



Potential for Ecotourism in Kapuas Hulu and Malinau

Opportunities for Green Economy Development in the Heart of Borneo

Potensi Ekowisata di Kapuas Hulu dan Malinau

Peluang untuk Pengembangan Ekonomi Hijau di Jantung Borneo

Published by:

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH
Forests and Climate Change Programme (FORCLIME)
Manggala Wanabakti Building, Block VII, 6th Floor
Jln. Jenderal Gatot Subroto, Jakarta 10270, Indonesia
Tel : +62 (0)21 572 0212, +62 (0)21 572 0214
Fax : +62 (0)21 572 0193

Website:

www.forclime.org

In Cooperation with:

Ministry of Forestry

Author:

Norbert Kehl and Soehartini Sekartjakrarini

Distributed by:

FORCLIME

Design, Layout and Printing

SunsetMedia|Creative Studio

Jakarta, April 2013 (reprinting)

Potential for Ecotourism in Kapuas Hulu and Malinau

Opportunities for Green Economy Development in the Heart of
Borneo

Potensi Ekowisata di Kapuas Hulu dan Malinau

Peluang untuk Pengembangan Ekonomi Hijau di Jantung
Borneo

Norbert Kehl dan Soehartini Sekartjakrarini

April 2013

TABLE OF CONTENTS

DAFTAR ISI

List of Abbreviations	v
Daftar Singkatan	v
Introduction	1
Pengantar	1
Executive Abstract	3
Ikhtisar	3
PART ONE – EVALUATION	5
BAGIAN PERTAMA – EVALUASI	5
Evaluation of the Supply Side	5
Evaluasi Penawaran	5
Main attractions and resources	5
Daya tarik utama dan sumber daya	5
Providing access through general infrastructure	6
Penyediaan akses melalui infrastruktur umum	6
Providing access through services	9
Penyediaan akses melalui pelayanan	9
Providing access through marketing and promotion	11
Penyediaan akses melalui pemasaran dan promosi	11
Ecotourism policy and planning in the HoB area	12
Kebijakan dan perencanaan ekowisata di Jantung Borneo	12
Evaluation of the Demand Side	15
Evaluasi Permintaan	15
International demand for ecotourism	15
Permintaan ekowisata internasional	15
Domestic demand for ecotourism	16
Permintaan ekowisata domestik	16
Increasing market segmentation	17
Meningkatnya segmentasi pasar	17
Competition	17
Kompetisi	17

The importance of image and reputation	18
Pentingnya citra dan reputasi	18
Current ecotourism products in the HoB area	18
Produk ekowisata di kawasan HoB saat ini	18
Conclusions	20
Kesimpulan	20
PART TWO – RECOMMENDATIONS	22
BAGIAN KEDUA – REKOMENDASI	22
Strategic Recommendations	22
Rekomendasi-rekomendasi Strategis	22
Performance-oriented planning	22
Perencanaan berorientasi kinerja	22
Diversifying and deepening the product portfolio	27
Menganekaragamkan dan memperdalam portefel produk	27
Rethinking and reorganizing the role of marketing	34
Mengkaji dan mengorganisir ulang peran pemasaran	34
Strategy Implementation: The HoB E ² Team	39
Strategi Pelaksanaan: Tim HoB E ²	39
Strategic significance of a permanent team	39
Arti strategis tim permanen	39
Roles and tasks	39
Peran dan tugas	39
E ² Team members	40
Anggota Tim E ²	40
Recommended Next Steps	41
Tindak Lanjut yang Dianjurkan	41
PART THREE – PROFILE ON THE CURRENT CONDITION AND READINESS OF CONSERVATION AREAS IN HEART OF BORNEO FOR SUSTAINABLE ECOTOURISM	43
BAGIAN KETIGA – PROFIL KONDISI DAN KESIAPAN KAWASAN KONSERVASI DI JANTUNG BORNEO UNTUK EKOWISATA BERKELANJUTAN	43
Sources	76
Sumber	76

List of Abbreviations

Daftar Singkatan

asl	above sea level
BBBRNP	Bukit Baka Bukit Raya National Park
BKNP	Betung Kerihun National Park
BKNRP	Bukit Kelam Nature Recreation Park
CIFOR	Center for International Forestry Research
CSR	Corporate Social Responsibility
	Tanggungjawab Sosial Perusahaan
DAS	Daerah Aliran Sungai
Dirjen PHKA	Director General of Forest Protection and Nature Conservation
	Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam
DMO	Destination Management Organization
	Organisasi Pengelola Destinasi
DP3K	Collaborative Management Board
	Dewan Pembina, Pengendali dan Pengelola Kolaboratif
dpl	di atas permukaan laut
DPN	National Tourism Destination
	Destinasi Pariwisata Nasional
DSNP	Danau Sentarum National Park
FoMMA	Indigenous Peoples Alliance
	Forum Masyarakat Adat
FORCLIME	Forests and Climate Change Programme
	Program Kehutanan dan Perubahan Iklim
GIZ	Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
HoB	Heart of Borneo
	Jantung Borneo
HoB E ²	Heart of Borneo Eco-Experience
HPH	Hak Pengusahaan Hutan
ICBP	International Committee for Bird Protection
ITB	Internationale Tourismus Börse (Tourism Trade Fair)
	Bursa Turisme Internasional

ITTO	International Tropical Timber Organization
ITTO – SFMP	ITTO – Sustainable Forest Management Plan
KMNP	Kayan Mentarang National Park
KSK	District Strategic Area
	Kawasan Strategis Kabupaten
KSPN	National Strategic Development Area
	Kawasan Strategis Pembangunan Nasional
LSM	Lembaga Swadaya Masyarakat
Musrenbang	Development Planning Meeting
	Musyawarah Perencanaan Pembangunan
NGO	Non-Governmental Organization
PHKA	Forest Protection and Nature Conservation
	Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam
POLHUT	Forest Ranger
	Polisi Hutan
PT SBK	PT Sari Bumi Kusuma
REDD	Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation
	Reduksi Emisi dari Deforestasi dan Degradasi Hutan
RKA-KL	Work Plan and Budget Plan of State Ministry / Agency
	Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian Negara / Lembaga
RPJM	Mid-term Management Plan
	Rencana Pengelolaan Jangka Menengah
RPJP	Long-term Management Plan
	Rencana Pengelolaan Jangka Panjang
RPTN	National Park Management Plan
	Rencana Pengelolaan Taman Nasional
RPTN-DS	Danau Sentarum National Park Management Plan
	Rencana Pengelolaan Taman Nasional Danau Sentarum
RPTNL	5-years National Park Management Plan
	Rencana Pengelolaan Taman Nasional Lima Tahunan
RTRW	Spatial Plan
	Rencana Tata Ruang Wilayah
TBI	The Borneo Initiative
TNBRR	Taman Nasional Bukit Baka Bukit Raya

TNBK	Taman Nasional Betung Kerihun
TNDS	Taman Nasional Danau Sentarum
TNI	Indonesian Military
	Tentara Nasional Indonesia
TNKM	Taman Nasional Kayan Mentarang
TWABK	Taman Wisata Alam Bukit Kelam
UKK	Coordination of Work Unit
	Unit Kerja Koordinasi
UPT	Technical Implementation Unit
	Unit Pelaksana Teknis
US AID – NRMP	US AID – Natural Resource Management Program
VITO	Visit Indonesia Tourism Officer
WWF	World Wide Fund for Nature



Introduction

This report is part of a number of activities that are conducted within the framework of Forests and Climate Change Programme (FORCLIME). FORCLIME is a bilateral programme between the governments of Indonesia and Germany which include three components (Component 1, 2 and 3). The objectives of each component are:

Component 1. The institutional and regulatory framework set out by central and district governments for implementing sustainable forest management and reducing greenhouse gases from deforestation and forest degradation has improved

Component 2. The actors in the pilot districts apply the improved framework for implementing forest administration reform in sustainable forest management and REDD (Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation) activities

Component 3. Schemes for effective nature conservation, natural resource management and the improvement of the basic conditions of life for poor communities dependent on forests in selected districts in the Heart of Borneo are implemented by relevant stakeholders

Since 2009, FORCLIME is supporting the Indonesian Government as well as relevant public and private actors in developing and implementing the institutional and regulatory framework, methods and services for sustainable forest management, nature conservation and the reduction of greenhouse gas emissions from deforestation and forest degradation in the first phase of the programme. The second phase of the programme is envisaged from 2013 until 2016 with an option for a third phase until 2020.

One objective of the programme, stated in indicator 4 of Component 3, is to improve the livelihood conditions especially for communities living in and around the protected areas and national parks. Ecotourism in HoB areas has a significant potential for improving livelihoods of a wide range of families. In coordination with the

Pengantar

Laporan ini merupakan bagian dari sejumlah kegiatan yang dilakukan dalam kerangka kerja *Forests and Climate Change Programme* (FORCLIME). FORCLIME adalah program bilateral antara pemerintah Indonesia dan pemerintah Jerman yang memiliki tiga komponen (Komponen 1, 2, dan 3). Tujuan yang ingin dicapai dari masing-masing komponen adalah:

Komponen 1. Peningkatkan kerangka kelembagaan dan peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk pelaksanaan pengelolaan hutan lestari dan pengurangan gas rumah kaca dari deforestasi dan degradasi hutan.

Komponen 2. Berhasilnya pelaksanaan proses reformasi administrasi kehutanan yang diarahkan pada pengelolaan hutan lestari dan kegiatan REDD (Reduksi Emisi dari Deforestasi dan Degradasi Hutan) oleh para aktor di kabupaten percontohan.

Komponen 3. Pelaksanaan skema oleh para pemangku kepentingan terkait untuk konservasi alam yang efektif, pengelolaan sumber daya alam, dan perbaikan kondisi pokok kehidupan masyarakat miskin yang bergantung kepada hutan di kabupaten terpilih dalam kawasan Jantung Borneo (*Heart of Borneo/HoB*).

Sejak tahun 2009, pada fase pertamanya, FORCLIME senantiasa membantu pemerintah Indonesia serta pihak publik dan swasta terkait dalam mengembangkan dan melaksanakan kerangka kelembagaan dan peraturan, metode dan jasa untuk pengelolaan hutan lestari, konservasi alam, dan pengurangan emisi gas rumah kaca dari deforestasi dan degradasi hutan. Fase kedua FORCLIME akan berlangsung dari tahun 2013 sampai 2016, dengan potensi fase ketiga sampai 2020.

Salah satu tujuan dari FORCLIME, yang tertera dalam indikator ke-4 dari komponen 3, adalah meningkatkan kondisi kehidupan dan mata pencarian masyarakat, terutama mereka yang tinggal di dalam dan di sekitar kawasan lindung dan taman nasional. Ekowisata di wilayah HoB memiliki potensi yang signifikan untuk meningkatkan kondisi kehidupan dan mata pencarian masyarakat. Dalam koordinasi dengan pemerintah kabupaten terkait, pemangku kepentingan dan GIZ-FORCLIME, diusulkan untuk mendukung perumusan rencana

corresponding District authorities, stakeholders and GIZ-FORCLIME, it was proposed to support the formulation of a District Master Plan for ecotourism and a corresponding strategy based on existing rules and regulations as well as on district priorities, considering ecotourism as a development and conservation instrument in HoB areas. The proposed support for the Ecotourism Master Plan will as well impact positively on the organization of tourism (tourism board) as on practical aspects of rural income enhancement. Ecotourism service provider and networking will play an important role considering an increased demand for ecotourism.

This report is the result of consultancy carried out within Component 3 of FORCLIME on ecotourism strategy development in HoB. The report is meant to support sustainable development efforts in the Indonesian part of HoB. It evaluates the situation of ecotourism in this area and provides recommendations for how to address identified shortcomings. The document is based on data which have been mainly collected in one of the four Indonesian HoB districts, Kapuas Hulu, and to a lesser degree, in the Malinau district.

The district of Kapuas Hulu and its ecotourism stakeholders have arguably one of the strongest commitments to ecotourism in HoB and intend to develop an ecotourism master plan. Yet the report attempts to identify issues that are typical not only for Kapuas Hulu but also for other Indonesian HoB areas and which should be dealt with first.

The report consists of three parts. The first part provides a general assessment and evaluation of the supply side and the demand side of ecotourism in Heart of Borneo, and ends with a summarizing conclusion of the most important findings. The second part presents a number of strategy recommendations based on these findings. The third part discusses profile on current conditions and readiness of conservation areas in HoB for sustainable ecotourism.

induk kabupaten untuk ekowisata serta strategi yang sesuai yang didasarkan pada peraturan yang ada dan prioritas daerah, mengingat ekowisata adalah instrumen pembangunan dan konservasi di wilayah HoB. Dukungan yang diusulkan untuk rencana induk ekowisata juga akan berdampak positif pada organisasi pariwisata (dewan pariwisata) seperti pada aspek peningkatan pendapatan di daerah pedalaman. Penyediaan layanan dan jaringan ekowisata akan memainkan peran penting mengingat adanya peningkatan permintaan untuk ekowisata.

Laporan ini adalah hasil dari konsultasi yang dilakukan oleh Komponen 3 dari FORCLIME mengenai pengembangan strategi ekowisata di HoB, yang dimaksudkan untuk mendukung upaya pembangunan berkelanjutan Jantung Borneo di wilayah Indonesia. Laporan ini mengevaluasi situasi ekowisata di daerah HoB dan memberikan rekomendasi tentang bagaimana mengatasi kekurangan yang teridentifikasi. Dokumen ini didasarkan pada data yang telah dikumpulkan, terutama di salah satu dari empat kabupaten HoB Indonesia: Kapuas Hulu, dan untuk tingkat yang lebih rendah, di Kabupaten Malinau.

Kabupaten Kapuas Hulu dan para pemangku kepentingan ekowisatanya adalah salah satu kabupaten yang memiliki komitmen kuat terhadap tamasya alam di HoB dan berniat mengembangkan rencana induk ekowisata. Namun, laporan ini mencoba mengidentifikasi isu-isu yang khas di daerah HoB Indonesia—bukan hanya di Kapuas Hulu—serta mengenali isu-isu yang harus ditangani lebih dahulu.

Laporan dipaparkan dalam tiga bagian. Bagian pertama memberikan penilaian umum dan evaluasi dari sisi penawaran dan permintaan ekowisata di Jantung Borneo, dan diakhiri dengan kesimpulan yang meringkas temuan paling penting. Bagian kedua menyajikan sejumlah rekomendasi strategi yang didasarkan pada temuan tersebut. Bagian ketiga membahas profil kondisi dan kesiapan kawasan konservasi di HoB untuk ekowisata yang berkelanjutan.

Executive Abstract

Ecotourism in the Indonesian Heart of Borneo (HoB) area has a tradition of jungle trekking that goes back more than 30 years ago. For the past 10 years, there is a growing interest to develop ecotourism in HoB up to a level where it can provide a sustainable contribution to the income of local communities and where it helps to safeguard the immense diversity of its ecosystems.

Despite the increasing efforts by government agencies, NGOs (Non-Governmental Organization) and local tour operators to the contrary, numbers of ecotourism visitors in HoB are still at low levels and rise year by year but only incrementally, in some area the numbers are not rising at all.

The Indonesian HoB area has impressive assets which can be the foundation of a more rapid and focused ecotourism development that still stays in line with its ecological and social standards. These assets are not only based on natural and cultural attractions but also on the ecological projects conducted within the framework of the HoB initiative.

The report identifies shortcomings in the way these assets can be presently accessed by means of infrastructure, services and marketing and promotion. It also identifies problems in the way tourism planning has so far attempted to overcome these shortcomings and has tried to accelerate the ecotourism development.

A number of strategies are recommended to overcome these shortcomings - strategies which deal with planning, product development and marketing. These strategies are estimated to be able to help increase the numbers of visitors for the currently available products by a factor of 10 within the next five years, and that additional numbers of visitors in the same range will be achieved for each new product that will be successfully introduced within the next 3 -10 years.

In **planning**, it is recommended to move responsibilities for strategic marketing and product planning from the local and district level up to the level of HoB as the main destination level. It is also

Ikhtisar

Jelajah hutan rimba di Jantung Borneo sebagai suatu kegiatan ekowisata sudah berlangsung selama lebih dari 30 tahun. Sejak 10 tahun silam, minat untuk mengembangkan ekowisata di HoB makin meningkat. Keinginan yang tumbuh ialah agar kegiatan ekowisata dapat memberi andil berkelanjutan bagi pendapatan masyarakat lokal, dan turut membantu melindungi keanekaragaman ekosistem yang sangat luas di daerah tersebut.

Namun, jumlah pengunjung ekowisata di HoB masih terbilang rendah, sekalipun jumlahnya bertambah secara bertahap setiap tahun. Di beberapa tempat malah tak ada peningkatan jumlah pengunjung sama sekali. Kendati sampai sekarang berbagai upaya meningkatkan kunjungan terus dilakukan oleh pemerintah, LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat), dan agen perjalanan wisata di tingkat lokal.

HoB Indonesia sesungguhnya memiliki aset yang sangat mengagumkan yang dapat dijadikan fondasi bagi pengembangan ekowisata secara lebih pesat, serta sesuai dengan standar ekologis dan sosial. Aset-aset tersebut bukan didasarkan pada daya tarik alam dan budaya semata, namun juga proyek-proyek ekologis yang dilakukan dalam rangka inisiatif HoB.

Laporan ini mengurai beberapa kekurangan dalam hal aset dapat diakses melalui infrastruktur, layanan, serta pemasaran dan promosi. Laporan ini sekaligus mengidentifikasi masalah-masalah yang timbul setelah perencanaan pariwisata—sejauh ini—berupaya mengatasi kekurangan-kekurangan yang ada dan berusaha mempercepat pengembangan ekowisata.

Berbagai strategi direkomendasikan guna mengatasi kekurangan tersebut. Strategi yang berhubungan dengan perencanaan, pengembangan produk dan pemasaran. Strategi ini diperkirakan dapat membantu meningkatkan jumlah pengunjung—dengan produk yang telah ada saat ini—sampai 10 kali lipat dalam jangka waktu lima tahun ke depan. Lalu akan dicapai peningkatan jumlah pengunjung dengan kisaran yang sama untuk setiap produk baru dalam jangka waktu 3-10 tahun ke depan.

Pada bidang **perencanaan**, disarankan untuk memindahkan tanggung jawab pemasaran strategis dan perencanaan produk dari tingkat lokal dan kabupaten ke tingkat HoB sebagai destinasi utama.

recommended to introduce performance-oriented planning that focuses on objectives and consistent monitoring rather than attempting to program every operational aspect by a detailed master-planning.

In **product development**, strategies on how to broaden the idea of ecotourism, start selling existing products more professionally and develop new products that cater to a variety of new market segments are described. Ideas for these new products and suggestions of how ecotourism products that have distinctive HoB image could be eventually created are also provided.

In **marketing**, the recommended approach is to put the knowhow about ecotourism demand in the center of the development and selling efforts, moving away from mediocre, occasional promotion towards ongoing marketing activities. This approach shall ultimately help turn the rather impersonal products into branded HoB eco-experiences that will be well recognized in the target markets.

To put the new strategies on a solid organizational footing, the last recommendation is to build a permanent **Heart of Borneo Eco-Experience Team**. This team is provided with the necessary human and financial resources that will help turn ecotourism potentials into the living ecotourism reality the Heart of Borneo needs and deserves.

Juga disarankan untuk memperkenalkan perencanaan berorientasi kinerja (*performance-oriented planning*) yang berfokus pada tujuan dan pemantauan yang konsisten ketimbang berfokus pada upaya untuk memprogram setiap aspek operasional melalui perencanaan induk terperinci (*detailed-master planning*).

Pada bidang **pengembangan produk**, terdapat penjelasan mengenai strategi-strategi untuk memperluas ide mengenai ekowisata, mulai dari memasarkan produk yang sudah ada secara lebih profesional hingga mengembangkan produk baru yang dapat memenuhi berbagai ceruk pasar. Beberapa ide produk baru dan anjuran tentang bagaimana dapat membuat produk ekowisata yang memiliki ciri khas HoB juga dibahas dalam bagian ini.

Pada bidang **pemasaran**, direkomendasikan suatu pendekatan yang menempatkan kemampuan dan kapasitas tentang permintaan ekowisata di tengah upaya pengembangan dan penjualan, menjauh dari kegiatan yang terlalu biasa, seperti berpromosi sesekali terhadap kegiatan pemasaran yang sedang berlangsung. Pendekatan ini pada akhirnya akan membantu mengubah produk yang sebelumnya umum (*impersonal*) menjadi berteria *HoB eco-experiences*, yang akan dikenali dengan baik oleh target pasar.

Untuk menempatkan strategi baru tersebut pada pijakan organisasi yang solid, rekomendasi terakhir adalah membangun **Tim Heart of Borneo Eco-Experience** secara permanen. Tim ini dibentuk dengan sumber daya manusia dan keuangan yang diperlukan untuk membantu mengubah potensi ekowisata yang ada menjadi realitas ekowisata yang hidup, yang dibutuhkan oleh dan sesuai bagi Jantung Borneo.



PART ONE - EVALUATION

Evaluation of the Supply Side

Main attractions and resources

The first question must be: are the values of the main attractions and resources within the destination strong enough to justify ecotourism development efforts? In the case of HoB, the discussion of assets will mainly be concerned with natural and cultural assets. Although there are known tourism success stories where destinations without any significant natural or cultural assets have developed well - notably destinations like Singapore, who base their success mainly on man-made attractions and superior services - such an approach is not an option in a segment like ecotourism, where unspoiled nature and indigenous ways of living will always be one of the core assets.

Broadly speaking, the Indonesian HoB area is very well endowed with natural and cultural assets: its four natural parks provide outstanding landscapes and ecosystems (which are partly unique, like the watershed lake system of Danau Sentarum), and biospheres of extraordinary wealth in flora and fauna. Its local and indigenous cultures are exceptional and famous for their artifacts (e.g. Longhouses), for their world-views and daily ways of living and reproduction. There is also a variety of activities that can be conducted in the various HoB destinations like trekking, mountain climbing, wildlife observation, fishing, biking, etc.

The challenge for HoB natural assets is not so much lack of attractive value, but rather the continuous threat of their devaluation through unsustainable use of these resources. While one of ecotourism's objectives itself is to contribute to safeguard these assets, ecotourism is still dependent on development policies that prevent these resources from unsustainable exploitation and destruction.

It is one of HoB comparative advantages that can be added as another factor to HoB ecotourism attractions: the HoB initiative itself, which engages in a number of scientific and social forestry, projects related to ecosystems, biodiversity, carbon, climate

BAGIAN PERTAMA – EVALUASI

Evaluasi Penawaran

Daya tarik utama dan sumber daya

Pertanyaan pertama mestinya: apakah daya tarik utama dan sumber daya di daerah tujuan cukup bernilai dan memiliki alasan kuat untuk membenarkan upaya pengembangan ekowisata? Dalam kasus HoB, pembahasan aset terutama menyangkut keadaan alam dan budaya. Meskipun lazim diketahui ada kisah sukses mengenai daerah tujuan wisata tanpa aset alam dan budaya yang berarti namun dikembangkan amat baik. Secara khusus dapat disebutkan: Singapura, yang pariwisatanya mengandalkan terutama pada kreasi karya manusia dengan layanan unggul. Pendekatan semacam itu tak berlaku dalam ekowisata, sebab alam yang asri dan tata cara hidup masyarakat adat akan senantiasa menjadi salah satu aset inti.

Pada umumnya, wilayah HoB Indonesia sangat diberkahi dengan aset alam dan budaya: empat taman nasional di dalamnya memiliki pemandangan dan ekosistem yang luar biasa (yang sebagian diantaranya memiliki keunikan tersendiri, seperti sistem Daerah Aliran Sungai Danau Sentarum), serta cagar alam dengan kekayaan flora dan fauna yang luar biasa berlimpah. Kebudayaan lokal dan adat pribumi juga sangat luar biasa dan terkenal: artefaknya (semisal rumah panjang), pandangan hidup dan cara hidup keseharian serta reproduksinya. Ada pula ragam kegiatan yang dapat dilakukan di berbagai tempat tujuan HoB, seperti jelajah hutan (*trekking*), mendaki gunung, observasi satwa liar, memancing, bersepeda, dll.

Tantangan bagi HoB bukanlah berkurangnya nilai yang menarik, melainkan ancaman terus menerus yang membuatnya terdevaluasi akibat pemanfaatan sumber daya alam yang mengabaikan prinsip-prinsip berkelanjutan. Bila salah satu tujuan ekowisata adalah untuk memberikan kontribusi dalam menjaga aset-aset ini, nyatanya ekowisata masih bergantung pada kebijakan pembangunan demi mencegah sumber daya alam dari eksplorasi tak berkelanjutan serta penghancuran.

Adalah salah satu keunggulan komparatif bahwa faktor lain bisa ditambahkan ke dalam daya tarik wilayah ini: inisiatif HoB itu sendiri, yang melibatkan sejumlah ahli kehutanan dan sosial, proyek yang berkaitan dengan ekosistem, keanekaragaman hayati,

change, water management, green technologies, community development and other topics. Some of these projects have a potential to attract wider audiences, provided they are presented in a suitable way.

The main challenge for ecotourism development is to make the assets available for interested visitors in ways that turn these assets into specific products. The key is to manage and improve the accessibility of these assets in an effective manner. Lack of accessibility has often been pointed out by HoB tourism stakeholders as the main obstacle, pointing out the remoteness of the potential HoB ecotourism destinations and the long and expensive travel needed to arrive there.

The access issue will be discussed in a broader sense, not just about physical access, but also concerning access through services and access through marketing and promotion.

Physical access, tourism-related services and access through marketing and information become enablers of the total visitor experience and by that, elements of HoB ecotourism products and its attractiveness.

Different tourism products have different requirements on the degree of accessibility and on the quality and set of services and information. The specifics can only be determined by an intimate knowledge of the various market segments and their demand.

Access drivers vary in degree of its manageability - physical access depending on location and general infrastructure being the least manageable by tourism stakeholders, services in part, while marketing and promotion have the highest degree of tourism stakeholders' ability to manage and control directly.

Providing access through general infrastructure

The Indonesian areas of Heart of Borneo are located at the periphery of the country. They also border to other countries - Malaysia and Brunei. Both facts together are responsible for the areas' endowment with general and transportation

karbon, perubahan iklim, pengelolaan air, teknologi hijau, pembangunan masyarakat dan topik lainnya. Beberapa proyek memiliki potensi untuk menarik khalayak yang lebih luas asal disajikan dengan cara yang sesuai.

Tantangan utama bagi pengembangan ekowisata adalah membuat aset tersebut tersedia bagi pengunjung yang berminat dengan cara mengubah aset-aset itu menjadi produk tertentu. Kuncinya adalah mengelola dan meningkatkan aksesibilitas aset secara efektif. Kurangnya aksesibilitas sering ditunjukkan oleh pemangku kepentingan pariwisata sebagai kendala utama: terpencilnya daerah yang berpotensi menjadi tujuan ekowisata di HoB serta perjalanan panjang dan mahal yang dibutuhkan untuk sampai di daerah tersebut.

Masalah aksesibilitas akan dibahas dalam arti yang lebih luas, bukan hanya tentang akses fisik, tetapi juga berkaitan dengan akses melalui layanan dan akses melalui pemasaran dan promosi.

Akses fisik, layanan-layanan terkait pariwisata, dan akses melalui pemasaran dan informasi memungkinkan pengunjung mendapatkan totalitas pengalaman, serta bisa menjadi elemen dari produk ekowisata dan daya tariknya.

Produk wisata yang berbeda memiliki kebutuhan yang berbeda pula pada tingkat aksesibilitas dan pada kualitas layanan dan informasi. Spesifikasi tersebut hanya dapat ditentukan oleh pengetahuan yang mendalam mengenai berbagai segmen pasar dan permintaan mereka.

Pengendalian akses bervariasi dalam tingkat pengelolaannya. Akses fisik tergantung pada lokasi dan prasarana umum menjadi yang paling sedikit dikelola oleh para pemangku kepentingan dan layanan pariwisata. Sedangkan pemasaran dan promosi memiliki derajat tertinggi yang mampu dikelola dan dikendalikan secara langsung oleh para pemangku kepentingan pariwisata.

Penyediaan akses melalui infrastruktur umum

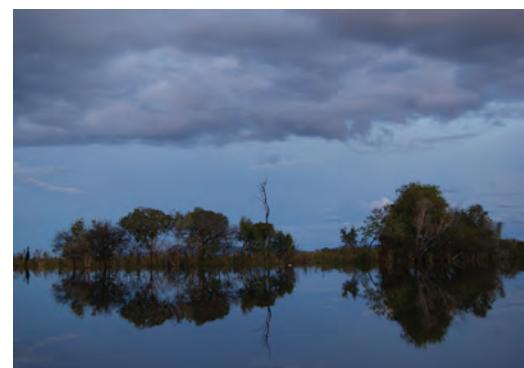
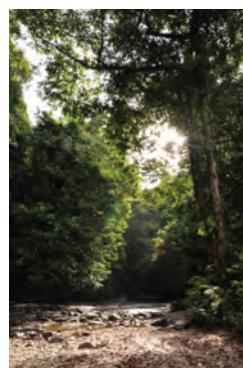
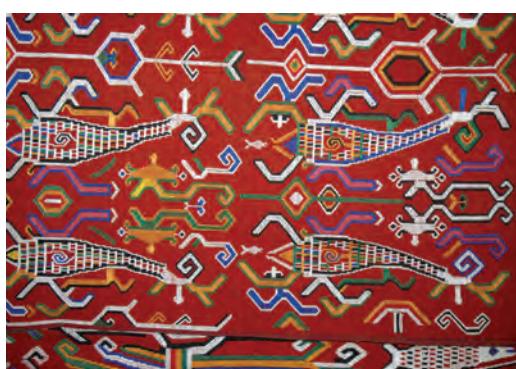
Jantung Borneo wilayah Indonesia terletak di perbatasan RI. Wilayah tersebut berbatasan dengan Malaysia dan Brunei. Kedua kenyataan tersebut masih ditambah dengan fakta akan sedikitnya dana, di bawah rata-rata, yang diberikan bagi wilayah ini untuk pembangunan infrastruktur umum dan

infrastructure that is less than average, compared to the more central parts of Indonesia. The connection to both neighbor countries is still difficult, both by road and by plane. There are no direct flights from Indonesian destinations to the main entry point of ecotourism destinations in Kapuas Hulu or Malinau. The quality of the road systems within the areas varies a lot, is frequently changing over short periods of time, requiring half-day until one full day of arrival time until getting to entry points or final destinations. Prices for transportation are high, comparing to country average. Also, telecommunication and internet access is not regularly established in all areas and not yet stable.

While HoB is still at a disadvantage regarding its general infrastructure and physical accessibility compared to other destinations - for example in Kalimantan - the situation is continuously improving. Demand pressure from other economic sectors of society is providing continuous incentives for better infrastructure, and national government is paying more attention to the development of less-developed areas of Indonesia. A breakthrough regarding the accessibility of Kapuas Hulu by Malaysia will be the plan of opening the border in Badau, which is expected to happen in 2014.

transportasi dibandingkan dengan bagian lain yang lebih sentral di Indonesia. Penghubung ke kedua negara tetangga masih sulit, baik melalui jalan darat atau pun dengan pesawat. Tidak ada penerbangan langsung dari Indonesia ke titik masuk utama tujuan ekowisata di Kapuas Hulu atau Malinau. Kualitas jalan di wilayah tersebut juga sering bervariasi, sering berubah dalam jangka waktu yang singkat, dibutuhkan setengah hari sampai satu hari penuh dari waktu kedatangan sampai ke titik masuk atau tujuan akhir. Harga untuk transportasi tinggi, bila dibandingkan dengan biaya rata-rata untuk transportasi di negara ini. Juga, telekomunikasi dan akses internet tidak secara teratur dipasang di semua wilayah, kualitas koneksinya pun belum stabil.

Meskipun HoB masih kurang beruntung dalam hal infrastruktur umum dan aksesibilitas fisik dibandingkan dengan tujuan lain—bahkan di Kalimantan—situasi terus-menerus membaik. Tekanan permintaan dari sektor ekonomi lain masyarakat memberikan insentif yang berkesinambungan untuk infrastruktur yang lebih baik. Pemerintah pusat pun telah memberikan perhatian lebih bagi pembangunan daerah yang kurang berkembang di Indonesia. Sebuah terobosan mengenai aksesibilitas Kapuas Hulu oleh Malaysia akan menjadi pembukaan perbatasan yang direncanakan di Badau. Ini diharapkan terjadi pada tahun 2014.



Protected Forest Areas of Indonesian "Heart of Borneo Region" Provinces



Providing access through services

One of the problems of potential ecotourism destinations in the HoB face is that they can hardly build its products on established services that are provided by already existing tourism services in the area. There has not been - and still isn't - any relevant leisure or mass tourism in HoB which would then provide varieties of hotel facilities, an elaborate restaurant culture, basic visitor information, foreign language services, etc., from which also ecotourism could profit.

It is true that the core activity of currently existing ecotourism products in HoB, - namely forest trekking and village tours - need specific accommodation and catering which is normally provided along the tour trails. Such services like home-stays and catering arrangements in villages have been developed in certain areas like in several destinations within Kapuas Hulu and the Betung Kerihun National Park; other areas like the Danau Sentarum National Park still have to build up such basic services like home-stays and tour arrangements and destination management training for local villages.

However, since ecotourism travel starts and ends on certain entry and exit points, those regular tourism services named above would be helpful for the overall travel experiences even for backpackers who have a rather low demand on convenience. Still, there are some supportive services available because entry point cities like Putussibau and Malinau have experiences with business travelers, many of them being professionals who visit the areas precisely because they work for HoB development projects.

Another weakness related to the lack of an already existing tourism infrastructure is the lack of private sector with genuine tourism knowhow, by which tourism companies could diversify into the ecotourism product sector. Right now almost all ecotourism-related knowhow is provided by consultants, NGOs, and the public sector.

Services that could provide access to activities such as fishing, rafting, participating in village activities or other more skill-based activities in an attractive and safe way are also still in its infancy. The

Penyediaan akses melalui pelayanan

Salah satu masalah yang dihadapi oleh daerah tujuan ekowisata yang berpotensi di HoB adalah bahwa mereka sulit membangun produk-produknya pada layanan yang sudah disediakan oleh layanan pariwisata di daerah tersebut. Belum ada—dan masih tidak ada—liburan atau pariwisata massal di HoB yang kemudian mampu memberikan berbagai macam fasilitas hotel, suatu budaya restoran yang kompleks, informasi dasar bagi pengunjung, layanan bahasa asing, dll. Hal-hal yang dapat memberikan keuntungan bagi ekowisata.

Memang benar bahwa aktivitas utama dari produk ekowisata yang ada di HoB saat ini, yaitu jelajah hutan dan wisata pedesaan, membutuhkan akomodasi dan katering khusus yang biasanya disediakan di sepanjang jalur wisata. Layanan seperti menginap di rumah penduduk (*home-stay*) dan pengaturan katering di desa-desa telah dikembangkan di daerah tertentu, seperti di beberapa tujuan di Kapuas Hulu dan Taman Nasional Betung Kerihun. Namun, wilayah lainnya seperti Taman Nasional Danau Sentarum masih harus membangun layanan dasar seperti *home-stay* dan pengaturan paket wisata serta pelatihan manajemen untuk desa-desa tujuan setempat.

Namun, karena perjalanan ekowisata dimulai dan berakhir pada titik masuk—dan titik keluar tertentu, layanan-layanan pariwisata reguler yang disebutkan di atas akan sangat membantu untuk keseluruhan pengalaman perjalanan bahkan untuk *backpacker* yang memiliki permintaan yang lebih rendah terhadap kenyamanan. Namun, ada beberapa layanan pendukung yang tersedia karena titik masuk kota seperti Putussibau dan Malinau—memiliki pengalaman melayani pelancong bisnis. Banyak dari mereka adalah para profesional yang mengunjungi daerah tersebut justru karena mereka bekerja untuk proyek pembangunan di HoB.

Kelemahan lain yang berhubungan dengan kelemahan infrastruktur pariwisata yang sudah ada adalah kurangnya sektor swasta yang memiliki kemampuan dan kapasitas terkait pariwisata. Padahal perusahaan-perusahaan pariwisata semestinya bisa mendiversifikasi sektor produk ekowisata. Saat ini hampir semua kemampuan dan kapasitas yang berhubungan dengan ekowisata disediakan oleh konsultan, LSM, dan sektor publik.

Layanan yang dapat memberikan akses untuk melakukan aktivitas-aktivitas seperti memancing,

problem here is that villages have occasionally been trained in some of these services, but due to the lack of continuous training and due to the lack of continuous opportunities to apply these skills, their quality as well as sometimes even their availability is rather poor.

Other important service areas are those that provide exciting wildlife observation opportunities and more general, meaningful interpretation into the world of flora, fauna, and local cultures. There have been efforts to train local people in tour guiding, but it is still seen as a bottleneck for development. Especially if English-speaking skill is needed, these skills are often rather basic and lacking, like other service skills, the opportunity for constant application. In some cases these services are provided by outside tour operators, who send their own interpreters along with the tour group.

Visitor information services like info counters, regularly updated written information like helpful maps or brochures and tourism information and signatures along tours and trails are also poorly or not at all developed.

The problem with all these services is the age-old egg-hen dilemma: while local stakeholders often see a need for developing these services, the shortage of visitors which could provide strong incentives to develop these services in a sustainable way prevents the development from happening.

In summary it can be said that services relevant for ecotourism products are developed only to a certain degree and only for a few existing products, namely wildlife trekking and eco-village visits. Investing in these services is seen risky because of the uncertain effect on income generation, and because of a general lack in human resources and as well as financial resources.

arung jeram, partisipasi dalam kegiatan desa atau kegiatan yang lebih berbasis keterampilan lainnya dengan cara yang menarik dan aman juga kurang memadai. Masalahnya di sini adalah orang-orang di desa hanya sesekali dilatih dalam beberapa layanan ini. Lantaran kurangnya pelatihan dan kesempatan yang berkesinambungan dalam menerapkan keterampilan ini, kualitas bahkan kadang ketersediaan mereka masih rendah.

Area layanan penting lainnya adalah layanan yang memberikan kesempatan pelancong untuk mengamati satwa liar, lebih umumnya, interpretasi bermakna ke dalam dunia flora, fauna, dan budaya lokal. Sudah ada upaya untuk melatih masyarakat lokal menjadi pemandu tur, tapi masih dilihat ada sumbatan leher botol untuk pengembangannya. Terutama jika diperlukan pemandu berbahasa Inggris, keahlian ini sangatlah mendasar dan, seperti keahlian layanan lainnya, kurangnya kesempatan untuk menerapkan keahlian tersebut secara konstan. Dalam beberapa kasus, layanan ini disediakan oleh agen perjalanan wisata dari luar, yang mengirim penerjemah mereka sendiri bersama dengan rombongan pelancong.

Layanan informasi pengunjung seperti pusat informasi, informasi tertulis yang diperbarui secara rutin seperti peta yang bermanfaat atau brosur dan informasi pariwisata dan tanda di sepanjang jalur tur dan wisata juga kurang atau sama sekali tidak dikembangkan.

Permasalahan dengan semua layanan ini seperti dilema kuno telur-ayam: sementara para pemangku kepentingan setempat sering melihat adanya kebutuhan untuk mengembangkan layanan ini, kekurangan pengunjung yang dapat memberikan insentif kuat dalam mengembangkan layanan tersebut secara berkelanjutan mencegah terjadinya pengembangan.

Secara ringkas, dapat dikatakan bahwa layanan yang relevan bagi produk ekowisata dikembangkan hanya sampai tingkat tertentu dan hanya untuk beberapa produk yang sudah ada, yaitu jelajah satwa liar dan wisata desa. Investasi dalam layanan ini dipandang berisiko karena efek yang tidak pasti bagi pendapatan daerah setempat, selain karena kurangnya sumber daya manusia dan sumber daya keuangan sebagai pendukung.

Providing access through marketing and promotion

Marketing and promotion activities are very important for HoB tourism products, because they provide prospective tourists with crucial information about HoB destinations. Potential visitors will look for information while still being in their home locations and will make up their mind based on the impression they get during this evaluation process. If HoB does not succeed to be on their radar and show up in the information channels they normally use, then the opportunity to penetrate most of these markets will be missed out.

These activities are conducted by local tour operators, the national parks, the district tourism administrations, and especially by WWF (World Wide Fund for Nature), which provides material with comparatively best quality of all stakeholders.

The main marketing and promotion activities for ecotourism in HoB consist of the production and distribution of promotion and information material, and of occasional contacts to market intermediaries, either through direct contact, or through the participation of regional tourism trade fairs. The Betung Kerihun National Park provides tour information on its website; the local tour operator in Kapuas Hulu has a static website that needs a major rework, and the district of Kapuas Hulu is already working on a website for two years with no definite deadline yet when the website will go online. Also, a local tour operator in Malinau who is working in trekking tours has started creating a website for many years but only going to launch the website this year.

The biggest success so far is the mentioning of some of HoB ecotourism tours in the *Lonely Planet* book about Indonesia (for example Kapuas Hulu / Kompakh in one short paragraph). Many of the inquiries at local tour operators in HoB destinations are related to these book entries.

Most of HoB marketing and promotion activities suffer from the following shortcomings:

- They are conducted rather occasional than on a regular basis, with no guarantee that the provided information are still up-to-date.

Penyediaan akses melalui pemasaran dan promosi

Aktivitas pemasaran dan promosi sangat penting bagi produk pariwisata HoB, karena menyediakan informasi penting tentang destinasi wisata bagi calon wisatawan. Pengunjung potensial akan mencari informasi ketika masih berada di daerah asal mereka dan akan mengambil keputusan berdasarkan kesan yang mereka dapatkan selama proses evaluasi. Jika HoB tidak berhasil masuk dalam radar calon pengunjung dan tidak muncul di saluran informasi yang biasa mereka gunakan, maka kesempatan untuk menembus sebagian besar pasar tersebut akan hilang.

Aktivitas ini dilakukan oleh agen perjalanan lokal, taman nasional, dinas pariwisata kabupaten, dan terutama oleh WWF (World Wide Fund for Nature), yang menyediakan materi dengan kualitas relatif yang terbaik dari semua pemangku kepentingan.

Aktivitas utama dalam pemasaran dan promosi ekowisata di HoB terdiri dari produksi dan distribusi bahan promosi dan informasi, serta kontak sesekali dengan perantara pasar, baik melalui kontak langsung atau berpartisipasi dalam pameran dagang pariwisata daerah. Taman Nasional Betung Kerihun menyediakan informasi wisata di situsnya, agen perjalanan lokal di Kapuas Hulu memiliki situs web yang perlu dirombak ulang, dan Kabupaten Kapuas Hulu masih dalam proses pengembangan situs web yang sudah berjalan selama dua tahun tanpa batas waktu pasti kapan situs tersebut akan *on-line*. Ada juga agen perjalanan lokal di Malinau yang menawarkan tur jalajah hutan, sudah bertahun-tahun mengerjakan situs web namun baru akan diluncurkan tahun ini.

Keberhasilan terbesar sejauh ini adalah disebutkannya beberapa tur ekowisata di buku *Lonely Planet* tentang Indonesia (misalnya Kapuas Hulu/Kompakh dalam satu paragraf pendek). Banyak pertanyaan yang ditujukan kepada agen perjalanan lokal di HoB yang berkaitan dengan catatan dalam buku tersebut.

Sebagian besar aktivitas pemasaran dan promosi HoB memiliki kekurangan sebagai berikut:

- Kegiatan pemasaran dan promosi hanya dilakukan sesekali—tidak rutin, dan tidak ada jaminan bahwa informasi yang diberikan masih mutakhir (*up-to-date*).
- Materi promosi seringkali masih kurang berkualitas dalam hal-hal mendasar, seperti bahasa, penyediaan informasi yang diperlukan, dan estetika tampilan.

- The promotional material is often lacking basic quality in language, in provision of necessary information, and in aesthetic appeal.
- The visual and content design is changed by each new promotional material, by that providing no consistency and ability to build up a specific image of the destinations.
- Market communication is lacking reach - promotional and informational material are not available where the markets are, and websites are not easily found during web-searches.
- Communication with market intermediaries is not conducted in a pro-active and continuous way and is not reaching out to all potentially interesting parties.
- Marketing and promotion is not integrated into the Indonesian Tourism Marketing System, neither by the participation in international trade fairs like ITB (Internationale Tourismus Börse – international tourism trade fair), nor by having established relationships to one of the Visiting Information Tourism Offices (VITO) around the world, which advertise and market Indonesian destinations in their home markets on behalf of the ministry.

Ecotourism policy and planning in the HoB area

What drives ecotourism development? A typical scenario is the incremental built-up of the supply provisions through increased demand pressure by visitors. This is happening all the time all over the world, and it works like this: some people “discover” a destination, visitors come by word-of-mouth in increasing numbers, the people at the destination are getting aware of the needs of the visitors, by that receiving an incentive for further development of services and information which then again triggers further increased inflow of visitors and so on. If such scenario is running well, there is not much intervention needed from the side of tourism-stakeholders and tourism-planners to proactively push the development.

To be sure, this natural and incremental “demand-driven” development of an ecotourism product is

- Tampilan dan desain isi berubah setiap kali ada materi promosi baru, sehingga tidak memberikan konsistensi dan kemampuan untuk membangun citra tertentu bagi daerah destinasi.
- Pasar komunikasi yang kurang jangkauan— bahan promosi dan informasi tidak tersedia di pasar, dan situs web tidak ditemukan dengan mudah dalam pencarian web.
- Komunikasi dengan perantara pasar tidak dilakukan secara proaktif dan terus-menerus, serta tidak menjangkau semua pihak potensial.
- Pemasaran dan promosi tidak terintegrasi dalam Sistem Pemasaran Pariwisata Indonesia, baik berpartisipasi dalam pameran dagang internasional seperti ITB (Internationale Tourismus Börse / Bursa Turisme Internasional), maupun menjalin hubungan dengan salah satu Visiting Information Tourism Offices (VITO) di dunia yang mengiklankan dan memasarkan destinasi wisata Indonesia di negaranya atas nama kementerian.

Kebijakan dan perencanaan ekowisata di Jantung Borneo

Apa yang mendorong pengembangan ekowisata? Salah satu skenario yang khas adalah bertambahnya secara bertahap penyediaan pasokan akibat meningkatnya permintaan oleh pengunjung. Hal ini terjadi setiap saat di seluruh dunia dengan mekanisme seperti ini: beberapa orang „menemukan“ sebuah destinasi, pengunjung datang, kemudian—dari mulut ke mulut—jumlah pengunjung meningkat, masyarakat di tempat destinasi semakin sadar akan kebutuhan para pengunjung, karena dengan begitu masyarakat lokal akan menerima insentif untuk pengembangan layanan dan informasi yang lebih lanjut, kemudian memicu masuknya lebih banyak lagi pengunjung dan seterusnya. Jika skenario seperti itu berjalan dengan baik, maka tidak banyak intervensi yang dibutuhkan dari pemangku kepentingan dan perencana pariwisata untuk secara proaktif mendorong pengembangan ekowisata.

Pengembangan produk ekowisata yang didorong oleh adanya permintaan (*demand-driven*) alamiah dan bertahap ini sudah terjadi dalam skala kecil di kawasan HoB: beberapa pelaku bisnis dan peneliti yang berkunjung “menemukan” kemungkinan untuk diadakannya aktivitas *trekking*, pengamatan satwa liar atau kunjungan budaya. *Backpacker* internasional mengetahui hal ini melalui riset sendiri terhadap

happening on a small scale in the HoB area: some business persons and research visitors “discovered” the possibilities of trekking, wildlife observations or cultural visits. International backpackers find out by their own research about HoB locations and decide to go there, again providing incentives to develop and offer meaningful services for them. The problem in this case is that this small-scale demand-driven process does not gain enough momentum to reach satisfying levels of income generation.

Efforts to accelerate the ecotourism development within the HoB area into products and income have already started in some places 10 to 15 years ago. These efforts got a significant boost when the Indonesian government introduced and implemented new regulations to stop illegal logging in 2003, providing new incentives to search for alternative income sources. Finally, with the introduction of the Heart of Borneo Initiative by WWF in 2007, ecotourism has reached the top position in the development agenda, and its related efforts last until today.

Although there is a strong political will both at the national and the district level for developing ecotourism in the HoB area, several planning processes have not yet yielded a significant effect on field level.

The national level is involved since national parks in the HoB are under national management. The forestry ministry shows great dedication in the support of conservation and reforestation programs, efforts which provide the backbones of sustainable ecotourism activities.

The districts can now take advantage of the fact that tourism and especially new concepts like ecotourism are in the government’s focus these days, and that the national government wants to develop new destinations apart from mainstream places like Bali and Java. There is an area that includes both national parks and the region between both parks in Kapuas Hulu that is now classified as a “national tourism destination” (DPN) and the Danau Sentarum National Park itself has been named a “strategic development area” (KSPN). Kapuas Hulu (Nanga Badau) is also included in the national program to develop border areas before 2014, which aims at fostering investment in infrastructure facilities.

lokasi HoB dan memutuskan untuk pergi ke sana, dan—sekali lagi—hal ini pun memberikan insentif untuk mengembangkan dan menawarkan layanan yang bermakna bagi pengunjung. Masalahnya dalam kasus ini adalah proses *demand-driven* tersebut hanya berskala kecil, sehingga tidak mendapatkan momentum yang cukup untuk mencapai tingkat pendapatan yang diharapkan.

Upaya untuk mempercepat pengembangan ekowisata menjadi produk dan sumber pendapatan di wilayah HoB sudah dimulai di beberapa tempat sejak 10 sampai 15 tahun lalu. Upaya ini mendapat dorongan yang berarti ketika Pemerintah Indonesia memperkenalkan dan menerapkan peraturan baru untuk menghentikan penebangan liar pada tahun 2003, memberikan insentif baru untuk mencari sumber pendapatan alternatif. Akhirnya, dengan pengenalan inisiatif Jantung Borneo oleh WWF di tahun 2007, ekowisata telah mencapai posisi teratas dalam agenda pembangunan, dan upaya yang terkait dengan ekowisata itu bertahan hingga hari ini.

Meskipun ada kemauan politik yang kuat di tingkat nasional dan kabupaten untuk mengembangkan ekowisata di HoB, beberapa proses perencanaan belum memiliki pengaruh yang signifikan di lapangan.

Pemerintah pusat terlibat sejak taman nasional di wilayah HoB berada di bawah manajemen nasional. Kementerian Kehutanan menunjukkan dedikasi yang besar dalam mendukung program konservasi dan reboisasi, usaha yang menjadi tulang punggung bagi kegiatan ekowisata berkelanjutan.

Kabupaten sekarang dapat mengambil keuntungan dari fakta bahwa pariwisata dan terutama konsep-konsep baru seperti ekowisata sudah menjadi fokus pemerintah saat ini, dan bahwa Jakarta ingin mengembangkan destinasi baru selain destinasi utama seperti Bali dan Jawa. Ada daerah yang meliputi taman nasional dan daerah di antara dua taman nasional di Kapuas Hulu, yang sekarang diklasifikasikan sebagai “Destinasi Pariwisata Nasional” (DPN) dan Taman Nasional Sentarum itu sendiri telah dinamakan sebagai “Kawasan Pembangunan Strategis Nasional” (KSPN). Kapuas Hulu (Nanga Badau) juga termasuk dalam program nasional untuk mengembangkan wilayah perbatasan sebelum 2014 dengan tujuan mendorong investasi di bidang fasilitas infrastruktur.

Namun, pengalaman sebelumnya dalam kerja sama antara pusat dan daerah di bidang pariwisata telah mengajarkan perlunya kehati-hatian dalam berharap

Still, previous experience in the cooperation between national and local level in tourism tells that there is a need to be cautious in expectations for getting help from the national level. Focus of the help is usually at investing in “tangible” projects such as buildings, even when for example a greater need exists to support more “intangible” factors like tour guide competences. To channel useful help from the national level to the HoB destinations, it is therefore important to have a clear understanding of HoB’s own needs.

On the district levels there is significant political attention for ecotourism especially in Kapuas Hulu. Already in 2007, the district has ordered the draft of a tourism development blueprint, and a working group with several stakeholders had also been set up. However these planning activities only led to a few specific projects like destination management training for villages, and the working group ended its activities after one year.

There might be several reasons why the various planning processes have not yet led to more programs and results:

- The planning approach is mainly “supply-based” in that decisions are made about supply development without intimate knowledge of demand expectations, by that leading to generic and unconvincing planning results.
- The high number of stakeholders of different political and social levels involved, which all are interested in fostering tourism, but might have their own agendas and needs.
- The high number of objectives involved, which do not only include economic objectives, but also social, environmental, and political objectives, and which sometimes might compete with each other.
- A culture of incomplete and disconnected planning processes, in which important parts like program development, resource allocation, indicator provision and monitoring and evaluation procedures are not applied or not linked to each other.

mendapatkan bantuan dari tingkat nasional. Fokus bantuan biasanya hanya untuk investasi proyek-proyek yang “berwujud (*tangible*)” seperti bangunan, walaupun misalnya sudah jelas ada kebutuhan yang lebih besar untuk mendukung faktor-faktor yang lebih “tak berwujud (*intangible*)” seperti kompetensi pemandu wisata. Untuk menyalurkan bantuan yang berguna dari tingkat nasional ke daerah destinasi di HoB, penting memiliki pemahaman yang jelas tentang kebutuhan HoB itu sendiri.

Di tingkat kabupaten, sudah ada perhatian politik yang signifikan untuk ekowisata, khususnya, di Kapuas Hulu. Sejak tahun 2007, kabupaten telah memerintahkan pembuatan rancangan cetak biru pengembangan pariwisata. Sebuah kelompok kerja dengan beberapa pemangku kepentingan juga telah dibentuk. Namun kegiatan perencanaan ini hanya mengarah pada proyek-proyek tertentu, seperti pelatihan manajemen untuk desa yang menjadi daerah destinasi. Kelompok kerja pun lantas mengakhiri kegiatannya setelah satu tahun.

Ada beberapa alasan mengapa berbagai proses perencanaan belum memberikan lebih banyak program dan hasil:

- Pendekatan perencanaan yang diutamakan masih “berbasis-penawaran (*supply-based*)” dalam artian keputusan yang dibuat hanya berdasarkan pada peningkatan penawaran, tanpa mengetahui lebih mendalam tentang ekspektasi permintaan. Hal ini menyebabkan hasil perencanaan menjadi terlalu umum dan tidak meyakinkan.
- Banyaknya jumlah pemangku kepentingan di tingkat politik dan sosial yang berbeda, yang semuanya tertarik dalam mengembangkan pariwisata, namun memiliki agenda dan kebutuhannya masing-masing.
- Banyaknya jumlah tujuan yang dimasukkan, tidak hanya mencakup tujuan ekonomi, tetapi juga tujuan-tujuan sosial, lingkungan, dan politik, dan yang kadang pun dapat saling bersaing satu sama lain.
- Budaya proses perencanaan yang tidak lengkap dan terputus, sehingga bagian-bagian penting seperti pengembangan program, alokasi sumber daya, penyediaan indikator serta prosedur pemantauan dan evaluasi tidak diterapkan atau tidak terkait satu sama lain.

- Lack of accountability for implementing the plans of those involved and responsible for planning, leading to typical patterns of “over-planning” and “under-implementation.”
- Lack of ecotourism-related knowhow within the public administration.
- Lack of funds.
- Kurangnya akuntabilitas dalam implementasi rencana dari pihak-pihak yang terlibat dan bertanggung jawab dalam perencanaan yang menyebabkan terjadinya pola khas, yakni “banyak rencana-kurang kerja.”
- Kurangnya kapasitas dan kemampuan administrasi publik mengenai ekowisata.
- Kurangnya dana.

Evaluation of the Demand Side

International demand for ecotourism

For more than 10 years, ecotourism has now changed from a special interest / small market segment into a broad category of tourism products that caters to a variety of markets, demands and demographic groups. It is now one of the most important contributors to growth of the overall tourism sector.

Indonesia also responded to the growing importance of ecotourism. While five years ago the term itself was almost unknown among Indonesian stakeholders and especially in the public tourism administrations, now inquiries of the same administrations about the topic are a known pattern among tourism consultants. From 15 Indonesian destinations that have been chosen by the national ministry for further development including the setup of a local Destination Management Organization (DMO), five fall into the realms of ecotourism: Sabang, Tanjung Puting, Rinjani, Raja Ampat and Derawan.

What is important to point out especially for the HoB case is that the demand for nature and ecotourism-like experiences varies among potential visitors and has to be expressed in relative degrees rather than in absolute terms.

Lindberg provided already 1991 a typology of nature/ecotourism types, though many other typologies are possible:

- Hard-core: scientific researchers or members of tours specifically designed for education, environmental restoration, or similar purposes.

Evaluasi Permintaan

Permintaan ekowisata internasional

Selama lebih dari 10 tahun, ekowisata telah berubah dari yang dulunya produk minat khusus atau segmen pasar yang kecil, menjadi produk wisata dengan kategori yang lebih luas: melayani berbagai macam pasar, permintaan dan kelompok demografis. Sekarang ekowisata menjadi salah satu kontributor paling penting bagi pertumbuhan sektor pariwisata secara keseluruhan.

Indonesia juga menanggapi semakin pentingnya ekowisata. Lima tahun lalu, istilah ekowisata hampir tidak dikenal di antara para pemangku kepentingan Indonesia dan khususnya dalam administrasi pariwisata publik. Sekarang, pertanyaan dari administrasi yang sama tentang topik tersebut sudah menjadi pola umum yang dikenal di kalangan konsultan pariwisata. Dari 15 destinasi di Indonesia yang telah dipilih oleh kementerian untuk pengembangan lebih lanjut, termasuk di dalamnya pembentukan organisasi pengelola destinasi lokal (DMO), terpilih lima daerah yang termasuk dalam ranah ekowisata: Sabang, Tanjung Puting, Rinjani, Raja Ampat dan Derawan.

Penting untuk ditunjukkan, terutama untuk kasus HoB, adalah bahwa permintaan untuk merasakan pengalaman-alam dan pengalaman-ekowisata bervariasi di antara para pengunjung potensial dan harus dinyatakan dalam tingkat/derajat yang relatif, ketimbang secara absolut.

Sejak tahun 1991, Lindberg sudah memberikan sebuah tipologi alam atau jenis ekowisata, meskipun banyak tipologi lain bisa digunakan:

- Pengunjung Inti (*hard-core*): ilmuwan/peneliti atau anggota tur yang dirancang khusus untuk pendidikan, restorasi lingkungan, atau tujuan sejenis.

- Dedicated: people who take trips specifically to see protected areas and who want to understand local natural and cultural history.
- Mainstream: people who visit the Amazon, the Rwandan gorilla park, or other such destinations primarily to take an unusual trip.
- Casual: people who partake of nature incidentally, such as through a day trip during a broader vacation.

In other words: during his visitation a traveler can look for moments of “eco-tourism-like” experiences while at other times might look for other experiences. How this is distributed along the entire travel sequence depends on factors that constitute the above named typologies. A destination can try to respond to that by providing services with varying intensity, without necessarily compromising eco-standards of its products and services.

- Pengunjung khusus (*dedicated*): orang-orang yang mengambil perjalanan khusus untuk melihat kawasan lindung dan yang ingin memahami sejarah alam dan budaya setempat.
- Arus utama (*mainstream*): orang-orang yang mengunjungi Amazon, taman gorilla di Rwanda, atau tujuan lain yang sejenis terutama untuk mengambil perjalanan yang tidak biasa.
- Pengunjung lepas (*casual*): orang-orang yang menikmati alam secara kebetulan, misalnya dengan kunjungan satu hari untuk menikmati alam dalam liburan panjangnya.

Dengan kata lain: selama kunjungan, wisatawan dapat mencari saat-saat pengalaman “selayaknya eko-wisata,” sementara di lain waktu mungkin mencari pengalaman lain. Bagaimana ini disebarluaskan bersama urutan perjalanan secara keseluruhan, tergantung pada faktor-faktor yang membentuk tipologi seperti disebutkan di atas. Suatu daerah destinasi dapat mencoba merespon hal tersebut dengan menyediakan layanan dalam berbagai tingkat intensitas, tanpa harus mengorbankan standar ekologis produk dan layanannya.

Domestic demand for ecotourism

There is almost no information available about Indonesian tourists and their relationship to ecotourism. It is assumed that the demand for ecotourism is growing in the Indonesian market, since Indonesian often follow international trends in their local tastes and preferences, albeit with a certain time delay.

The typical motivation of Indonesian people who can afford spending money for leisure vacation is still to relax in a comfortable environment, enjoy good food, have shopping opportunities, and to make these experiences together with family or friends.

Still there is a growing concern for ecological issues among the Indonesian middle-class. There is also an increasing number of especially younger people who develop a strong interest in the protection of nature and local cultures and who sometimes even choose this interest for their professions.

Permintaan ekowisata domestik

Hampir tidak ada informasi yang tersedia tentang wisatawan Indonesia dan hubungannya dengan ekowisata. Diasumsikan bahwa permintaan untuk ekowisata berkembang di pasar Indonesia, karena masyarakat Indonesia seringkali mengikuti tren internasional dalam preferensi dan selera lokal mereka, meskipun ada penundaan waktu.

Motivasi khas orang Indonesia yang mampu menghabiskan uang untuk berlibur masih sebatas bersantai di lingkungan yang nyaman, menikmati makanan enak, kesempatan berbelanja, dan menikmati pengalaman liburan itu bersama keluarga atau teman.

Namun, perhatian akan isu-isu ekologi masih terus berkembang di kalangan kelas menengah Indonesia, di samping ada peningkatan jumlah orang, terutama orang-orang muda yang mengembangkan minat kuat dalam isu perlindungan alam dan budaya lokal, yang terkadang bahkan memilih minat tersebut menjadi profesi mereka.

Increasing market segmentation

The segmentation of the ecotourism market moves on not only in ways of the above named different intensity with which eco-experiences are being sought. Increasingly the market specializes and segments into various kinds of interests like photography, health and wellness themes, interest in specific flora and fauna topics, social interests and academic and scientific interests. The eco-market also develops different needs and preferences based on location, age and educational background.

These interest groups of various nature often have their own fora, internet platforms, experts and opinion leaders, and their own preferences regarding sourcing information upon which they rely in their decision making process. Marketing intermediaries sometimes develop along these market segmentations, organize and sell segment-specific tourism products.

Competition

Ecotourism has now become a worldwide phenomenon, which means that ecotourism in HoB, especially when it targets foreign markets, is competing with a variety of first-class ecotourism destinations all over the world. While this rises the stakes and urges HoB to develop its sustainable competitiveness, successful competitors also provide examples and insights of how to perform in the right way.

There is no need to look to other continents and their efforts: strong competition especially for foreign markets is located on Borneo in many destinations across the border in Malaysia and Brunei. Other important competitors are Indonesian destinations, both located in Kalimantan as well as in other islands of the country.

HoB ecotourism need not only to understand these competitors to find its place in the business and to position and differentiate itself to them (rather than trying to copy them) - it also needs to elaborate possible ways to collaborate with other destinations for addressing markets, and for this reason there is a need for a good understanding of their business.

Meningkatnya segmentasi pasar

Segmentasi pasar ekowisata berjalan tidak hanya berdasarkan perbedaan intensitas, seperti tipologi di atas, dengan hanya beberapa jenis pengalaman-ekowisata yang dicari. Pertumbuhan pasar semakin khusus dan terbagi ke dalam berbagai macam segmen peminatan, seperti tema fotografi dan kesehatan, peminatan terhadap flora & fauna tertentu, minat sosial, serta minat akademik dan ilmiah. Pasar ekowisata juga mengembangkan kebutuhan dan preferensi yang berbeda berdasarkan lokasi, latar belakang usia dan pendidikan.

Kelompok-kelompok minat dengan berbagai sifat yang berbeda ini seringkali memiliki forum, platform internet, para ahli dan pemimpin opininya sendiri, serta preferensi sendiri dalam hal sumber informasi, yang mereka andalkan dalam proses pengambilan keputusan. Perantara pemasaran kadang mengembangkan, mengorganisir dan menjual produk pariwisata yang spesifik disesuaikan dengan masing-masing segmentasi pasar ini.

Kompetisi

Ekowisata saat ini telah menjadi fenomena dunia. Ini artinya, ekowisata di HoB, terutama ketika targetnya adalah pasar luar negeri, bersaing dengan berbagai destinasi ekowisata terbaik di seluruh dunia. Di satu pihak hal ini menimbulkan pertaruhan dan mendorong HoB untuk mengembangkan daya saing yang berkelanjutan. Di pihak lain, pesaing yang sukses juga memberikan contoh dan wawasan tentang bagaimana melakukannya dengan benar.

Tak perlu melihat ke benua lain dan upaya mereka: persaingan kuat terutama untuk pasar luar negeri berada di Kalimantan, di banyak daerah destinasi di perbatasan Malaysia dan Brunei. Pesaing penting lainnya adalah destinasi wisata Indonesia sendiri, baik yang terletak di Kalimantan maupun di pulau-pulau lain di negeri ini.

Ekowisata HoB tidak hanya membutuhkan pemahaman mengenai para pesaing—untuk menentukan posisi dan diferensiasi yang diinginkan dalam bisnis (ketimbang mencoba meniru para pesaing). Ekowisata HoB perlu pula menjabarkan cara-cara yang memungkinkan untuk berkolaborasi dengan daerah tujuan wisata lain guna menjangkau pasar, dan untuk alasan ini, dibutuhkan pemahaman yang lebih baik tentang bisnis mereka.

The importance of image and reputation

In an increasingly competitive environment, tourist and market intermediaries will base their decisions on reliable sources and established reputations of destinations. People can choose among a great variety of destinations. They make their decision not only based on information but also on reputation and images they have already acquired. In this situation every new ecotourism destination will have great problems to get attention for its new messages if they do not resonate with a positive and meaningful image, to which the information is or can be related.

Current ecotourism products in the HoB area

Products and customers

The main ecotourism products that are currently marketed in the HoB area are forest trekking tours of varying degree in difficulty and timeframe. A stay in a village, including accommodation and food, is often included in these tours. Some of the tours like the Cross-Borneo Muller trekking tour have a known history and are quite famous all over the world. Some of the tours have already been on the market for 20 years or more. A typical jungle tour package is about 6 days / 5 nights, depending on the exact route. A typical cross-Borneo tour can take 14 days and longer.

Most of the customers are foreigners. They are either backpackers or people with a specific interest in trekking. Many foreigners that join those tours are living and working in Indonesia. In one case a German tour operator, One World, is cooperating - as the result of a WWF initiative - with the local tour operator in Kapuas Hulu, Kompakh. In most of the other cases, customers directly get in contact with local tour operators.

In Kapuas Hulu, Kompakh is the main provider of eco-tours in that district. There is also a local tour operator in Malinau, organizing trekking tours. There are some tour operators from outside the districts who offer cross-Borneo tours.

Pentingnya citra dan reputasi

Dalam lingkungan yang semakin kompetitif, wisatawan dan pasar perantara akan mendasarkan keputusan mereka pada sumber terpercaya dan destinasi yang memiliki reputasi baik. Orang dapat memilih di antara berbagai macam daerah tujuan wisata. Mereka membuat keputusan bukan berdasarkan pada informasi semata, namun juga pada reputasi dan citra yang mereka peroleh. Dalam situasi ini, setiap destinasi ekowisata baru akan menghadapi masalah besar untuk menarik perhatian dari calon pengunjung atas pesan-pesan barunya, selama mereka tidak beresonansi dengan citra positif dan bermakna yang informasi tersebut dapat terkait.

Produk ekowisata di kawasan HoB saat ini

Produk dan konsumen

Produk ekowisata utama yang saat ini dipasarkan di jantung Borneo adalah wisata jelajah hutan dengan tingkat kesulitan dan waktu yang bervariasi. Menginap di desa, ditambah akomodasi dan makanan, sering termasuk dalam tur ini. Beberapa paket wisata seperti jelajah Lintas Kalimantan Muller memiliki sejarah yang sudah dikenal di seluruh dunia. Beberapa tur bahkan sudah ada di pasaran selama 20 tahun atau lebih. Sebuah paket tur hutan sekitar 6hari/5malam, tergantung pada rutinya, atau tur Lintas Kalimantan yang bisa memakan waktu 14 hari lebih.

Sebagian besar konsumen adalah orang asing. Mereka adalah *backpacker* atau pelancong dengan minat khusus dalam penjelajahan hutan. Banyak orang asing yang bergabung dalam paket tur itu tinggal dan bekerja di Indonesia. Dalam satu kasus, agen perjalanan Jerman, One World, atas inisiatif WWF, bekerja sama dengan agen perjalanan wisata lokal di Kapuas Hulu, Kompakh. Pada sebagian besar kasus lain, pelanggan berhubungan langsung dengan agen perjalanan wisata lokal.

Di Kapuas Hulu, Kompakh adalah penyedia utama tur ekowisata di kabupaten tersebut. Ada juga agen perjalanan lokal di Malinau yang mengorganisir tur jelajah hutan. Ada beberapa lagi agen perjalanan dari luar kabupaten yang menawarkan paket-paket wisata Lintas Kalimantan.

Kompakh offers a Longhouse tour (3 days/2 nights and 2 days/1 night) and three types of jungle trekking tours (easy, maximal 14 people, medium, maximal 10 people, and demanding (cross-Borneo), 14 days). 90% of his clients buy jungle-trekking packages, 50% of which choose the medium tour.

Most of the clients give positive comments about their experiences. They especially like the authenticity of the experience and the friendliness of the local people they meet. Critical response addresses the lack of tour information in the source countries, and the shortages of proper sanitation in the longhouse guesthouses and home-stays. The German tour operator One World confirms this and adds that many guests wish for a greater variety of activities both at the entry point of the tours (in Kapuas Hulu normally Putussibau) and during the stay in the villages.

Economic impact

Over the last seven years, Kompakh business has developed in terms of numbers of customers in the following way: 2005: 86 people / 2006: 87 people / 2007: 96 people / 2008: 141 people / 2009: 100 people (financial crisis) / 2010: 120 people / 2011: more than 100 people (estimated by the operator).

There are no precise numbers for Malinau, but the impression from interviews is that the total numbers of ecotourism participants in Malinau is smaller than the numbers provided by Kapuas Hulu.

According to Kompakh information, each visitor spends around 2 million per tour in the villages (food, shelter, porter, guide), of which 1 million stays in the village.

There are currently 10 destinations (villages or sub-villages) involved in Kompakh's tour itineraries, only one of them being located in the Danau Sentarum area. The average number of inhabitants in these destinations is less than 500.

Considering the 1 million estimate of one visitor per village, and based on a total number of 120 people per year for all destinations, it means that

Kompakh menawarkan tur Rumah Panjang (3hari/2malam dan 2hari/1malam), serta tiga jenis tur jelajah hutan (kategori mudah—maksimal 14 orang; kategori sedang—maksimal 10 orang; dan kategori sulit—Lintas Kalimantan—14 hari). Sebanyak 90 persen kliennya membeli paket jelajah hutan, dan 50 persen memilih tur tingkat sedang.

Sebagian besar klien memberikan komentar positif perihal pengalaman mereka selama mengikuti perjalanan. Para pelancong terutama menyukai oriinalitas pengalaman yang mereka peroleh dan keramahtamahan masyarakat lokal yang mereka temui. Tanggapan kritis yang muncul berkenaan dengan kurangnya informasi mengenai daerah tujuan dan paket yang ditawarkan di negara-negara sumber, serta kurangnya sanitasi yang layak di penginapan rumah panjang dan *home-stay*. Agen perjalanan wisata Jerman, One World, mengkonfirmasi masalah ini dan menambahkan bahwa banyak tamu menginginkan aktivitas yang lebih beragam baik di titik masuk wisata (di Kapuas Hulu, biasanya Putussibau) maupun selama para pelancong tinggal di desa-desa.

Dampak ekonomi

Selama tujuh tahun terakhir, bisnis Kompakh berkembang dalam jumlah pelanggan dengan data sebagai berikut: 2005: 86 orang; 2006: 87 orang; 2007: 96 orang; 2008: 141 orang; 2009: 100 orang (krisis keuangan); 2010: 120 orang; 2011: lebih dari 100 orang (perkiraan oleh agen perjalanan).

Tidak ada angka yang tepat untuk Malinau, namun dari hasil wawancara diperkirakan jumlah total peserta ekowisata di Malinau lebih kecil dari angka di Kapuas Hulu.

Menurut informasi Kompakh, setiap pengunjung menghabiskan sekitar 2 juta rupiah per tur di desa (makanan, tempat tinggal, porter, pemandu), dengan 1 juta rupiah diantaranya untuk desa.

Saat ini ada 10 destinasi (desa atau dusun) yang ada dalam rencana perjalanan tur Kompakh, hanya 1 dari 10 destinasi tersebut yang berlokasi di daerah Danau Sentarum. Rata-rata jumlah penduduk di daerah destinasi ini kurang dari 500 jiwa.

Mengingat perkiraan pengeluaran 1 juta rupiah dari setiap pengunjung per desa, dan didasarkan pada jumlah total 120 orang per tahun untuk semua destinasi wisata, itu artinya rata-rata masing-masing

on average each of the involved 10 destinations generates around 1 million per month from ecotourism in Kapuas Hulu. To have a significant and sustainable impact on the income situation of the villages, this number has to be at least 5-10 times higher.

The 10 destinations represent around 15% of all local communities that are located in the buffer zones or within the two national parks of Kapuas Hulu.

According to Kompakh's estimate, about 50% of all local communities in these areas have the potential to be included in future ecotourism development programs.

They estimate that they could handle up to 500 visitors per year with their current staff and guides (5 English-speaking guides, 3 of them are from Pontianak). They also estimate that the current 10 involved villages could handle together up to 1000 visitors per year without negatively affecting their way of life. So the carrying capacity of important services facilities is currently still well above the demand.

Conclusions

1. Current efforts to develop HoB ecotourism potentials do show some positive results, including the successful engagement of some local communities to take part in tourism development and the establishment of a set or related products. Still, hardly has ecotourism reached satisfying economic levels anywhere in the HoB area. Until now, ecotourism products in HoB fail to attract sustainable numbers of visitors and local income and have not shown significant growth rates over the last 10 years.
2. Until now, HoB best market success is trekking tours, either hard-core tours or medium tours, sometimes combined with visits to local communities. For this market segment, HoB endowment with infrastructure and basic services is already on a rather good level, except of some necessary improvements of local

dari 10 daerah destinasi wisata yang ada menghasilkan sekitar 1 juta rupiah per bulan dari ekowisata di Kapuas Hulu. Agar bisa mendapatkan pengaruh yang signifikan dan berkelanjutan terhadap pendapatan desa, jumlah ini harus meningkat setidaknya 5-10 kali lebih tinggi.

Sebanyak 10 daerah destinasi itu mewakili sekitar 15 persen dari semua masyarakat lokal yang berada di zona penyanga atau di dalam dua taman nasional di Kapuas Hulu.

Menurut perkiraan Kompakh, sekitar 50 persen dari seluruh masyarakat lokal di daerah ini memiliki potensi untuk dimasukkan ke dalam program pengembangan ekowisata di masa mendatang.

Mereka juga memperkirakan akan bisa menangani hingga 500 pengunjung per tahun dengan staf mereka saat ini (5 pemandu berbahasa Inggris, 3 diantaranya berasal dari Pontianak). Mereka juga memperkirakan bahwa 10 desa yang terlibat saat ini bisa menangani bersama-sama hingga 1000 pengunjung per tahun tanpa menimbulkan dampak negatif pada cara hidup mereka. Jadi daya dukung fasilitas layanan saat ini masih jauh di atas permintaan.

Kesimpulan

1. Upaya yang dilakukan saat ini untuk mengembangkan potensi ekowisata HoB menunjukkan beberapa hasil positif, termasuk berhasil melibatkan beberapa komunitas lokal untuk mengambil bagian dalam pengembangan pariwisata dan pembentukan satu set atau produk terkait. Namun, sampai saat ini ekowisata belum berhasil mencapai tingkat ekonomi yang memuaskan di bagian manapun wilayah HoB. Produk ekowisata di HoB sampai sekarang masih gagal menarik jumlah pengunjung dan pendapatan daerah secara berkelanjutan, dan belum menunjukkan tingkat pertumbuhan yang signifikan selama 10 tahun terakhir.
2. Sampai saat ini, pasar yang paling berhasil adalah tur jelajah hutan, baik tur tingkat *hard-core* maupun tur tingkat menengah, yang kadang dikombinasi dengan kunjungan ke masyarakat lokal. Untuk segmen pasar ini, dukungan HoB dengan infrastruktur dan layanan mendasar

visitor information and some improvements of the sanitation quality of village homestay facilities. The main effort to develop this segment would be to provide much better marketing communication approach. By that the number of visitors from this segment could increase 10-times within the next five years.

3. Based on endowment of main attractions and resources, there are reasons to assume that new ecotourism products can also be developed and offered for new market segments and demand patterns. It has not been done yet because HoB is not yet in sync with market expectations. For the development of these new products, there is a need to get a better understanding of market demands and to involve markets in the development process. By this, there will be a lesson of what will be needed in terms of the development of required services and the necessary improvement of infrastructure. It is expected that the numbers of visitors from each new ecotourism product could equal the number of trekking visitors within the next five to ten years.
4. The planning processes have not yet been successful in supporting the development of sustainable ecotourism in HoB. There is a tendency of blueprint-oriented over-planning, corresponding with a lack of practical implementation. Ecotourism in HoB needs a specific and demand-driven planning, rather than a generic and supply-oriented planning; a process which is more bottom-up rather than top-down, and which manages development procedures more as a roadmap by setting performance objectives and constant monitoring rather than by trying to plan everything in advance.



sudah tersedia cukup baik, kecuali perlu beberapa perbaikan dalam hal informasi bagi pengunjung lokal dan beberapa perbaikan kualitas sanitasi fasilitas *homestay* di desa. Di sini, upaya utama untuk mengembangkan segmen ini adalah memberikan pendekatan komunikasi pemasaran yang lebih baik. Dengan demikian, jumlah pengunjung dari segmen ini bisa naik 10 kali lipat pada lima tahun ke depan.

3. Berdasarkan banyaknya daya tarik dan sumber daya yang dimiliki, maka ada alasan untuk beranggapan bahwa produk ekowisata baru dapat dikembangkan dan ditawarkan untuk segmen pasar dengan pola permintaan yang baru. Namun hal itu belum dapat dilakukan, karena kondisi HoB saat ini belum selaras dengan ekspektasi pasar. Untuk pengembangan produk-produk baru ini, diperlukan pemahaman lebih lanjut mengenai permintaan pasar dan melibatkan mereka dalam proses pengembangannya. Dengan begitu, dapat dipelajari tentang apa yang akan diperlukan bagi pengembangan layanan dan peningkatan infrastruktur. Diharapkan jumlah pengunjung dari setiap produk ekowisata baru bisa menyamai jumlah pengunjung tur jelajah hutan pada lima sampai sepuluh tahun ke depan.
4. Proses perencanaan belum berhasil dalam mendukung pengembangan ekowisata berkelanjutan di HoB. Ada kecenderungan melakukan perencanaan yang berlebih (*over-planning*) dengan berorientasi pada cetak biru, dan diikuti dengan kurangnya implementasi praktis. Ekowisata di HoB membutuhkan perencanaan spesifik yang digerakkan oleh permintaan (*demand-driven*) daripada perencanaan umum yang berorientasi pada penawaran; proses yang mengutamakan dari bawah ke atas (*bottom-up*) ketimbang dari atas ke bawah (*top-down*), dan mengelola prosedur pengembangan lebih sebagai peta jalan (*roadmap*) dengan menetapkan sasaran kinerja dan pemantauan secara terus-menerus ketimbang mencoba merencanakan segalanya di awal.

PART TWO - RECOMMENDATIONS

Strategic Recommendations

In strategic recommendations, three main identified problem areas are addressed: lack of effective planning, small scope of tourism products, and insignificant role of marketing.

Performance-oriented planning

Tourism destination planning is always complex and demanding, because it needs the involvement of many stakeholders, combines public goods with private goods, and has often a planning time horizon of several years. The process requires to decide what kind of planning tasks should be taken over by the various units within a destination. In the case of ecotourism in the Indonesian HoB area, there is a number of planning units (in order of size and scope): single enterprises, regencies, national parks, districts, provinces and the national level.

Moving planning tasks from districts to HoB level

Currently, the various tasks of ecotourism marketing and product development planning in the HoB area are or should be conducted by local tour operators, national parks, and districts, and to some degree by NGOs like WWF.

Districts like Kapuas Hulu intend to develop master plans for ecotourism development, in which the planning of marketing strategies and product strategies are expected to play an important role. The district sees itself as a “ecotourism destination,” so that the process must also include the planning of a specific ecotourism image and brand which the district wants to develop and project into its target markets.

BAGIAN KEDUA - REKOMENDASI

Rekomendasi-rekomendasi Strategis

Rekomendasi strategis akan membahas tiga masalah utama yang teridentifikasi yaitu: kurangnya perencanaan yang efektif; ruang lingkup produk pariwisata yang terbatas; peran pemasaran yang belum signifikan.

Perencanaan berorientasi kinerja

Perencanaan destinasi wisata selalu bersifat kompleks dan menuntut karena melibatkan banyak pihak termasuk keharusan menggabungkan area publik dan swasta. Kerap pula membutuhkan horison waktu perencanaan selama beberapa tahun. Proses ini akan menetapkan jenis perencanaan yang harus diambil alih oleh berbagai unit di destinasi wisata. Dalam kasus ekowisata di kawasan Jantung Borneo Indonesia, terdapat sejumlah unit perencanaan (disusun sesuai urutan ukuran dan ruang lingkup): perusahaan-perusahaan tunggal, kecamatan, taman nasional, kabupaten, provinsi dan tingkat nasional.

Pengalihan fungsi perencanaan dari tingkat kabupaten ke Jantung Borneo

Berdasarkan situasi di lapangan saat ini, berbagai fungsi baik pemasaran maupun perencanaan pengembangan produk ekowisata di wilayah HoB dilakukan atau harus dilakukan oleh agen perjalanan wisata lokal, taman nasional, dan kabupaten, bahkan dalam kondisi tertentu dapat dilakukan oleh LSM seperti WWF.

Kabupaten Kapuas Hulu berniat mengembangkan rencana induk pengembangan ekowisata yang diharapkan mampu mendorong fungsi perencanaan strategi pemasaran dan pengembangan produk agar dapat berperan penting. Mengingat dalam proses ini perlu ditekankan konsep bagaimana Kabupaten melihat dirinya sebagai “tujuan ekowisata”, maka perencanaan harus mencakup aspek pencitraaan atas ciri obyek dan merek ekowisata tertentu yang ingin diproyeksikan ke pasar yang tengah dibidik.

However, it is not effective to do the planning process for marketing and product development on district level or even below for two reasons:

The districts usually do not have the human resources to conduct these tasks properly - so in effect, marketing planning and product development planning become generic or will be heavily neglected. Outsourcing these planning tasks is also not a solution, because the planning is rather an ongoing process than a one-time activity, and competence for marketing and product development should stay within the planning unit. Just imagine each of the districts, national parks and maybe even regencies in the HoB area would do their own marketing and product developing planning. They would all try to develop their own brands, products and access to markets. This is inefficient resource allocation, because tasks would be done repeatedly, but each time with low resources and competences.

The second reason: even if the districts had the capacity for strategic marketing and product development planning, the process would still be flawed because the marketing would relate to the wrong planning unit: tour programs, national parks or even districts are not the destinations which can be marketed successfully on their own terms. These units are too small and too insignificant with regard of their potential brand power and market reach.

Instead, the HoB area should be chosen as the ecotourism destination to which planning activities then relate. HoB already has some brand power, recognition and international standing, which makes it easier to plan successful market approaches and get the necessary attention. Also, if HoB is chosen as the planning unit, a product portfolio can be planned and created that is not simply repeating similar products in various districts and regencies. Within an integrated planning process instead, an ensemble of unique products which supplements and complete each other and re-enforces HoB overall brand power can be created.

Namun, terdapat dua alasan yang membuat proses perencanaan pemasaran dan pengembangan produk di tingkat kabupaten atau lebih rendah menjadi tidak efektif, yaitu:

Pertama, kapasitas sumber daya manusia di tingkat Kabupaten belum memadai—seringkali perencanaan pemasaran dan pengembangan produk menjadi tidak fokus atau kurang mendapat perhatian. Sementara solusi alternatif dengan menyewa konsultan (*outsourcing*) untuk menyusun perencanaan juga kurang tepat karena perencanaan adalah proses yang berkelanjutan, bukan aktivitas yang hanya dilakukan satu kali. Terlebih kompetensi tenaga ahli dalam pemasaran dan pengembangan produk adalah bagian tak terpisah dari satu unit perencanaan. Bayangkan saja bila setiap kabupaten, taman nasional dan bahkan mungkin kecamatan di wilayah HoB secara sendiri-sendiri memasarkan dan mengembangkan produk. Mereka akan berusaha hanya untuk mengembangkan merek, produk dan akses ke pasar sendiri. Kondisi ini menciptakan alokasi sumber daya tidak efisien, karena banyak tugas yang akan dilakukan berulang kali, namun ditunjang oleh sumber daya dengan kompetensi yang tak memadai.

Alasan kedua ialah: meskipun kabupaten memiliki kapasitas dalam menyusun strategi pemasaran dan pengembangan produk, proses tersebut masih kurang tepat mengingat pemasaran yang dilakukan terhubung dengan unit perencanaan yang tidak sepadan: dalam hal ini program perjalanan, taman nasional atau bahkan kabupaten yang bukan merupakan tujuan pemasaran pariwisata yang bisa sukses dilakukan oleh kabupaten itu sendiri. Penyebabnya adalah kabupaten merupakan unit yang terlalu kecil dan tak memiliki cukup daya guna mengembangkan kekuatan merek dan menjangkau pasar yang signifikan.

Sebaiknya pemilihan daerah HoB tertentu sebagai tujuan ekowisata harus mampu menghubungkan sejumlah kegiatan perencanaan tersebut. HoB pada dasarnya sudah memiliki kekuatan sebagai merek (*brand*), pengakuan dan kedudukan internasional, sehingga memudahkan proses perencanaan dan pendekatan pasar agar lebih sukses dan menarik perhatian yang dibutuhkan. Maka, jika memandang HoB sebagai sebuah kesatuan unit perencanaan, menjadi lebih mudah memulai penyusunan portofolio produk yang tentu saja tak akan memuat pengulangan perencanaan produk yang dilakukan secara terpisah di berbagai tingkat kabupaten dan kecamatan.



Therefore, the first planning-related recommendation is to move strategic marketing and product development planning from the district and lower levels up to the HoB level. There is not yet an organization nor are there human resources that could immediately pick up these planning tasks. However it is more efficient to set up such an organization and to recruit a team of professionals, than to develop these resources and plans for each district or on even lower levels. Later specific recommendations will also be made of how to set up such an organization.

Introducing strategy into eco-tourism planning

Because of the involvement of many stakeholders in tourism planning, it is difficult to develop one single master-plan that covers all aspects and that details everything what needs to be done. Especially for higher-level planning like on the district level, it is not possible to create detailed programs that reach down to the field level through a top-down process. Instead, the tourism planning process requires constant input from bottom-up, both from the field within the district as well as from market research. Higher-level planning cannot provide a blueprint with specific programs that lower levels could simply execute and implement. This is not realistic and not even commendable, because such a system would be too rigid and inflexible, unable to take new insights and development from outside properly into account.

Still, higher-level planning plays a crucial role in ecotourism development because it can provide a framework of general principles and main

Dalam proses perencanaan yang terpadu, sebuah produk adalah gabungan dari berbagai aspek unik yang bersifat saling melengkapi dengan keunggulan masing-masing sehingga pada akhirnya menciptakan presentasi merek Jantung Borneo yang kuat secara menyeluruh.

Maka, rekomendasi pertama mengenai perencanaan adalah pemindahan proses penyusunan strategi pemasaran dan pengembangan produk dari tingkat kabupaten atau dari tingkat di bawah kabupaten ke tingkat HoB. Disadari bahwa saat ini belum ada organisasi dan sumber daya manusia yang mampu untuk segera menangani tugas perencanaan tersebut. Namun lebih efisien membentuk organisasi dengan fungsi semacam itu dan mempekerjakan tenaga profesional, daripada mengembangkan tahap perencanaan dan sumber daya manusia yang terbatas pada tingkat kabupaten atau tingkat yang lebih rendah. Rekomendasi lebih terperinci mengenai cara pembentukan organisasi semacam itu akan dibahas kelak.

Memperkenalkan strategi ke dalam perencanaan ekowisata

Pengembangan suatu rencana induk pariwisata yang komprehensif bukan pekerjaan ringan karena proses perencanaan harus melibatkan berbagai pihak. Terlebih pada perencanaan di tingkat kabupaten, tidaklah mungkin menyusun program yang terperinci bersifat *top-down* (dari atas ke bawah) sampai ke tingkat lapangan. Sebaliknya, proses perencanaan pariwisata justru sebuah proses bersifat *bottom-up* (dari bawah ke atas) yang membutuhkan masukan secara berkelanjutan baik masukan yang berasal dari lapangan, yakni di kabupaten, maupun yang diperoleh dari riset pasar. Perencanaan tingkat tinggi bukan semata-mata memberikan cetak biru program yang bisa secara langsung dilaksanakan di tingkat yang lebih rendah. Perencanaan seperti ini tidak realistik dan bahkan tidak patut dipuji, karena bentuk perencanaan yang ada bersifat terlalu kaku atau tidak fleksibel, sehingga sulit menyesuaikan dengan wawasan baru atau unsur pengembangan dari luar.

Namun, perencanaan di tingkat yang lebih tinggi tetap memainkan peran penting dalam pengembangan ekowisata karena memberikan dan menetapkan prinsip dan tujuan utama yang secara strategis menjadi masukan penting bagi proses perencanaan

objectives as a strategic input into the planning processes of tourism stakeholders down the line. The stakeholders are then required to plan and implement their own tourism-related activities with reference to the general framework. Such kind of strategic planning is completed by strategic controlling procedures, with which the planners on the upper level can evaluate the success of activities on the lower level. In a strategic planning process like this, the planning level takes the role of strategic leadership.

Thus, the second recommendation is that all districts and other higher level planning bodies in the HoB area follow and implement the principles of a performance-oriented planning into their ecotourism development approach. In the following, the recommendation will be exemplified and described in more detail along the example of Kapuas Hulu:

The case of the Kapuas Hulu district's ecotourism planning

Kapuas Hulu has made ecotourism development its top-priority in the general development agenda of the district. The district has started almost 10 years ago with supporting ecotourism development after the introduction of new anti-logging laws that cut off main sources of income for large parts of the Kapuas Hulu inhabitants. Since then, there have been several attempts to "master-plan" the tourism development, including the blueprint document from 2007, the writing of which was outsourced to Tropenbos Indonesia, a forestry institute, but only a few recommendations were implemented during these years, and the impact on the overall ecotourism development was not satisfying.

The district has recently stepped up its attempt to plan ecotourism more effectively. It announced that the district should be able to call itself a "ecotourism & conservation district" until the year 2031 and wrote this into its official district vision. They put ecotourism into the core of the development framework, so that ecotourism has to be supported by the development of other areas like forestry, infrastructure, agriculture, fishing, and trade.

para pemangku kepentingan di industri pariwisata kelak. Para pemangku kepentingan ini, berpegang pada prinsip umum tersebut, selanjutnya melakukan perencanaan dan pelaksanaan terkait pengembangan sektor pariwisata dimaksud. Perencanaan dilengkapi prosedur kontrol strategis sehingga memungkinkan petugas di tingkat yang lebih tinggi melakukan evaluasi atas keberhasilan kegiatan pada tingkat yang lebih rendah. Dalam proses seperti ini, langkah perencanaan berperan sebagai panduan strategis.

Dengan demikian, rekomendasi kedua yang diberikan adalah bahwa semua kabupaten dan badan perencana lain yang lebih tinggi tingkatnya di daerah HoB mengikuti dan melaksanakan prinsip-prinsip perencanaan yang berorientasi kinerja (*performance-oriented planning*) ke dalam pendekatan pengembangan ekowisata mereka. Berikut adalah beberapa contoh dan penjelasan lebih rinci contoh perencanaan ekowisata di Kapuas Hulu:

Perencanaan ekowisata di Kabupaten Kapuas Hulu

Kapuas Hulu telah membuat pengembangan ekowisata menjadi prioritas utama dalam agenda pembangunan umum kabupaten. Kabupaten ini memulai hampir 10 tahun lalu dengan mendukung pengembangan ekowisata setelah pengenalan peraturan antipembalakan baru yang memotong sumber pendapatan utama untuk sebagian besar masyarakat Kapuas Hulu. Sejak itu, telah ada beberapa upaya untuk membuat „rencana induk“ pengembangan pariwisata, termasuk dokumen cetak biru pada 2007 yang penulisannya diserahkan kepada Tropenbos Indonesia, sebuah lembaga kehutanan. Tapi hanya beberapa rekomendasi saja yang telah dilaksanakan selama bertahun-tahun, dan dampak pada pengembangan ekowisata secara keseluruhan tidak memuaskan.

Kapuas Hulu baru-baru ini meningkatkan upayanya untuk merencanakan ekowisata secara lebih efektif. Pemerintah Kabupaten mengumumkan bahwa mereka harus dapat menyebut dirinya sebagai sebuah „kabupaten ekowisata dan konservasi“ sampai tahun 2031 dan menuliskannya secara resmi sebagai visi kabupaten. Mereka menempatkan ekowisata ke dalam inti kerangka pembangunan, supaya ekowisata didukung oleh perkembangan bidang lain seperti kehutanan, infrastruktur, pertanian, perikanan, dan perdagangan.

What happened here is a good strategic planning, or at least an important component of it. With the decision to move ecotourism officially to the core focus of the next 20-years period of development, the district government is entitled (and obliged) to control the efforts of all other areas and related government agencies about their impact on ecotourism. For this leadership to apply effectively, the government of Kapuas Hulu should assign this task to its tourism department together with its planning department.

This task still affords some tools that are not there yet: in the beginning the process needs the development of ecotourism principles, which all other development agencies should know and commit to adhere and to which they should relate their yearly reporting of their activities in a planned period (normally a one-year period). In forthcoming planning periods, the district's ecotourism leadership should negotiate specific, measurable goals together with the other government agencies, which are then binding and which serve at the end of the planning period as the tool for evaluating each department's progress regarding their contribution to ecotourism planning.

What is hopefully clear here: the tourism and planning department are NOT planning the activities of the other government agencies. They are the steward of the general principles and objectives of ecotourism development, and they would manage the process by objectives, not by directives.

To do that competently, they need to know their field. What is therefore required - and adds to the recommendation list - is that both planning and tourism department assign at least two staff members to be trained in the field of ecotourism, and that they should continuously build up expertise, both on-the-job and off-the-job.

Competent staff members in strategic tourism and planning are also very important for negotiation processes with other stakeholders, especially with the provincial and national government and with their district government. Contributions of these institutions can be influenced in HoB interest only

Yang terjadi di sini ialah strategi perencanaan yang baik, atau setidaknya komponen penting dalam perencanaan. Melalui keputusan menjadikan ekowisata secara resmi sebagai fokus dalam periode pembangunan 20-tahun berikutnya, maka pemerintah kabupaten berhak (dan wajib) mengawasi dan memimpin berbagai langkah yang sekiranya berdampak terhadap pengembangan industri ekowisata yang dilakukan oleh semua daerah serta instansi pemerintah terkait. Agar kepemimpinan pemerintah daerah bisa diterapkan secara efektif, pemerintah Kapuas Hulu harus menugaskan proses ini kepada dinas pariwisata termasuk badan perencanaan pembangunan daerah.

Tugas ini masih memerlukan beberapa penunjang penting yang belum terpenuhi: pertama, perlu penetapan prinsip-prinsip ekowisata sebagai acuan bagi semua instansi dan harus disepakati sebagai komitmen bersama dan dipatuhi serta menjadi acuan laporan kegiatan tahunan yang dibuat sesuai rencana yang ditetapkan (biasanya periode satu tahun). Dalam periode perencanaan yang akan datang, penyusun strategi ekowisata kabupaten bersama-sama dengan instansi pemerintah lainnya perlu merundingkan target secara spesifik, terukur dan bersifat mengikat. Dengan demikian pada akhir periode perencanaan, target tersebut dapat menjadi alat evaluasi terhadap setiap kemajuan dan berkontribusi terhadap perencanaan ekowisata yang diberikan oleh masing-masing dinas terkait.

Hal penting yang perlu ditegaskan ialah: dinas pariwisata dan badan perencanaan pembangunan TIDAK menyusun rencana kegiatan bagi instansi pemerintah lainnya, melainkan sebagai pemandu dalam memberikan pedoman/prinsip umum dan tujuan pengembangan ekowisata. Mereka berwenang mengawasi/mendampingi berdasarkan tujuan, bukan dengan arahan.

Agar mampu menjalankan fungsi itu secara kompeten, dinas pariwisata dan badan perencanaan pembangunan harus memahami bidang tugas masing-masing. Untuk itu disyaratkan—ini tentu saja akan menambah daftar rekomendasi—agar badan perencanaan pembangunan dan dinas pariwisata menunjuk setidaknya dua orang staf untuk dilatih keahlian di bidang industri ekowisata baik di dalam lingkup tempat kerja maupun di luar.

Adanya staf yang kompeten di bidang pariwisata dan strategi perencanaan merupakan aset penting dan membantu dalam proses negosiasi dengan

if HoB can competently argue for its case, a job that cannot be delegated to external consultants, but soon has to become part of Kapuas Hulu.

Diversifying and deepening the product portfolio

The current levels of ecotourism visitors throughout the HoB area are unsustainably low. They are not sustainable because: they do not generate strong enough income for local livelihoods and they do not provide incentives and motivation for local communities to engage more in tourism and to improve their tourism-related services.

There is a potential to break that vicious circle, but for this there is a need to change the approach to marketing (next chapter) and to also rethink HoB concept of ecotourism. By rethinking the concept of ecotourism, it does not mean to water down demands and standards concerning the effects of tourism activities on the ecology and the social structure of the HoB area.

Looking back on HoB history, ecotourism in the HoB area has always mainly been jungle trekking, conducted by foreigners (mainly western people) in its various degrees of difficulties and tour length. Because local communities are normally involved at entry and exit points of jungle treks, these tours automatically provided some experiences in meeting local people and experiences of their daily way of living, and enhanced the overall quality of the trip, but the predominant reason was and still is the adventure experience that visitors seek. So considering this history of uniform jungle-trekking, it is little wonder that there have been difficulties in the past to engage in actively seeking new alternatives to that type of ecotourism.

This must be done now, or the objectives will not be met. One of the first steps towards the necessary change in mindset is to broaden the HoB concept of accepted tourism and rethink ecotourism as a part of a broader idea of responsible or sustainable tourism. Ecotourism used in its most accurate sense just deals with unspoiled, pristine nature which people can find - for example - in jungle trekking,

para pemangku kepentingan lainnya, semisal pemerintah tingkat provinsi, nasional dan DPRD tingkat kabupaten. Sebagai bagian dari pemangku kepentingan, lembaga-lembaga tersebut dapat ikut berkontribusi selama sesuai dengan kepentingan ekowisata di Kapuas Hulu. Peran ini seyogyanya tidak didelegasikan kepada konsultan eksternal, karena ini harus merupakan bagian dari kewenangan Kapuas Hulu.

Menganekaragamkan dan memperdalam portofolio produk

Saat ini angka berkunjung ke ekowisata di seluruh wilayah HoB masih tergolong rendah dan tidak lumintu. Penyebab ketidaksinambungan karena keberadaan pelancong ekowisata tersebut tidak mampu menjadi sumber mata pencaharian yang menjanjikan bagi penduduk lokal, serta keberadaan mereka belum dilihat sebagai suatu insentif atau motivasi bagi masyarakat setempat. Dengan demikian keinginan penduduk lokal untuk terlibat lebih di bidang pariwisata dan memajukan sektor jasa turisme masih rendah.

Terdapat peluang untuk memutuskan hubungan saling tidak menguntungkan ini. Namun untuk melakukannya diperlukan perubahan pendekatan pemasaran (*lihat bab berikutnya*) dan pengkajian kembali mengenai konsep ekowisata. Meskipun begitu, pengkajian ulang bukan berarti menurunkan syarat dan standar terkait dampak industri pariwisata terhadap ekologi dan struktur sosial di daerah HoB.

Berdasarkan sejarah, ekowisata di kawasan HoB utamanya berupa jelajah hutan dan dilakukan oleh orang asing (terutama orang barat) yang diatur dalam berbagai skema durasi perjalanan dan tingkat kesulitan. Biasanya pelibatan masyarakat setempat menjadi titik masuk dan keluar dalam peningkatan kualitas kegiatan jelajah hutan, yang secara langsung memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi dengan masyarakat lokal dan mengamati cara hidup mereka sehari-hari mereka. Aspek pengalaman petualangan inilah yang biasanya dicari pengunjung. Atas dasar sejarah jelajah hutan seperti inilah, maka tidak mengherankan bila terdapat banyak kesulitan di masa lalu untuk melibatkan peserta dan penduduk secara aktif dan mencari alternatif baru untuk jenis ekowisata.



Options will be restricted if HoB insisted just on that one kind of responsible tourism (and the term ecotourism in this report will be kept, though in the wider sense of responsible tourism).

The strategy to diversify and deepen HoB product portfolio comes in three steps. These steps also relate to a different timeline:

- The short-term strategy - selling and improving HoB current products (product-market combinations); can start to be implemented immediately
- The medium-term strategy - developing new products and services (new product-market combinations); will start its preparation this year but first products and packages will be introduced into markets within the next 2 to 5 years
- The long-term strategy - developing products with a distinctive HoB brand image; will start its preparation in 2014 and first products will be introduced into markets in 5 to 10 years. It is called the Heart of Borneo Eco-Experiences or HoB E².

Short-term strategy - selling and improving HoB's current products

HoB can start selling more of its current ecotourism products - mainly jungle-forest trekking to trekkers and backpackers - without having to make significant amendments at the supply level. Mainly with better marketing and promotion, the numbers of visitors can already be increased significantly.

Maka, penting agar hal itu dilakukan sekarang, atau tujuan yang diinginkan tak akan tercapai. Salah satu langkah awal menuju perubahan yang diinginkan adalah perubahan pola pikir dan perluasan konsep mengenai pariwisata yang sesuai dengan HoB serta mengkaji kembali bahwa ekowisata adalah bagian yang lebih luas dari konsep pariwisata yang bertanggung jawab atau berkelanjutan. Pemahaman ekowisata yang paling mendasar adalah kegiatan di alam yang masih asli seperti yang ditemui, misalnya, dalam penjelajahan hutan. Bila hanya berpegang pada pengertian kaku akan jenis pariwisata bertanggung jawab, maka pilihan yang ada akan terbatas (istilah ekowisata akan tetap dijaga dalam laporan ini, meskipun berarti dalam pengertian yang lebih luas dari pariwisata bertanggung jawab).

Strategi untuk meragamkan dan memperdalam portofolio produk terbagi dalam tiga langkah. Langkah-langkah ini diatur sesuai kerangka waktu yang berbeda:

- Strategi jangka pendek – menjual dan meningkatkan produk yang ada saat ini (kombinasi produk-pasar), dapat mulai segera dilaksanakan;
- Strategi jangka menengah – mengembangkan produk dan jasa jenis baru (kombinasi baru produk-pasar); persiapannya dapat dimulai tahun ini, tetapi pengenalan produk pertama dan paket ke pasar dalam 2 sampai 5 tahun;
- Strategi jangka panjang – mengembangkan produk dengan citra merek HoB yang khas; persiapan akan dimulai tahun 2014 dan produk pertama akan diperkenalkan ke pasar dalam 5 sampai 10 tahun. Strategi ini disebut sebagai *Heart of Borneo Eco-Experience* atau HoB E².

Strategi jangka pendek – menjual dan meningkatkan produk yang ada

Strategi ini bisa dimulai dengan menjual lebih banyak produk ekowisata yang ada – terutama jelajah hutan kepada para penjelajah dan *backpacker* – tanpa harus membuat perubahan signifikan pada program yang ada selama ini. Berbekal pemasaran dan promosi yang lebih baik, maka jumlah pengunjung akan meningkat secara signifikan.

Melihat ketersediaan kapasitas pendukung saat ini, seperti pemandu (juga pemandu berbahasa Inggris), penginapan dan dampak sosial di

The available carrying capacities regarding guides (also English-trained guides), home-stays and social impact in the villages allows HoB to raise the current figures by a factor of 5 before increasing its capacities in English-trained guides, and both the other criteria (home-stays and social impact) allow an increase of visitor numbers by a factor of 10 before they have to be addressed.

Still, HoB already has many experiences with previous visitors, and should start amending its existing products based on their feedbacks. There are three main issues mentioned in feedbacks (data come from the Kapuas Hulu example): quality of sanitation in (some) village home-stay facilities, quality and amount of information about the tours, and number and quality of activities during the visit. These issues can be addressed within the next two years and should be amended by 2014, at a time when the border to Malaysia will be opened. Necessary investments for these improvements could either come through government support or by donor funding.

If marketing and promotion are increased for the existing products, and if HoB succeeds to improve them incrementally in the mentioned ways, it is expected that the number of visitors for jungle-trekking in HoB could be raised by a factor of 10 within the next 5-6 years. These numbers could already provide a significant income for those villages and communities involved in these products.

Medium-term strategy - developing new ecotourism products

HoB can immediately start to research the possibility of diversifying the existing product portfolio, while it will need one or two years before new products will become market-ready and have a significant impact on HoB income situation.

The typical scope of HoB's current product - jungle-trekking for backpackers and trekking enthusiasts from abroad – can be expanded into the following areas.

pedesaan, maka memungkinkan peningkatan angka (pengunjung) hingga mencapai 5 kali lipat. Apabila kapasitas pemandu terutama yang berbahasa Inggris ditingkatkan begitu halnya dengan kriteria lain seperti penginapan dan aspek dampak social, maka jumlah pengunjung dapat mencapai 10 kali lipat dari sekarang.

Selama ini banyak pengunjung yang memiliki pengalaman jelajah hutan dengan HoB, karena itu sudah saatnya dilakukan penyesuaian program sesuai dengan masukan pengunjung. Ada tiga isu utama yang muncul dalam masukan (data diperoleh dari penelitian di Kapuas Hulu): kualitas sanitasi di (beberapa) penginapan, jumlah informasi mengenai obyek wisata, jumlah dan kualitas pengaturan kegiatan selama kunjungan. Diharapkan masalah-masalah tersebut dapat diatasi dalam jangka waktu dua tahun sehingga perubahan signifikan pada tahun 2014, bertepatan dengan saat perbatasan ke Malaysia akan dibuka. Dalam hal ini, investasi yang diperlukan untuk perbaikan bisa diperoleh melalui dukungan pemerintah atau donor.

Jika pemasaran dan promosi ditingkatkan untuk produk yang ada saat ini, dan penyesuaian dilakukan atas dasar rekomendasi dan cara-cara yang disebutkan terdahulu, maka diharapkan jumlah pengunjung untuk program jelajah hutan di HoB bisa meningkat hingga 10 kali lipat dalam jangka waktu 5-6 tahun ke depan. Jumlah ini bisa memberikan sumber pendapatan yang signifikan bagi desa dan masyarakat yang terlibat dalam produk ini.

Strategi jangka menengah - mengembangkan produk baru

HoB dapat segera mungkin mulai meneliti kemungkinan-kemungkinan mendiversifikasi portofolio produk yang ada, dengan pertimbangan dibutuhkan waktu sekitar satu atau dua tahun sebelum produk baru siap dipasarkan dan secara signifikan berdampak sebagai sumber mata pencarian.

Cakupan produk saat ini yang dapat diperluas: jelajah hutan untuk *backpacker* dan penggemar *trekking* dari luar negeri, yaitu:

Domestic market

The middle-class in Indonesia has now reached more than 40-million people, and some of them, especially the younger generation, develop travel interests similar to western backpackers and adventurers. Domestic visitors will relieve some of the pressures on HoB services, since they do not require foreign-language guidance and can orient themselves better without help. Those foreigners who are living and working in Indonesia, who are rather fluent in Bahasa, and who can be approached by the same communication channels as Indonesian people, should also be included into this segment.

Education & cultural-based ecotourism

Many people are interested in experiencing nature, but rather on a casual level. The essence of their visit motivation is less skill-based (can I do jungle trekking) but more towards education-based in that they want to learn something about the place they are visiting, without extreme physical efforts. These people need more interpretation and more convenience, but are less demanding and more casual regarding the nature experience. Usually, education and interpretative parts of the travel experience for these groups of people need more elements of culture, leisure or casual sport activities.

Voluntourism

HoB can research options to build up facilities that allow it to accept volunteer visitors. This highly growing tourism segment is ideal because there is no problem in identifying meaningful activities in the local communities for participation (language lessons, stewardship activities for the environment, etc.). Volunteers often stay for weeks or even months at destinations. By this HoB would not only generate new income but at the same time could design volunteer activities that contribute to the improvement of resources and services within the destinations.

Pasar Dalam Negeri

Kelas menengah di Indonesia kini sudah lebih dari 40-juta orang, dan beberapa dari mereka, terutama generasi muda, memiliki minat melakukan perjalanan seperti halnya para petualang/penjelajah dari barat. Pengunjung domestik dapat meringankan tekanan atas tuntutan pelayanan jasa karena mereka tidak memerlukan pemandu berbahasa asing serta relatif lebih mengenali medan. Golongan ini juga mencakup warga negara asing yang telah lama menetap dan bekerja di Indonesia sehingga cukup fasih berbahasa Indonesia. Dalam hal ini, mereka cukup mudah dipahami dan dapat didekati oleh saluran komunikasi yang sama seperti masyarakat Indonesia.

Ekowisata berbasis edukasi & budaya

Banyak orang tertarik dengan pengalaman menjelajah alam tetapi tidak lebih dari tingkat biasa. Biasanya motivasi kunjungan mereka lebih berdasar alasan pendidikan karena ingin mengenali lingkungan hidup di sekitarnya tanpa upaya fisik yang ekstrem, dan bukan dilakukan atas pertimbangan pengembangan keterampilan/keahlian (apakah saya bisa melakukan *trekking* hutan). Golongan pelancong ini membutuhkan pendamping untuk lebih mengartikan makna kegiatan dan lebih memahami kenyamanan. Biasanya, pendidikan dan bagian interpretatif dari pengalaman perjalanan bagi kelompok orang seperti ini membutuhkan lebih banyak unsur budaya, rekreasi atau kegiatan olahraga santai.

Volun-tour-isme

HoB dapat menyusun program dan pembangunan fasilitas pariwisata yang kelak membutuhkan tenaga sukarela. Segmen pariwisata seperti ini sangat berkembang serta sangat ideal dalam artian tidak sulit untuk menggabungkan dengan kegiatan yang memungkinkan partisipasi komunitas lokal (misalnya pelajaran bahasa, kegiatan pelayanan bagi lingkungan, dll). Relawan sering kali tinggal selama beberapa minggu atau bahkan berbulan-bulan di lokasi. Dengan demikian HoB tidak saja mampu menciptakan sumber pendapatan baru, tetapi pada saat yang sama dapat merancang kegiatan relawan yang berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas sumber daya dan kualitas jasa di lokasi tujuan ekowisata.

Incentive travel

Another interesting and growing segment is incentive travel, where HoB could cooperate with Indonesian incentive tour providers to develop suitable packages. Specific programs could be developed for groups of corporate staff members which are traveling together and take part in demanding, team-building endeavors (jungle trekking and other activities).

Science travel

Scientists and research groups have always been an important visitor group for the HoB area. Specific programs can be developed for this target groups not only for work opportunities but also for traveling within HoB before or after their work assignments.

Special interest groups

An increasing number of people develop hobbies and special interests related to eco-themes, for which they go all the way to get new and exciting experiences. There are several options for product development for the HoB area, e.g. friends in nature photography, traditional tattooing, and Arwana fishing.

New products with superior access to flora & wildlife

Access to flora and wildlife is often the key to memorable ecotourism experiences. The challenge is to provide access in a satisfying way while at the same time not compromise ecological standards. There is much that HoB can gain in this area, meaning a high potential for improvements.

One of the main instruments for this kind of access are local guides. HoB still suffers from a shortage of qualified guides. The region is working on improving the quality of their services and train and introduce new guides. The trick here is to balance demand and supply that varies across

Perjalanan Insentif

Program lain yang tak kalah menarik dan berkembang adalah perjalanan wisata berinsentif. Bentuk kerja sama dengan agen perjalanan wisata Indonesia untuk mengembangkan paket ekowisata yang sesuai. Program-program khusus dapat dikembangkan untuk jenis perjalanan berkelompok bagi kalangan staf perusahaan yang melakukan jelajah hutan sebagai upaya pembentukan kerja sama tim (team-building).

Perjalanan Ilmiah

Para ilmuwan dan kelompok peneliti selalu menjadi kelompok pengunjung penting untuk daerah seperti kawasan HoB. Program-program khusus dapat dikembangkan untuk kelompok ini, tidak hanya perjalanan dalam kesempatan bekerja tetapi juga program setelah tugas/pekerjaan mereka selesai.

Kelompok dengan minat khusus

Semakin banyak orang mengembangkan hobi dan minat khusus dengan kegiatan yang dekat dengan alam. Kelompok ini biasanya melakukan penjelajahan guna mendapatkan pengalaman baru dan menarik. Ada beberapa pilihan untuk pengembangan produk di wilayah HoB, misalnya teman fotografi alam, tato tradisional, dan memancing ikan arwana.

Produk baru dengan akses khusus ke tumbuhan dan satwa liar

Akses dan interaksi khusus dengan tumbuhan dan satwa liar seringkali menjadi kunci untuk pengalaman ekowisata yang berkesan. Tantangannya terletak pada bagaimana penyediaan akses tersebut dengan cara yang memuaskan namun pada saat yang sama juga tetap sesuai dengan standar ekologis. Wilayah HoB memiliki banyak potensi yang bisa menjadi nilai tambah di sektor ini, sehingga perlu langkah peningkatan kelak.

Salah satu instrumen utama untuk jenis wisata seperti ini adalah pemandu lokal. Sementara ini, kawasan HoB masih kekurangan pemandu yang berkualitas. Untuk itu perlu terus diupayakan peningkatan kualitas layanan jasa pemandu termasuk memberikan pelatihan dan merekrut tenaga pemandu baru. Hal penting yang perlu dijalankan adalah bagaimana

the year and seasons. One strategy could be to focus on the development of part-time guides, and to provide guide training for local staffs who are already involved in tourism services.

Another way to improve access to nature and wildlife is to rethink and reevaluate the zoning of national parks. It is one thing to say that HoB has national parks for its visitors, and another which areas they can have access to. Those efforts can go both ways: one way is to provide better protection for areas of high visitor interest, and the other way is to open up previously protected areas for controlled visitor entries. Also, the selection of zones for visitors must be carefully designed to allow a smooth flow of visits between them.

Access could also be improved by introducing new facilities and technologies that provide better observation. This is an area where all over the world, destinations constantly think about innovations. HoB needs to link up to that kind of efforts, but also use its own inventiveness and creativity to work on that issue. One example is skywalks or swinging bridges, which bring the audience closer to the scenery. The necessary investment capital could be provided by corporate sponsor or other donations.

Eventually, HoB might think about the introduction of wildlife care centers, namely for its flagship species, the orang-utans. A possible area for such a care or rehabilitation center would be the corridor between the national parks of Betung Kerihun and Danau Sentarum in Kapuas Hulu.

Preserving authenticity and hospitality

All these new products would require specific services and some of them will also need more convenient infrastructure. These specific requirements need to be researched and defined for each of the new product ideas and ultimately their feasibility for HoB destinations needs to be checked. There is also a need to deal with the challenge to keep the strengths of HoB products - authenticity and hospitality - while developing new services, and not falling into the trap of creating "staged" or "arranged" experiences.

menciptakan keseimbangan antara permintaan dan penawaran yang bervariasi setiap tahun. Salah satu strategi yang bisa diterapkan adalah pengembangan tenaga pemandu paruh waktu, dan pemberian pelatihan keahlian memandu bagi staf lokal yang sudah berkecimpung dalam jasa pariwisata.

Cara lain untuk meningkatkan akses terhadap alam dan satwa liar adalah melalui pengkajian kembali zonasi taman nasional. Ini adalah salah satu cara untuk memperkenalkan kepada pengunjung bahwa kawasan HoB juga memiliki taman nasional serta daerah lainnya yang bisa diakses oleh para pengunjung. Upaya seperti ini memiliki keuntungan dua arah: pertama, memberikan perlindungan bagi daerah yang memiliki daya tarik pengunjung yang tinggi; dan kedua, membuka daerah yang sebelumnya dilindungi. Dengan demikian jumlah pengunjung tetap terjaga. Selain itu, pemilihan zona yang bisa diakses pengunjung harus dirancang secara hati-hati sehingga memungkinkan arus kunjungan yang lancar.

Peningkatan akses juga dapat dilakukan melalui pemanfaatan fasilitas dan teknologi baru sehingga kapasitas pengamatan pun semakin baik. Faktor menentukan ini yang di seluruh dunia memicu pentingnya inovasi. HoB, dalam hal ini, harus mampu membangun sinergi antara usaha melakukan inovasi juga dengan upaya menggunakan daya cipta dan kreativitas sendiri dalam mengembangkan aspek ini. Salah satu contoh adalah program skywalk atau jembatan gantung, yang mampu membawa penonton lebih dekat dengan pemandangan. Modal investasi yang diperlukan dapat diperoleh melalui sumbangan sponsor atau perusahaan.

Pada akhirnya, HoB dapat menjajaki upaya pengenalan pusat perawatan satwa liar, seperti untuk spesies utama yaitu orang utan. Lokasi yang memungkinkan untuk pusat perawatan atau rehabilitasi satwa liar tersebut pada saat yang sama dapat berfungsi sebagai koridor antara taman nasional Betung Kerihun dan Danau Sentarum di Kapuas Hulu.

Melestarikan keaslian dan keramahtamahan

Semua produk baru tersebut kelak membutuhkan jenis layanan tertentu, dan beberapa dari produk tersebut akan pula membutuhkan infrastruktur yang lebih nyaman. Persyaratan spesifik untuk setiap ide produk baru tersebut harus terlebih dahulu diteliti dan diidentifikasi, serta yang tak kalah penting adalah pemeriksaan studi kelayakan



Long-term strategy - products with specific HoB character

The main assets in the HoB area are not only spectacular nature and distinct culture. HoB is a geographical place but also an area where huge human efforts that are taking place relates to biodiversity, sustainable forest management, carbon management, green energy, water management, the preservation of indigenous cultures, and sustainable livelihood.

HoB Activity Centers

The long-term strategy should be to develop services that feature excellent examples of these ongoing activities and build these services into HoB tour and travel programs. One possibility would be to set up so-called HoB Activity Centers throughout the HoB area for specific topics like biodiversity, forestry, water management etc.

These centers would not only demonstrate best practices and state-of-art technology for each topic in ways that are both entertaining and instructive. They would also engage the visitors in taking part in some of the activities themselves, which provide unique experiences that eco-tourists can find only in HoB. The activity centers should be funded by sponsors.

Using green technology

The second long-term strategy in providing unique HoB experiences during a visit is to introduce green technology in HoB tourism services, like solar energy for boats, home-stays, biomass energy

sebagai tujuan HoB agar mendukung tujuan yang diinginkan. Banyak tantangan yang harus dihadapi untuk menjaga kekuatan dari produk ekowisata HoB—yaitu keaslian dan keramahtamahan—sambil terus berupaya mengembangkan jenis layanan baru. Dengan demikian program ekowisata HoB tidak terperangkap dalam menciptakan pengalaman yang “dibuat-buat” atau “diatur”.

Strategi jangka panjang – produk berkarakter HoB

Aset utama di kawasan HoB tidak sebatas keindahan alam dan budaya yang unik. HoB adalah lokasi yang secara geografis menunjukkan upaya serius manusia yang selaras dengan keanekaragaman hayati, pengelolaan hutan berkelanjutan, pengelolaan karbon, energi ramah lingkungan, pengelolaan air, pelestarian budaya asli, dan mata pencarian yang berkesinambungan.

Pusat Aktivitas HoB

Strategi jangka panjang seharusnya berupa pengembangan layanan dengan menonjolkan praktik unggul dari kegiatan yang sedang berlangsung, termasuk mengintegrasikan jenis layanan ini ke dalam program wisata dan perjalanan. Salah satu kemungkinan yang bisa dijajaki adalah mendirikan Pusat Aktivitas HoB di seluruh wilayah HoB dengan tema tertentu seperti keanekaragaman hayati, kehutanan, pengelolaan air, dll.

Pusat kegiatan seperti ini tidak hanya mendemonstrasikan praktik terbaik dan teknologi tercanggih untuk setiap topik yang dikemas dengan cara yang menghibur dan instruktif, namun juga memberikan kesempatan bagi para pengunjung untuk terlibat langsung dalam beberapa kegiatan. Dengan demikian pengunjung akan memperoleh pengalaman ekowisata unik yang hanya dapat temukan di kawasan HoB. Pusat-pusat aktivitas tersebut sebaiknya dibiayai oleh sponsor.

Penggunaan teknologi “hijau”

Strategi jangka panjang kedua dalam memberikan pengalaman ekowisata di kawasan HoB adalah melalui pengenalan teknologi hijau di bidang jasa pariwisata HoB, antara lain berupa pemanfaatan energi surya untuk perahu, penginapan atau penggunaan energi

from waste etc. HoB entry- and exit points should go “green and clean”, and should show that the people within HoB relate and identify with the HoB eco-agenda and practice eco-principles in their daily life as well.

Flagship Events

When HoB has succeeded in improving its general tourism infrastructure, broadening its accommodation base, and developing elements of a specific HoB eco-experience, HoB should start working on a few major events that are powerful enough to attract national and - if possible - international audiences. The events need to be in line with the branding and positioning of HoB destination and should become a regular feature of HoB yearly tourism calendar.

Rethinking and reorganizing the role of marketing

In this report, weaknesses in marketing have been identified as probably the single most important factor HoB needs to amend. The marketing of HoB ecotourism products is too weak, too occasional, mainly based on promotion, too reactive and not rooted in good relationships to target markets. HoB products are basically without a recognizable brand identity, but rather no-name among other no-name ecotourism products all over the world.

The third recommendation is therefore to reinvent HoB's marketing approach. HoB needs to introduce marketing efforts in the beginning of its product development processes and needs to use marketing to brand its ecotourism products so that they hold a strong reputation and uniqueness in the eyes of the prospective visitors. Therefore it is recommended to position and to market all HoB ecotourism activities under the umbrella of HoB itself, and create a strong HoB ecotourism destination brand.

biomassa yang berasal dari limbah. Titik masuk dan keluar bagi pengembangan kawasan ekowisata HoB adalah harus menjadi “hijau dan bersih” dan menunjukkan kedekatan antara masyarakat dalam mengidentifikasi agenda berwawasan lingkungan hidup dan prinsip-prinsip praktik ekologis dalam kehidupan sehari-hari masyarakat.

Acara Flagship

Apabila HoB telah berhasil memiliki infrastruktur pariwisata yang mapan, dan memiliki fasilitasi akomodasi yang berskala besar akomodasi, dan berhasil mengembangkan unsur tertentu yang menjadi ciri khas pengalaman ekowisata HoB, maka langkah selanjutnya adalah memulai perencanaan sejumlah acara besar dan menarik khalayak nasional dan bahkan—jika memungkinkan—internasional. Acara yang digelar harus sejalan dengan proyeksi merek produk dan target pasar yang diinginkan. Sehingga fitur acara-acara HoB harus menjadi fitur khusus yang secara reguler masuk ke dalam kalender pariwisata tahunan HoB.

Mengkaji dan mengorganisir ulang peran pemasaran

Dalam laporan ini, telah diidentifikasi kelemahan pemasaran yang mungkin merupakan faktor paling penting yang perlu diubah. Pemasaran produk ekowisata saat ini dinilai terlalu lemah, bersifat sewaktu-waktu serta berdasarkan pemanfaatan periode promosi, bersifat reaktif dan tak berakar dari hubungan baik dengan target pasar. Produk ekowisata HoB pada dasarnya belum memiliki identitas merek yang dikenal, bahkan cenderung ‘tak bernama’ di antara produk ekowisata lainnya di seluruh dunia yang juga belum terkenal.

Untuk itu, rekomendasi ketiga adalah menemukan kembali pendekatan pemasaran. Upaya pemasaran perlu diperkenalkan pada tahap proses awal pengembangan dan pemasaran produk sebagai upaya pembentukan identitas melalui merek pada produk ekowisata. Kelak produk-produk tersebut akan memegang reputasi yang kuat dan keunikan tersendiri di mata para calon pengunjung. Maka, direkomendasikan untuk memosisikan dan memasarkan semua kegiatan ekowisata di HoB di bawah payung HoB itu sendiri sebagai upaya menciptakan merek tujuan ekowisata HoB yang kuat.

Overcoming a product-based attitude

The attitude of HoB region towards tourism development is still dominated by a product-based approach. This is not surprising since it is easier to understand one's own region, resources and assets rather than understanding markets which are outside one's natural scope of experience. Especially in this case, when many stakeholders are involved, which derive their objectives not so much from market needs, but from social, economic and ecological needs. Considerations for markets usually come at the end rather than in the beginning of the process.

Integrating market-knowhow into the system

Instead, HoB has to see its products with the eyes of potential markets, and build its system based on these insights. There is a need to develop communication channels into these markets, and consult them early in the process of product development, not only when trying to sell the products to them.

In these days, the costs of communication have dropped dramatically, so that not only big tourism players can build up their own relations to markets but also small ones. HoB can build relations to market intermediaries as well as with end consumer, at affordable costs. What is more, markets can now be approached through many more channels than in the past, and potential customers can be found and contacted through social networks and special interest websites.

HoB has to take advantage of these new possibilities, and generate co-creation opportunities with market representatives that make use of resources which go far beyond HoB's own means. HoB also has to integrate its visitors into this system, using their testimonials and feedbacks for promotion and improvement efforts.

Developing a demand-based promotion

While marketing is more than just promotion and advertising, a market-based approach to promotion also means that promotional efforts have to meet

Mengatasi sikap berbasis produk

Pengertian dari kawasan HoB terhadap pengembangan pariwisata masih didominasi oleh pendekatan berbasis produk. Hal ini tak mengherankan karena pendekatan tersebut lebih mudah dalam memahami daerah serta sumber daya dan aset daerah dibandingkan dengan memahami pasar yang berada di luar lingkup pengalaman keseharian seseorang. Terutama dalam kasus ini, ketika banyak pihak yang terlibat, maka tujuan sikap tidak dikarenakan faktor kebutuhan pasar, tapi lebih diakibatkan dari aspek kebutuhan sosial, ekonomi dan ekologi. Pendekatan untuk pasar biasanya baru ada di bagian di akhir, bukan di awal proses.

Memadukan kemampuan dan kapasitas mengenai pasar ke dalam sistem

Sebaliknya, HoB harus melihat produk dari sudut padangan pasar potensial, dan membangun sistem berdasarkan pada wawasan. Jalur komunikasi ke pasar ini perlu dikembangkan, dan dikonsultasikan dengan pasar pada awal proses pengembangan produk, tidak hanya sebatas ketika tengah melakukan pemasaran produk.

Saat ini, biaya komunikasi telah menurun drastis, sehingga bukan lagi pemain pariwisata berskala besar yang dapat membangun hubungan kerja terhadap pasar namun juga yang kecil-kecil. Hubungan dengan perantara pasar serta dengan pengguna akhir dapat dibangun dengan biaya terjangkau. Terlebih lagi, sekarang pasar dapat didekati melalui lebih banyak saluran komunikasi dibandingkan di masa lalu, dan pelanggan potensial dapat ditemukan dan dihubungi melalui jaringan sosial dan situs minat khusus.

HoB harus mengambil keuntungan dari berbagai kemungkinan baru dan menghasilkan kesempatan yang dibuat bersama dengan para perwakilan pasar. Peluang ini dapat memanfaatkan sumber daya yang jauh melampaui sarana HoB sendiri. Pengunjung juga harus diintegrasikan ke dalam sistem ini, dengan menggunakan testimoni dan masukan mereka untuk promosi dan upaya perbaikan.

Mengembangkan promosi berbasis permintaan

Pemasaran lebih dari sekedar promosi dan periklanan. Pendekatan berbasis pasar untuk promosi juga berarti bahwa upaya-upaya promosi harus memenuhi—and

- and better exceed - the expectations of the audiences. In marketing, there is no rule of “doing a bit more is providing a bit more results.” HoB promotion and communication efforts have to meet certain threshold values, below which it will not get any the attention for its products.

So while it is true that Indonesian destinations often spent not enough money in marketing and promotion, it is also often true that they spent too much of it inasmuch the media they produce are not doing their job. HoB needs better writing, better photography and better videos than what have been found so far in and for the region, if HoB wants its promotion and communication to contribute to its success.

Using the Indonesian tourism marketing system

To leverage its own promotional reach and market power, HoB should make extensive use of the Indonesian tourism marketing system, its activities and resources. Indonesia participates on several international exhibitions and trade fairs which could be useful for HoB’s needs.

In 2013, Indonesia will become partner country of the biggest tourism trade fair in the world, the ITB in Berlin, which provides a unique opportunity to present new places and information about the country. Also, Indonesia has set up a number of VITO (Visit Indonesia Tourism Officer) in important markets all over the world (there are currently 13 VITOs), and HoB should build up relationships with them as well, since they already have good inroads to the local tourism industry and tourism media.



lebih baik melebihi—harapan publik/pelanggan. Dalam pemasaran, tidak ada aturan “bertindak lebih dapat memberikan hasil lebih”. Upaya promosi dan komunikasi yang dilakukan harus memenuhi standar batas nilai tertentu, yang apabila berada di bawah nilai tersebut, maka produk yang ditawarkan tidak akan mendapatkan perhatian.

Memang benar bahwa daerah tujuan ekowisata di Indonesia kerap menghabiskan dana besar dalam kegiatan pemasaran dan promosi. Selain itu juga benar bahwa media tertentu menghabiskan dana yang besar dengan hasil yang tidak sesuai dengan karakter dan keinginan mereka inginkan. Untuk itu, bila mengharapkan agar upaya promosi dan komunikasi memberikan kontribusi bagi keberhasilan HoB, maka perlu perhatian khusus untuk memperoleh bentuk penulisan, fotografi dan video yang lebih baik dalam wilayah HoB.

Menggunakan sistem pemasaran pariwisata Indonesia

Untuk meningkatkan jangkauan promosi dan kekuatan pasar, HoB perlu memanfaatkan secara ekstensif sistem pemasaran dalam industri pariwisata Indonesia, termasuk program dan sumber daya yang ada. Indonesia juga sering berpartisipasi dalam pameran pariwisata dan dagang berskala internasional, sehingga keikutsertaan seperti ini dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan pemasaran HoB.

Pada tahun 2013 Indonesia akan menjadi negara mitra dalam pameran perdagangan pariwisata terbesar di dunia, ITB di Berlin, sehingga ini menjadi kesempatan unik untuk mempresentasikan tempat-tempat dan informasi baru mengenai industri pariwisata Indonesia. Selain itu, pemerintah juga telah mendirikan kantor perwakilan VITO (*Visit Indonesia Tourism Officer*) sejumlah 13 kantor di berbagai negara yang menjadi pasar penting industri pariwisata Indonesia. HoB perlu membina hubungan dengan kantor perwakilan seperti ini, terlebih VITO biasanya memiliki terobosan baru yang berguna industri pariwisata lokal termasuk mengembangkan media pariwisata.

The need for a HoB tourism destination brand

HoB marketing is dealing with services that are produced only in the moment of consumption – so without a customer, there is no (service) product. This simultaneity of production and consumption is called the *uno acto* principle. As one of the consequences for HoB marketing, visitors cannot “test” a tourism product like they can test a physical product before buying it. This exerts a heavy burden on marketing, meaning that all marketing and promotional efforts have to substitute the “test-drive” experience of the customer. In other words: the requirement on quality and on focus of communicating tourism is much higher than in product marketing. To do that, there is a need to have a clear idea of HoB’s uniqueness, expressed as HoB brand position, and based on the expectations and perceptions of these markets.

This is the main function of what is called a destination brand, which lifts – if successfully applied – the commodity status of an unknown product to a high-valued branded status. The *uno acto* principle does not leave another option other than to engage in a branding process and communicate this brand throughout all communications, if HoB wants to attract new markets successfully.

Every tourism destination within HoB will tremendously benefit from the strength of an umbrella brand provided by HoB tourism branding efforts. At the same time, each promotional activity of single stakeholders and destinations can pay into the “brand-account” of the overall destination and increase its value.

The cost of marketing HoB ecotourism

Marketing does cost money, developing and promoting a brand needs significant spending; spending that is way before the returns (in increased income) can be expected.

Nevertheless, the first lesson of marketing is not about spending money, but about saving it. Promotional budgets in HoB area are sometimes wasted, because they are applied without focus towards market needs and brand positioning. That money can be saved. It

Perlunya merek untuk pemasaran tujuan wisata HoB

Pemasaran HoB menangani jasa yang diproduksi melalui konsumsi–artinya tanpa pelanggan, tak ada produk (layanan). Kegiatan produksi dan konsumsi yang berlangsung secara bersamaan seperti ini dikenal dengan nama prinsip *uno acto*. Akibatnya pengunjung HoB tak dapat “menguji” produk pariwisata ini sebelum memutuskan akan membeli atau mengonsumsinya. Hal ini menjadi beban pemasaran karena semua upaya pemasaran dan promosi harus bisa menggantikan pengalaman “ujicoba” pelanggan tersebut. Dengan kata lain: standar kualitas dan fokus dalam mengkomunikasikan pariwisata HoB jauh lebih tinggi daripada dalam pemasaran produk konvensional. Untuk melakukan itu, gagasan mengenai keunikan HoB yang menjadi identitas merek di pasar harus kuat sehingga memiliki daya dalam memenuhi harapan dan persepsi pasar.

Ini adalah fungsi utama dari apa yang disebut keunggulan merek. Jika berhasil diterapkan mampu mengangkat status merek sebuah produk yang sebelumnya tidak diketahui menjadi status bernilai tinggi. Tidak ada cara lain selain terlibat dalam proses secara menyeluruh dari pembentukan identitas merek sampai komunikasi pemasaran, jika ingin berhasil menguasai pasar yang berkarakter *uno acto* seperti ini.

Setiap destinasi pariwisata dalam HoB akan mendapatkan keuntungan dari kekuatan merek utama yang disediakan melalui proses pemberian merek (*branding*) untuk pariwisata di HoB. Pada saat yang sama, setiap kegiatan promosi yang dilakukan masing-masing oleh para pemangku kepentingan dan daerah tujuan wisata dapat dimasukkan ke dalam “rekening merek” daerah sehingga secara keseluruhan mampu meningkatkan nilai kawasan wisata HoB.

Biaya pemasaran ekowisata HoB

Pemasaran membutuhkan biaya karena upaya pengembangan dan promosi sebuah merek tentunya memerlukan pengeluaran belanja yang signifikan meski belum ada jaminan modal kembali dan peningkatan pendapatan.

Namun demikian, pelajaran pertama dari pemasaran adalah bukan mengenai bagaimana membelanjakan uang, tapi bagaimana menyimpannya. Anggaran

does not only mean misallocation of funds, it has the power of destroying value, since poor-quality promotion rather waters down the HoB image than promotes it.

Second, promotion in the twenty-first century is no longer only about mass marketing and big advertisement budgets (it still exists though, to be sure). The environment for promotion nowadays is niche markets - at least for destinations like HoB. For this kind of market environment, modern promotional tools offer many new, cost-efficient and intelligent instruments.

Third, communication costs have declined dramatically. We are living in “a flat world” in the sense that we are facing a multiply connected, global community. The most recent wave of globalization - Globalization 3.0, as it is called - brings the empowerment of individuals. This offers HoB a whole new way of communicating with its markets on an individual basis. It is now cost-affordable and efficient to communicate not only with trade partners and intermediaries but with end-consumers too.

While admitting that marketing affords investment, the critical issue is not so much about the overall amount of spending power, but rather towards the ability to spend the money intelligently and in ways that respond to modern communication and collaboration patterns.

Eventually, a cost-benefit analysis of HoB marketing investments will not only have to take into account the direct gains in income provided to the local communities; it will have to balance the costs against the value of the biodiversity that has been protected by the efforts, and against the indirect gains achieved by bringing more consciousness and awareness to the world about what the HoB initiative is trying to achieve.

promosi di wilayah HoB selama ini terkadang terbuang sia-sia, karena tidak adanya fokus dalam pengeluaran terutama yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan upaya menciptakan identitas dan *positioning* merek di pasar. Anggaran tersebut sebaiknya dapat dihemat mengingat penyalahgunaan alokasi anggaran dapat berakibat pada kehancuran nilai produk, menurunkan kualitas promosi dan pada akhirnya memperburuk citra kawasan HoB.

Kedua, promosi dalam abad kedua puluh satu tidak lagi berkisar pada pemasaran massal dan anggaran iklan besar-besaran (meskipun masih ada). Lingkungan promosi saat ini adalah pasar berkarakter khusus—setidaknya untuk tujuan promosi seperti kawasan HoB. Untuk jenis lingkungan pasar seperti ini, alat promosi modern menawarkan kecerdasan dalam pemanfaatan instrumen baru yang lebih efisien serta pengelolaan yang lebih cermat.

Ketiga, biaya komunikasi telah menurun secara drastis. Manusia sekarang hidup dalam apa yang disebut dengan “dunia datar”, yang berarti lingkungan hidup manusia yang saling terhubung secara global. Gelombang terbaru globalisasi—Globalisasi 3.0—adalah mengenai pemberdayaan individu. Situasi ini menawarkan cara baru untuk berkomunikasi dengan pasar melalui penekanan secara individual. Sekarang, biaya komunikasi menjadi lebih terjangkau dan cara komunikasi menjadi lebih efisien sehingga memudahkan komunikasi dengan mitra dagang, pihak perantara dan konsumen.

Jadi, meskipun tetap diakui bahwa pemasaran membutuhkan investasi, isu penting dalam konteks ini adalah bukan jumlah uang dan belanja yang berkurang namun lebih kepada kemampuan untuk menggunakan uang tersebut secara cerdas dan bagaimana menanggapi pola komunikasi dan kerja sama yang modern.

Akhirnya, analisis untung-rugi (*cost-benefit*) dari investasi pemasaran tak hanya perlu mempertimbangkan keuntungan langsung yang dapat diberikan kepada masyarakat setempat, melainkan juga harus memperhatikan keseimbangan antara biaya dan nilai perlindungan keanekaragaman hayati yang diperoleh dari upaya tersebut; serta keseimbangan antara biaya dan nilai keuntungan tidak langsung yang dicapai dengan membawa kesadaran lebih kepada khalayak luas mengenai apa yang ingin dicapai dari inisiatif HoB.

Strategy Implementation: The HoB E² Team

Strategic significance of a permanent team

Somebody has to be in charge for the recommended strategies in planning, product development and marketing as outlined previously. HoB needs a permanent institution that is accountable for its comprehensive agenda and professional staff that is trained in its scope of activities. That is why it is suggested to set up a regular group of professionals which will then be called the HoB Eco-Experience Team, or HoB E² team.

Roles and tasks

In planning, the team would be responsible to develop and manage the overall strategy for HoB ecotourism concept. It would also coordinate, consult and advise lower planning units within the HoB area regarding their own tourism planning activities.

In product development and product stewardship, it would constantly research and design new ideas for improving the existing products, developing new concepts for products and services, and discussing these with the counterparts in the field.

In marketing, the team would be responsible for developing and managing the HoB ecotourism brand, and for conducting all operational marketing functions, including research, communication with target markets, competitors and collaborators, and producing promotional media and material.

Besides these strategic roles, the team can also be in charge for the following tasks:

HoB E² data base: the team builds up and manages an HoB ecotourism database. The database will consist of media (video, pictures, maps) and written concepts, documents, and checklists. It serves for internal knowhow management and can be accessed by all HoB stakeholders.

Strategi Pelaksanaan: Tim HoB E²

Arti strategis tim permanen

Seseorang harus bertanggung jawab untuk penyusunan rekomendasi kebijakan dalam proses perencanaan, pengembangan produk dan pemasaran yang telah diuraikan sebelumnya. Untuk itu HoB membutuhkan sebuah lembaga permanen yang bertanggung jawab untuk pelaksanaan agenda secara komprehensif, serta didukung staf profesional yang terlatih dalam ruang lingkup kegiatan dimaksud. Itu sebab diusulkan untuk membentuk sebuah kelompok profesional tetap yang disebut Tim *HoB Eco-Experience*, atau Tim HoB E².

Peran dan tugas

Dalam perencanaan, tim akan bertanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola keseluruhan kebijakan terkait konsep ekowisata HoB. Tim juga akan berkoordinasi, berkonsultasi dan memberikan saran kepada unit perencanaan yang lebih rendah dalam wilayah HoB mengenai kegiatan perencanaan pariwisata di wilayah tersebut.

Dalam pengembangan dan pengawasan produk, tim akan secara berkesinambungan melakukan penelitian dan perancangan ide-ide baru untuk meningkatkan kualitas produk yang ada, mengembangkan konsep baru untuk jenis produk dan layanan, serta membahasnya dengan mitra kerja di lapangan.

Dalam pemasaran, tim akan bertanggung jawab mengembangkan dan mengelola merek ekowisata HoB, serta melakukan semua fungsi operasional pemasaran, termasuk penelitian, berkomunikasi dengan target pasar, kalangan pesaing pasar dan mitra potensial, dan memproduksi media dan material promosi.

Selain melakukan peran-peran strategis tersebut, tim juga bertanggung jawab untuk tugas-tugas berikut:

Pusat data HoB E² : tim membangun dan mengelola pusat data ekowisata HoB yang terdiri dari media (video, gambar, peta), konsep tertulis, dokumen, *checklist*. Hal ini berfungsi untuk membangun kemampuan mengelola dan peningkatan kapasitas internal yang dapat diakses oleh seluruh pemangku kepentingan di kawasan HoB.

Training & consulting: the team would organize ecotourism-related training procedures and work as an adviser for local destinations in all professional issues.

Standards & certification: the team would be in charge to develop standards for the ecotourism products, and to make sure that the standards are met in all destinations under the HoB umbrella. Certification, as a way of ensuring standards and communicating them to customers and markets, will be considered as an option.

Fundraising: For this, the team will get in contact with possible sponsors and donors, and it will also develop HoB's own Corporate Social Responsibility (CSR) concepts which would be designed for helping local communities and local destinations with urgent funds that are needed for better tourism infrastructure.

Collaboration: the team will also collaborate with the tourism system in Malaysia and Brunei to evaluate possibilities for cooperation between these three HoB countries in developing cross-border collaboration and products.

Pelatihan dan jasa konsultasi: tim akan mengatur prosedur pelatihan mengenai ekowisata dan bekerja sebagai penasehat untuk pengembangan destinasi lokal serta masalah profesional lainnya.

Standar dan sertifikasi: tim akan bertanggung jawab mengembangkan standar untuk produk ekowisata, dan memastikan semua destinasi ekowisata di bawah payung HoB memenuhi standar tersebut. Sertifikasi sebagai cara untuk menetapkan standar, sedangkan fungsi mengkomunikasikannya kepada pelanggan dan pasar merupakan tugas tambahan (*optional*).

Penggalangan Dana: untuk keperluan ini, tim akan memperoleh dan membina hubungan dengan kalangan sponsor dan donor. Selain itu, tim juga akan bertanggung jawab mengembangkan sendiri konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang didesain untuk membantu masyarakat lokal dan destinasi lokal yang membutuhkan dana yang mendesak untuk pembangunan infrastruktur pariwisata yang lebih baik.

Kolaborasi: tim juga akan berkolaborasi dengan sistem pariwisata di Malaysia dan Brunei dalam mengevaluasi kemungkinan kerja sama antara tiga negara HoB untuk potensi kerja sama lintas batas.

E² Team members

E² Team must be lean, fast, and flexible. It employs competent and highly motivated staff. Some team members should have knowhow in destination marketing and tourism, while other team members should represent the ecological side of HoB and provide knowhow about the issues and topics related to biosphere and wildlife protection. The team needs people with love for their profession and for the destination they are working for. It needs management systems that ensure knowledge is accumulated within the organization and does not only rest with individuals. Work organization has to be based on principles of modern project management to make sure that the activities conducted are in line with strategic objectives and can be monitored, evaluated and corrected if necessary.

Anggota Tim E²

Tim E² harus ramping, mampu bekerja cepat, dan fleksibel. Tim ini membutuhkan staf yang kompeten dan bermotivasi tinggi. Beberapa anggota tim harus memiliki kemampuan dan kapasitas dalam bidang pemasaran daerah tujuan pariwisata, sementara anggota tim lainnya harus memiliki pengetahuan di bidang lingkungan hidup dan keahlian konservasi hayati dan satwa liar. Tim terdiri dari orang-orang yang mencintai profesi mereka dan destinasi ekowisata yang dipromosikan. Selain itu juga diperlukan sistem pemberdayaan organisasi dan tim yang baik sehingga memastikan seluruh anggota tim berkembang dan mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan terkini bersama-sama. Pekerjaan organisasi harus didasarkan pada prinsip-prinsip manajemen proyek modern sehingga kegiatan yang dilakukan sejalan dengan tujuan strategis dan terukur serta transparan.

Recommended Next Steps

There may be no quick fixes to many HoB problems, but there are always things that can be done better, on all levels, at any time. Each stakeholder, be it tour operator, tourism department, national park, hotel manager, local village - every one of them can work on their performance every day, on shortcomings they know and they can manage themselves.

This report has not focused on these many individual issues, but on the big issues. It has focused on recommending strategies that can have the power to address these big issues and by that have a major impact on the future of ecotourism in HoB. Now HoB has to make up its mind whether it will implement the laid out strategies and especially, whether it is ready to follow the suggestion of setting up a permanent HoB ecotourism team.

If HoB agrees on setting up this team, the next step would be to decide whether it should be a new organization or whether it could be a team that is attached to an already existing organization. What should be clear by now is that the team would represent all ecotourism projects in the Indonesian HoB area, and therefore should not be attached to only one department or organization in one of the districts or provinces. Other steps that need to be conducted would be the detailed planning of vision, mission and tasks of the team, as well as the planning of human resources and required budgets.

Apart from implementing the team project, there are other projects that can be followed up within this year. It was mentioned previously about the opportunity for HoB ecotourism to network itself into the Indonesian tourism marketing system by preparing for its participation at the ITB 2013, and by cooperating with the 13 Indonesian VITO offices around the world. Another possibility would be to conduct further research for HoB new product options until summer, and to work out a detailed concept for one or two selected product options until the end of 2012.

There is a need to add a caveat to all these possible activities, which is: those activities only make sense if the issues of ownership and continuity can be

Tindak Lanjut yang Dianjurkan

Barangkali tak ada resep mujarab seketika atas berbagai masalah yang dihadapi HoB. Namun, selalu ada hal-hal yang dapat diselesaikan lebih baik, pada semua tingkatan, setiap saat. Tiap-tiap pemangku kepentingan, baik itu agen perjalanan wisata, kementerian dan dinas pariwisata, taman nasional, manajer hotel, desa setempat—setiap mereka dapat meningkatkan kinerja setiap harinya, mengatasi kekurangan yang mereka ketahui dan memperbaikinya sendiri.

Laporan ini tidak difokuskan pada isu-isu individual, tetapi pada isu-isu besar. Laporan ini diarahkan untuk memberikan rekomendasi strategis yang memiliki kekuatan guna mengatasi isu-isu besar tadi, dan karenanya dapat memberikan dampak besar bagi masa depan ekowisata di Jantung Borneo. Kini tergantung pada keputusannya, apakah strategi yang direkomendasikan akan diterapkan, dan terutama, apakah HoB siap mengikuti saran membentuk tim permanen untuk ekowisatanya.

Jika sepakat dengan pembentukan tim ini, langkah selanjutnya adalah menentukan apakah seharusnya tim ini menjadi organisasi baru atau bisa menjadi tim tambahan bagi organisasi yang telah ada. Yang harus jelas sekarang adalah bahwa tim tersebut akan mewakili semua proyek ekowisata di kawasan HoB Indonesia, dan karena itu tak boleh melekat pada satu departemen atau organisasi di salah satu kabupaten dan provinsi. Langkah lain yang perlu dilakukan adalah perencanaan rinci mengenai visi, misi dan tugas tim, serta perencanaan sumber daya manusia dan anggaran yang dibutuhkan.

Selain melaksanakan proyek tim, ada proyek lain yang dapat ditindaklanjuti tahun ini. Telah disebutkan sebelumnya mengenai kesempatan bagi ekowisata HoB untuk membuat jaringan ke dalam sistem pemasaran pariwisata Indonesia dengan mempersiapkan partisipasi HoB di ITB 2013, dan melalui kerja sama dengan 13 kantor VITO Indonesia di seluruh dunia. Kemungkinan lain adalah melakukan penelitian lebih lanjut mengenai opsi produk baru sampai musim panas, dan menyusun konsep rinci untuk satu atau dua opsi produk yang dipilih hingga akhir 2012.

Perlu diingatkan bahwa seluruh kegiatan akan masuk akal hanya jika dapat menjawab isu mengenai kepemilikan dan keberlanjutan secara meyakinkan.

convincingly addressed. If HoB decided not to build up the HoB team - which would be in charge of these activities and would provide continuity - these issues remained yet unaddressed.

Participating in the ITB 2013 is a case in point: HoB would go there to present its case and generate leads into the markets. After the fair, HoB would have to follow up and manage these leads. If ownership and continuity is not ensured, the “leads” would lead literally to nowhere, and the ITB participation would ultimately turn out to be a waste of time and money.

Ideally instead, the ITB 2013 presentation could be used as the kickoff activity for the suggested HoB E² team, which for that reason should be setup the latest in September this year. If the setup takes longer, a task force for the ITB – who will hand over its duties once the HoB E² team is operational – should be established.

Jika keputusannya ialah tidak membentuk Tim HoB—yang akan menjadi penanggung jawab kegiatan dan menjamin lumintu—maka isu-isu tersebut tetap belum terjawab.

Berpartisipasi dalam ITB 2013, mempresentasikan wilayah HoB, akan mengantarkan kawasan ini ke pasar. Setelah pameran, akses yang sudah terbuka harus ditindaklanjuti dan dikelola. Jika kepemilikan dan keberlanjutan tak dijamin, akses yang telah terbuka ini tak membawa ekowisata HoB ke mana-mana, dan partisipasi dalam ITB pada akhirnya sia-sia, hanya membuang waktu dan uang.

Idealnya justru sebaliknya: presentasi di ITB 2013 merupakan kegiatan permulaan (*kickoff*) Tim HoB E² yang dengan alasan itu harus dibentuk paling lambat September tahun ini. Jika pembentukannya memerlukan waktu lebih lama, sebuah tim khusus untuk ITB harus ditetapkan. Tim khusus itu lalu akan menyerahkan tugasnya setelah Tim HoB E² beroperasi.



PART THREE – PROFILE ON THE CURRENT CONDITION AND READINESS OF CONSERVATION AREAS IN HEART OF BORNEO FOR SUSTAINABLE ECOTOURISM

A. BETUNG KERIHUN NATIONAL PARK

1. Overview

Most of the topographic condition of Betung Kerihun National Park (BKNP) is hills, from the Muller Mountains landscape that connect Mt. Betung and Mt. Kerihun, as well as a border between Indonesia and Sarawak, Malaysia. Small rivers that flow through the foothills of Muller Mountains which form watersheds are Kapuas, Sibau, Mendalam, Bungan, and Embaloh River. This dominant hydrologic characteristic has made this area the “water tower” for West Kalimantan Province and other regions adjacent to this area. Hydrologically, there are 5 sub-watersheds in BKNP: Embaloh sub-watershed, Sibau sub-watershed, Apalin sub-watershed, Mendalam sub-watershed, and Hulu Kapuas sub-watershed.

2. Establishment History

In the beginning, BKNP was originally a nature reserve (formerly called Bentuang Karimun Nature Reserve) with an area of 600.000 ha, established by the Minister of Agriculture in 1982. Ten years later, through a decision of the Minister of Forestry, the reserve area was enlarged to 800.000 ha. On September 5, 1995, the status of this area was changed from nature reserve to national park with a new name: Bentuang Karimun National Park, according to the decree from the Minister of Forestry (Surat Keputusan Menteri Kehutanan) No. 467/Kpts-II/1995. Four years after the decree, on September 2, 1999, the area is finally established as a national park and the name was changed to Betung Kerihun National Park. All areas of the national park are located in Kapuas Hulu district, West Kalimantan Province.

BAGIAN KETIGA – PROFIL KONDISI DAN KESIAPAN KAWASAN KONSERVASI DI JANTUNG BORNEO UNTUK EKOWISATA BERKELANJUTAN

A. TAMAN NASIONAL BETUNG KERIHUN

1. Gambaran Umum

Sebagian besar keadaan topografi Taman Nasional Betung Kerihun (TNBK) berupa perbukitan, dari bentangan Pegunungan Muller yang menghubungkan Gunung Betung dan Gunung Kerihun, sekaligus sebagai pembatas antara wilayah Indonesia dengan Sarawak, Malaysia.

Sungai-sungai kecil mengalir dari kaki-kaki pegunungan Muller yang membentuk daerah aliran sungai yaitu sungai Kapuas, Sibau, Mendalam, Bungan dan Embaloh. Karakteristik hidrologi yang begitu dominan membuat kawasan ini berperan sebagai “menara air” bagi Provinsi Kalimantan Barat dan daerah lain yang berbatasan dengan kawasannya. Secara hidrologis terdiri atas 5 sub Daerah Aliran Sungai (DAS), yaitu Sub DAS Embaloh, Sub DAS Sibau, Sub DAS Apalin, Sub DAS Mendalam, dan Sub DAS Hulu Kapuas.

2. Sejarah Penetapan

Pada awalnya merupakan Cagar Alam Bentuang Karimun dengan luas 600.000 hektar yang ditetapkan oleh Menteri Pertanian pada tahun 1982. Sepuluh tahun kemudian, melalui keputusan Menteri Kehutanan kawasan cagar alam tersebut diperluas menjadi 800.000 hektar. Pada 5 September 1995, status kawasan mengalami perubahan dari cagar alam menjadi taman nasional dengan nama Taman Nasional Bentuang Karimun sesuai Surat Keputusan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor 467/Kpts-II/1995. Empat tahun kemudian, tepatnya tanggal 2 September 1999, kawasan tersebut akhirnya ditetapkan sebagai taman nasional dan berubah nama menjadi Taman Nasional Betung Kerihun. Seluruh kawasan ini terletak di Kabupaten Kapuas Hulu, Provinsi Kalimantan Barat.

3. Tourism Potential

There are four activities of tourism potential in BKNP: mountaineering, water rafting, ‘sepan’ (water spring that contains salt which is usually located on riversides), biodiversity observation, and cultural tours. Locations with tourism potentials are:

- a. Muller Mountains landscape, as the nation’s border, with Mt. Kerihun and Mt. Betung for mountaineering / rock climbing activities.
- b. Tekelan, Sibau, Mendalam, Embaloh, Kanyau River for river tracking, fishing, wildlife / plants observation, and cultural tourism.
- c. Riam Lapan and Riam Matahari for white water rafting with difficulty level from class III to IV, and with highest level of class V at Riam Matahari.
- d. Sedik, Batang Pilung and Jaan River, where waterfalls are found, and with potentials for plants / wildlife observation and cultural tours.
- e. Tanjung Lokang, located on the west side of national park with cliffs and limestone caves, for caving and cultural tours.
- f. Lowland dipterocarp forests, alluvial forests, swamp forests, old secondary forests, hill dipterocarp forests, calcareous forests, sub-montane forests, and montane forests. In general, the condition of forest ecosystem types is still relatively well, even in some locations it has never been “touched”. Of the eight ecosystem types, the lowland dipterocarp forest occupies the largest portion of the entire region of BKNP. Shorea, Dipterocarpus, Hopea are common in the dipterocarp forest. Many researchers observe a wide variety of orchids and pitcher plants.

Biodiversity observation such as flora and fauna, especially arboreal fauna, is very recommended being done in flowering

3. Potensi Wisata

Potensi wisata TNBK ada 4 (empat) kegiatan, yaitu pendakian gunung, arung jeram, ‘sepan’ (mata air yang mengandung garam yang umumnya terdapat di tepi sungai), pengamatan keanekaragaman hayati, dan wisata budaya. Lokasi-lokasi yang memiliki potensi wisata adalah :

- a. Lanskap pegunungan Muller, yang merupakan batas negara, dengan Gunung Kerihun dan Gunung Betung untuk kegiatan pendakian / panjat tebing.
- b. Sungai Tekelan, Sibau, Mendalam, Embaloh, Kanyau untuk kegiatan penelusuran sungai, memancing, pengamatan satwa / tumbuhan dan wisata budaya.
- c. Riam Lapan dan Riam Matahari untuk kegiatan arung jeram dengan tingkat kesulitan III sampai IV, dan klimaks pada kelas V di Riam Matahari.
- d. Sungai Sedik, Batang Pilung dan Sungai Jaan dengan ditemui air terjun dan potensial untuk pengamatan tumbuhan / satwa serta wisata budaya.
- e. Tanjung Lokang, terletak di bagian barat taman nasional dengan tebing-tebing dan goa kapur, untuk kegiatan wisata goa dan budaya.
- f. Hutan dipterocarpaceae dataran rendah, hutan aluvial, hutan rawa, hutan sekunder tua, hutan dipterocarpaceae bukit, hutan berkapur, hutan sub-gunung, dan hutan pegunungan. Secara umum, kondisi hutan di tipe-tipe ekosistem tersebut masih relatif baik, bahkan di beberapa lokasi belum pernah ‘disentuh’. Dari kedelapan tipe ekosistem tersebut, hutan dipterocarpaceae dataran rendah menempati porsi paling besar dari keseluruhan kawasan TNBK. Marga Shorea, Dipterocarpus, Hopea termasuk dalam beberapa marga yang umum dijumpai di hutan dipterocarpaceae tersebut. Banyak peneliti mengamati beragam anggrek dan kantong semar.

Pengamatan keanekaragaman hayati berupa flora dan fauna khususnya fauna arboreal sangat baik bila dilakukan pasca musim berbunga hingga berbuah, yakni pada bulan

season to fruiting season, which is usually from November through January – coinciding with mating season for some primate (such as orangutan) and fish species. Other interesting wildlife is hornbills, and other bird species like predator birds and forest birds.

- g. There are 3 (three) locations for cultural tour: Sungai Sedik Village (settlements of Dayak Iban), Ukit-ukit Village (oldest village in this region, inhabited by ethnic Tamambaloh), and Sadap Village as the west entrance of BKNP, and is currently being developed as the entrance gate for tourists coming from Sarawak, Malaysia. There are some heirlooms and traditional tools of Dayak Iban that still can be found in Sadap Village.

The area manager suggests that the best time to visit these tourism potentials of BKNP is from June to September.

4. Zonation

Corresponding to the Minister of Forestry Regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P. 56/Menhut-II/2006 on National Park Zonation Guidelines, on July 15, 2009, through the decree of Director General of Forest Protection and Nature Conservation (Surat Keputusan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam) No. SK.120/IV-KK/2009, the zonation for BKNP was established. According the decree, BKNP is classified into 6 (six) zones: Core Zone, Wilderness Zone, Use Zone, Traditional Zone, Religious, Cultural, and Historical Zone, and Special Zone (settlement).

a. Core Zone with an area of 385.368 ha.

Core Zone in Embaloh watershed is 120.343 ha, Sibau watershed 61.291 ha, Mendalam watershed 32.120 ha and Kapuas watershed 171.615 ha. This zone is a region with five ecosystem types that have high vulnerability since it functions as the main water catchment area with the region's key species: orangutan (*Pongo pygmaeus pygmaeus*), birds from Bucerotidae family and habitat of Semah fish / *Tor* spp.

November hingga Januari, dimana biasanya pada waktu tersebut beberapa spesies primata (seperti orangutan) dan ikan juga berada dalam musim kawin. Satwa lainnya yang menarik adalah enggang, beberapa jenis burung pemangsa dan burung hutan.

- g. Terdapat 3 (tiga) lokasi wisata budaya, yaitu Dusun Sungai Sedik (pemukiman suku Dayak Iban), Desa Ukit-ukit (dusun tertua di kawasan ini yang didiami oleh etnis Tamambaloh), dan Dusun Sadap yang merupakan pintu gerbang barat kawasan TNBK dan kini sedang dikembangkan sebagai gerbang masuk wisatawan dari Sarawak, Malaysia. Di Dusun Sadap ini dapat ditemui beberapa pusaka dan alat tradisional Dayak Iban.

Pengelola kawasan menyarankan kunjungan terbaik ke potensi-potensi di TNBK dilakukan pada bulan Juni hingga September.

4. Zonasi

Sesuai dengan Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P. 56/Menhut-II/2006 tentang Pedoman Zonasi Taman Nasional, pada tanggal 15 Juli 2009 melalui Surat Keputusan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor SK.120/IV-KK/2009 telah ditetapkan Zonasi Taman Nasional Betung Kerihun. Berdasarkan surat keputusan tersebut, kawasan TNBK terbagi dalam 6 (enam) zona, yaitu Zona Inti, Zona Rimba, Zona Pemanfaatan, Zona Tradisional, Zona Religi, Budaya dan Sejarah, serta Zona Khusus (pemukiman).

a. Zona Inti seluas 385.368 hektar.

Zona Inti di Daerah Aliran Sungai (DAS) Embaloh memiliki luas 120.343 ha, DAS Sibau 61.291 ha, DAS Mendalam 32.120 ha dan DAS Kapuas 171.615 ha. Zona ini merupakan kawasan dengan lima tipe ekosistem yang memiliki tingkat kerentanan tinggi karena merupakan daerah tangkapan air utama dengan spesies kunci kawasan yaitu orangutan (*Pongo pygmaeus pygmaeus*), burung-burung dari kerabat Bucerotidae dan habitat dari ikan Semah (*Tor* spp.)

b. Wilderness Zone with an area of 231.529 ha.

Wilderness Zone in Embaloh watershed is 59.806 ha, Sibau watershed is 52.227 ha, Mendalam watershed is 43.845 ha and Kapuas watershed is 76.012 ha. This zone has potential areas for limited tourism and special interest. In addition, this zone is also a transit area for migratory birds.

c. Use Zone with an area of 24.859 ha.

Use Zone in Embaloh watershed is 7.170 ha, Sibau watershed is 7.425 ha, Mendalam watershed is 2.160 ha and Kapuas watershed is 8.104 ha. This zone has potential locations for tourism development such as caves, waterfalls, Karst Mountains, rivers with white water, as well as hiking trails.

d. Traditional Zone with an area of 143.894 ha.

In Embaloh watershed, Traditional Zone has an area of 28.250 ha, Sibau watershed 6.369 ha, Mendalam watershed 16.398 ha and 92.876 in Kapuas watershed. This zone is established as a zone for meeting protein (fish, wild boar) and non-timber forest products (rattan, sap, jelutong, swallow nests) needs for communities that live surrounding the area.

e. Religious, Cultural, Historical Zone with an area of 10.196 hectare.

This zone is only found in Embaloh and Kapuas watershed. 4.182 ha in Embaloh and 6.014 ha in Kapuas watershed. This zone has a variety of potentials, such as heritage and cultural sites in a form of ancestral graves of Dayak community, or known as ‘tembawang’.

f. Settlement Zone with an area of 4.154 ha.

This Settlement Zone is located in the settlement area of Tanjung Lokang Village communities in Kapuas watershed, with their fields surrounding the river. In Kapuas Hulu watershed, this zone has an area of 3.905 ha, and in Mendalam watershed of 249 ha – most fields are owned by Dayak Bukat communities, along the Mendalam riversides.

b. Zona Rimba seluas 231.529 hektar.

Zona Rimba di DAS Embaloh seluas 59.806 ha , DAS Sibau seluas 52.227 ha, DAS Mendalam 43.845 ha dan DAS Kapuas 76.012 ha. Zona ini merupakan lokasi-lokasi yang berpotensi menjadi area wisata terbatas dan minat khusus. Selain itu zona ini merupakan persinggahan dari burung-burung migran.

c. Zona Pemanfaatan seluas 24.859 hektar.

Zona Pemanfaatan di DAS Embaloh seluas 7.170 ha, DAS Sibau 7.425 ha, DAS Mendalam 2.160 ha dan DAS Kapuas seluas 8.104 ha. Zona-zona ini menyimpan potensi berupa lokasi-lokasi pengembangan wisata alam berupa gua, air terjun, pegunungan karst, sungai dengan riam-riam serta rute *hiking (trail)*.

d. Zona Tradisional seluas 143.894 hektar.

Untuk DAS Embaloh, terdapat Zona Tradisional seluas 28.250ha,DAS Sibau 6.369 ha,DAS Mendalam 16.398 ha dan 92.876 ha di DAS Kapuas. Zona ini dibentuk sebagai zona penuhan kebutuhan protein (ikan, babi) dan hasil hutan non kayu (rotan, getah, jelutong, sarang walet) bagi masyarakat di sekitarnya.

e. Zona Religi, Budaya dan Sejarah seluas 10.196 hektar.

Zona ini hanya terdapat di DAS Embaloh dan DAS Kapuas. Di DAS Embaloh terdapat 4.182 ha dan 6.014 ha di DAS Kapuas. Zona-zona tersebut memiliki berbagai potensi peninggalan sejarah dan situs budaya dalam bentuk makam leluhur masyarakat Dayak yang dinamakan ‘tembawang’

f. Zona Khusus Pemukiman seluas 4.154 hektar.

Zona Khusus Pemukiman ini terdiri dari kawasan pemukiman penduduk Desa Tanjung Lokang di DAS Kapuas beserta ladangnya di sekitar sungai. Zona Khusus ini terdapat di DAS Kapuas dengan luas 3.905 ha dan 249 ha di DAS Mendalam yang merupakan ladang masyarakat Dayak Bukat di tepi Sungai Mendalam.

5. Management Plan

Long-term management plan is outlined in National Park Management Plan (RPTN) for period of 25 years (RPTN 2000-2024), which consists of three books: Book I contains Management Plan, Book II contains Data, Projection, and Analysis, and Book III contains Site Plan. Mid-term plan is outlined in BKNP 5 years Management Plan (RPTNL), and is now entering its third period (2010-2014).

A few planning efforts for technical management activities that have been done are:

- a. Development of a Detailed Design for 5 watersheds.
- b. Master Plan for a Village Model Development in Embaloh watershed.
- c. Development of RPTNL.
- d. Procurement of Development Model for environmental services from nature tourism in Embaloh watershed and Master Plan for a Village Model Development in Sibau watershed.
- e. Development of a plan to empower communities living in buffer zones of Mendalam watershed.

6. Program Activities

Until now, protection and safeguarding activity is one of management efforts from a conservation area. The integrity of an area and its ecosystem has become the main asset for tourism destinations. Safeguarding activities are routinely performed by the Forest Rangers (POLHUT) or by joint safeguarding operation done together with other parties, such as police and TNI (Tentara Nasional Indonesia – Indonesian military). Safeguarding is mainly done on the borders and swakarsa forests in Embaloh and Kapuas-Bungan watersheds.

In every budget year, there is always a budget point allocated for forest fires prevention and control activities. However, since first established, forest fire incident has never happened in BKNP area. Thus the activities done are in a form of muster for forest fires and outreach about forest fires to communities that live surrounding the area.

5. Rencana Pengelolaan

Rencana jangka panjang pengelolaan telah dituangkan dalam sebuah Rencana Pengelolaan Taman Nasional (RPTN) untuk kurun waktu 25 tahun yaitu RPTN 2000 - 2024, yang terdiri dari 3 (tiga) buku, masing masing berupa Buku I yang berisi Rencana Pengelolaan, Buku II yang berisi Data, Proyeksi dan Analisis, serta Buku III yang berisi Rencana Tapak. Rencana jangka menengah yang tertuang dalam Rencana Pengelolaan TNBK Lima Tahunan saat ini telah memasuki periode ketiga (2010-2014).

Beberapa upaya perencanaan kegiatan teknis pengelolaan yang telah dilakukan antara lain :

- a. Penyusunan Desain Detil di 5 (lima) DAS.
- b. Rencana Induk Pengembangan Desa Model di DAS Embaloh.
- c. Penyusunan RPTNL.
- d. Pengadaan Model Pengembangan Pemanfaatan Jasa Lingkungan Wisata Alam di DAS Embaloh dan Rencana Induk Pengembangan Desa Model di DAS Sibau.
- e. Penyusunan Rancangan Pemberdayaan Masyarakat Daerah Penyangga di DAS Mendalam.

6. Program Kegiatan

Hingga kini kegiatan perlindungan dan pengamanan merupakan salah satu upaya pengelolaan prioritas dari sebuah kawasan konservasi. Keutuhan kawasan dan ekosistemnya akan menjadi aset utama sebagai kawasan tujuan wisata. Kegiatan pengamanan rutin dilakukan oleh Polisi Hutan (POLHUT) atau merupakan operasi pengamanan gabungan yang dilaksanakan bersama pihak lain, yaitu Kepolisian dan TNI (Tentara Nasional Indonesia). Pengamanan terutama di daerah perbatasan dan hutan swakarsa di DAS Embaloh dan DAS Kapuas-Bungan.

Dalam setiap tahun anggaran, selalu tersedia mata anggaran yang dialokasikan untuk kegiatan pencegahan dan penanganan kebakaran hutan. Namun sejak ditetapkan, tidak pernah terjadi kebakaran hutan di kawasan TNBK. Sehingga kegiatan yang dilakukan berupa apel siaga kebakaran hutan dan penyuluhan kebakaran hutan kepada masyarakat sekitar kawasan.

Species and genetic conservation is one of BKNP efforts in implementing its conservation and preservation functions as a national park. Until now, the most effort done is in a form of surveys for inventory, assessment, and exploration on forest resource conditions, which will be used as baseline data in the future – not only for species and genetic conservation effort but also for researchers and for interpretation of the region's biodiversity to tourists.

As one of important national parks in HoB and to accommodate the interest of communities in Sadap Village, BKNP has prepared its area to develop tourism by developing a Site Plan in Tekelan River in 2010. This site, located in Embaloh watershed, is considered feasible for camping and mountaineering activities, as well as a starting point for tourists to observe the region's biodiversity through river trekking.

7. Partnership and Cooperation

Some cooperation in forest resource management is done by BKNP management in partnership with:

- a. Transboundary conservation (ITTO - International Tropical Timber Organization), 1994.
- b. ITTO Borneo Biodiversity Expedition, 1997.
- c. Community Based Transboundary Management Plan (ITTO - WWF), 2001 – 2005.

In line with local autonomy policy, local government has a bigger role in formulating and implementing forestry policy at district level. One policy that is the most important in forestry development at district level is land use allocation for forestry sector, which is implemented in a form of Spatial Plan (RTRW). Until 2011, the review process and development of land use plan in West Kalimantan Province is still in its finalization stage. Decision made by Kapuas Hulu Head District (Keputusan Bupati Kapuas Hulu) No. 144 / 2003 on Establishing Kapuas Hulu District as Conservation District has given an implication to what ‘kind’ of tourism

Konservasi jenis dan genetik merupakan salah satu upaya dalam rangka menjalankan fungsi pelestarian dan pengawetan dari sebuah kawasan taman nasional. Hingga saat ini, mayoritas upaya ini dilaksanakan dalam bentuk survei untuk melakukan inventarisasi, kajian, dan eksplorasi terhadap kondisi sumber daya hutan yang ke depan akan menjadi sebuah basis data tidak hanya bagi upaya konservasi spesies dan genetik, namun juga bagi para peneliti dan interpretasi keanekaragaman hayati kawasan untuk wisatawan.

Sebagai salah satu taman nasional penting di Jantung Borneo dan untuk mengakomodasi minat masyarakat Dusun Sadap, TNBK mempersiapkan kawasannya untuk mengembangkan pariwisata dengan menyusun Rencana Tapak di Sungai Tekelan pada tahun 2010. Tapak yang terletak di DAS Embaloh ini dinilai layak untuk tempat berkemah dan pendakian bukit serta merupakan titik awal bagi para wisatawan untuk mengamati keanekaragaman hayati kawasan melalui penyusuran sungai.

7. Kemitraan dan kerja sama

Beberapa kerja sama pengelolaan sumber daya hutan dilakukan pengelola TNBK dengan mitra kerja :

- a. Transboundary conservation (ITTO - International Tropical Timber Organization) tahun 1994.
- b. ITTO Borneo Biodiversity Expedition tahun 1997.
- c. Community Based Transboundary Management Plan (ITTO - WWF) tahun 2001 – 2005.

Sejalan dengan kebijakan otonomi daerah, pemerintah daerah memiliki peran yang lebih besar dalam perumusan dan implementasi kebijakan kehutanan di tingkat daerah. Salah satu kebijakan yang paling penting dalam pembangunan kehutanan di daerah adalah alokasi ruang bagi sektor kehutanan yang diimplementasikan dalam bentuk Rencana Tata Ruang Wilayah. Hingga tahun 2011, proses review dan penyusunan rencana tata ruang provinsi Kalimantan Barat ini masih dalam tahap finalisasi. Keputusan Bupati Kapuas Hulu Nomor 144 Tahun 2003 tentang Penetapan Kabupaten Kapuas Hulu sebagai Kabupaten Konservasi akan memberikan implikasi kepada pariwisata ‘macam’ apa yang selayaknya harus dikembangkan dan ‘sampai sejauh mana’ pariwisata tersebut layak dikembangkan.

should be developed and ‘how far’ tourism should be developed. Aligned with this decision, Kapuas Hulu district is very interested to have a ‘Master Plan on Ecotourism’ and has asked for support to GIZ.

8. BKNP Readiness for Sustainable Ecotourism Development

Corresponding to Government Regulation (Peraturan Pemerintah) No. 36 / 2010 on Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park, venture activities and/or nature tourism services are allowed to be held in Use Zone. Operation permits for nature tourism services can be given to individuals or business entities, both private, state or district entities. Procedures to obtain this permit are regulated by the Minister of Forestry through Indonesian Minister of Forestry regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.48/Menhut-II/2010 regarding Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. Every nature tourism business is planned according to the site plan that has been developed by the area manager to provide directions for nature tourism management. Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management is governed by Director General of Forest Protection and Nature Conservation (Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam – Dirjen PHKA) through Dirjen PHKA regulation No. P.3/IV-SET/2011 on Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. The design of the site is endorsed by a technical director responsible in related sector.

Selaras dengan hal tersebut, Kabupaten Kapuas Hulu sangat berminat untuk memiliki ‘Rencana Induk Ekowisata’ dan telah mengajukan bantuan ke GIZ.

8. Kesiapan Taman Nasional dalam Pengembangan Ekowisata yang Berkelanjutan

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, di zona pemanfaatan dapat diselenggarakan kegiatan usaha barang dan / atau jasa pariwisata alam. Izin pengusahaan jasa pariwisata alam dapat diberikan kepada perorangan dan atau badan usaha, baik swasta maupun badan usaha milik negara atau daerah. Tata cara permohonan izin usaha ini diatur oleh Menteri Kehutanan melalui Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.48/Menhut-II/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Setiap usaha pariwisata alam direncanakan sesuai dengan desain tapak yang disusun oleh masing-masing pengelola kawasan untuk memberikan arahan pengelolaan pariwisata alam. Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam diatur oleh Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam melalui Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Desain tapak ini disahkan oleh direktur teknis yang bertanggung jawab di bidang terkait.



B. DANAU SENTARUM NATIONAL PARK

1. Overview

Danau Sentarum National Park (DSNP) represents wetland lake, freshwater swamp forest, and tropical rain forest ecosystems in Kalimantan. Danau (Lake) Sentarum, a seasonal lake, is located in part of the Kapuas River Basin, about 700 km from the estuary that flows into the South China Sea. Surrounded by hills and highland, Danau Sentarum forms an important water catchment area, and at the same time regulates the water flow through the Kapuas watershed. All the areas downstream are therefore highly dependent on the fluctuating water level of the lake.

2. Establishment History

The first designation for Danau Sentarum to become a reserve area was in 1981, with status as nature reserve according to the decree of Forestry Director General (Surat Keputusan Direktur Jenderal Kehutanan) No. 2240/DJ/I/1981 on June 15, 1981 with an area of 80.000 ha.

Danau Sentarum area was designated into the Nature Reserve in 1982 by Decree No. 757/Kpts/Um/10/1982 with an area of 80,000 ha. The area is managed as a Wildlife Reserve by the Forestry Department, represented by the office of Natural Resources Conservation Center Sub-Bureau (Sub-balai Konservasi Sumber Daya Alam) of West Kalimantan with office in Pontianak. In 1994 the Danau Sentarum Wildlife Reserve was determined to be a Ramsar site in Indonesia, because it is one of the representatives of floodplain, which is very important not only for Indonesia but also for the world. DSNP ecosystem is one of the widest floodplain that remains in good condition in Indonesia, even in Southeast Asia. In 1999, Danau Sentarum Wildlife Reserve was changed into Danau Sentarum National Park by the Decree of the Minister of Forestry and Plantations (Surat Keputusan Menteri Kehutanan dan Perkebunan) No. 34/Kpts-II/1999 dated 4 February 1999 with an area of 132 000 ha.

B. TAMAN NASIONAL DANAU SENTARUM

1. Gambaran Umum

Taman Nasional Danau Sentarum (TNDS) merupakan perwakilan ekosistem lahan basah danau, hutan rawa air tawar dan hutan hujan tropis di Kalimantan. Danau Sentarum sebagai danau musiman yang berada di taman nasional ini terletak pada sebelah cekungan sungai Kapuas, yaitu sekitar 700 km dari muara yang menuju Laut Cina Selatan. Dibatasi oleh bukit-bukit dan dataran tinggi yang mengelilinginya, Danau Sentarum merupakan daerah tangkapan air dan sekaligus sebagai pengatur tata air bagi Daerah Aliran Sungai Kapuas. Dengan demikian, daerah-daerah yang terletak di hilir Sungai Kapuas sangat tergantung pada fluktuasi jumlah air yang tertampung di danau tersebut.

2. Sejarah Penetapan

Penunjukan kawasan Danau Sentarum sebagai kawasan suaka alam untuk pertama kalinya pada tahun 1981 dengan status sebagai Cagar Alam yaitu berdasarkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Kehutanan Nomor 2240/DJ/I/1981 tanggal 15 Juni 1981 dengan luas 80.000 ha. Daerah Danau Sentarum ditetapkan menjadi kawasan Suaka Alam pada tahun 1982 dengan Surat Keputusan Nomor 757/Kpts/Um/10/1982 dengan luas 80.000 ha. Daerah ini dikelola sebagai Suaka Margasatwa oleh Departemen Kehutanan yang diwakili oleh kantor Sub Balai Konservasi Sumber Daya Alam Kalimantan Barat yang berkantor di Pontianak. Pada tahun 1994 Suaka Margasatwa Danau Sentarum ditetapkan menjadi lokasi Ramsar di Indonesia, karena merupakan salah satu wakil daerah hamparan banjir (*floodplain*) yang sangat penting, tidak saja bagi bangsa Indonesia, namun juga bagi dunia. TNDS merupakan salah satu tipe ekosistem hamparan banjir paling luas yang masih tersisa dalam kondisi baik di Indonesia, bahkan di Asia Tenggara. Pada tahun 1999, kawasan Suaka Margasatwa Danau Sentarum berubah fungsi menjadi kawasan Taman Nasional Danau Sentarum melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan dan Perkebunan No. 34/Kpts-II/1999 tanggal 4 Februari 1999 dengan luas 132.000 ha.

On February 1, 2007, through the Minister of Forestry Regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.03/Menhut-II/2007, Danau Sentarum National Park Technical Unit is legally established, which is based in Sintang district.

3. Tourism Potentials

DSNP has some peculiar and endemic species of plant, including tengkawang (*Shorea beccariana*). Lowland forest plants like jelutung (*Dyera costulata*), ramin (*Gonystylus bancanus*), meranti (*Shorea sp.*), keruing (*Dipterocarpus sp.*), and ulin wood (*Eusideroxylon zwageri*) can also be found.

The drainage system from this freshwater lake and flooded forest makes Danau Sentarum quite distinct from other lakes. Its reddish-black water is a result of the tannin from the surrounding peat swamp forest. In the rainy season, the depth of the lake may reach 6-8 meters, flooding the surrounding areas and forest. During the dry season, when the level of the Kapuas River gradually drops, water from Danau Sentarum flows into Kapuas to restore the water deficit and keep the water level of the river relatively stable. Eventually, when the dry season reaches its climax, Danau Sentarum and the surrounding areas become a vast stretch of dry land, the fish from the lake inhabiting small, scattered ponds.

The local people around Danau Sentarum National Park belong to the Dayak tribes like the Iban, Sebaruk, Sontas, Punan and they still live in a very traditional way. The characteristic of longhouses (betang) inhabited by the Dayak tribes vary in size, there are houses occupied by five to eight families and there are houses occupied by 15 to 30 families. A typical longhouse occupied by fifteen to thirty families would have an average length of 186 meters and width of 6 meters. The local way of life in betang is harmonious, simple, and friendly, and visitors will usually be treated to a traditional Dayak dance.

Pada tanggal 1 Februari 2007 melalui Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.03/Menhut-II/2007, secara legalitas awal berdirinya Unit Pelaksana Teknis Balai Taman Nasional Danau Sentarum yang berkantor di Kabupaten Sintang.

3. Potensi Wisata

TNDS memiliki tumbuhan khas dan asli yaitu tembesu/tengkawang (*Shorea beccariana*). Selain itu juga terdapat tumbuhan hutan dataran rendah seperti jelutung (*Dyera costulata*), ramin (*Gonystylus bancanus*), meranti (*Shorea sp.*), keruing (*Dipterocarpus sp.*), dan kayu ulin (*Eusideroxylon zwageri*).

Sistem perairan dari danau air tawar dan hutan tergenang ini menjadikan Danau Sentarum tidak seperti danau-danau lainnya. Airnya bewarna hitam kemerah-merahan karena mengandung tanin yang berasal dari hutan gambut di sekitarnya. Pada saat musim hujan, kedalaman air danau tersebut dapat mencapai 6-8 meter dan menyebabkan tergenangnya hutan sekitarnya. Tetapi, pada saat musim kemarau, dimana tinggi air di Sungai Kapuas berangsur-angsur turun, air dari Danau Sentarum akan mengalir ke Sungai Kapuas sehingga debit air di sungai tersebut relatif stabil. Akhirnya pada saat puncak musim kemarau, keadaan Danau Sentarum dan daerah sekitarnya akan menjadi hamparan tanah yang luas. Ikan-ikan yang tadinya berada di danau akan terlihat di kolam-kolam kecil.

Kehidupan masyarakat yang berada di sekitar taman nasional yaitu suku Dayak Iban, Sebaruk, Sontas, Kenyah dan Punan masih tradisional. Rumah panjang (Betang) yang dihuni oleh suku tersebut beragam besarnya, ada yang dihuni lima sampai delapan kepala keluarga dan ada yang dihuni 15 sampai 30 kepala keluarga. Rumah panjang yang dihuni 15 – 30 kepala keluarga mempunyai panjang rata-rata 186 meter dan lebar 6 (enam) meter. Kehidupan di rumah betang memperlihatkan suatu kerukunan, kepolosan dan keramahtamahan suku tersebut, dan biasanya wisatawan akan disuguhitarian mereka. Potensi wisata lainnya adalah tata cara dan adat istiadat masyarakat Melayu dalam mengelola sumber daya ikan dan beternak lebah

Other tourism potentials are procedures and traditions of Malayan communities in managing their fish resources and in traditional bee farming, and procedures and traditions of Iban and Kantuk communities in performing their traditional ceremonial and producing woven crafts and ikat.

In addition to the uniqueness of these vast expanses of lake ecosystem with its biodiversity and the life of traditional communities of Dayak Iban surrounding DSNP, other interesting locations to visit are:

- a. Bukit Lanjak and Nanga Kenelang to see the lake panorama, canoeing, and birds and mammals observation.
- b. Bukit Tekenang which has laboratorium facilities for research activities. The uniqueness of flora in DSNP, whose species is 89% different from species found in Kapuas watershed, is one of the most often subjects being researched.

The area manager suggests that the best time to visit DSNP is from May to October.

4. Zonation

- a. Core Zone is located in Menyukung hills area and its surroundings. The zone has an area of 4.292 Ha. Natural resource potentials consist of high level of biodiversity, variation in vegetation types, species diversity and low level of human activities.
- b. Wilderness Zone is located in a land area with swamp vegetations where almost all of the area is flooded. Part of this zone with an area of 21.689 ha has biodiversity, indigenous culture, and endemic species diversity. The other part of the zone, with an area of 19.716 ha, that is also an area with swamp vegetations where all area is flooded, is a vast expanse of wetlands and big lakes connected by rivers. In this area, there are traditional communities and a high level of biodiversity.

secara tradisional serta tata cara atau adat istiadat masyarakat Iban dan Kantuk dalam melakukan upacara adat ritual mereka serta membuat barang-barang anyaman dan tenun ikat.

Selain keunikan dan kekhasan ekosistem hamparan danau yang luas dengan keaneragaman hayati serta kehidupan tradisional masyarakat Dayak Iban di sekitar TNDS, beberapa lokasi yang menarik untuk dikunjungi adalah :

- a. Bukit Lanjak dan Nanga Kenelang untuk melihat panorama danau, bersampan dan pengamatan keanekaragaman jenis burung dan mamalia.
- b. Bukit Tekenang yang memiliki sarana laboratorium untuk kegiatan penelitian. Keunikan flora TNDS yang jenisnya 89% berbeda dengan yang ada di DAS Kapuas adalah salah satu yang sering dilakukan untuk penelitian.

Pengelola kawasan menyarankan mengunjungi TNDS sebaiknya antara bulan Mei sampai Oktober.

4. Zonasi

- a. Zona inti berada pada wilayah perbukitan Menyukung dan daerah sekitarnya. Luasnya 4.292 Ha. Potensi sumber daya alamnya adalah keanekaragaman hayati yang tinggi, variasi tipe vegetasi, keanekaragaman spesies dan tingkat kegiatan manusia yang rendah.
- b. Zona rimba berada pada wilayah daratan vegetasi rawa yang hampir seluruh wilayahnya tergenang air. Bagian dengan luas 21.689 hektar memiliki keanekaragaman spesies, budaya asli penduduk dan keanekaragaman spesies asli (endemik). Pada bagian dengan luasan 19.716 hektar, yang juga merupakan wilayah daratan vegetasi rawa yang seluruh wilayahnya tergenang air, merupakan hamparan daratan lahan basah yang luas dan danau-danau besar yang terhubung dengan sungai. Di dalam area ini terdapat masyarakat tradisional dan memiliki keanekaragaman jenis cukup tinggi.

5. Management Plan and Program Activities

Danau Sentarum National Park area must have a management plan that is aligned with the conservation area establishment and management objective, which is especially targeted to conserve biodiversity and ecosystem in order to support efforts in improving welfare and quality of life of communities around the area.

To realize the role and benefit of this national park existence, which is a Ramsar site, one long-term (25 years) management plan of Danau Sentarum National Park (Rencana Pengelolaan Taman Nasional Danau Sentarum / RPTN-DS) is collaboratively prepared between Yayasan Riak Bumi, West Kalimantan Natural Resources Conservation Bureau (Balai Konservasi Sumber Daya Alam), TBI (The Borneo Initiative) Indonesia, CIFOR (Center for International Forestry Research), West Kalimantan UKK (Coordination of Work Unit), Yayasan Titian, and Yayasan Konservasi Borneo and other parties. Preparation of management plan is initiated by cooperation agreement in preparing RPTN-DS that is contained in Technical Cooperation Agreement document (Perjanjian Kerja sama Teknis) No. S 1447/IVK. 21/SEK/2006 on Preparation of RPTN-DS. For Technical Implementation Unit (UPT) of DSNP, RPTN-DS is used as the basis to prepare the mid-term and annual management plan. Other than UPT-DSNP, RPTN-DS is used as a shared baseline for other stakeholders who have concerns and activities plan to work in DSNP area. Public consultation for RPTN-DS document was held last March 29, 2007 in the hall of Kapuas Hulu Head District Office, West Kalimantan.

One program activity related to tourism activities which is currently executed in the field is boardwalk construction that goes around some parts of the lake heading to the hills. This activity is executed with budget support from the Ministry of Cultural and Tourism.

5. Rencana Pengelolaan dan Program Kegiatan

Kawasan Taman Nasional Danau Sentarum harus memiliki rencana pengelolaan yang sejalan dengan tujuan penetapan dan pengelolaan kawasan konservasi yaitu terutama ditujukan untuk melestarikan keanekaragaman hayati dan ekosistemnya agar dapat mendukung upaya peningkatan kesejahteraan dan mutu kehidupan masyarakat sekitar.

Untuk mewujudkan peran dan manfaat keberadaan taman nasional yang merupakan situs Ramsar ini, Rencana Pengelolaan Taman Nasional Danau Sentarum (RPTN-DS) jangka panjang (25 tahun) telah disusun secara kolaboratif antara Yayasan Riak Bumi, Balai Konservasi Sumber Daya Alam Kalimantan Barat, TBI (The Borneo Initiative) Indonesia, CIFOR (Center for International Forestry Research), UKK (Unit Kerja Koordinasi) Kalimantan Barat, Yayasan Titian, dan Yayasan Konservasi Borneo serta pihak lainnya. Penyusunan rencana pengelolaan dimulai dengan kesepakatan kerja sama penyusunan RPTN-DS yang tertuang dalam dokumen Perjanjian Kerja sama Teknis Nomor S 1447/IVK. 21/SEK/2006 tentang Penyusunan Rencana Pengelolaan Taman Nasional Danau Sentarum. Bagi Unit Pelaksana Teknis (UPT) TNDS, RPTN-DS digunakan sebagai landasan untuk menyusun rencana pengelolaan jangka menengah dan tahunan. Selain oleh UPT TNDS, RPTN-DS juga dijadikan acuan bersama para pemangku kepentingan lain yang memiliki perhatian dan rencana-rencana kegiatan untuk berkarya di dalam kawasan TNDS. Konsultasi publik dokumen RPTN-DS dilaksanakan pada tanggal 29 Maret 2007 di Aula Kantor Bupati Kabupaten Kapuas Hulu, Kalimantan Barat.

Salah satu program kegiatan yang terkait dengan kegiatan pariwisata dan saat ini sedang dilaksanakan di lapangan adalah pembangunan *boardwalk* mengelilingi sebagian dari danau menuju ke bukit. Kegiatan ini dilaksanakan dengan dukungan anggaran dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.

6. Partnership and Cooperation

A Memorandum of Understanding has been signed between Kapuas Hulu Government District and GIZ FORCLIME to contribute in developing DSNP and its surroundings as District Strategic Area (KSK) for ecotourism development. This KSK is a derivation from the draft Spatial Plan (RTRW) of Kapuas Hulu District 2011-2031. Danau Sentarum is included within the list of National Tourism Strategic Area according to Indonesian Government Regulation (Peraturan Pemerintah) No. 50 / 2011 regarding Masterplan for National Tourism Development 2010-2025.

Draft RTRW of Kapuas Hulu District will provide more detailed directions and operational in spatial use for those doing development projects or activities related to land use, especially for ecotourism development in the district. Remembering that tourism is one main sector to achieve the district's strategic goal, as listed on RTRW, this Ecotourism Area KSK will be the key in implementing ecotourism development strategies. Ecotourism Area KSK is one of the three district strategic areas that have been arranged and described within the spatial plan:

- a. District Strategic Area of DSNP and its surroundings as ecotourism development area.
- b. District Strategic Area between DSNP and BKNP as biodiversity corridor.
- c. District Strategic Area as agropolitan (agrarian development).

7. DSNP Readiness for Sustainable Ecotourism Development

Corresponding to Government Regulation (Peraturan Pemerintah) No. 36 / 2010 on Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park, venture activities and/or nature tourism services are allowed to be held in Use Zone. Operation permits for nature tourism services can be given to individuals or business entities, both

6. Kemitraan dan Kerja sama

Suatu kesepakatan bersama (*Memorandum of Understanding*) telah ditandatangani antara Pemerintah Daerah Kabupaten Kapuas Hulu dan GIZ FORCLIME untuk berkontribusi dalam mengembangkan TNDS dan sekitarnya sebagai Kawasan Strategis Kabupaten (KSK) untuk pengembangan ekowisata. KSK ini merupakan turunan dari draft Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Kapuas Hulu 2011-2031. Danau Sentarum termasuk dalam daftar Kawasan Strategis Pariwisata Nasional sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional tahun 2010 – 2025.

Draft RTRW Kabupaten Kapuas Hulu akan memberikan arah yang lebih rinci dan operasional dalam pemanfaatan ruang kepada para pihak yang melaksanakan proyek pembangunan atau kegiatan yang berkaitan dengan pemanfaatan lahan, khususnya untuk pengembangan ekowisata di kabupaten tersebut. Mengingat pariwisata merupakan salah satu sektor utama untuk mencapai tujuan strategis kabupaten, sebagaimana tercantum dalam RTRW, KSK Kawasan Ekowisata ini akan menjadi kunci dalam menerapkan strategi pengembangan ekowisata. KSK Kawasan Ekowisata merupakan salah satu dari tiga kawasan strategis kabupaten yang telah disusun dan dijelaskan dalam rencana tata ruang:

- a. Kawasan Strategis Kabupaten TNDS dan sekitarnya sebagai kawasan pengembangan ekowisata.
- b. Kawasan Strategis Kabupaten antara TNDS dan TNBK sebagai koridor keanekaragaman hayati.
- c. Kawasan Strategis Kabupaten untuk agropolitan (pengembangan agrarian).

7. Kesiapan TNDS dalam Pengembangan Ekowisata yang Berkelanjutan

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional,

private, state or district entities. Procedures to obtain this permit are regulated by the Minister of Forestry through Indonesian Minister of Forestry regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.48/Menhut-II/2010 regarding Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. Every nature tourism business is planned according to the site plan that has been developed by the area manager to provide directions for nature tourism management. Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management is governed by Director General of Forest Protection and Nature Conservation (Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam – Dirjen PHKA) through Dirjen PHKA regulation No. P.3/IV-SET/2011 on Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. The design of the site is endorsed by a technical director responsible in related sector.

C. KAYAN MENTARANG NATIONAL PARK

1. Overview

Kayan Mentarang National Park (KMNP) forms the largest single area of primary and old secondary forest in Kalimantan and the whole Southeast Asia, and is a key to all protected area systems in Indonesia. With a total area of around 1,36 million hectare, expanse of this forest stretches across the northern part of East Kalimantan, precisely in Malinau district and Nunukan district, borders with Sabah and Sarawak, Malaysia. Located in an altitude range of 200 meter to 2500 meter above sea level, this area encompasses low-land valleys, highlands, and rugged mountain ranges formed by various sediment and volcanic formations.

KMNP is one of the most important protected areas in tropical Asia. The total area, its location at an important biodiversity point, high cultural value and its role in watershed protection are the main factors that make KMNP very valuable. KMNP

Taman Hutan Raya dan Taman Wisata, di zona pemanfaatan dapat diselenggarakan kegiatan usaha barang dan / atau jasa pariwisata alam. Izin pengusahaan jasa pariwisata alam dapat diberikan kepada perorangan dan atau badan usaha, baik swasta maupun badan usaha milik negara atau daerah. Tata cara permohonan izin usaha ini diatur oleh Menteri Kehutanan melalui Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.48/Menhut-II/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Setiap usaha pariwisata alam direncanakan sesuai dengan desain tapak yang disusun oleh masing-masing pengelola kawasan untuk memberikan arahan pengelolaan pariwisata alam. Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam diatur oleh Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam melalui Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Desain tapak ini disahkan oleh direktur teknis yang bertanggung jawab di bidang terkait.

C. TAMAN NASIONAL KAYAN MENTARANG

1. Gambaran Umum

Taman Nasional Kayan Mentarang (TNKM) memiliki kawasan hutan primer dan sekunder tua terbesar yang masih tersisa di pulau Kalimantan dan seluruh Asia Tenggara serta merupakan salah satu kunci dari sistem kawasan lindung Indonesia. Dengan luas lahan sekitar 1,36 juta hektar, hamparan hutan ini membentang di bagian utara Kalimantan Timur, tepatnya di wilayah Kabupaten Malinau dan Kabupaten Nunukan, berbatasan dengan Sabah dan Sarawak, Malaysia. Terletak pada ketinggian antara 200 meter sampai 2500 meter di atas permukaan laut, kawasan ini mencakup lembah-lembah dataran rendah, dataran tinggi pegunungan, serta gugus pegunungan terjal yang terbentuk dari berbagai formasi sedimen dan vulkanis.

TNKM adalah salah satu kawasan lindung terpenting di Asia Tropis. Luas kawasannya, lokasinya yang

area is the biggest conservation area in Kalimantan and the biggest conservation area of its kind in Indonesia and Southeast Asia.

2. Establishment History

Kayan Mentarang National Park was first established as a Nature Reserve by the Indonesian Minister of Agriculture in 1980 through a decree No. 84/Kpts/Un/II/1980 on November 25. The name Kayan Mentarang is taken from the names of important watersheds in the national park area, which are Kayan watershed in the south and Mentarang watershed in the north. Based on scientific assessments and to accommodate aspirations from local communities (adat), the status of this area was then changed into a national park through the Minister of Forestry's decree No. 631/Kpts-II/1996 on October 7.

3. Tourism Potentials

This Park has an astonishing diversity of plant and animal species, many of which are either endangered or protected, a huge diversity of ecosystem types, from lowland rain forest to moss-covered forest in the high mountains. Biodiversity within KMNP is very fascinating.

Some plants that have already been recorded in the park include pulai (*Alstonia scholaris*), jelutung (*Dyera costulata*), ramin (*Gonystylus bancanus*), damar (*Agathis borneensis*), ulin wood (*Eusideroxylon zwageri*), rengas (*Gluta wallichii*), gaharu (*Aquilaria malaccensis*), various orchid species, palm trees and pitcher plants. There are still several plants that have not yet been identified as they are all new plant species in Indonesia.

There are about 100 species of mammal (15 of them are endemic species), eight species of primate and more than 310 species of bird, of which 28 are endemic to Kalimantan and have been registered by the ICBP (International Committee for Bird Protection) as endangered species.

terletak di titik penting keanekaragaman hayati, tingginya nilai budaya dan peranannya dalam perlindungan daerah aliran sungai, merupakan faktor utama yang membuat TNKM menjadi sangat bernilai. Kawasan TNKM merupakan kawasan konservasi terbesar di Pulau Kalimantan dan merupakan kawasan konservasi terbesar diantara kawasan sejenis di Indonesia dan Asia Tenggara.

2. Sejarah Penetapan

Taman Nasional Kayan Mentarang ditetapkan pertama kali sebagai Cagar Alam oleh Menteri Pertanian Republik Indonesia Tahun 1980 melalui Surat Keputusan Nomor 84/Kpts/Un/II/1980 tanggal 25 November. Nama Kayan Mentarang diambil dari nama Daerah Aliran Sungai (DAS) penting yang ada di kawasan taman nasional, yaitu DAS Kayan di bagian selatan dan DAS Mentarang di bagian utara. Berdasarkan kajian ilmiah dan untuk menampung aspirasi masyarakat lokal (adat), kawasan ini diubah statusnya menjadi taman nasional melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 631/Kpts-II/1996 tanggal 7 Oktober.

3. Potensi Wisata

TNKM memiliki keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa bernilai tinggi baik jenis langka maupun dilindungi, keanekaragaman tipe ekosistem dari hutan hujan dataran rendah sampai hutan berlumut di pegunungan tinggi. Keanekaragaman hayati yang terkandung di TNKM memang sangat mengagumkan.

Beberapa tumbuhan yang ada antara lain pulai (*Alstonia scholaris*), jelutung (*Dyera costulata*), ramin (*Gonystylus bancanus*), agathis (*Agathis borneensis*), kayu ulin (*Eusideroxylon zwageri*), rengas (*Gluta wallichii*), gaharu (*Aquilaria malaccensis*), aren (*Arenga pinnata*), berbagai jenis anggrek, palem, dan kantong semar. Selain itu, ada beberapa jenis tumbuhan yang belum semuanya dapat diidentifikasi karena merupakan jenis tumbuhan baru di Indonesia.

Terdapat sekitar 100 jenis mamalia (15 jenis diantaranya endemik), 8 (delapan) jenis primata dan lebih dari 310 jenis burung dengan 28 jenis diantaranya endemik Kalimantan serta telah didaftarkan oleh ICBP (International Committee

There are several rare species of mammal, like the clouded leopard (*Neofelis nebulosa*), sun bear (*Hesarctos malayanus euryspis*), white-fronted leaf monkey (*P. frontata frontata*), pig-tailed macaque (*Macaca nemestrina nemestrina*), and banteng (*Bos javanicus lowi*).

Rivers such as the Bahau, Kayan and Mentarang are used as transport routes into the park. Along the journey, visitors will not only catch glimpses of various animals around the river, but also experience first-hand the agility of a longboat in navigating the rapids or struggling against swift currents.

Unlike in most rivers – originating from one spring upstream in the mountains which then flows and branches up to the downstream and into the estuaries, rivers in KMNP come from many springs in many mountainous regions upstream and flows into one large river headed downstream to the estuary. In the southern region of the park, there is a Kayan River which disembogues after splitting Tanjung Selor and Tanjung Palas sub-districts. The river comes from dozens of springs in Kayan and Pujungan upstream. This national park is also a fountain of three important rivers in Borneo (Kayan River, Sesayap River, and Sembakung River) and is a key element in the maintenance of the waterworks and river transport.

Forests along the Bahau River are hilly with steep cliffs that are very difficult to climb from the river. Forests in this region have many waterfalls of various sizes, the groove of a waterfall flow that is small enough has a sloping riverbank and used by local communities to enter the forest in this region. Pujungan is also known as an area where the sun never rises and never sets because it is often obscured by fog or clouds. However, sunlight penetration through fog or cloud is able to burn the skin without feeling the heat of the sun since the temperature is quite cold in this area. It is imaginable how cold the temperature is in Apau Ping area in Pujungan upstream.

Various types of culture are found within or surrounding KMNP, which are a cultural heritage of high value that has to be conserved. Around

(for Bird Protection) sebagai jenis terancam punah. Beberapa jenis mamalia langka seperti macan dahan (*Neofelis nebulosa*), beruang madu (*Hesarctos malayanus euryspis*), lutung dahi putih (*Presbytis frontata frontata*), dan banteng (*Bos javanicus lowi*).

Sungai-sungai yang ada di taman nasional ini seperti Sungai Bahau, Kayan dan Mentarang digunakan sebagai transportasi menuju kawasan. Selama dalam perjalanan, selain dapat melihat berbagai jenis satwa yang ada di sekitar sungai, juga dapat melihat kelincahan *longboat* dalam melewati jeram, ataupun melawan arus yang cukup deras. Tidak seperti pada umumnya – sungai berasal dari satu mata air di daerah hulu pegunungan yang kemudian mengalir bercabang-cabang ke hilir hingga menuju ke muara, sungai-sungai di TNKM berasal dari banyak mata air di banyak hulu daerah pegunungan dan mengalir menjadi satu sungai yang besar menuju ke hilir hingga ke muara. Pada wilayah selatan taman nasional terdapat sungai Kayan yang bermuara setelah membelah kecamatan Tanjung Selor dan Tanjung Palas, berasal dari belasan mata air di hulu Kayan dan hulu Pujungan. Taman nasional ini juga merupakan sumber mata air dari tiga sungai penting di Kalimantan (Sungai Kayan, Sungai Sesayap dan Sungai Sembakung) dan merupakan kunci utama dalam pemeliharaan tata air dan transportasi sungai.

Hutan di wilayah sepanjang sungai Bahau adalah hutan perbukitan dengan tebing-tebing terjal yang sangat sulit untuk didaki dari tepi sungai. Hutan di wilayah ini memiliki banyak sekali air terjun dari berbagai ukuran, alur aliran air terjun yang berukuran kecil mempunyai tepi sungai yang cukup landai dan dipergunakan oleh masyarakat sekitar untuk memasuki hutan di kawasan ini. Pujungan juga dikenal sebagai daerah di mana matahari tidak pernah terbit dan tidak pernah tenggelam sebab sering tertutup oleh kabut atau awan. Walaupun demikian, pendarnya sinar matahari dari balik kabut atau awan tersebut mampu membuat kulit memerah terbakar tanpa merasakan teriknya panas matahari karena cukup dinginnya suhu di daerah ini. Dapat dibayangkan dinginnya suhu di daerah Apau Ping di hulu Pujungan.

Di dalam dan di sekitar TNKM ditemukan beraneka ragam budaya yang merupakan warisan budaya yang bernilai tinggi untuk dilestarikan. Sekitar 21.000 orang dari bermacam etnik dan sub kelompok bahasa, yang dikenal sebagai suku Dayak, bermukim di dalam dan

21.000 people from various ethnicities and sub-languages, known as the Dayak tribe, inhabit within and surrounding the national park. Dayak communities, like Kenyah, Kayan, Lundayeh, Tagel, Saben and Punan, Badeng, Bakung, Makulit, Makasan have about 50 villages within the KMNP area. Communities living inside the national park area still rely on the forests as their livelihoods, such as timber, medicinal plants, and game animals. They also sell plants and animals from the forests, since the chance for earning cash is very little. But basically they have knowledge of cultural wisdom in line with the principle of conservation of forests and wildlife.

The ability of communities to preserve biodiversity in their traditional way of life by depending on variations of species is a uniqueness that is often regarded as a major tourism asset. For example, many rice varieties are planted, some types of wood are used for building materials, many kinds of plants are used for medicine, and various types of animals hunted. The high diversity of species are utilized, thus will reduce the possibility of pressure put on those different species. But until now the traditional or customary laws are often ignored by the growing immigrants to take the resources of the region. Rapid change from the traditional to the economic livelihood tempts people to ignore the custom.

The discovery of the tomb stones in the upper headwaters of Bahau and Pujungan River, which is a relic of Ngorek tribe, indicates that at least since around 400 years ago, the Dayak people have inhabited this region. This archaeological heritage is estimated as the most important archaeological sites to the island of Borneo.

The high value and unspoiled biodiversity is a challenge for researchers to express and develop their use, in addition to the natural beauty of forests, rivers, cliffs, and the Dayak culture, which are a very challenging attraction for the travelers and tourists.

Area managers recommend that the best visit can be carried out from September to December.

disekitar taman nasional. Komunitas Dayak, seperti suku Kenyah, Kayan, Lundayeh, Tagel, Saben dan Punan, Badeng, Bakung, Makulit, Makasan mendiami sekitar 50 desa yang ada di dalam kawasan TNKM. Masyarakat di dalam kawasan taman nasional masih sangat bergantung pada pemanfaatan hutan sebagai sumber penghidupan, seperti kayu, tumbuhan obat, dan binatang buruan. Mereka menjual tumbuhan dan binatang hasil hutan, karena hanya ada sedikit peluang untuk mendapatkan uang tunai. Namun pada dasarnya mereka memiliki pengetahuan kearifan budaya yang sejalan dengan prinsip konservasi hutan dan hidupan liar.

Kemampuan masyarakat melestarikan keanekaragaman hayati di dalam kehidupannya secara tradisional dengan mendasarkan pada variasi jenis, merupakan keunikan utama yang sering dianggap sebagai aset wisata. Sebagai contoh banyaknya varietas padi yang ditanam, beberapa jenis kayu digunakan untuk bahan bangunan, banyak jenis tumbuhan digunakan untuk obat, dan berbagai jenis satwa buruan. Tingginya keragaman jenis yang dimanfaatkan, akan memperkecil kemungkinan jenis-jenis tadi mengalami tekanan. Tetapi hingga kini peraturan tradisional atau adat sering diabaikan oleh pendatang yang terus meningkat untuk mengambil sumber daya dari kawasan. Perubahan yang cepat dari mata pencarian tradisional ke ekonomi membuat orang tergoda untuk mengabaikan adat.

Ditemukannya kuburan batu di hulu Sungai Bahau dan hulu Sungai Pujungan, yang merupakan peninggalan suku Ngorek, mengindikasikan bahwa paling tidak sejak kurang lebih 400 tahun yang lalu masyarakat Dayak sudah menghuni kawasan ini. Peninggalan arkeologi ini diperkirakan sebagai situs arkeologi yang paling penting untuk pulau Kalimantan.

Keanekaragaman hayati bernilai tinggi dan masih alami, merupakan tantangan bagi para peneliti untuk mengungkapkan dan mengembangkan pemanfaatannya, disamping keindahan alam hutan, sungai, tebing, kebudayaan suku Dayak yang merupakan daya tarik yang sangat menantang bagi para petualang dan wisatawan.

Pengelola kawasan menyarankan kunjungan terbaik dapat dilaksanakan dari bulan September sampai dengan bulan Desember.

4. Zonation

Based on the zonation agreement results between FoMMA (Indigenous Peoples Alliance) and Ministry of Forestry Directorate General of Forest Protection and Nature Conservation, KMNP Bureau, and DP3K (Collaborative Management Board), the zonation agreements are as follow:

a. Core Zone

Zone that represents a unique ecosystem, home range for key-stones species, out of reach of the community and protection of upstream areas for a few large rivers and water regulation. Managed directly by KMNP Bureau.

b. Wilderness Zone

Is a protection or buffer zone and provides security functions of the core zone. Managed directly by KMNP Bureau and indigenous communities.

c. Use Zone

Zone whose location, condition and nature potentials are still preserved and can be used for environmental services interest / Payment for Environmental Services (Payment for Watershed Services – PWS, Non-timber Forest Products – NTFP, Ecotourism, Bioprospecting, Reducing Emissions from Deforestation and Forest Degradation – REDD, etc). Managed by KMNP Bureau and indigenous communities.

d. Traditional Zone

Zone that is specified for the management and use by traditional communities, since historically they have been managing those areas and depending on its resources. Managed by KMNP Bureau and indigenous communities.

e. Special Zone

Zone where resource utilization is happening or has happened before the area is designated as national park, and as the center of economic growth of the communities and settlements. Managed by KMNP Bureau, local government, and indigenous communities.

4. Zonasi

Berdasarkan hasil kesepakatan zonasi antara FoMMA (Forum Musyawarah Masyarakat Adat) dengan Kementerian Kehutanan cq. Direktorat Jenderal PHKA, Balai TNKM dan DP3K (Dewan Pembina, Pengendali dan Pengelola Kolaboratif), kesepakatan zonasi adalah sebagai berikut :

a. Zona Inti

Zona yang mewakili tipe ekosistem khas, *homorange* bagi *key-stone species*, jauh dari jangkauan masyarakat dan perlindungan kawasan hulu beberapa sungai besar dan pengaturan tata air. Dikelola langsung oleh Balai TNKM.

b. Zona Rimba

Merupakan zona perlindungan atau penyangga dan pengamanan fungsi zona inti. Dikelola langsung oleh Balai Tanaman Nasional Kayan Mentarang dan masyarakat adat.

c. Zona Pemanfaatan

Zona yang letak, kondisi dan potensi alamnya, masih terjaga dan dimanfaatkan untuk kepentingan jasa lingkungan / Payment for Ecosystem Services (Payment for Watershed Services – Pembayaran Jasa DAS, Hasil Hutan Non-Kayu, Ekowisata, Bioprospecting, REDD – Reduksi Emisi dari Deforestasi dan Degradasi Hutan, dll). Dikelola oleh Balai TNKM dan masyarakat adat.

d. Zona Tradisional

Zona yang ditetapkan untuk kepentingan pengelolaan dan pemanfaatan oleh masyarakat adat yang bila dilihat sejarahnya telah mengelola kawasan tersebut serta masih mempunyai ketergantungan dengan sumberdaya alam. Dikelola oleh Balai TNKM dan masyarakat adat.

e. Zona Khusus

Zona yang telah terjadi pemanfaatan sumberdaya atau telah didiami sejak sebelum ditetapkan sebagai taman nasional, serta merupakan pusat pertumbuhan ekonomi masyarakat maupun pemukiman penduduk. Dikelola oleh Balai TNKM, pemerintah daerah dan masyarakat adat.

5. Management Plan and Program Activities

KMNP area is one of important biodiversity centers in the world. Because of that, a few management aspects are new (innovative). Recommended management target is ‘to conserve plants, animals, and their habitat within the area of KMNP for public interest, through sustainable resource use by local communities, education, research, tourism and recreation, based on one joint management approach.’ To achieve this target, thus the management objectives of KMNP are as follow:

- a. To ensure that the use of plants and animals are carried out by local communities in a sustainable manner.
- b. To develop and maintain a system of joint management with communities and local government.
- c. To optimize the opportunities of education, research, tourism and recreation that are compatible with preservation (conservation) and the traditional use of natural resources.

The most important KMNP management plans are:

- a. Institutional Strengthening of KMNP,
- b. Forest Protection and Security,
- c. Utilization of Potential Environmental Services and Nature Tourism,
- d. Biodiversity conservation,
- e. Conservation Area,
- f. Forest Fire Fighting

KMNP management plan focused on the national park and buffer zone in conjunction with the surrounding bioregion. This approach is based on the knowledge that national parks are not an island, but rather are part of a complex network of flow of energy, water, animals and humans which include the northern part of East Kalimantan and other parts that border with Sabah and Sarawak. Bioregional perspective will help managers to identify threats to the Kayan Mentarang derived far from its boundaries and to understand how the

5. Rencana Pengelolaan dan Program Kegiatan

Kawasan TNKM adalah salah satu pusat utama keanekaragaman hayati penting dunia. Oleh karena itu beberapa aspek pengelolaannya bersifat baru (inovatif). Sasaran pengelolaan yang direkomendasikan adalah ‘Melestarikan tumbuhan, satwa dan habitatnya dalam kawasan TNKM untuk kepentingan masyarakat, melalui pemanfaatan sumberdaya alam oleh masyarakat setempat secara berkelanjutan, pendidikan, penelitian, pariwisata dan rekreasi, berbasiskan pada suatu pendekatan pengelolaan bersama.’ Untuk mencapai sasaran ini, maka tujuan pengelolaan TNKM adalah sebagai berikut :

- a. Menjamin bahwa pemanfaatan tumbuhan dan satwa yang dilakukan oleh masyarakat setempat secara berkelanjutan.
- b. Membangun dan mempertahankan sistem pengelolaan bersama dengan masyarakat dan pemerintah setempat.
- c. Mengoptimalkan kesempatan pendidikan, penelitian, pariwisata dan rekreasi yang cocok dengan pelestarian (konservasi) dan pemanfaatan sumberdaya alam secara tradisional.

Rencana pengelolaan TNKM yang paling penting, yaitu :

- a. Penguatan Kelembagaan TNKM,
- b. Perlindungan dan Pengamanan Hutan,
- c. Pemanfaatan Potensi Jasa Lingkungan dan Wisata Alam,
- d. Konservasi keanekaragaman Hayati,
- e. Konservasi Kawasan,
- f. Pemadaman Kebakaran Hutan

Rencana pengelolaan TNKM difokuskan pada kawasan taman nasional dan daerah penyangganya dalam hubungannya dengan bioregion di sekitarnya. Pendekatan ini didasarkan pada pengetahuan bahwa taman nasional ini bukan sebuah pulau, tetapi lebih merupakan bagian dari suatu jaringan yang kompleks dari aliran energi, air, satwa dan manusia yang meliputi bagian utara Kalimantan Timur dan bagian lain yang berbatasan dengan Sabah dan Sarawak. Perspektif bioregional akan membantu pengelola

natural resources of national parks are associated with biological and physical factors from the outside.

6. Partnership and Cooperation

DP3K of Kayan Mentarang National Park, FoMMA, GIZ, and WWF.

7. KMNP Readiness in Sustainable Ecotourism Development

Corresponding to Government Regulation (Peraturan Pemerintah) No. 36 / 2010 on Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park, venture activities and/or nature tourism services are allowed to be held in Use Zone. Operation permits for nature tourism services can be given to individuals or business entities, both private, state or district entities. Procedures to obtain this permit are regulated by the Minister of Forestry through Indonesian Minister of Forestry regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.48/Menhut-II/2010 regarding Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. Every nature tourism business is planned according to the site plan that has been developed by the area manager to provide directions for nature tourism management. Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management is governed by Director General of Forest Protection and Nature Conservation (Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam – Dirjen PHKA) through Dirjen PHKA regulation No. P.3/IV-SET/2011 on Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. The design of the site is endorsed by a technical director responsible in related sector.

untuk mengidentifikasi ancaman terhadap Kayan Mentarang yang berasal jauh dari batas-batasnya dan memahami bagaimana sumberdaya alam taman nasional berhubungan dengan faktor-faktor biologi dan fisik dari luar.

6. Kemitraan dan kerja sama

DP3K (Dewan Pembina dan Pengendali Pengelolaan Kolaboratif) Taman Nasional Kayan Mentarang, FoMMA (Forum Musyawarah Masyarakat Adat), GIZ, and WWF.

7. Kesiapan TNKM dalam Pengembangan Ekowisata yang Berkelaanjutan

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, di zona pemanfaatan dapat diselenggarakan kegiatan usaha barang dan / atau jasa pariwisata alam. Izin pengusahaan jasa pariwisata alam dapat diberikan kepada perorangan dan atau badan usaha, baik swasta maupun badan usaha milik negara atau daerah. Tata cara permohonan izin usaha ini diatur oleh Menteri Kehutanan melalui Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.48/Menhut-II/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Setiap usaha pariwisata alam direncanakan sesuai dengan desain tapak yang disusun oleh masing-masing pengelola kawasan untuk memberikan arahan pengelolaan pariwisata alam. Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam diatur oleh Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam melalui Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Desain tapak ini disahkan oleh direktur teknis yang bertanggung jawab di bidang terkait.

D. BUKIT BAKA AND BUKIT RAYA NATIONAL PARK

1. Overview

Located in Sintang district, Melawi district, and Katingan district, the forest areas of Bukit Baka-Bukit Raya National Park are dominated by the peaks of the Schwaner range. This forms a mountainous tropical rain forest ecosystem with a relatively high humidity (86%).

BBBRNP is a conservation area located in the heart of Kalimantan. The area has an important role in the hydrological function as a catchment area for Melawi Watershed in West Kalimantan and Katingan River Basin in Central Kalimantan. Some hills are headwaters of some tributaries, there is also a waterfall.

Forest area of Bukit Baka-Bukit Raya is representative of tropical rain forest ecosystem that dominates the peaks of Schwaner Mountains. This national park is adjacent to some concession areas and some villages where people still practice swidden agriculture, collection of forest products and hunting.

2. Establishment History

Bukit Baka-Bukit Raya is a combination of Bukit Baka Nature Reserve in West Kalimantan and Bukit Raya Nature Reserve in Central Kalimantan. Establishment of this region has experienced several changes. First, in 1978, the Bukit Raya was designated as a nature reserve with an area of 50,000 ha. Second, in 1979, the nature reserve was expanded to 110 000 ha. Third, the Bukit Baka in 1981 was designated as a nature reserve with an area of 100,000 ha. Fourth, in 1982 the Bukit Baka Nature Reserve area was increased to 116.063 ha. Fifth, in 1987 the nature reserve experienced a reduction of 70.500 ha. Sixth, 1992, Bukit Baka Nature Reserve and Bukit Raya Nature Reserve were merged and converted to a national park status by the name of the Bukit Baka-Bukit Raya

D. TAMAN NASIONAL BUKIT BAKA DAN BUKIT RAYA

1. Gambaran Umum

Terletak di Kabupaten Sintang, Kabupaten Melawi dan Kabupaten Katingan, kawasan hutan Taman Nasional Bukit Baka-Bukit Raya (TNBBBR) didominasi oleh puncak-puncak pegunungan Schwaner. Keberadaan pegunungan tersebut merupakan perwakilan dari tipe ekosistem hutan hujan tropis pegunungan dengan kelembaban relatif tinggi (86%).

TNBBBR merupakan kawasan konservasi yang terletak di jantung Pulau Kalimantan. Kawasan ini memiliki peranan penting dalam fungsi hidrologis sebagai *catchment area* bagi Daerah Aliran Sungai Melawi di Kalimantan Barat dan Daerah Aliran Sungai Katingan di Kalimantan Tengah. Beberapa bukit merupakan hulu sungai yang berupa anak sungai, ada pula yang berupa air terjun.

Kawasan hutan Bukit Baka-Bukit Raya merupakan perwakilan tipe ekosistem hutan hujan tropis pegunungan yang mendominasi puncak-puncak pegunungan Schwaner. Kawasan taman nasional ini berbatasan langsung dengan beberapa areal konsesi HPH (Hak Pengusahaan Hutan) dan beberapa perkampungan yang masyarakatnya masih melakukan aktivitas perladangan pola berpindah, pengumpulan hasil hutan dan berburu.

2. Sejarah Penetapan

Bukit Baka-Bukit Raya merupakan gabungan Cagar Alam Bukit Baka di Kalimantan Barat dan Cagar Alam Bukit Raya di Kalimantan Tengah. Penetapan kawasan ini mengalami beberapa kali perubahan. *Pertama*, tahun 1978, kawasan Bukit Raya ditetapkan sebagai cagar alam dengan luas 50.000 ha. *Kedua*, tahun 1979, cagar alam diperluas menjadi 110.000 ha. *Ketiga*, tahun 1981 kawasan Bukit Baka ditetapkan sebagai kawasan Cagar Alam dengan luas 100.000 ha. *Keempat*, tahun 1982 luas Cagar Alam Bukit Baka bertambah menjadi 116.063 ha. *Kelima*, tahun 1987 mengalami pengurangan luas cagar alam menjadi 70.500 ha. *Keenam*, tahun 1992, Cagar Alam Bukit Baka dan Cagar Alam Bukit Raya disatukan dan statusnya diubah menjadi taman

National Park through the Minister of Forestry Decree No. 281/Kpts-II/1992, dated February 26, 1992 covering an area of 181.090 ha.

3. Tourism Potentials

BBBRNP have several types of ecosystems of interest to the researchers, the lowland dipterocarp forest ecosystems, hilly forest ecosystems, mountainous forest ecosystems, and moss forest ecosystems. There are 817 plant species recorded, belonging to 139 families such as Dipterocarpaceae, Myrtaceae, Sapotaceae, Euphorbiaceae, Lauraceae, and Ericadeae. There are also medicinal plants, forest orchids, Rafflesia flower (*Rafflesia* sp.), which is the largest the parasitic plant and which also grows on Mount Kinabalu Malaysia.

Diversity of wildlife in BBBRNP is no less interesting than the vegetation. Mammals in BBBRNP include sun bears, teledu, Malayan weasel, water civet, binturong, Asian palm civet, banded linsang, banded palm civet, striped weasel, clouded leopard, leopard cat, bay cat, bearded pig, wild boar, Malayan mouse deer, mouse deer, barking deer, sambar deer, pangolin, wood mouse, least pygmy squirrel, plantain squirrel, spotted giant flying squirrel, Malayan porcupine, small Asian sheath-tailed bat, long-toungued nectar bat. Similarly, the primates such as orangutan, gray langur, black langur, maroon langur, white-fronted leaf monkey, agile gibbon, Lar gibbon, Muller's bornean gibbon, lorises, Horsfield's tarsier, long-tailed macaque, and pig-tailed macaque.

Variety of bird species living in this national park is also diverse, including helmeted hornbill, rhinoceros hornbill, black hornbill, osprey, Brahminy kite, grey-faced buzzard, Wallace's hawk-eagle, black-winged kite, black eagle, lesser fish eagle, spotted kestrel, black-thighed falconet, quail, white-breasted waterhen, common emerald dove, little-ringed plover, pink-necked green pigeon, owls, woodpeckers, gray imperial pigeon, blue-crowned hanging parrot, the great Argus, wattlede pheasant, and Bornean peacock pheasant who is endemic to the island of Borneo, the most rare and endangered species.

nasional dengan nama Taman Nasional Bukit Baka-Bukit Raya melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 281/Kpts-II/1992, tanggal 26 Februari 1992 seluas 181.090 Ha.

3. Potensi Wisata

TNBBBR mempunyai beberapa tipe ekosistem yang menarik untuk para peneliti, yaitu ekosistem hutan dipterocarpaceae dataran rendah, ekosistem hutan perbukitan, ekosistem hutan pegunungan, dan ekosistem hutan lumut. Tercatat 817 jenis tumbuhan yang termasuk dalam 139 famili diantaranya Dipterocarpaceae, Myrtaceae, Sapotaceae, Euphorbiaceae, Lauraceae, dan Ericadeae. Terdapat juga tumbuhan obat, anggrek hutan, bunga Raflesia (*Rafflesia* sp.) yang merupakan tumbuhan parasit terbesar dan juga tumbuh di Gunung Kinabalu Malaysia.

Keanekaragaman satwa TNBBBR tidak kalah menariknya dengan tumbuhannya. Mamalia di TNBBBR diantaranya adalah beruang madu, kesadu, musang wisel, linsang / musang air, binturong, musang, linsang, musang bergaris, musang belang, macan dahan, kucing hutan, kucing emas, babi hutan putih, babi hutan, pelanduk, kancil, kijang, rusa sambar, trenggiling, tikus hutan, bajing kerdil pukang, bajing kelapa, bajing terbang, landak, kelelawar ekor trubus, codot madu kecil. Demikian pula dengan primata seperti orang utan, lutung kelabu, lutung hitam, kelasi / lutung merah, lutung dahi putih, ungko, wau-wau, kelempiau, kukang, tarsius, kera ekor panjang, dan beruk.

Beragam jenis burung yang menetap di taman nasional ini juga beragam, antara lain enggang gading, enggang badak, enggang hitam, elang tiram, elang bondol, elang kelabu, elang Wallace, elang tikus, elang hitam, elang ikan kecil, alap-alap sapi, alap-alap capung, puyuh, kareo padi, delimukan zamrud, cerek kalung hitam, punai leher merah, burung hantu, pelatuk, pergam besar, serindit melayu, kuau raja, ayam hutan, dan kuau kerdil Kalimantan yang merupakan burung endemik pulau Kalimantan yang paling langka dan terancam punah.

Fish species from Cyprinidae family include: seluang, baung, adung. Reptile species include snakes, lizards and tortoises. Amphibians include leaf frogs, Malaya white frogs and toads. Insects that live here are butterflies, beetles, grasshoppers, dragonflies, and ants.

Followings are the locations recommended by the area manager:

- a. Belaban camping ground. This camping ground is located within Siyai Resort / Belaban Ella village area, exactly at the banks of Belaban River km 2 of PT Sari Bumi Kusuma's (SBK) road, 7 km from the Resort office or 15 minutes with a four-wheel vehicle.
- b. Rafting in Ella River. The location for rafting is on km 35 of PT SBK's road in Resort Siyai / Belaban village. Rafting activities can be done in cooperation with BBBBRNP and PT SBK concession along the Senamang River, Kuluk Sepangi area (Central Kalimantan).
- c. Tourism Trail. For the adventurous and observers of nature and wildlife (especially orangutan, Muller's Bornean gibbons, deer, hornbills, lizards, etc.) then they can travel along a 25 km trail located at km 35 of PT SBK's road.
- d. Mountain Hiking / Panoramic View. There are two hills that are interesting and challenging to climb, which are Bukit Baka peak (1.617 m asl) and Bukit Raya peak (2.278 m asl), as well as the peaks of Bukit Asing (1.750 m asl), Bukit Melabanbun (1.850 m asl), Bukit Panjing (1.620 m asl), Bukit Panjake (1.450 m asl), and Bukit Lesung (1.600 m asl). Along the hiking trails, there are a few shelters that can be used for visitors to rest.
- e. Sepan Apoi Hot Water Spring, in Batu Panahan village area, exactly on Bemban River (tributary of Katingan). In this location, there are also a deer grazing ground and bird watching area (bird watching tour) as well as wildlife habitat research (research tour), especially sun bears.

Jenis-jenis ikan dari Famili Cyprinidae diantaranya adalah : seluang, baung, adung. Selain itu jenis reptil diantaranya ular, kadal dan kura-kura darat, katak daun, katak batu, dan kodok. Serangga yang menetap disini yaitu kupu-kupu, kumbang, belalang, capung, dan semut.

Berikut adalah lokasi-lokasi yang disarankan pengelola kawasan untuk dikunjungi, yaitu :

- a. Bumi perkemahan Belaban. Tempat berkemah ini berada di wilayah Resor Siyai / Dusun Belaban Ella, tepatnya di tepi Sungai Belaban km 32 jalan PT Sari Bumi Kusuma (SBK), berjarak 7 km dari kantor Resor atau 15 menit perjalanan dengan kendaraan roda empat.
- b. Arung jeram di Sungai Ella. Letak lokasi arung jeram di km 35 jalan PT SBK wilayah Resort Siyai / Dusun Belaban. Kegiatan arung jeram dapat dilaksanakan atas kerja sama pihak TNBBBR dan HPH PT SBK di sepanjang Sungai Senamang daerah Kuluk Sepangi (Kalimantan Tengah).
- c. *Trail* Wisata. Bagi para petualang serta pengamat alam dan kehidupan satwa liar (khususnya orang utan, kelimpiau, rusa, burung enggang, biawak, dll) maka dapat menyusuri *trail* wisata sepanjang 25 km yang berada di km 35 jalan PT SBK.
- d. Pendakian / Panorama Alam. Di lokasi ini terdapat dua bukit yang cukup menarik dan menantang untuk pendakian, yaitu puncak Bukit Baka (1.617 m dpl) dan puncak Bukit Raya (2.278 m dpl), serta puncak Bukit Asing (1.750 m dpl), Bukit Melabanbun (1.850 m dpl), Bukit Panjing (1.620 m dpl), Bukit Panjake (1.450 m dpl), dan Bukit Lesung (1.600 m dpl). Disepanjang jalan pendakian terdapat beberapa *shelter* yang dapat digunakan pengunjung sebagai tempat beristirahat.
- e. Sumber Air Panas Sepan Apoi, di daerah Desa Batu Panahan, tepatnya pada sungai Bemban (anak sungai Katingan). Di lokasi ini juga terdapat padang penggembalaan Rusa (*grazing ground*), dan wisata pengamatan burung (*bird watching*) serta penelitian habitat satwa (wisata penelitian), khususnya beruang madu.

- f. Demang Ehud Waterfall. This waterfall, which is the fault of the Ella River upstream, is located at the tourist trail - 25 km from the tourist trail entrance at Km 37 PT SBK, and the Nokan Nayan waterfall in Ambalau, Serawai.
- g. Cultural tour. This tour is intended for those who admire cultural attractions and enjoy the indigenous Dayak tribes who are descended from the tribe of Dayak Limbai, Ransa, Kenyilu, Ot Danum, Malahui, Kahoi and Kahayan, including the 'betang house' (traditional long house inhabited by a few households), the statues of their ancestors made of ironwood, and other crafts. On certain days, the local people still perform ritual ceremonies, such as sengkelan ceremony, particularly when there is a wedding and harvest seasons. Dawai (festival) is held nearly every year in Capital District, and the Provincial Capital.
- f. Air terjun Demang Ehud. Air terjun yang merupakan patahan sungai Ella hulu terletak di ujung trail wisata yang berjarak 25 km dari pintu masuk trail wisata di Km 37 PT SBK, dan air terjun Nokan Nayan di daerah Ambalau, Serawai.
- g. Wisata Budaya. Wisata ini diperuntukan bagi yang mengagumi wisata dan menikmati karya budaya penduduk asli suku Dayak yang merupakan keturunan dari kelompok suku Dayak Limbai, Ransa, Kenyilu, Ot Danum, Malahui, Kahoi dan Kahayan, diantaranya adalah 'rumah betang' (rumah panjang tradisional yang dihuni oleh beberapa kepala keluarga), patung-patung leluhur mereka yang terbuat dari kayu ulin / belian, dan kerajinan tangan lainnya. Pada hari-hari tertentu masyarakat setempat masih melakukan ritual upacara adat, seperti upacara sengkelan (tolak bala) khususnya pada saat ada pernikahan dan musim panen. Gawai (Pesta Adat) hampir setiap tahun didakan di Ibukota Kabupaten, dan Ibukota Provinsi.

According to the area manager, the best season to visit is from June to September.

4. Zonation

According to BBBRNP Long-term Management Plan 2010-2029, BBBRNP area has been divided into zones as follow:

a. Core Zone

Core zone is the area where there is no human activity, has a unique ecosystem and native vegetation. These zones are advised not to be too large, but can represent all the ecosystems there. The main consideration in including into the core zone is the spread and diversity of flora and fauna, in particular to preserve the flora and fauna unique to the park and other species protected by law. Therefore, the determination of the core zone should be preceded by a scientific study of ecosystems and habitat for important species, including the study of the local community and its influence on the management of BBBRNP. The results of these studies form the basis for identifying areas that could potentially

4. Zonasi

Sesuai Rencana Pengelolaan Jangka Panjang TNBBBR Periode 2010 - 2029, kawasan TN BBBR dipilih menjadi zona-zona sebagai berikut :

a. Zona Inti

Zona inti adalah kawasan yang tidak ada kegiatan manusia, memiliki ekosistem khas dan bervegetasi asli. Disarankan zona ini tidak perlu terlalu luas tetapi dapat mewakili seluruh ekosistem yang ada. Pertimbangan utama dalam memasukkan ke dalam zona inti adalah penyebaran dan keragaman flora dan fauna, khususnya untuk melestarikan flora dan fauna khas taman nasional dan satwa lain yang dilindungi undang-undang. Oleh karena itu penetapan zona inti seharusnya diawali dengan kajian ilmiah tentang ekosistem dan habitat untuk spesies penting, termasuk kajian tentang masyarakat lokal dan pengaruhnya terhadap pengelolaan TNBBBR. Hasil kajian tersebut menjadi dasar untuk

become the core zone. The proposed alternative to the core zone is the western region, around the complex peaks that surround the Bukit Baka Bukit Raya, also includes a small corridor along the road towards Bukit Raya.

b. Wilderness Zone

Wilderness zone is part of a national park because of its location, condition and capability in supporting the conservation potential in the core zone and use zone.

c. Use Zone

Use zone is the zone that is developed to fulfill the function of utilization of the park. These zones are generally areas that can be commercialized for both foreign and domestic tourists. In this zone it is possible to build facilities and infrastructure for the convenience of tourists.

d. Traditional Use Zone

Tracking the history is needed to determine the traditional use zone. Inputs from sociologists and anthropologists are needed to answer problems related to settlements located within or surrounding BBBRNP area, as well as to identify site management of indigenous and non-indigenous people living around the area. Part of BBBRNP area that originated from the Nature Reserve was once reduced for concession areas of PT. Kurnia Kapuas Plywood. Upon revocation of the concession license, Nanga Juoi village is included within the national park area. Moving settlements out from the national park area is not an easy socially accepted solution. Because of that, including Juoi village into the traditional use zone is an alternative.

e. Rehabilitation Zone

In BBBRNP, there are some areas that were damaged by fires, illegal logging, farming and others that need to be rehabilitated with native species to accelerate the process of restoration to its original ecosystem. These areas are included in the rehabilitation zone. Physical changes, physical and biological properties that affect the ecological sustainability of ecosystems whose recovery

mengidentifikasi kawasan yang berpotensi menjadi zona inti. Alternatif yang diusulkan untuk zona inti adalah bagian Barat kawasan, sekitar kompleks puncak yang mengelilingi Bukit Baka Bukit Raya, juga mencakup koridor di sepanjang jalan kecil menuju Bukit Raya.

b. Zona Rimba

Zona rimba adalah bagian dari kawasan taman nasional yang karena letak, kondisi dan potensinya mampu mendukung pelestarian pada zona inti dan zona pemanfaatan.

c. Zona Pemanfaatan

Zona pemanfaatan adalah zona yang dikembangkan untuk memenuhi fungsi pemanfaatan dalam taman nasional. Zona ini umumnya wilayah yang dapat dikomersilkan untuk kunjungan wisatawan baik asing maupun domestik. Dalam zona ini dimungkinkan dibangun sarana dan prasarana untuk kenyamanan wisatawan.

d. Zona Pemanfaatan Tradisional

Penelusuran sejarah diperlukan untuk menentukan zona pemanfaatan tradisional. Masukan dari para peneliti sosial dan antropologi diperlukan untuk menjawab permasalahan permukiman di dalam dan di sekitar kawasan TNBBBR termasuk untuk mengidentifikasi ruang kelola masyarakat adat dan non-adat yang tinggal di sekitar kawasan. Sebagian kawasan TNBBBR yang dahulunya berasal dari Cagar Alam, pernah dikurangi luasnya untuk dijadikan areal konsesi HPH PT. Kurnia Kapuas Plywood. Setelah pencabutan izin HPH tersebut maka Desa Nanga Juoi masuk ke dalam kawasan taman nasional. Pemindahan pemukiman masyarakat keluar dari kawasan bukanlah solusi yang mudah diterima secara sosial. Oleh karena itu memasukkan Desa Juoi ke dalam zona pemanfaatan tradisional merupakan sebuah alternatif.

e. Zona Rehabilitasi

Dalam kawasan TNBBBR terdapat beberapa areal yang rusak karena kebakaran, pembalakan liar, perladangan dan lain-lain yang perlu direhabilitasi dengan jenis-jenis asli untuk mempercepat proses pemulihan ke ekosistem semula. Daerah-daerah tersebut dimasukkan ke dalam zona rehabilitasi.

requires human intervention, the invasive species that disrupt native species or species in the area or other areas require a recovery time of at least 5 (five) years.

5. Management Plan and Program Activities

BBBRNP area was initially managed through the development project of BBBRNP Natural Resources Conservation sub-Bureau (Sub-balai Konservasi Sumber Daya Alam) West Kalimantan Province. In preparing its management plan, Activity Management Plan of BBBRNP basically refers to the Master Book-called 'Bukit Baka-Bukit Raya National Park Management Plan.' Department of Forestry works in cooperation with the USAID-NRMP (USAID – Natural Resource Management Program) and ITTO-SFMP (ITTO – Sustainable Forest Management Plan) for the implementation of the management plan. However, this management plan was revised in 2009 and made into a Long Term Management Plan (RPJP) for 2010-2029.

Medium-Term Management Plan (RPJM) or called BBBRNP Strategic Plan 2010-2014 is translated in the form of planning per year / annual work plan / action plan which is the implementation of the five policy priorities of Department of Forestry with programs and activities focusing on forestry development within the Forest Protection and Nature Conservation (PHKA) field. The annual work plan is the basic reference for sets of policies in the sphere of BBBRNP that contains a variety of plans to be implemented within one year budget and set forth in the Work Plan and Budget Plan of State Ministry / Agency (RKA-KL) every year. Some of the technical planning activities that have been implemented by BBBRNP for the past five years (2005-2009) include the Village Conservation Model Master Plan in 2006; Action Plan in 2007, 2008 and 2009; RPJP (2010-2029) and RPJM (2010-2014).

As one of the important national parks in HoB area located in the West Kalimantan and Central Kalimantan, BBBRNP has completed several

Adanya perubahan fisik, sifat fisik dan hayati yang secara ekologi berpengaruh kepada kelestarian ekosistem yang pemulihannya diperlukan campur tangan manusia, adanya invasi spesies yang mengganggu jenis atau spesies asli dalam kawasan atau kawasan lain yang memerlukan waktu pemulihan sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun.

5. Rencana Pengelolaan dan Program Kegiatan

Kawasan TNBBBR awalnya dikelola melalui Proyek Pengembangan TNBBBR Sub Balai Konservasi Sumber Daya Alam Provinsi Kalimantan Barat. Dalam mempersiapkan rencana pengelolaannya, Rencana Pengelolaan Kegiatan TNBBBR pada dasarnya mengacu pada Buku Induk yang disebut 'Rencana Pengelolaan Taman Nasional Bukit Baka-Bukit Raya.' Departemen Kehutanan bekerja sama dengan USAID-NRMP (US AID - Natural Resource Management Program) dan ITTO-SFMP (ITTO – Sustainable Forest Management Plan) untuk implementasi rencana pengelolaan tersebut. Namun rencana pengelolaan ini pada tahun 2009 telah direvisi kembali dan dibuat menjadi Rencana Pengelolaan Jangka Panjang (RPJP) tahun 2010-2029.

Rencana Pengelolaan Jangka Menengah (RPJM) atau disebut Renstra TNBBBR Tahun 2010-2014 dijabarkan dalam bentuk perencanaan per tahun / rencana kerja tahunan / rencana aksi yang merupakan implementasi dari lima kebijakan prioritas Departemen Kehutanan dengan program dan fokus kegiatan pembangunan kehutanan bidang PHKA. Rencana kerja tahunan merupakan dasar acuan rangkaian kebijakan di lingkup TNBBBR yang memuat berbagai rencana yang akan dilaksanakan dalam masa satu tahun anggaran dan dituangkan di dalam Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian Negara / Lembaga (RKA-KL) per tahunnya. Beberapa kegiatan perencanaan teknis yang telah dilaksanakan oleh TNBBBR selama lima tahun terakhir (2005-2009) diantaranya adalah Rencana Induk Desa Model Konservasi tahun 2006; Rencana Aksi tahun 2007, 2008 dan 2009; RPJP (2010 – 2029) dan RPJM (2010 – 2014).

Sebagai salah satu taman nasional penting di kawasan HoB yang berada di kawasan Kalimantan Barat dan Kalimantan Tengah, TNBBBR telah

important stages in the preparation of long-term planning documents. One issue that became an important task of the management of this national park in the future is boundaries of the region. Current boundaries are not yet complete and at some points both on the map and in the field are still not in sync, especially with production forests and community lands, both in the West Kalimantan and Central Kalimantan.

Activities on developing Environmental Services and Nature Tourism are an effort to manage the area that is undertaken wisely to ensure continuity, in order to perform the function of the utilization, conservation and preservation of a conservation area. Activities conducted by BBBRNP Bureau to develop Environmental Services and Nature Tourism include community empowerment. In the effort to improve the economy around the area, prevent the acts of vandalism, and reduce the pressure on the region, BBBRNP has held several measures among others through community empowerment activities.

6. Partnership and Cooperation

Given that Bukit Baka Bukit Raya national park is included in the HoB area, where HoB program has its own strategic action plan, then it is very important to have a synergy in both planning and implementation documents.

Things that are identified as a need for synergy between BBBRNP and HoB Strategic Action Plan include:

- a. Management policy advocacy, both the effectiveness of management, adding / upgrading the status of the region, as well as cross-border management.
- b. Strengthening information systems and management of protected areas and to develop eco-tourism together with other protected area in the HoB area.

menyelesaikan beberapa tahapan penting dalam penyusunan dokumen perencanaan kerja jangka panjang. Salah satu permasalahan yang menjadi tugas penting pengelolaan kawasan taman nasional ini ke depan adalah tata batas kawasan. Saat ini tata batas kawasan belum temu gelang dan di beberapa titik di atas peta maupun di lapangan masih belum sinkron, terutama dengan areal hutan produksi dan tanah adat masyarakat, baik di sisi Kalimantan Barat maupun Kalimantan Tengah.

Kegiatan Pengembangan Jasa Lingkungan dan Wisata Alam merupakan upaya pengelolaan kawasan yang dilakukan secara bijaksana untuk menjamin kesinambungan dalam rangka menjalankan fungsi pemanfaatan, pelestarian dan pengawetan dari sebuah kawasan konservasi. Bentuk kegiatan di bidang Pengembangan Jasa Lingkungan dan Wisata Alam yang dilakukan oleh Balai TNBBBR antara lain pemberdayaan masyarakat. Dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar kawasan, mencegah tindakan perusakan kawasan, dan mengurangi tekanan masyarakat terhadap kawasan, TNBBBR telah mengadakan beberapa tindakan antara lain melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat.

6. Kemitraan dan Kerja sama

Mengingat taman nasional Bukit Baka Bukit Raya termasuk dalam kawasan HoB, dimana saat ini program HoB telah memiliki rencana aksi strategis (*Strategic Plan of Action*), maka sangat penting adanya sinergi dalam dokumen dan implementasi perencanaan keduanya.

Hal-hal yang teridentifikasi sebagai kebutuhan sinergi antara TNBBBR dan Rencana Aksi Strategis HoB meliputi :

- a. Advokasi kebijakan pengelolaan, baik efektivitas pengelolaan, penambahan/ peningkatan status kawasan, maupun pengelolaan lintas batas.
- b. Memperkuat sistem informasi dan pengelolaan kawasan serta melakukan pengembangan ekowisata bersama pengelola kawasan lindung lainnya yang ada di dalam kawasan HoB.

- c. Strengthening the role and benefits for the community in the management of the region in terms of policy and implementation of cooperation (including development of community-based ecotourism).
- d. Involving the private sector in the management of the region, such as investments in tourism sector, research, and development of other alternative livelihood.

To ensure the above matters are properly accommodated, then the manager of BBBRNP becomes an important part in the HoB National Working Group or HoB Working Group at the provincial and district levels. Financing and management of BBBRNP conservation areas may not be satisfied only by state finances. BBBRNP managers need to develop a sustainable funding strategy. Some possible funding identified are:

- a. Funding from provincial and district governments, through the mechanism of collection and distribution of tax revenues and non-tax revenue as well as through the funding mechanism developed by the region.
- b. Conservation partners fund from environmental NGOs that are working in BBBRNP region.
- c. Payments for Environmental Services is based on the potential of natural resources such as carbon absorption, natural beauty and landscape, watershed protection and water management, as well as a wealth of biodiversity. Carbon absorption can be realized with a payment mechanism for rehabilitation and ecosystem restoration in areas that need to be rehabilitated such as former concessions, land of former forest fires and other damage. Carbon trading scheme could also be realized through the development of community-based forest management program.
- d. The products resulting from the cultivation of local communities can also be packaged and given a 'conservation label' to be traded in the green market.

- c. Penguatan peran serta manfaat bagi masyarakat dalam pengelolaan kawasan dalam hal kebijakan dan implementasi kerja sama (termasuk pengembangan ekowisata berbasis masyarakat).
- d. Melibatkan sektor swasta dalam pengelolaan kawasan, seperti investasi di sektor ekowisata, penelitian, serta pengembangan alternatif penghidupan lainnya.

Untuk memastikan hal-hal di atas terakomodasi dengan baik, maka pengelola TNBBBR menjadi bagian penting yang masuk dalam Kelompok Kerja Nasional HoB maupun Kelompok Kerja HoB di tingkat provinsi dan kabupaten.

Pembiayaan pengelolaan kawasan dan kegiatan konservasi TNBBBR tidak mungkin dicukupi hanya dari keuangan negara. Pengelola TNBBBR perlu menyusun strategi pendanaan berkelanjutan. Beberapa kemungkinan pendanaan yang teridentifikasi adalah:

- a. Pendanaan dari pemerintah provinsi dan kabupaten, melalui mekanisme pengumpulan dan pembagian hasil pajak dan non-pajak serta melalui mekanisme pendanaan yang dikembangkan oleh daerah.
- b. Dana mitra konservasi bersama LSM lingkungan yang bekerja di kawasan TNBBBR.
- c. Pembayaran Jasa Lingkungan berdasarkan potensi kekayaan alam misalnya daya serap karbon, keindahan alam dan lanskap, perlindungan DAS dan tata air, serta kekayaan keragaman hayati. Daya serap karbon dapat diwujudkan dengan mekanisme pembayaran rehabilitasi dan restorasi ekosistem di areal yang perlu direhabilitasi seperti bekas areal HPH, lahan bekas kebakaran dan kerusakan hutan lainnya. Skema perdagangan karbon juga bisa direalisasikan melalui pengembangan program pengelolaan hutan berbasis masyarakat.
- d. Produk-produk yang dihasilkan dari budidaya masyarakat lokal juga dapat dikemas dan diberi label konservasi untuk diperdagangkan di pasar hijau.

Of the above possibilities, the BBBRNP manager needs to build a program plan along with other parties outside the national park. The other parties are in the form of programs in the local government through the Development Planning Meeting (Musrenbang) both at village and district level, or even preparation of the program with NGOs and private parties who are interested in a particular object or issue. Preparation of this program will run with shared funding or resources of each party.

7. BBBRNP Readiness in Sustainable Ecotourism Development

Corresponding to Government Regulation (Peraturan Pemerintah) No. 36 / 2010 on Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park, venture activities and/or nature tourism services are allowed to be held in Use Zone. Operation permits for nature tourism services can be given to individuals or business entities, both private, state or district entities. Procedures to obtain this permit are regulated by the Minister of Forestry through Indonesian Minister of Forestry regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.48/Menhut-II/2010 regarding Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. Every nature tourism business is planned according to the site plan that has been developed by the area manager to provide directions for nature tourism management. Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management is governed by Director General of Forest Protection and Nature Conservation (Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam – Dirjen PHKA) through Dirjen PHKA regulation No. P.3/IV-SET/2011 on Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. The design of the site is endorsed by a technical director responsible in related sector.

Dari berbagai kemungkinan di atas, pengelola TNBBBR perlu membangun perencanaan program bersama dengan pihak lain di luar taman nasional. Pihak lain tersebut berupa program-program di pemerintah daerah melalui Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) baik di tingkat desa maupun di kabupaten, ataupun penyusunan program bersama LSM maupun pihak swasta yang berminat dengan isu ataupun obyek tertentu. Penyusunan program ini akan berjalan dengan *sharing* pendanaan atau sumber daya masing-masing pihak.

7. Kesiapan TNBBBR dalam Pengembangan Ekowisata yang Berkelanjutan

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, di zona pemanfaatan dapat diselenggarakan kegiatan usaha barang dan / atau jasa pariwisata alam. Izin pengusahaan jasa pariwisata alam dapat diberikan kepada perorangan dan atau badan usaha, baik swasta maupun badan usaha milik negara atau daerah. Tata cara permohonan izin usaha ini diatur oleh Menteri Kehutanan melalui Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.48/Menhut-II/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Setiap usaha pariwisata alam direncanakan sesuai dengan desain tapak yang disusun oleh masing-masing pengelola kawasan untuk memberikan arahan pengelolaan pariwisata alam. Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam diatur oleh Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam melalui Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Desain tapak ini disahkan oleh direktur teknis yang bertanggung jawab di bidang terkait.

E. BUKIT KELAM NATURE RECREATION PARK

1. Overview

Bukit Kelam Nature Recreation Park (BKNRP) is located about 15 km from the city of Sintang. The natural panorama and the cool air have made this area as one of the destinations for nature recreation. On top of the hill, there are exotic caves filled with magical nuances where swallow's nests are found. BKNRP with its drowning-like hill is related to a legend known by the communities living around it. It is called 'kelam' because the rocks surrounding the hill have black/dark color.

2. Establishment History

The area of 520 ha was appointed by the national government as a Nature Recreation Park through the Minister of Forestry decree (Surat Keputusan Menteri Kehutanan) No. 381/Kpts-II/1992. Through the Minister of Forestry decree No. 594/Kpts-II/92 dated June 6, 1992, the area was designated as Bukit Kelam Nature Recreation Park. Different from national park, Nature Recreation Park is a nature conservation area that is designated especially for tourism and nature recreation. BKNRP is managed by Natural Resources Conservation Bureau (Balai Konservasi Sumber Daya Alam) of West Kalimantan province, which is located in Pontianak.

3. Tourism Potentials

In the middle of the hill is a tropical rain forest whose condition is no longer primary. This occurs due to forest fires that occurred in 1997, so it is now dominated by large logs that have been dried and partially collapsed blocking the trail.

In this area, there are various rare flora, such as meranti (*Shorea* sp), bangeris (*Koompassia* sp), tengkawang (*Dipterocarpus* sp), kebas-kebas (*Podocarpusceae*), orchids (*Archidaceae*), and red pitcher plants. A variety of rare fauna, such as sun bears (*Heralctus malayanus*), pangolin (*Manis javanica*), bats (*Hiropteraphilie*), and the kestrel (*Acciptiter badius*), adds to the attractiveness of the region.

E. TAMAN WISATA ALAM BUKIT KELAM

1. Gambaran Umum

Taman Wisata Alam Bukit Kelam (TWABK) terletak sekitar 15 km dari kota Sintang. Panorama alami dan udaranya yang sejuk, menjadikan kawasan ini menjadi salah satu lokasi tujuan rekreasi alam. Di puncak bukitnya terdapat gua-gua alam yang eksotis dan bernuansa magis yang di dalamnya terdapat burung walet. TWABK dengan bukit yang seolah tenggelam tersebut terkait dengan legenda yang dikenal masyarakat sekitar. Disebut 'kelam' karena batu-batu yang berada di sekitarnya berwarna hitam.

2. Sejarah Penetapan

Kawasan seluas 520 hektar tersebut oleh pemerintah pusat ditunjuk sebagai Taman Wisata melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Nomor 381/Kpts-II/1992. Melalui Surat Keputusan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor 594/Kpts-II/92 tanggal 6 Juni 1992 ditetapkan sebagai Taman Wisata Alam Bukit Kelam. Berbeda dengan taman nasional, taman wisata alam adalah kawasan pelestarian alam yang ditetapkan terutama untuk pariwisata dan rekreasi alam. TWABK dikelola oleh Balai Konservasi Sumber Daya Alam Kalimantan Barat yang berkedudukan di Pontianak.

3. Potensi Wisata

Di bagian tengah bukit merupakan tipe hutan hujan tropis yang kondisi hutannya sudah tidak primer lagi. Hal ini terjadi akibat kebakaran hutan yang terjadi pada tahun 1997, sehingga didominasi dengan batang kayu besar yang telah mengering serta sebagian tumbang menghalangi jalan setapak.

Di kawasan ini, terdapat berbagai flora langka, seperti meranti (*Shorea* sp), bangeris (*Koompassia* sp), tengkawang (*Dipterocarpus* sp), kebas-kebas (*Podocarpusceae*), anggrek (*Archidaceae*), dan kantong semar merah. Berbagai fauna langkanya, seperti beruang madu (*Heralctus malayanus*), trenggiling (*Manis javanica*), kelelawar (*Hiropteraphilie*), dan alap-alap (*Acciptiter badius*), menambah daya tarik kawasan ini.

For those who want to go to the top of the hill, visitors can go through a stone staircase that has a height of about 90 meters which is located to the west of Bukit Kelam. From the top of the hill, visitors can see the dense and green tropical forest and its surrounding, Kapuas River and Melawi River that flank the city of Sintang, the beauty of Sintang from the distance, and a large extend of rice field below. In addition, visitors can enjoy beautiful views while walking in the area, or while sitting and relaxing in the shelters.

This area is located at an altitude of between 50-900 meters above sea level with slopes between 15° - 40° , which makes it the perfect place for sports like paragliding and rock climbing. For those who enjoy cross-country sport, there are trails in this area that meander through the forest with a strenuous terrain.

For visitors who want to swim and play tennis, swimming pool and tennis courts are also available in this area that can be used any time. In addition, visitors can enjoy this area at night by staying at the camping ground which is spacious and safe. Visitors can also see the longhouse, Ensaid Pendek and Ensaid Panjang which have a distinctive architecture.

As expected by the local government of Sintang district, BKNRP is geared to be a ‘gateway’ to the Danau Sentarum National Park. Therefore, each year the local government organizes Bukit Kelam Tourism Festival featuring various art and cultural attractions of the local community, tourist exhibitions, fashion, folk games, and so forth.

In the framework of the development and provision of tourist facilities in the area, Natural Resources Conservation Bureau (Balai Konservasi Sumber Daya Alam) in cooperation with the local government of Sintang, have built several facilities:

- a. Permanent tourism trail that can be used easily by visitors to reach tourism objects within the area.

Bagi yang ingin ke puncak bukitnya, dapat melewati sebuah tangga batu yang memiliki ketinggian sekitar 90 meter yang terletak di sebelah barat Bukit Kelam. Dari puncak bukit dapat terlihat hutan tropis yang lebat dan hijau di sekitarnya, Sungai Kapuas dan Sungai Melawi yang mengapit Kota Sintang, keindahan Kota Sintang dari jauhan, dan areal persawahan yang menghampiri luas di bawahnya. Selain itu pengunjung dapat menikmati keindahan panoramanya sambil berjalan-jalan di kawasan tersebut, atau sambil duduk santai di *shelter*.

Kawasan ini berada pada ketinggian antara 50-900 meter di atas permukaan laut dengan kemiringan antara 15° - 40° , sehingga tepat sekali dijadikan tempat untuk melakukan olahraga terbang layang dan panjat tebing. Bagi mereka yang senang olahraga lintas alam, di kawasan ini terdapat jalan setapak yang berliku-liku sampai ke dalam hutan dengan medan yang cukup berat.

Bagi pengunjung yang ingin berenang dan bermain tenis, di kawasan ini juga tersedia kolam renang dan lapangan tenis yang dapat digunakan setiap waktu. Selain itu pengunjung dapat menikmati kawasan ini pada malam hari dengan menginap di *camping ground* yang tersedia luas dan aman. Pengunjung juga dapat melihat Rumah Panjang, Ensaid Pendek dan Ensaid Panjang yang memiliki arsitektur khas.

Sebagaimana diharapkan oleh pemerintah daerah kabupaten Sintang, TWABK diarahkan untuk menjadi ‘gerbang’ menuju TNDS. Oleh karena itu setiap tahun pemerintah daerah menyelenggarakan Gebyar Wisata Bukit Kelam yang menampilkan berbagai atraksi seni dan budaya dari masyarakat setempat, pameran wisata, fashion, permainan rakyat, dan lain sebagainya.

Dalam rangka pengembangan dan pengadaan sarana wisata kawasan, Balai Konservasi Sumber Daya Alam bekerja sama dengan pihak Pemerintah Daerah Tingkat II Sintang, membangun beberapa fasilitas:

- a. Jalur wisata permanen yang dapat dengan mudah dipergunakan oleh pengunjung untuk mencapai obyek-obyek di dalam kawasan.

- b. A permanent building has been prepared for meeting hall and the area information center.

In the further development of this region, provision of infrastructure and supporting facilities for recreational and tourism activities such as Area Interpretation Program, signs/directions and appeals to conserve the area, as well as guides that will help connect the objects to the visitors will be pursued.

- b. Sebuah bangunan permanen yang telah disiapkan sebagai balai pertemuan dan pusat informasi kawasan.

Dalam pengembangan kawasan ini lebih lanjut akan diupayakan penyediaan prasarana dan sarana pendukung kegiatan rekreasi dan wisata seperti Program Interpretasi Kawasan, papan petunjuk dan imbauan pelestarian kawasan dan pemandu yang akan membantu menghubungkan obyek dan pengunjung.

4. Block Division and Management Plan

In a nature recreation park management, the area is divided into 2 (two) blocks, which are protection block and use block. Use block is especially used to accommodate tourism and recreation facilities development, which the area is intended for. Facility development has to be aligned with the guidelines in Minister of Forestry Regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.48/Menhut-II/2010 on nature tourism development in wildlife reserves, national parks, forest parks, and nature recreation parks, which cannot exceed 1 (one) percent of total area of the use block.

4. Pembagian Blok dan Rencana Pengelolaan

Dalam pengelolaan suatu taman wisata alam, kawasan dibagi menjadi 2 (dua) blok, yaitu blok perlindungan dan blok pemanfaatan. Blok pemanfaatan terutama ditujukan untuk mengakomodasi pembangunan fasilitas pariwisata dan rekreasi sesuai dengan ditetapkannya kawasan tersebut. Pembangunan fasilitas tersebut sesuai dengan arahan dalam Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.48/Menhut-II/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, tidak boleh lebih dari 1 (satu) persen dari luas blok pemanfaatan.

5. Readiness of Bukit Kelam Nature Recreation Park for Sustainable Ecotourism Development

Corresponding to Government Regulation (Peraturan Pemerintah) No. 36 / 2010 on Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park, venture activities and/or nature tourism services are allowed to be held in Use Zone. Operation permits for nature tourism services can be given to individuals or business entities, both private, state or district entities. Procedures to obtain this permit are regulated by the Minister of Forestry through Indonesian Minister of Forestry regulation (Peraturan Menteri Kehutanan) No. P.48/Menhut-II/2010 regarding Nature Tourism Development in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. Every nature tourism business is planned according to the site plan that has been developed by the area manager to provide directions for nature tourism

5. Kesiapan TWABK dalam Pengembangan Ekowisata yang Berkelanjutan

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, di zona pemanfaatan dapat diselenggarakan kegiatan usaha barang dan / atau jasa pariwisata alam. Izin pengusahaan jasa pariwisata alam dapat diberikan kepada perorangan dan atau badan usaha, baik swasta maupun badan usaha milik negara atau daerah. Tata cara permohonan izin usaha ini diatur oleh Menteri Kehutanan melalui Peraturan Menteri Kehutanan Republik Indonesia Nomor P.48/Menhut-II/2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam Di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Setiap usaha pariwisata alam direncanakan sesuai dengan

management. Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management is governed by Director General of Forest Protection and Nature Conservation (Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam – Dirjen PHKA) through Dirjen PHKA regulation No. P.3/IV-SET/2011 on Guidance on Site Plan Development for Nature Tourism Management in Wildlife Reserve, National Park, Forest Park, and Nature Recreation Park. The design of the site is endorsed by a technical director responsible in related sector.

desain tapak yang disusun oleh masing-masing pengelola kawasan untuk memberikan arahan pengelolaan pariwisata alam. Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam diatur oleh Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam melalui Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Desain tapak ini disahkan oleh direktur teknis yang bertanggung jawab di bidang terkait.





Sources

Selected List of Documents

Title	Author	Year
Judul	Penulis	Tahun
RIPPDA Malinau	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Malinau	2010
Kayan Mentarang National Park	WWF Indonesia/WWF Denmark	2005
Sejarah Penyebaran & Kebudayaan Suku-Suku di Kabupaten Malinau	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Malinau	2008
Guidebook Ecotourism Destinations Kayan Mentarang National Park	Dinas Keb. & Pariwisata, Kab. Malinau & WWF Indonesia	2007
Kapuas Hulu – Trip through Heart of Borneo, Volume I & II	Kapuas Hulu Tourism Working Group	2007
Several tourism planning documents	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kabupaten Kapuas Hulu	06-11
Several HoB documents	WWF Indonesia	06-12
The wonders of Ecotourism Indonesia	Ministry of Tourism and Creative Economy, Indonesia	2012

Selected List of Interview Partners

Daftar Narasumber

Name	Function & Institution	Time
Nama	Jabatan & Institusi	Waktu
Peter Krüger	German Head of One World, German Tour Operator	12 2011
Pak Mardan	Section Head, Bappeda Kapuas Hulu	01 2012
Ary Suwandi	Head of INDECON, Jakarta	12 2011
Pak Helmi	Park Manager Kayan Mentarang National Park	01 2012
Pak Soewignyo	Park Manager Danau Sentarum National Park	01 2012
Hermas Rinting Maring	Head of KOMPAKH, ecotourism operator, Kapuas Hulu	01 2012
Andreas & Ulrike Mench	DED Community-based Forest Management	01 2012
Ibu Anselma	Staff Dinas Kebudayaan & Pariwisata, Kapuas Hulu	01 2012
Agung Wibowo	Senior Coordinator of VITO Coordinating Agency	01 2012
Prof.Dr.Ir. Chafid Fandell	Magister Kajian Pariwisata UGM	01 2012
Pak Albert	Staff WWF Kapuas Hulu	01 2012
Pak Wisnu	Coordinator WWF HoB	01 2012
The wonders of Ecotourism Indonesia	Ministry of Tourism and Creative Economy, Indonesia	2012

**Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH**
Forests and Climate Change Programme (FORCLIME)
Manggala Wanabakti, Bl. VII, Fl. 6
Jl. Jend. Gatot Subroto
Jakarta 10270 Indonesia
Tel: +62 (0)21 5720214
www.forclime.org