkan kualitas wisata (Hadi et al., 2021).

Selanjutnya menurut Yoety (2006), menyatakan bahwa dalam perencanaan strategis suatu daerah tujuan wisata dilakukan analisis lingkungan dan analisis sumber daya. Tujuan analisis ini tidak lain adalah untuk

mengetahui dan mengidentifikasi sumber daya utama, terutama mengenai kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) organisasi atau lembaga yang bertanggung jawab terhadap pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan dengan mengembangkan potensi yang ada di kawasan. Saat ini Objek Wisata Ciung Wanara memiliki potensi salah satunya kelestarian alamnya, sehingga wisatawan yang datang tidak hanya melihat tentang budaya/cagar budaya disana tetapi juga mengenali flora dan faunanya yang ada di kawasan.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Objek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis dengan luas 25 hektar. Waktu penelitian mulai dari bulan November tahun 2023 sampai dengan Desember 2023. Alat yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Kuisisioner, Alat tulis, Kamera/handphone dan Komputer/laptop.

Populasi dalam penelitian terbagi menjadi tiga bagian diantaranya; 1). Wisatawan yang berkunjung ke Objek Wisata Alam Ciung Wanara yang rata-rata jumlah pengunjung bulanan sebanyak 1.227 orang, hal ini belum mencapai target yang di berikan dinas pariwisata mencapai 1.500-2.000 orang perbulan. 2). Masyarakat sekitar Objek Wisata Alam Ciung Wanara yang melakukan aktivitas ekonomi seperti berdagang di sekitar wisata alam Ciung Wanara, 3). Pengelola Objek Wisata Alam Ciung Wanara sebanyak 7 orang.

Pengambilan sample wisatawan dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling random sampling, untuk penentuan jumlah sample wisatawan dalam penelitian diambil Menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2013). sampel penelitian untuk populasi 1.227 orang dengan tingkat kepercayaan 90% dengan kesalahan 10% adalah 93 orang. Sedangkan untuk pengambilan sampel masyarakat dan pengelola menggunakan metode sensus sampling adalah teknik penentuan sampel apabila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel, dengan menentukan kriteria masyarakat yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang ditentukan yaitu minimal responden harus berusia 18 tahun dan tidak lebih dari 60 tahun masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan

serta masyarakat sekitar kawasan yang berjumlah 30 orang dan untuk pengelola berjumlah 7 orang.

Pengumpulan data yang dilakukan untuk penyusunan Strategi Pengembangan Obyek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis:

a. Potensi Wisata: Untuk mengetahui kelestarian alam vegetasi dan satwa menggunakan metode wawancara dan jelajah, lalu untuk mengetahui aksesibilitas dan akomodasi menggunakan metode survey dan wawancara. Sedangkan budaya masyarakat yang berada di sekitar kawasan Obyek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis menggunakan metode wawancara.

b. Potensi masyarakat: Wisatawan atau pengunjung, masyarakat lokal yang terlibat dalam pengembangan Obyek Wisata Alam Ciung Wanara kabupaten ciamis. Metode yang digunakan untuk mengetahui potensi masyarakat yaitu:

- Metode survey (*field survey*), yaitu pengumpulan data yang dilakukan melalui metode observasi, (kuisisioner dan wawancara). (Asnaryati, 2013)
- Metode dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan mengabadikan sumber-sumber di lapangan yang berkaitan dengan permasalahan yang sedang diteliti atau dari hasil publikasi lembaga- lembaga atau instansi pemerintah dan organisasi lainnya. (Asnaryati, 2013)

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, dan Threat*) yaitu metode yang digunakan untuk menentukan strategi pengembangan dari faktor kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman terhadap kondisi yang ada pada Objek wisata, Juankhan (2008) dalam Flaming dan Asnaryati (2013). Alat yang dipakai dalam metode analisis SWOT yaitu dengan menggunakan matriks SWOT. Matrik ini akan menggambarkan secara jelas tentang bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Yang dapat dilihat pada matriks perumusan strategi analisis SWOT pada tabel dibawah.

Tabel 1. Matriks Strategi Analisis SWOT (*Matrix Strategy SWOT Analysis*) Sumber : Rangkyu, 2022

Matrik Analisis SWOT	Strength(S)	Weakness(W)
	Menentukan 5-10 Faktor kekuatan internal	Menentukan 5-10 Faktor kelemahan internal
Opportunity (O)	Strategy (SO)	Strategy (WO)
Menentukan 5-10 Menentukan faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	Threat (T)	Strategy (WT)
Menentukan 5-10 Menentukan faktor ancaman eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Menentukan nilai analisis SWOT dilakukan dengan pembobotan dari hasil penyebaran kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung, pengelola, dan masyarakat sekitar. Pembobotan tersebut yaitu : Hasil kuisisioner yang diberikan kepada pengunjung yang bersifat kualitatif di kuantitatifkan dengan skala mulai dari 4 (sangat penting), sampai 1 (tidak penting). Setelah seluruh hasil kuisisioner dihitung kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi faktor-faktor strategis internal dan eksternal kawasan Obyek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis dengan menggunakan metode pembobotan (*skoring*).

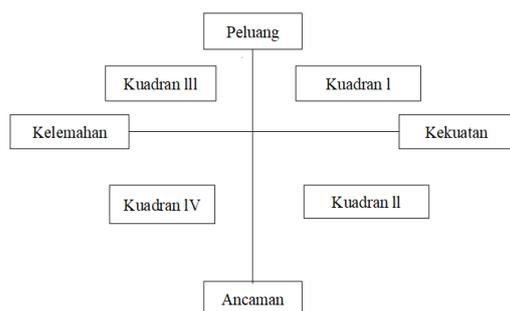
Setelah penghitungan pembobotan selesai dilakukan selanjutnya membuat faktor strategi eksternal dan internal, dengan langkah sebagai berikut.

- 1) Menentukan faktor - faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan yang terdapat di Kawasan Obyek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis dalam kolom 1.
- 2) Memberi bobot masing - masing faktor tersebut dengan skala dari 1.0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis di Obyek Wisata Alam Ciung Wanara

Kabupaten Ciamis. Semua bobot tersebut jumlahnya tidak lebih dari satu berdasarkan pengaruh dan kondisi Kawasan Obyek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis

- 3) Menentukan rating, variabel yang bersifat positif (semua yang masuk kategori kekuatan dan peluang) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +3 (sangat baik), untuk variabel yang bersifat negatif adalah sebaliknya.
- 4) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3.
- 5) Jumlahkan skor pembobotan untuk memperoleh total skor

Penskoringan atau pembobotan ini dilakukan untuk mendapatkan posisi strategi pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis pada diagram Analisis SWOT. Diagram SWOT dapat dilihat pada Matrik Grand Strategi yang ada di Gambar berikut.



Gambar 1. Matrik Grand Strategi (*Grand Matrix Strategy*)

Keterangan Gambar.

1. Kuadran I : Strategi ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang berada di Objek Wisata Alam Ciung Wanara Kabupaten Ciamis untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
2. Kuadran II : Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Kuadran III : Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Kuadran IV : Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensif* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi wisata merupakan segala sesuatu yang ada di daerah wisata yang memiliki daya tarik wisatawan mau datang serta berkunjung supaya keberlangsungan wisata terus berlanjut (Silitonga & Anom, 2016). Sementara itu, menurut Siti & Elgar (2021) menyebutkan bahwa potensi wisata merupakan segala hal dan kejadian yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian, benda, maupun jasa. Potensi wisata yang terdapat di Objek Wisata Ciung Wanara yaitu potensi vegetasi (Tabel 2), potensi satwa (Tabel 3), potensi aksesibilitas, potensi akomodasi dan potensi budaya.

Tabel 2. Flora di Kawasan Objek Wisata Ciung Wanara

Nama Tumbuhan	Nama ilmiah	Jumlah
Mahoni	<i>Swietenia Mahagoni</i>	28
Binong	<i>Tetrameles Nudiflora</i>	7
Bambu	<i>Bambusoideae</i>	18
Angsana	<i>Pterocarpus Indicus</i>	21
Katapang	<i>Terminalia Catappa</i>	30
Duren	<i>Durio Zibethinus</i>	5
Kenanga	<i>Cananga Odorata</i>	29
Beringin	<i>Ficus Benjamina</i>	44
Bungur	<i>Lagerstroemis Speciosa</i>	13
Mara	<i>Macaranga Tanarius</i>	33
Huru	<i>Litsea Accedentoides</i>	20
Kemuning	<i>Murraya Paniculata</i>	11
Kiara	<i>Ficus Benjamin L</i>	17
Benda	<i>Artocarpus Elasticus</i>	8
Putat	<i>Barringtonia Acutangula</i>	16
Burahol	<i>Stelechocarpus Burahol L</i>	24
Joho	<i>Terminalia Bellirica</i>	10

Tabel 3. Fauna di Kawasan Objek Wisata Ciung Wanara

Nama hewan	Nama ilmiah	Jumlah
Monyet Ekor P	<i>Macaca Fascicularis</i>	94
Anis	<i>Geokichla Citrine</i>	3
Cipoh kacat	<i>Aegithina Tiphia</i>	7
Jogjog	<i>Pycnonotus Goiavier</i>	11
Punai	<i>Treron</i>	3
Elang Jawa	<i>Nisaetus Bartelsi</i>	1
Burung Hantu	<i>Strigiformes</i>	2
Tekukur	<i>Spilopelia Chinesis</i>	6
Caladi Bawang	<i>Dendrocopus Macei</i>	4
Siraja Udang	<i>Alcedo Meninting</i>	3
Kapinis	<i>Apus Apus</i>	24
Alap-alap	<i>Falconidae</i>	2

Berdasarkan hasil dan data observasi di lapangan jenis flora yang ditemukan di sekitar

kawasan Objek Wisata Ciung Wanara terdapat 17 jenis, sedangkan jenis fauna berjumlah 16 jenis. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi lingkungan sekitar objek harus benar benar di jaga dan di pelihara agar flora dan fauna yang ada tetap lestari dengan keragaman potensi flora dan fauna yang dimiliki ini dapat menunjang atau menambah daya tarik wisatawan untuk melihat beberapa jenis flora dan fauna yang ada di kawasan Objek Wisata Alam Ciung Wanara.

Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting bagi wisata yang memberikan kelancaran perpindahan wisatawan dari suatu tempat menuju tempat yang akan dituju baik kategori jauh maupun dekat (Deviana, 2019). Aksesibilitas menuju Objek Wisata Alam Ciung Wanara sangat mudah dikarenakan lokasi objek wisata ini berada di jalan strategis yang terletak pada sumbu dan transit kota, transit bagi arus Cirebon–Bandung– Jawa Tengah. Akses untuk menuju Objek Wisata Alam Ciung Wanara ini bisa memakai semua jenis kendaraan dari mulai motor, mobil pribadi, angkutan umum dan bus. Namun untuk memasuki Kawasan pariwisatanya wisatawan hanya bisa melakukan dengan berjalan kaki. Untuk akses internal didalam situs Karangkamulyan hanya bisa dilalui dengan berjalan kaki karena kondisi jalan yang menggunakan batu dan yang disusun dan tanah yang sudah mengeras membuat situs Karangkamulyan tidak bisa dilalui oleh kendaraan. Lebar jalan setapak menuju situs-situs yang berada di Karangkamulyan yaitu 2 meter dan Panjang jalan 2.500 m (Gambar 2).



Gambar 2. Aksebilitas Objek Wisata Alam Ciung Wanara

Pada Objek Wisata Alam Ciung Wanara tidak tersedia penginapan. Hanya ada penginapan diluar dan jarak 3,9 Km tempuh waktu 6 menit dari Objek Wisata Alam Ciung Wanara. Maka dari itu perlunya pembangunan penginapan minimal homestay yang disediakan oleh masyarakat dan pengelola sekitar, dikarenakan banyak wisatawan yang di luar

kota kabupaten Ciamis untuk berkunjung,berziarah dan mengenal sejarah dan budaya Ciung Wanara.

Objek Wisata Alam Ciung Wanara menjadi salah satu cagar budaya yang ada di Kabupaten Ciamis, banyak masyarakat yang menyebutkan bahwa keberadaan Objek Wisata Alam Ciung Wanara sudah ada sejak tahun 1700 yang merupakan situs dari masa Hindu-Budha. Objek Wisata Alam Ciung Wanara dijadikan sebuah cagar budaya karena usianya yang sudah lama dan banyak peninggalan-peninggalan masa kerajaan Galuh yang bisa menjadikan wawasan atau ilmu pengetahuan baru bagi masyarakat sekitar dan pengunjung yang datang. Beberapa kegiatan budaya yang dilaksanakan di wisata alam ini, diantaranya adalah Ngikis dan Ulang Tahun Goong.

Strategi pengembangan Objek Wisata Ciung wanara dirumuskan melalui analisis SWOT yang meliputi faktor internal yaitu terdapat 5 kekuatan dan 5 kelemahan serta faktor eksternal terdapat 5 peluang dan 4 ancaman yang di hasilkan dari pengamatan langsung dilapangan, kuisisioner kepada pengunjung, serta wawancara kepada pengelola dan masyarakat sekitar.

Unsur pertama dari SWOT adalah kekuatan (*strength*) adalah semua potensi yang dimiliki perusahaan dalam mendukung proses pengembangan perusahaan, seperti kualitas sumber daya manusia, fasilitas-fasilitas perusahaan baik bagi SDM maupun bagi konsumen dan lain-lain (Dj, Yunni, 2017). Berdasarkan pengamatan Objek Wisata Alam Ciung Wanara memiliki 5 aspek kekuatan yang meliputi : potensi keindahan alam, budaya yang menarik, fasilitas yang lengkap, aksesibilitas transportasi menuju tempat wisata, pelayanan pengelola.

Potensi yang dimiliki Objek Wisata Alam Ciung Wanara merupakan salah satu kekuatan yang menarik dan sangat baik untuk dikembangkan. Menurut Aryanti (2013) menyatakan bahwa, potensi masing-masing wisata harus ditonjolkan agar mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke wisata tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa potensi yang terdapat didalam kawasan Objek Wisata Alam Ciung Wanara adalah alam yang masih terjaga kelestariannya (Gambar 3). dari aspek kelestarian alam mendapatkan bobot sebesar

0.100 dan rating 2 yang menghasilkan skor 0.1995.



Gambar 3. Potensi Keindahan Alam Wisata Ciung Wanara

Objek Wisata Ciung Wanara memiliki budaya yang menunjang kegiatan wisata karena banyak wisata yang berkunjung untuk ziarah dan mengenal sejarah yang berada di Kawasan (Gambar 4). Peninggalan kerajaan galuh di situs Ciung Wanara berupa batu batu dan sumber mata air, batu batu tersebut memiliki nama dan kisah. Wisatawan tujuan untuk ziarah agar melakukan ritual tirtayatra yaitu untuk mensucikan diri. Menurut Pramudyasari & Soemanto (2016) menyatakan bahwa budaya akan tetap menjadi salah satu daya tarik yang diminati wisatawan meskipun tanpa adanya inovasi yang dilakukan. Aspek budaya yang menarik di Objek Wisata Alam Ciung Wanara mendapatkan bobot 0.101 dengan rating 4 yang menghasilkan skor 0.4051.



Gambar 4. Kegiatan Budaya Wisata Ciung Wanara

Objek Wisata Alam Ciung Wanara memiliki fasilitas yang mumpuni sebagai objek wisata dikarenakan memiliki fasilitas yang lengkap salah satunya 1). Parkiran luas 2). Kantin 3). Masjid 4) Pos Penjaga (Gambar 5). Fasilitas merupakan pelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata (Jayaprakash. M, 2017) lalu menurut Sarim & Winaya (2017) menyatakan bahwa fasilitas dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Aspek

ini mendapatkan bobot sebesar 0.101 dengan rating 3 yang menghasilkan 0.302.



Gambar 5. Fasilitas di Wisata Ciung Wanara

Untuk aksesibilitas bobot yang didapat sebesar 0.097 dengan rating 3 sehingga mendapatkan skor 0.292. Menurut Witomoet al., (2020) perbaikan aksesibilitas dan peningkatan kualitas sarana dan prasarana yang memadai akan menambah daya tarik. sehingga Aksesibilitas yang baik sangat penting bagi tempat wisata karena menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi pengunjung, menyediakan kemudahan transportasi dengan beragam pilihan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, memastikan inklusi bagi semua orang, meningkatkan pengalaman pengunjung, serta mendukung keberlanjutan lingkungan dengan mengatur aliran pengunjung. Ini tidak hanya memengaruhi cara pengunjung mencapai tempat wisata, tetapi juga berdampak pada keseluruhan pengalaman yang mereka dapatkan selama berkunjung.

Dari pelayanan di wisata ciung wanara bobot nilai sebesar 0.100 dengan rating 3 sehingga menghasilkan skor 0.299. Pelayanan yang baik dari pengelola wisata kepada wisatawan sangat penting karena menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung, meningkatkan kepercayaan dan citra positif tempat wisata, membangun hubungan yang baik antara pengelola dan wisatawan, serta berperan dalam kesuksesan serta daya tarik jangka panjang destinasi wisata tersebut. Dengan pelayanan yang ramah, informatif, dan responsif, pengelola wisata dapat memastikan bahwa pengunjung merasa dihargai, terlibat secara positif, dan memiliki kesan yang baik selama kunjungan mereka. hal ini sama dengan yang di

kemukakan oleh Berybe et al., (2021). Aktivitas pelayanan wisatawan para pengelola destinasi wisata belum pernah mendapatkan bekal pengetahuan maupun pengalaman mengenai pentingnya pelayanan bagi wisatawan. Komunikasi yang baik dengan pengunjung dapat menciptakan kesan positif dan kunjungan kembali ke destinasi wisata tersebut.

Kelemahan merupakan berbagai kekurangan yang dimiliki suatu organisasi dan apabila bisa diatasi dapat berperan besar dalam memperlancar kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi dalam mencapai tujuannya (Sabrina & Bakkareng, 2020). Berdasarkan hasil pengamatan Objek Wisata Alam Ciung Wanara memiliki 5 aspek kelemahan yang meliputi : promosi belum optimal, fasilitas yang tidak terawat, wisata kurang menarik untuk anak muda, kurang variasi kegiatan yang menarik, fasilitas di Wisata Alam Ciung Wanara belum merata.

Objek Wisata Alam Ciung Wanara belum memiliki sumber daya manusia yang ahli atau kompeten di bidang pemasaran dan pariwisata. Sehingga menjadi kendala bagi Objek Wisata Alam Ciung Wanara untuk berkembang lebih cepat dan dikenal lebih luas lagi. Menurut Sofia Nuraeni (2014) promosi meliputi sejumlah kegiatan yang bertujuan untuk mempengaruhi, mengimbuu dan merayu wisatawan potensial agar tertarik untuk melakukan perjalanan wisata. Aspek ini mendapatkan bobot nilai 0.101 dengan rating 4 sehingga menghasilkan 0.404.

Objek Wisata Alam Ciung Wanara masih banyak fasilitas yang sudah tersedia, namun tidak terawat dan terpelihara karena terkendala oleh anggaran pemeliharaan yang minim (Gambar 6). Menurut Wiyana (2018) menyatakan bahwa fasilitas wisatawan merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Aspek ini mendapatkan bobot nilai 0.101 dengan rating 3 sehingga menghasilkan skor 0.302.



Gambar 6. Fasilitas yang tidak terawat

Anak muda mungkin tidak tertarik pergi ke tempat wisata budaya karena kurangnya keterkaitan dengan minat dan gaya hidup mereka, kurangnya pengalaman interaktif, serta kurangnya kesadaran akan nilai budaya. Faktor lain termasuk ketidakcocokan dengan tren media sosial yang dominan, keterbatasan promosi yang relevan bagi generasi mereka, dan pandangan bahwa tempat wisata budaya kurang menawarkan pengalaman yang menarik. Solusi untuk meningkatkan minat mereka bisa melibatkan penyediaan pengalaman yang lebih terlibat secara langsung, promosi yang lebih disesuaikan dengan preferensi mereka, dan menghadirkan nilai budaya secara kreatif agar lebih relevan dengan gaya hidup anak muda saat ini. Wisata kurang menarik untuk anak muda hal ini sama dengan yang disampaikan oleh Ahsan (2012). Anak muda pada masa kini mulai hilang ketertarikan kepada budaya loka hal ini berkaitan erat dengan ketidaksesuaian dengan keadaan sekarang, sehingga budaya lokal dianggap sudah ketinggalan jaman maka harus ada inovasi baru dalam cara memperkenalkan wisata alam berbasis kebudayaan. Sehingga bobot yang didapat sebesar 0.99 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0.398.

Variasi kegiatan dalam objek wisata alam berbasis budaya sangat penting karena memberikan pengalaman yang beragam kepada pengunjung, memperluas daya tarik objek wisata bagi berbagai segmen pengunjung, meningkatkan pemahaman akan warisan budaya dan sejarah, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan menawarkan berbagai aktivitas seperti tur sejarah, petualangan alam, kuliner lokal, dan kegiatan partisipatif, objek wisata dapat menjangkau minat yang berbeda-beda dan mendukung keberagaman pengunjung, sambil mempromosikan keberlanjutan lingkungan

dan ekonomi di sekitarnya. karena kurangnya variasi kegiatan di ciung wanara sehingga ketertarikan wisatawan terhadap wisata alam tersebut berkurang karena terkesan monoton. Sehingga dari bobot yang didapat sebesar 0.101 dengan rating 4 sehingga menghasilkan 0,403.

Fasilitas seperti gajebo dan toilet di areal wisata memiliki peran penting dalam meningkatkan kenyamanan pengunjung dan kualitas pengalaman mereka. Gajebo memberikan tempat berteduh yang nyaman, melindungi dari cuaca eksternal, serta dapat digunakan sebagai area istirahat yang menarik bagi pengunjung. Sementara fasilitas WC yang baik dan terawat penting untuk menjaga kebersihan, kesehatan, dan memberikan akses yang nyaman bagi pengunjung untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka selama kunjungan. Keduanya tidak hanya mempengaruhi kenyamanan pengunjung, tetapi juga menarik bagi pengunjung potensial, meningkatkan daya tarik wisata, dan mendukung keterlibatan serta kepuasan pengunjung selama berada di tempat wisata. Sehingga dari faktor ini bobot yang didapat adalah 0.099 dengan rating 3 sehingga menghasilkan skor sebesar 0.298.

Peluang adalah faktor-faktor lingkungan luar atau eksternal positif, secara sederhana dapat di artikan sebagai setiap situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu perusahaan atau satuan bisnis (Anggreani, 2021). Berdasarkan hasil pengamatan Objek Wisata Alam Ciung Wanara terdapat 5 aspek peluang di antaranya: meningkatkan pendapatan daerah, banyak nilai potensi, peluang kerjasama dengan sekolah, menambah pendapatan ekonomi masyarakat lokal, bisa menjadi wisata budaya yang unggul di daerah tersebut.

Meningkatkan peluang pendapatan, dapat menciptakan kesempatan kerja dan usaha bagi masyarakat sekitar sehingga secara tidak langsung dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Berdasarkan hasil di wawancara dengan masyarakat, sebagai besar masyarakat positif dengan adanya Objek Wisata Alam Ciung Wanara, terutama pemilik kantin/warung dan pedagang keliling. Aspek ini mendapatkan bobot 0.111 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0.4457.

Objek Wisata Alam Ciung Wanara mempunyai beberapa aspek nilai potensi yang bisa lebih dikembangkan diantaranya potensi

alam, potensi budaya, dan potensi kesenian masyarakat Ciamis yang berpeluang menambah daya tarik dan berkolaborasi dengan Objek Wisata Ciung Wanara. Aspek ini mendapatkan bobot 0.111 dengan rating 3 sehingga menghasilkan skor 0.333.

Objek Wisata Alam Ciung Wanara mempunyai nilai sejarah kerajaan galuh dan budaya yang turun menurun oleh karena itu pihak pengelola bisa berkerjasama dengan pihak sekolah SD, SMP maupun SMA karena bisa jadi bahan pembelajaran anak sekolah agar mengenal sejarah kerajaan galuh dan budaya yang di pertahankan, ini bisa menjadi meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Objek Wisata Alam Ciung Wanara. Aspek ini mendapatkan bobot 0.110 dengan rating 3 sehingga menghasilkan skor 0.331.

Wisata memiliki pengaruh positif yang besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Dengan membuka lapangan kerja baru baik secara langsung maupun tidak langsung, wisata membantu dalam menciptakan peluang ekonomi bagi penduduk lokal, termasuk di sektor layanan, perdagangan, dan industri kreatif. Kehadiran wisatawan juga mendorong penjualan barang dan jasa lokal seperti produk kerajinan dan makanan tradisional, memberikan dorongan bagi pengusaha lokal untuk mengembangkan usaha mereka. Dari aspek ini bobot yang di dapat adalah 0.111 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0.443.

Sebuah kawasan wisata alam yang berpadu dengan situs bersejarah menjadi unggulan karena kombinasi keunikan alam yang menakjubkan dengan warisan bersejarah yang unik. Pengelolaan yang bijaksana yang mempertahankan keaslian alam dan warisan budaya, sambil menyediakan pengalaman yang memuaskan bagi pengunjung, menjadi kunci kesuksesan. Infrastruktur yang memadai seperti akses transportasi yang baik dan fasilitas yang mendukung, bersama dengan upaya pengembangan berkelanjutan dan promosi yang efektif, semuanya berkontribusi untuk menjaga daya tarik kawasan wisata dan menjadikannya unggulan dalam industri pariwisata. Dari peluang ini bobot yang di dapat adalah 0.111 dengan rating 3 sehingga menghasilkan skor 0.3323. Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan (Annisa, 2021). Berdasarkan hasil

pengamatan Objek Wisata Alam Ciung Wanara memiliki 4 aspek ancaman di antaranya : penurunan wisata akibat kurangnya daya tarik, pencemaran lingkungan, kerusakan dan vandalisme terhadap situs bersejarah, persaingan wisata di Kabupaten Ciamis terhadap jumlah pengunjung.

Penurunan daya tarik wisata alam dan budaya terutama bagi generasi muda seringkali terkait dengan kurangnya interaksi interaktif, dominasi teknologi yang mengalihkan perhatian, kurangnya relevansi atau inovasi dalam program yang ditawarkan, kurangnya presentasi pengetahuan atau informasi yang menarik, serta pilihan aktivitas alternatif yang lebih modern dan sesuai tren. Untuk mengatasi hal ini, penting untuk menciptakan pengalaman yang lebih terlibat, relevan, dan inovatif di objek wisata, dengan memanfaatkan teknologi secara bijaksana, menyajikan program edukatif yang menarik, serta menjaga keterkaitan dengan minat dan tren aktual yang menarik bagi generasi muda guna mempertahankan minat mereka dalam eksplorasi dan apresiasi terhadap warisan alam dan budaya. Dari ancaman ini bobot yang di dapat 0.111 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0.446.

Ancaman berasal dari wisatawan yang belum sadar wisata yang sering melakukan vandalisme dengan membuat ukiran atau tulisan nama di pohon-pohon besar dan juga ancaman adanya sampah sekitar kawasan dapat menyebabkan potensi alam yang ada di kawasan jadi rusak. Menurut Dewi (2017) menyatakan bahwa sampah-sampah yang tidak dikelola dengan baik akan menimbulkan dampak pencemaran lingkungan yang dapat mempengaruhi kebersihan, keindahan, dan kenyamanan daerah tujuan wisata. Aspek ini mendapatkan rating bobot yang di dapat dari ancaman pencemaran lingkungan adalah 0.111 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0.444.

Kerusakan dan vandalisme pada wisata alam dan situs bersejarah dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti ketidaktahuan akan nilai-nilai konservasi, kurangnya pengawasan serta perlindungan, perilaku kelompok kecil yang merusak, ketidakpedulian terhadap warisan budaya, dan ketidakberanian dalam melaporkan tindakan merusak. Kurangnya kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian alam dan bersejarah, bersama dengan kurangnya pengawasan yang

memadai, dapat memperburuk risiko tindakan vandalisme. Meningkatkan kesadaran, memberikan perlindungan yang lebih baik, serta menggalakkan partisipasi masyarakat dalam pemeliharaan dan pengawasan menjadi kunci dalam mencegah kerusakan dan vandalisme yang merugikan bagi warisan alam dan budaya. Dari ancaman ini bobot yang di dapat adalah 0.1106 dengan rating 4 sehingga menghasilkan skor 0.443.

Objek Wisata Alam Ciung Wanara merupakan wisata menawarkan seperti wisata budaya, wisata religi dan wisata alam serta masih terdapat beberapa wisata memiliki ciri khas tersendiri maka dari itu menjadi ancaman persaingan antara Objek Wisata lainya dengan Objek Wisata Alam Ciung Wanara. Menurut Kawatu (2020) menyatakan bahwa Saat ini persaingan tempat- tempat wisata semakin ketat. Hal ini menyebabkan tempat-tempat wisata berlomba- lomba mempertahankan serta meningkatkan jumlah pengunjung. Aspek bobot 0.112 dengan rating 4 sehingga skor yang di dapat adalah 0.4484.

Matrik Analisis SWOT melibatkan evaluasi dua faktor utama: internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman). Kekuatan (*Strengths*) mengacu pada aspek positif internal entitas yang memberikan keunggulan kompetitif, sementara Kelemahan (*Weaknesses*) mencerminkan faktor-faktor internal yang membatasi kinerja atau potensi. Di sisi lain, Peluang (*Opportunities*) mencakup kondisi eksternal yang bisa dimanfaatkan, sementara Ancaman (*Threats*) adalah kondisi eksternal yang berpotensi merugikan. Dengan menganalisis faktor-faktor ini, analisis SWOT membantu dalam menyusun strategi dengan memanfaatkan kekuatan, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan menghadapi ancaman di lingkungan internal dan eksternal.

Analisis Faktor Internal Summary (IFAS) merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal. IFAS mengidentifikasi dan menilai kekuatan dan kelemahan internal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Dalam IFAS, kekuatan internal (*strengths*) adalah atribut positif yang memberikan keunggulan kompetitif (Tabel 4), sementara kelemahan internal (*weaknesses*) adalah aspek negatif yang dapat membatasi (Tabel 5). Tujuan utama dari IFAS adalah untuk menyusun

gambaran yang lebih lengkap mengenai posisi, membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang harus diperhatikan dalam perumusan strategi, dan memungkinkan dan juga untuk memaksimalkan kekuatan serta mengatasi kelemahan dalam mencapai tujuan.

Tabel 4. Skor Kekuatan (*Strengths*)

No	Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1	Potensi Keindahan Alam	0.100	2	0.199513
2	Budaya Yang Menarik	0.101	4	0.405109
3	Fasilitas Yang Lengkap	0.101	3	0.302007
4	Aksebilitas Transportasi Menuju Tempat Wisata	0.097	3	0.29197
5	Pelayanan Pengelola Wisata	0.100	4	0.29927
Jumlah kekuatan		0.499		1.49787

Tabel 5. Skor kelemahan (*Weaknesses*)

No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1	Promosi Belum Optimal	0.101	4	0.403893
2	Fasilitas Yang Tidak Terawat	0.101	3	0.302007
3	Wisata Kurang Menarik Untuk Anak Muda	0.099	4	0.39781
4	Kurang Variasi Kegiatan Yang Menarik	0.101	4	0.402676
5	Fasilitas Di Wisata Alam Ciung Wanara Belum Merata	0.099	3	0.298358
Jumlah kelemahan		0.5012		1.80474

Total skor kekuatan (*strengths*)-kelemahan (*weaknesses*) = 1.49787-1.80474= -0.30687 dalam konteks analisis SWOT menunjukkan bahwa kelemahan (yang diukur dengan skor) pada entitas tersebut memiliki dampak yang lebih signifikan daripada kekuatan yang dimilikinya. Angka negatif menandakan bahwa kelemahan memiliki nilai yang lebih tinggi atau lebih kuat dibandingkan dengan kekuatan, yang dapat diinterpretasikan bahwa

wisata alam ciung wanara mungkin memiliki masalah internal yang lebih besar atau aspek yang perlu diperbaiki lebih mendesak daripada potensi atau keunggulan yang dimilikinya. Ini menyarankan adanya tantangan atau area yang memerlukan perhatian khusus untuk diperbaiki agar wisata alam Ciung Wanara dapat meningkatkan kinerjanya atau mengurangi resiko-resiko yang dimilikinya.

EFAS (*Ekternal Factors Analysis Strategy*) adalah suatu bentuk analisis strategis dari faktor-faktor eksternal organisasi/perusahaan. Analisis ini perlu dilakukan untuk mendapatkan potret peluang dan ancaman organisasi/ Perusahaan (Tabel 6 dan Tabel 7). Potret eksternal ini diperlukan untuk mengetahui tingkat kesiapan dan kesigapan organisasi di dalam menghadapi kekuatan dan tekanan dari eksternal organisasi/perusahaan, lebih-lebih tekanan dari pesaing.

Tabel 6. Skor Peluang (*Opportunities*)

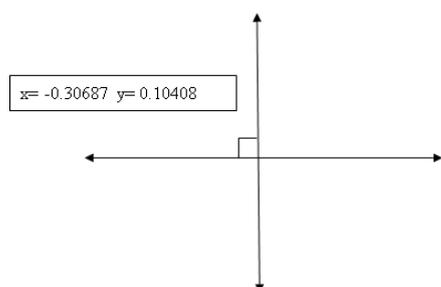
No	Peluang	Bobot	Rating	Skor
1	Meningkatkan Pendapatan Daerah	0.111	4	0.445783
2	Banyak Nilai Potensi	0.111	3	0.333333
3	Peluang Kerjasama Dengan Sekolah	0.110	3	0.331325
4	Menambah Pendapatan Ekonomi Masyarakat Lokal	0.111	4	0.443106
5	Bisa Menjadi Wisata Budaya Unggulan Di Daerah Tersebut	0.111	3	0.332329
Jumlah Peluang		0.5546		1.886

Tabel 7. Skor Ancaman (*Treats*)

No	Ancaman	Bobt	Rating	Skor
1	Penurunan wisata akibat kurangnya daya tarik	0.111	4	0.445783
2	Pencemaran Lingkungan Akibat Aktivitas Wisatawan	0.111	4	0.444444
3	Kerusakan dan vandalisme terhadap situs bersejarah	0.111	4	0.443106
4	Persaingan Wisata Di	0.112	4	0.448461

Kabupaten Ciamis terhadap Jumlah pengunjung		
Jumlah Ancaman	0.445	1782

Total skoring peluang (*opportunities*)-ancaman (*treats*) = $1.886 - 1.782 = 0.10408$ hasil skor peluang dikurangi ancaman sebesar 0.10408 dalam analisis EFAS menandakan bahwa, dalam penilaian faktor-faktor eksternal, terdapat kecenderungan bahwa peluang yang teridentifikasi memiliki sedikit keunggulan dibandingkan ancaman yang ada. Berdasarkan hasil perhitungan matriks analisis pada faktor internal dan faktor eksternal dapat diketahui nilai x yang merupakan pengurangan kekuatan terhadap kelemahan memiliki nilai sebesar -0.30687. Sedangkan nilai y yang merupakan pengurangan peluang terhadap ancaman memiliki nilai 0.10408 sehingga secara tidak langsung memiliki nilai negatif pada sumbu x dan nilai positif pada sumbu y (Gambar 7).



Gambar 7. Grand Matrik Analisis SWOT

Berdasarkan Gambar diatas, menunjukan bahwa kekuatan tempat wisata tersebut lebih kecil daripada kelemahannya. Hal ini berarti tempat wisata tersebut memiliki beberapa kelemahan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan daya tariknya. Nilai y yang positif menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki tempat wisata tersebut lebih besar daripada ancamannya. Hal ini berarti tempat wisata tersebut memiliki peluang untuk berkembang di masa yang akan datang. Dengan nilai x dan y tersebut, secara tidak langsung tempat wisata tersebut berada pada kuadran III pada matriks analisis. Kuadran III menunjukkan bahwa tempat wisata tersebut memiliki posisi yang lemah, tetapi memiliki peluang yang besar, sehingga strategi yang tepat pada pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara adalah strategi WO yaitu *weaknesses opportunities*.

Tempat wisata alam Ciung Wanara memiliki potensi yang besar untuk menjadi destinasi wisata yang menarik dan berdaya saing. Namun, tempat wisata ini juga menghadapi beberapa tantangan, seperti promosi yang belum optimal, fasilitas yang tidak terawat, wisata kurang menarik untuk anak muda, dan variasi kegiatan yang kurang menarik. Untuk mengatasi tantangan tersebut, tempat wisata alam Ciung Wanara perlu melakukan peningkatan secara menyeluruh, mulai dari promosi dan pemasaran, fasilitas pendukung wisata, hingga aktivitas wisata. Peningkatan ini perlu dilakukan secara tertarget, terutama untuk menarik wisatawan anak muda.

Beberapa peningkatan yang dilakukan diantaranya sebagai berikut : 1). peningkatan promosi dan pemasaran perlu dilakukan untuk mengatasi kelemahan. Promosi dan pemasaran perlu dilakukan secara efektif dan tertarget, terutama untuk menarik wisatawan anak muda, 2). peningkatan fasilitas pendukung wisata perlu dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan wisatawan. Fasilitas pendukung wisata perlu ditingkatkan kualitas dan kuantitas, termasuk fasilitas yang ramah lingkungan dan fasilitas yang menarik bagi anak muda, dan 3). pengembangan aktivitas wisata perlu dilakukan untuk memberikan pengalaman yang menarik bagi wisatawan. Aktivitas wisata perlu dikembangkan secara unik dan inovatif, terutama untuk menarik wisatawan anak muda.

SIMPULAN

Strategi pengembangan Objek Wisata Alam Ciung Wanara menggunakan strategi WO (*Weaknesses Opportunities*) sehingga strategi yang digunakan adalah dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara memperkecil kelemahan yang ada terdapat pada kuadran III, yang artinya pengelola objek wisata harus meningkatkan promosi dan pemasaran yang lebih efektif dan tertarget terutama terhadap anak muda atau anak sekolahan yang merupakan target pasar yang potensial, meningkatkan kualitas dan kuantitas fasilitas pendukung wisata ini akan memberikan nyaman dan kemudahan wisatawan dan aktivitas wisata yang menarik akan menjadi daya tarik bagi anak muda untuk berkunjung.

SARAN

Penelitian ini memiliki kekurangan diantaranya tidak membahas tentang peningkatan promosi dan pemasaran, pengembangan fasilitas dan aksesibilitas, pengelolaan lingkungan dan konservasi, peningkatan kualitas pengelolaan wisata.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Program Studi Kehutanan Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Pembimbing, dan lainnya yang telah berkontribusi terhadap pelaksanaan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, SN 2020, Pengembangan Objek Wisata Karangamulyan Kabupaten Ciamis Ditinjau Dari Supply Dan Demand Planning. *Journal of Management Review*, 4(2), 515-533
- Ahsan, AF 2012, Harapan Bagi Saronen. Diakses pada tanggal 9 Maret 2017 dari <http://plat-m.com/harapan-bagi-saronen/>
- Ananto, O, & Ibrahim, M 2018 Persepsi pengunjung pada objek wisata Danau Buatan kota Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 5, 1-11.
- Anggreani, TF 2021, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Swot: Strategi Pengembangan Sdm, Strategi Bisnis, Dan Strategi Msdm (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Sumberdaya Manusia). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(5), 619-629.
- Annisa, ML 2021, Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Berbasis SWOT Pada Online Store Shopee. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 4(1), 199-210.
- Aryanti, & Nita, S 2013, Analisis Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia terhadap Strategi Pemasaran dan Pelayanan di Desa Wisata Kebonagung Imogiri Bantul (tugas akhir). Yogyakarta: Program Diploma III, Universitas Gadjah Mada
- Berybe, Gregorius, A, Hanggu, Elisabet, O, Welalangi, Maria, BR, & Novita 2021, Hospitality Training Bagi Para Pengelola Homestay di Desa Liang Ndara Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, (2)1, 17.
- Deviana, S 2019, Pengaruh Aksesibilitas, Tarif, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Yang Berkunjung Ke Pantai Nglambor Gunung Kidul Yogyakarta. [sksripsi]. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
- Dewi, RP 2017, Perancangan Sistem Pengelolaan Sampah untuk Mendukung Perkembangan Industri Kreatif di Daerah Pariwisata. Ekowisata Di Desa Kuripan Selatan. *Journal Of Responsible Tourism*, 1,1.
- Direktorat Jedral Bina Pemerintahan Desa 2023, Data Pokok Desa/Kelurahan Karangamulyan Ciamis: Ditjen Bina Pempdes
- Dj Yunni, R 2017, Penerapan Strategi Segmentasi Pasar Dan Positioning Produk Dengan Pendekatan Analisis Swot Untuk Peningkatan Penjualan Pada Ud. Surya Gemilang Motor Di Surabaya. *Jurnal Ekbis*, 17(1), 1-13.
- Flamin, A, & Asnaryati 2013, Potensi ekowisata dan strategi pengembangan tahura nipa-nipa, kota Kendari, Sulawesi Tenggara. *Jurnal Penelitian Kehutanan Wallace*, 2(2), 154 - 156.
- Hadi, I, Jumail, M, Kumiansah, R, & Suteja, W 2021, Strategi Pengembangan Ekowisata Di Desa Kuripan Selatan. *Journal of Responsible Tourism*, 1(1), 1-8.
- Jamal, K, & Siregar, S 2017, Optimalisasi fungsi objek wisata sebagai sarana memperkenalkan agama Islam. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- Jayaprakash, K, & Mythili, B 2017, Tourist Satisfaction Level on Destination Facilities in The Nilgiris. *EPRA International Journal of Economic and Business Review*, 5(9): 122-126.
- Kawatu, VS, Mandey, SL, & Lintong, DCA 2020, Pengaruh Daya Tarik Wisata terhadap Niat Kunjungan Ulang dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Tempat Wisata Bukit Kasih Kanonang. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(3).
- Kurniawan, AR, & Rohendi, A 2021, Outdoor Recreation: Perencanaan Dan Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Pendidikan Ciungwanara. *Jurnal Keolahragaan*, 7(1), 1 11.
- Laorenso, G, Emi, R, Siti, M, Kartikawati 2022, Strategi pengembangan wisata

- alam air terjun rombo panga'a di kabupaten landak. *Jurnal hutan lestari*
- Meriyani, Y 2019, Politik Pariwisata Dalam Pengembangan Sektor Wisata Ciung Wanara Karangamulyan Kabupaten Ciamis (Doctoral Dissertation, Universitas Siliwangi).
- Meyers, K 2009, Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata. Jakarta: Technical Adviser for Environmental Sciences UNESCO.
- Nuraisyah, A 2022, Strategi pengembangan potensi Wisata Alam Situ Hiang Sadewata oleh pemerintah daerah Kabupaten Ciamis.[skripsi]. Ciamis: Universitas Galuh
- Pramudiyasari, M, & Soemanto, R 2016, Perkembangan Tata Kelola Obyek dan Daya Tarik Wisata Budaya Keraton Surakarta (Studi Fenomenologi terhadap Pengelola dan Wisatawan Keraton Surakarta). *Jurnal Sosiologi DILEMA*, Vol 31, No 1.
- Priakusuma, S 1993, Ekoturisme Sebagai Pengembangan Usaha Bidang Kehutanan dimasa mendatang. Duta Rimba, 161.
- Rangkuti, F 2002 Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Reorontasi Konsep Perencanaan Strategi Menghadapi Abad 21. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sabrina, N, & Bakkareng 2020, Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Jumlah Konsumen Di Lazada Express Padang SWOT. *Journal of Chemical Information and Modeling*, Vol 2, No 4.
- Sarim, & Wiyana, T 2017, Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2): 342-249
- Silitonga, S, & Anom, I 2016, Kota Tua Baru Sebagai Daerah Tujuan Wisata Sejarah Di Kabupaten Tapanuli Tengah. *Jurnal Destinasi Wisata*, Vol 4, No 2
- Siti, F, Tineu, I, Elgar, BS 2021, Analisis potensi wisata di kabupaten Cianjur. *Jurnal Geografi Volume XIX*.
- Sofia, Nuraeni, B 2014, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Kunjung Ulang Wisatawan Museum Ranggawarsita Semarang. *Jurnal Bisnis Strategi*, 23 (1): Hal 1-20
- Sugiyono 2013, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods). Alfabeta. Bandung.
- UNESCO 2005, The UNESCO Convention on The Protection and Promotion of The Diversity of Expressions. Paris: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization
- Wirajuna, B, & Supriadi, B 2017, Peranan kelompok sadar wisata untuk meningkatkan keamanan wisatawan: studi kasus di Jerowaru Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2), 15.
- Witomo, CM, harahab, N, & Kurniawan, A 2020, Nilai Manfaat Pariwisata Ekosistem terumbu Karang Taman Wisata Perairan Gita Nada Sekotong Lombok. *Jurnal Sosek*, 169-184
- Wiyana, T 2018, Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 3(2).
- Yoeti, OA 2006, Pengantar Ilmu Pariwisata. Angkasa. Bandung.
- Scott, Jacqueline, and Rosemary Crompton, and Clare Lyonette, eds. 2010. Gender inequalities in the 21st century: new barriers and continuing constraints.