

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan mengenai beberapa kajian teoritis, variabel yang digunakan serta studi tinjauan terdahulu yang diharapkan dapat menjadi dasar dari penyusunan serta pelaksanaan penulisan laporan ini.

1.1 Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan. Pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah dan atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Diawali dari kegiatan yang semula hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya pada awal abad ke-20, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia. Hal ini terjadi tidak hanya di negara maju tetapi mulai dirasakan pula di negara berkembang. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Nur Emma Suriani, S.(2022)

1.2 Wisatawan

Dalam lingkup pariwisata tidak akan ada artinya tanpa wisatawan, dan dalam dunia pariwisata wisatawan merupakan salah satu sumber pendapatan suatu negara. Maka dari itu sepatutnya pemerintah, dunia usaha dan masyarakat harus menerapkan pelayanan yang sebaik-baiknya, karena melalui pelayanan yang baik mampu menarik wisatawan kembali. Pengertian wisatawan menurut beberapa para

ahli yaitu Menurut Smith (Kusumaningrum, 2009), menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain

Menurut WTO (Kusumaningrum, 2009) membagi wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam. Maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan atau berkunjung ketempat yang bukan tempat tinggalnya atau bukan negaranya dalam jangka waktu lebih dari 24 jam

1.3 Wisata Alam

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati Dan Ekosistemnya Taman wisata alam adalah kawasan pelestarian alam yang terutama dimanfaatkan untuk pariwisata dan rekreasi alam. Selain untuk kegiatan pariwisata, kawasan ini mempunyai fungsi melindungi sistem penyangga kehidupan bagi daerah sekitarnya. Bisa juga menjadi tempat pendidikan alam dan pengembangan ilmu pengetahuan. Segala pemanfaatan sumber daya hayati di areal ini harus dimanfaatkan secara lestari.

Menurut Sari Ratna, et al, (2017), wisata alam adalah bentuk kegiatan wisata alam yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan tata lingkungan. Wisata alam memiliki sumber daya yang berasal langsung dari alam. Selain itu, wisata alam berpotensi dan berdaya tarik bagi wisatawan serta kegiatannya ditujukan untuk pembinaan cinta alam, baik dalam kegiatan alam maupun setelah pembudidayaan, wisata alam menggunakan pendekatan *environmental planning approach*. Penekanan dari pendekatan ini adalah pada konservasi lingkungan tetapi memperhatikan kebutuhan pengunjung akan fasilitas dan kebutuhan dalam melakukan aktivitasnya. Wisata alam dapat berupa, pantai, gunung, pemandangan alam dan wisata bahari atau wisata tirta.

1.4 Pengertian Objek dan Daya Tarik Wisata

Menurut Peraturan Pemerintah No. 24 Tahun 1979 tentang Penyerahan Sebagian Urusan Pemerintahan Dalam Bidang Kepariwisata kepada Daerah Tingkat I menjelaskan bahwa objek wisata adalah perwujudan dari ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya serta sejarah bangsa dan tempat keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi. Prasetyo (2013) menyatakan bahwa “Objek wisata adalah dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya objek wisata disuatu daerah kepariwisataan sulit untuk dikembangkan”. Objek daya tarik sangat erat hubungannya dengan Travel motivation atau travel fashion, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya.

Menurut UU Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, menyatakan bahwa Objek dan Daya Tarik Wisata terdiri atas:

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam, serta flora dan fauna.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata.

Dalam literatur kepariwisataan luar negeri tidak dijumpai istilah objek wisata seperti yang biasa dikenal di Indonesia. Untuk pengertian objek wisata mereka lebih banyak menggunakan istilah ‘tourist attractions’, Menurut Gugun Gunardi (2010) segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu, tourist attraction itu sendiri dapat terbagi menjadi dua bagian, yaitu tourism resources dan tourist service.

1.4.1 Tourism resources

Tourism resources ini disebut dengan istilah “attractive spontance”, yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung kesuatu tempat daerah tujuan wisata, diantaranya antara lain:

- a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta (Natural Amenities), yang termasuk kelompok ini adalah: iklim, bentuk tanah dan pemandangan, hutan belukar, fauna dan flora, dan pusat-pusat kesehatan natural.

- b. Hasil ciptaan manusia (Man-made supply), yang termasuk dalam kelompok ini adalah: benda- benda bersejarah, kebudayaan dan keagamaan.
- c. Tata cara hidup masyarakat (The way life)

1.4.2 Tourist Service

Sedangkan untuk Tourist Service, disebut dengan istilah “attraction device”, yaitu semua fasilitas yang digunakan dan aktifitas yang dapat dilakukan yang pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Tetapi tourist service bukanlah merupakan daya tarik dalam kepariwisataan, tetapi kehadirannya diperlukan bila kita hendak mengembangkan kepariwisataan pada suatu daerah. Dalam pembangunan kawasan pariwisata tersebut juga harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

- a. Kemampuan untuk mendorong peningkatan perkembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya
- b. Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat
- c. Kelestarian budaya dan lingkungan hidup
- d. Kelangsungan usaha pariwisata itu sendiri
- e. Tata ruang
- f. Rencana induk pembangunan pariwisata daerah

Sedangkan menurut pendapat Widianingsi (2020) Daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti: atraksi alam (landscape, pemandangan laut, pantai, iklim dan fitur geografis lain dari tujuan), daya tarik budaya (sejarah dan cerita rakyat, agama, seni dan acara khusus, festival), atraksi sosial (cara hidup, populasi penduduk, bahasa, peluang untuk pertemuan sosial), dan daya tarik bangunan (bangunan, arsitektur bersejarah dan modern, monumen, taman, kebun, marina).

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-undang Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab I, pasal 5, juga mengemukakan pengertian dari daya tarik wisata yaitu daya tarik wisata” adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman

kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sementara dalam Bab I, pasal 10, disebutkan kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Hadiwijoyo (2012) menjelaskan obyek daya tarik wisata sebagai suatu bentukan dan fasilitas yang saling berhubungan dan menjadi alasan wisatawan mengunjungi suatu daerah atau tempat tertentu. Obyek daya tarik wisata dapat dibedakan menjadi tiga yaitu;

- a. Obyek wisata alam atau lingkungan (ekowisata),
- b. Obyek wisata sosial budaya,
- c. Obyek wisata minat khusus (Special Interest).

Menurut UU nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan wisata adalah kawasan geografis yang spesifik berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat kegiatan kepariwisataan dan dilengkapi dengan ketersediaan daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat

1.5 Komponen Pariwisata

Sebuah tempat wisata merupakan suatu kawasan yang menawarkan suasana yang mencerminkan keaslian dan keasrian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, budaya, adat istiadat, keseharian maupun arsitektur bangunan serta tata ruang Desa yang khas dimana didalamnya memiliki hal unik dan memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai komponen pariwisata. Sebuah permasalahan sosial dan lingkungan senantiasa mengikuti perkembangan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat wisata belum sepenuhnya menyentuh masyarakat.

Menurut (Sunaryo, 2013) menjelaskan bahwa komponen-komponen utama dalam sebuah destinasi adalah atraksi, amenitas, aksesibilitas, infrastruktur pendukung, ancillary services, kelembagaan dan menurut Buhalis (TT) terdapat 5A

yaitu attractions, accessibility, amenities, available packages, activities, ancillary services. Sedangkan menurut (Zakaria & Suprihardjo, 2014) sediaan pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan meliputi atraksi wisata, akomodasi, transportasi, infrastruktur, fasilitas pendukung. Dibawah ini merupakan komponen wisata dari beberapa sumber yaitu pada tabel 2.1

Tabel 2. 1 Komponen Objek dan Daya Tarik Wisata

No	Nama	Tahun	Komponen	Indikator
1	Cooper	2005	Atraksi	Alam yang menarik, Kebudayaan, Seni Pertunjukan
			Aksesibilitas	Transportasi lokal
			Amenitas	Rumah makan Akomodasi Agen Perjalanan
			Ancillary	Organisasi Kepariwisata
2	Yoeti	2002	Attraction	Ekonomi yang berkelanjutan.
			Accessibility	Keberlanjutan ekologi.
			Amenities	Akomodasi, hotel, transportasi
3	Middleton	2001	Attraction	Bentang alam, iklim, seni, bahasa
			Accessibility	Infrastruktur, Jalan, Bandara, saran transportasi
			Amenities	Akomodasi, hotel, transportasi
4	Gunn	2002	Atraksi	Tingkat Keunikan, Nilai Obyek, Ketersediaan Lahan, Kondisi Fisik Obyek Wisata
			servis atau pelayanan	pelayanan berupa fasilitas- fasilitas restoran atau rumah makan, agen perjalanan, serta toko-toko yang menyajikan barang khas daerah

No	Nama	Tahun	Komponen	Indikator
			Promosi	kegiatan kehumasa, memberikan intentif, potongan tiket masuk
			Transportasi	Aksesibilitas atau kemudahan untuk mencapai ke suatu lokasi daya tarik wisata.
			Informasi dan promosi	informasi perjalanan, informasi dapatdisajikan dalam bentuk peta, buku petunjuk, artikel dalam majalah,brosur maupun melalui internet
5	Direktorat Jenderal Pariwisata Indonesia	2004	Attraction	Tempat bersejarah, pemandangan, pameran
			Amenities	Penginapan, restoran, .
			Accessibility	Tempat, Transportasi
			TourisOrgan ization	Lembaga yang mengatur Pariwisata
6	Sugiyanto	2004	Daya Tarik Obyek Wisata	Tingkat Keunikan, Nilai Obyek, Ketersediaan Lahan, Kondisi Fisik Obyek Wisata
			Aksesibilitas	Jarak dari jalan raya, Kondisi jalan,Kendaraan Menuju obyek
			Amenitas	Fasilitas Dasar (Warung Makan, MCK, Akomodasi) dan Fasilitas Pendukung (Listrik, Tempat Ibadah, Akses Komunikasi dan Tempat Parkir

Sumber: Cooper (2005), Youti (2002), Middleton (2001), Dirjen Pariwisata dan Sugiyanto (2004), Gunn (2002)

variabel yang digunakan untuk mengukur pariwisata, seperti jumlah wisatawan, tingkat hunian hotel, dan pendapatan dari sektor pariwisata dapat di lihat pada Tabel.2.2,

Tabel 2. 2 **Variabel Indikator Pariwisata**

N o	Nama	Tahun	Komponen	Indikator
1		(2018)	Atraksi	Keindahan Alam

N o	Nama	Tahun	Komponen	Indikator
	<i>Tyas, N. W., & Damayanti, M.</i>		Aksesibilitas	1. Akses Jalan 2. Kemudahan Transportasi 3. Tempat Informasi 4. Lokasi Objek Wisata 5. Petunjuk Arah
			Amenitas	1. Toko Souvenir 2. Area Parkir 3. Toilet 4. Tempat Ibadah 5. Tempat Sampah 6. Tempat Makan
2	<i>Dwi S. P</i>	<i>(2022)</i>	Atraksi	1. Keindahan Alam
			Amenitas	2. Area Parkir 3. Toilet 4. Tempat Sampah
			Aksesibilitas	1. Akses Jalan 2. Kemudahan Transportasi
3	<i>Sukmadewi</i>	<i>(2019)</i>	Atraksi	1. Pura Suranadi 2. Taman Wisata Alam Suranadi
			Amenitas	1. Restoran 2. Pasar kuliner 3. Hotel/Homestay/Villa
			Aksesibilitas	1. Transportasi 2. Saluran pemasaran
			Ancillary Services	1. Media cetak, elektronik 2. atau media sosial
4	<i>Hardjosoekarto, S., & Lawang, R.M</i>	<i>(2021)</i>	Atraksi	1. Desa wisata kreatif
			Amenitas	2. Area Parkir 3. Toilet 4. Tempat Sampah 5. Rumah Makan
			6. Aksesibilitas	1. Akses Jalan 2. Kemudahan Transportasi 3. Tempat Informasi 4. Petunjuk Arah

N o	Nama	Tahun	Komponen	Indikator
			Ancillary Services	1. ATM 2. Hotel/penginapan
			Aktivitas	1. Arena Bermain Sesuai Usia 2. Hiburan
5	<i>Fadilla, M. R.</i>	<i>(2024)</i>	Atraksi	1. Desa wisata
			Amenitas	2. Area Parkir 3. Toilet 4. Tempat Sampah 5. Tempat Makan
			Aksesibilitas	1. Akses Jalan 2. Kemudahan Transportasi 3. Petunjuk Arah
			Aktivitas	1. Area hiburan
6	<i>Ibrahim, M., & Rahayu, R. A. A.</i>	<i>(2015)</i>	Atraksi	1. Desa wisata dan seni tari
			Amenitas	1. Toko Souvenir 2. Area Parkir 3. Toilet
			Aksesibilitas	1. Akses Jalan 2. Kemudahan transportasi 3. Tempat Informasi 4. Lokasi objek wisata
			Akomodasi	Kebersihan penginapan/ Hotel/ Homestay
			Aktivitas	1. Arena Bermain Sesuai Usia 2. Hiburan
7	<i>Suardana, I. W.</i>	<i>(2019)</i>	Atraksi	Taman Wisata Alam
			Amenitas	1. Toko Souvenir 2. Area Parkir 3. Toilet
			Aksesibilitas	1. Akses Jalan

N o	Nama	Tahun	Komponen	Indikator
				2. Kemudahan transportasi 3. Tempat Informasi

Sumber: Tyas, N. W., & Damayanti, M(2018), Dwi S. P(2022), Sukmadewi(2019), Hardjosoekarto, S.,&Lawang, R.M(2021), Fadilla, M. R.(2024), Ibrahim, M., & Rahayu, R. A. A.(2015), Suardana,I.W.(2019)

1.5.1 Atraksi

Atraksi Adalah sesuatu yang menjadi daya tarik dan dapat membuat wisatawan terkesan yang berupa rasa puas, rasa nyaman, dan rasa nikmat pada wisatawan yang melihatnya atau melaksanakannya. Dalam hal ini dapat berupa daya tarik alam, budaya, dan daya tarik buatan manusia.

Sedangkan menurut Mill (2000) Atraksi adalah segala hal yang mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke kawasan wisata. Atraksi terdiri dari apa yang pertama kali membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah kawasan. Atraksi dapat didasarkan pada sumber daya alam yang memiliki bentuk ciri-ciri fisik alam, dan keindahan kawasan itu sendiri. Selain itu, budaya juga dapat menjadi atraksi untuk menarik minat wisatawan datang, seperti hal-hal yang besejarah, agama, cara hidup masyarakat, tata cara pemerintahan, dan tradisi-tradisi masyarakat baik dimasa lampau maupun di masa sekarang. Hampir setiap destinasi memiliki atraksi khusus yang tidak dapat dimiliki oleh destinasi lainnya

- Atraksi alam

Menurut Pitana dan Diarta dalam Astuti dan Noor (2016) sebagai berikut: Atraksi pada destinasi merupakan elemen-elemen yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan didalamnya yang secara individual atau kombinasinya memegang peranan penting dalam memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi tersebut. Atraksi destinasi bisa berupa atraksi alam seperti **landscape**, pantai, pegunungan, iklim, lembah;

- Atraksi buatan

Menurut yang diungkapkan oleh Yoeti (1996) bahwa buatan manusia adalah segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti bendabenda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.

- Atraksi Sejarah

menurut Rusli Cahyadi (2009), pariwisata pusaka sejarah atau *heritage tourism* biasanya disebut juga dengan pariwisata pusaka budaya atau lebih spesifik disebut dengan pariwisata budaya dan alam

1.5.2 Amenitas

Amenitas adalah berbagai fasilitas pendukung yang dibutuhkan oleh wisatawan di destinasi wisata. Amenitas meliputi beragam fasilitas untuk memenuhi kebutuhan akomodasi, penyediaan makanan dan minuman (food and Beverage), tempat hiburan, tempat perbelanjaan (retailing), dan layanan lainnya seperti bank, rumah sakit, keamanan dan asuransi (Nugroho 2018). Amenitas merupakan tersedianya fasilitas-fasilitas seperti penginapan, restoran, tempat hiburan, transportasi lokal, alat-alat transportasi, fasilitas perbankan, fasilitas kesehatan dan lain-lain.

Menurut Inskeep (1991) fasilitas (facilities) dan pelayanan lainnya (other services) di destinasi bisa terdiri dari biro perjalanan wisata, restaurant, retail outlet kerajinan tangan, souvenir, keunikan, keamanan yang baik, bank, penukaran uang (money changer), (tourist information office), rumah sakit, bar, tempat kecantikan. Setiap destinasi memiliki fasilitas yang berbeda, namun untuk melayani kebutuhan dasar wisatawan yang berkunjung, destinasi melengkapinya sesuai dengan karakteristik destinasi tersebut.

1.5.3 Aksesibilitas

Akses mencakup fasilitas sarana dan prasarana yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk menuju destinasi wisata, sehingga harus tersedia jasa seperti penyewaan kendaraan dan transportasi lokal, rute atau pola perjalanan (Cooper,

2000). Aksesibilitas adalah Sarana yang memberikan kemudahan mencapai daerah tujuan wisata. Tempat tersebut mudah dijangkau, sarana yang diperlukan wisatawan mudah ditemukan, misalnya transportasi ke tempat tujuan, jalan yang akan dilewati aman atau nyaman. Hal itu harus dipertimbangkan dengan mendalam karena itu sangat membantu kemudahan wisata.

Menurut Sugiarti (2018) aksesibilitas adalah tingkat intensitas suatu daerah tujuan wisata atau destinasi dapat dijangkau oleh wisatawan. Fasilitas dalam aksesibilitas seperti jalan raya, rel kereta api, jalan tol, terminal, stasiun kereta api, dan kendaraan roda empat.

Activity

Aktifitas berhubungan dengan kegiatan di destinasi yang akan memberikan pengalaman (experience) bagi wisatawan. Setiap destinasi memiliki aktivitas yang berbeda sesuai dengan karakteristik destinasi wisata tersebut (Yuniningsi2020) Aktivitas wisata di destinasi merupakan kegiatan yang salah satunya menjadi daya tarik wisatawan untuk datang ke destinasi. Begitu juga dengan Desa wisata, jenis aktivitas yang dilakukan berhubungan dengan karakteristik Desa tersebut. Aktivitas yang umumnya dilakukan di Desa wisata adalah mengikuti kegiatan kehidupan sehari-hari Desa wisata.

Aktivitas wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan, atau apa motivasi wisatawan datang ke destinasi, yaitu keberadaan mereka di sana dalam waktu setengah hari sampai berminggu-minggu. Suatu pusat aktivitas misalnya suatu museum, yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung dalam setengah hari di antara lama waktu kunjungan wisatanya. Aktivitas wisata suatu digerakkan oleh adanya atraksi wisata, terutama yang unik seperti: pantai, taman, bangunan bersejarah, topografi khas, ciri khas budaya, peristiwa lokal unik, dan lain-lain. Dengan adanya beragam aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan mancanegara yang berlibur di sana memungkinkan wisatawan tersebut akan tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata tersebut (Sunny 2015)

1.5.4 Akomodasi

Setzer Munavizt menyatakan bahwa “Akomodasi adalah sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yang bepergian.” Lebih jauh Munavizt menyatakan bahwa akomodasi wisata dapat berupa tempat dimana wisatawan dapat beristirahat, menginap, mandi, makan, minum serta menikmati jasa pelayanan yang disediakan (Koroso 2021)

Akomodasi dapat diartikan sebagai penginapan yang tentunya di satu destinasi dengan destinasi lainnya akan berbeda. Akomodasi yang umum dikenal adalah hotel dengan beragam fasilitas didalamnya. Akomodasi di Desa wisata berbeda dengan akomodasi di destinasi lain. Akomodasi di Desa wisata biasanya terdiri dari sebagian tempat tinggal para penduduk setempat atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk atau biasa dikenal dengan homestay. Akomodasi untuk mendukung terselenggaranya kegiatan wisata di destinasi dapat terletak di lokasi Desa wisata tersebut atau berada di dekat Desa wisata. Jenis akomodasi di Desa wisata dapat berupa bumi perkemahan, villa atau sebuah pondok wisata (Hadiwijoyo,2012)

Akomodasi wisata menurut Burkart dan Medlik mengacu pada dua komponen yang tidak terpisahkan. Dua komponen tersebut adalah adanya penawaran dan permintaan (Munavizt 2010). Hal ini menunjukkan bahwa akomodasi wisata mengacu pada siapa yang melayani kebutuhan turis atau konsumen jasa pariwisata. Akomodasi wisata menurut Burkart dan Medlik dibagi menjadi empat kategori, yaitu :

Tabel 2. 3 Tabel Indikator

Komponen Pariwisata 5A	Dimensi	Indikator
	Attraction (Atraksi)	1. Keindahan Alam 2. Keindahan Buatan (Miniatur, Arsitektur Bangunan, Tata Ruang) 3.Budaya

	Amenity (Amenitas)	1. Toko Souvenir 2. Area Parkir 3. Toilet 4. Tempat Ibadah 5. Tempat Sampah 6. Tempat Makan
	Accessibility (Aksesibilitas)	1. Akses Jalan 2. Kemudahan Transportasi 3. Tempat Informasi 4. Lokasi Objek Wisata 5. Petunjuk Arah
	Activities (Aktifitas)	1. Arena Bermain Sesuai Usia 2. Hiburan
	Accommodation (Akomodasi)	1. Penginapan / Hotel/ Homestay 2. Keamanan Penginapan / Hotel/ Homestay 3. Kebersihan Penginapan/ Hotel/ Homestay 4. Fasilitas Penginapan / Hotel/ Homestay 5. Harga Penginapan / Hotel/ Homestay

Sumber: Parawansah (2022)

1.6 Pariwisata dalam Rencana Tata ruang Wilayah Kabupaten Bandung

Dalam Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 27 Tahun 2016 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Tahun 2016 – 2036 Kecamatan Rancabali masuk kedalam Rencana penetapan pusat kegiatan yang terdiri dari: PPK Ciwidey, Pasirjambu, Pangalengan, Cangkuang, Ciparay, Dayeuhkolot, Bojongsoang, Margahayu, Margaasih, Cilengkrang dan Cimenyan berfungsi

sebagai perdagangan dan jasa, wisata alam, industri, agroindustri, perumahan, permukiman, pertanian, perkebunan dan kehutanan.

Kawasan Wisata Situ Patenggang yang berada di Kecamatan Rancabali sudah ditetapkan menjadi sebuah kawasan yang mengembangkan sektor pariwisatanya.

1.7 Analisis GAP

Gap Analysis merupakan suatu metode pengukuran untuk mengetahui kesenjangan (*gap*) antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut. Gap Analysis itu sendiri merupakan bagian dari metode **IPA** (*Importance-Performance Analysis*).

Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James (1977) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis*. Importance Performance Analysis digunakan untuk memetakan hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari masing-masing atribut yang ditawarkan dan kesenjangan antara kinerja dengan harapan dari atribut-atribut tersebut.

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan.

Sedangkan menurut Irawan (2002) IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi tentang faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitasnya, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu diperbaiki karena pada saat ini belum memuaskan. Gap (+) positif akan diperoleh apabila skor persepsi lebih besar dari skor harapan, sedangkan apabila skor harapan lebih besar daripada skor persepsi akan diperoleh gap (-) negatif. Semakin tinggi skor harapan dan semakin rendah skor persepsi, berarti gap semakin besar. Apabila total gap positif maka pelanggan dianggap sangat puas terhadap pelayanan perusahaan tersebut. Sebaliknya bila tidak, gap adalah negatif, maka pelanggan kurang/tidak puas terhadap pelayanan. Semakin

kecil gapnya semakin baik. Biasanya perusahaan dengan tingkat pelayanan yang baik, akan mempunyai gap yang semakin kecil.

Menurut Picard, dkk (2016) didefinisikan oleh IT *Infrastructure Library* (ITIL) sebagai aktivitas yang membandingkan dua macam data dan mengidentifikasi perbedaannya. *Gap analysis* biasa digunakan untuk membandingkan suatu set persyaratan. *Gap analysis* umumnya terstruktur pada satu set area, topik atau kategori, sehingga membuat *gap analysis* efisien untuk mengetahui sector atau bidang mana yang perlu diperbaiki. *Gap analysis* menjadi efektif karena checklist yang dibuat terstruktur dan sesuai dengan topiknya. *Checklist* akan mencakup semua persyaratan yang ada dan dibuat secara hirarki dalam pengkajiannya, hal ini akan mencakup pertanyaan umum dan memberikan gambaran mengenai topik atau kategori yang akan dinilai. Pertanyaan-pertanyaan pada *checklist* dibuat secara lengkap, detail dan membuat penilaian terhadap setiap individu persyaratan jika diperlukan. Setiap pertanyaan berhubungan dengan pertanyaan lain untuk memastikan ketertelusurannya. Dalam *Importance-Performance-Analysis* (Analisis Kepentingan Kinerja) ada 2 perhitungan dalam mencari gap analysis, yaitu:

1. Mencari Tingkat Kesesuaian

Dalam metode ini pengukuran tingkat kesesuaian untuk mengetahui seberapa besar pelanggan/konsumen merasa puas terhadap kinerja perusahaan, dan seberapa pihak penyedia jasa memahami apa yang diinginkan pelanggan terhadap jasa yang mereka berikan.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut mulai dari urutan yang sangat sesuai dengan tidak sesuai.

Terdapat dua hal yang dapat terjadi dalam tingkat kesesuaian:

1. Apabila kinerja (persepsi) di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa dan tidak puas (Supranto, 2006).

2. Apabila kinerja (persepsi) sesuai dengan harapan maka pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan sangat puas (Supranto, 2006)

Kriteria penilaian tingkat kesesuaian pelanggan:

Tingkat kesesuaian wisatawan $> 100\%$, berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh wisatawan

Tingkat kesesuaian wisatawan $= 100\%$, berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh wisatawan

Tingkat kesesuaian $< 100\%$ berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh wisatawan

Dalam tingkat kesesuaian $< 100\%$ dapat dijelaskan lagi sebagai berikut:

0 – 32 % =Sangat Tidak Puas

33 – 65% = Tidak Puas

66 – 99% = Kurang Puas

Rumus yang digunakan untuk menghitung tingkat kesesuaian adalah:

$$T_{ki} = \frac{\sum X_i}{\sum Y_i} \times 100\%$$

Keterangan

T_{ki}	= Tingkat kesesuaian responden/pelanggan
$\sum X_i$	= Skor penilaian kinerja
$\sum Y_i$	= Skor penilaian harapan responden

Analisis kesesuaian dilakukan dengan menghitung tingkat kesesuaian terlebih dahulu, lalu menghitung nilai rata-rata harapan dan persepsi untuk masing-masing pernyataan (faktor). Faktor-faktor tersebut diperingkatkan kemudian dikelompokkan menjadi empat bagian kuadran dalam diagram kartesius.

2. Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangun dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (X, Y) dimana X merupakan rata-rata tingkat pelaksanaan atau kepuasan pelanggan seluruh faktor atau atribut dan Y adalah rata-rata dari skor rata-rata tingkat kepentingan atau harapan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Diagram kartesius terbagi menjadi empat kuadran.

Langkah pertama untuk analisis kuadran dalam diagram kartesius adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan/harapan dan kinerja untuk setiap atribut/ Pernyataan dengan rumus:

$$\overline{X_i} = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\overline{Y_i} = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Keterangan

$\overline{X_i}$ = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut/ Pernyataan ke-i
 $\overline{Y_i}$ = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut/ Pernyataan ke-i
n = Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan/harapan dan kinerja untuk keseluruhan atribut/ Pernyataan dengan rumus:

$$\overline{\overline{X_i}} = \frac{\sum_{i=1}^k \overline{X_i}}{n}$$

$$\overline{\overline{Y_i}} = \frac{\sum_{i=1}^k \overline{Y_i}}{n}$$

Keterangan

$\overline{\overline{X_i}}$ = Nilai rata-rata kinerja atribut/ Pernyataan
 $\overline{\overline{Y_i}}$ = Nilai rata-rata kepentingan atribut/ Pernyataan
n = Jumlah atribut/ Pernyataan

Nilai $\overline{\overline{X_i}}$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horisontal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kinerja (X) sedangkan nilai $\overline{\overline{Y_i}}$ memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan atribut/ Pernyataan kepentingan/harapan, setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut/ Pernyataan, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti yang ditunjukkan pada Gambar .2.1.



Gambar 2. 1 Diagram Kartesius

Diagram ini terdiri atas empat kuadran (Supranto, 2001):

A. Kuadran I (Prioritas Utama)

Kuadran ini memuat atribut-atribut/ Pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut/ pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kinerja dari atribut/ pernyataan tersebut lebih rendah daripada tingkat harapan pelanggan terhadap atribut/ pernyataan tersebut. Atribut-atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini harus lebih ditingkatkan lagi kinerjanya agar dapat memuaskan pelanggan.

B. Kuadran II (Pertahankan Prestasi)

Atribut-atribut/ pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ pernyataan tersebut penting dan memiliki kinerja yang tinggi. Dan wajib dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat penting/ diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

C. Kuadran III (Prioritas Rendah)

Atribut/ pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa/ biasa saja. Maksudnya atribut-atribut/ pernyataan yang terdapat dalam

kuadran ini memiliki tingkat kepentingan/harapan yang rendah dan kinerjanya juga dinilai kurang baik oleh pelanggan.

Perbaikan terhadap atribut/ Pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut/ Pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut/ Pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.

D. Kuadran IV (Berlebihan)

Kuadran ini atribut-atribut/ Pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan akan tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa atribut/ Pernyataan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting/kurang diharapkan terhadap adanya atribut/ Pernyataan tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.

1.8 Kriteria Tingkat Kepuasan

Nilai%	Kriteria
81-100	Sangat Puas
66-80	Puas
51-65	Cukup Puas
35-50	Kurang Puas
0-34	Tidak Puas

Sumber: Masjhoer, J. M. (2018)

1.9 Populasi dan Sampel

1.9.1 Populasi

Menurut Amin (2023) populasi dalam penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting, karena ia merupakan sumber informasi. Para ahli memiliki definisi yang sedikit berbeda antara satu dengan yang lain, tapi pada prinsipnya memiliki substansi yang sama, populasi dapat diartikan sebagai keseluruhan elemen dalam penelitian meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Jadi

pada prinsipnya, populasi adalah semua anggota kelompok manusia, binatang, peristiwa,

Pengertian populasi menurut Garancang (2023) yang lebih kompleks adalah bahwa populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek itu. Misalnya akan melakukan penelitian di perusahaan X, maka perusahaan X ini merupakan populasi. Perusahaan X mempunyai sejumlah orang (subjek) dan objek yang lain. Hal ini berarti populasi dalam arti jumlah (kuantitas). Tetapi perusahaan X juga mempunyai karakteristik orang-orangnya, misalnya motivasi kerjanya, disiplin kerjanya, kepemimpinannya, iklim organisasinya dan lain-lain

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan. Menurut Nazir (2019), populasi adalah kumpulan dari individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah masyarakat Desa Srikaton yang bekerja dan masih berperan aktif di objek wisata Gunung Batu sampai saat ini sebanyak 18 orang diantaranya 9 orang pedagang, 4 orang juru parkir dan keamanan serta 4 orang penjaga kloket atau spot foto

1.9.2 Sampel

Menurut Abunawas (2023) sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel merupakan sebagian atau wakil yang memiliki karakteristik representasi dari populasi. Untuk dapat menentukan atau menetapkan sampel yang tepat diperlukan pemahaman yang baik dari peneliti mengenai sampling, baik penentuan jumlah maupun dalam menentukan sampel mana yang diambil

Menurut Garancang (2023) sampel merupakan hal yang esensial karena merupakan salah satu penentu dalam mengumpulkan data penelitian, teknik pengambilan sampel sangatlah diperlukan dalam sebuah penelitian karena hal ini digunakan untuk menentukan siapa saja anggota dari populasi yang hendak dijadikan sampel. Untuk itu teknik pengambilan sampel haruslah secara jelas

tergambarkan dalam rencana penelitian sehingga jelas dan tidak membingungkan ketika terjun dilapangan.

Sugiyono (2017:81) Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi sangat banyak. maka untuk mengolah data agar efektif yaitu mengambil minimal 100 responden, sampel yang diambil dari populasi peneliti yaitu mangambil sampel menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dengan nilai $e=10\%$ adalah sebagai berikut: :

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan dalam memilih anggota sampel yang ditolerir sebesar 10%

Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan probability sampling. Sugiyono (2017:82) menyatakan probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pada penelitian ini menggunakan simpel random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Sampel padapenelitian ini sejumlah 100 responden.

1.10 Kuesioner

Menurut Jailani,M,S (2023) kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang telah dirancang dengan tujuan mengukur variabel penelitian Selain itu, observasi terstruktur juga digunakan dalam penelitian kuantitatif, di mana peneliti melakukan pengamatan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya.

1.11 Penelitian Terdahulu

Judul Penelitian	Metode Yang di Gunukan	Variabel	Hasil Penelitian
Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuning Rivian Mauludin .2017	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif dan teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier sederhana.	1. Atraksi wisata utama yang ditawarkan adalah sebuah pemandangan alam hijau yang dikelilingi lembah serta bukit dan juga adanya tiga pulau kecil (Pulau Nusa Laja, Pulau Nusa Sireum, dan Pulau Nusa Goong) 2. pengunjung dapat mencoba menaiki perahu keliling sampai ke tengah Waduk Darma 3. Jasa photographer sekitar wilayah Waduk	hasil penelitian yang didapatkan bahwa variabel atraksi wisata berada dalam kategori baik dengan persentase 68,33% begitupun dengan variabel minat berkunjung berada dalam kategori baik dengan persentase 69,18 sedangkan pengaruh dari Atraksi Wisata terhadap Minat Berkunjung memperoleh hasil persentasi 32,8%. Hasil tersebut bernilai positif signifikan
Persepsi Pengunjung Terhadap Daya Tarik Wisata Danau Tajwid Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan Purwanto 2019	Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan jumlah sampel 100 orang menggunakan teknik Nonprobability Sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner berdasarkan Skala Likert. Selanjutnya, data dianalisis melalui analisis deskriptif dengan metode kategorisasi penilaian berdasarkan skor rata-rata dan persentase penilaian	1. Danau Tajwid memiliki keaslian alam 2. sepeda 3. bebek dayung, 4. speed boat, 5. flying fish 6. flying fox	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pengunjung tentang Objek Wisata Danau Tajwid didasarkan pada masingmasing indikator, yaitu: (1) Objek dikategorikan baik dengan persentase rata-rata 80%,

Judul Penelitian	Metode Yang di Gunakan	Variabel	Hasil Penelitian
Identifikasi Strategi Penghidupan Masyarakat dalam Memanfaatkan Potensi Wisata Kawasan Perkampungan Budaya Betawi Situ Babakan, Kelurahan Srengseng Sawah, Kecamatan Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan Rifki Muhammad Audy 2016	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Potensi wisata dapat dilihat dari ketersediaan 4 komponen utama wisata, yaitu atraksi, akses, fasilitas, dan pelayanan tambahan.	1. bermain sepeda air 2. memancing 3. kuliner khas betawi,	Potensi wisata dapat dilihat dari ketersediaan 4 komponen utama wisata, yaitu atraksi, akses, fasilitas, dan pelayanan tambahan. Strategi penghidupan masyarakat dalam memanfaatkan potensi wisata dipengaruhi oleh penghidupan dan kunjungan wisatawan

Analisis Faktor-Faktor Penentu Permintaan Pada Objek Wisata Situ Lengkong Di Kabupaten Ciamis Tahun 2019	Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan regresi berganda dengan pendekatan Travel Cost Method (TCM).	fasilitas menunjang kegiatan wisata seperti rumah makan, hotel, bank, sarana komunikasi, papan informasi	Berdasarkan analisis regresi berganda Objek Wisata Situ Lengkong, diperoleh hasil sebagai berikut: a) lama perjalanan berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; b) lama perjalanan ke objek wisata lain (Karangkamulyan) berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; c) persepsi terhadap harga karcis masuk objek wisata lain (Karangmulyan) berpengaruh negatif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; d) persepsi terhadap sarana di Objek Wisata Situ Lengkong berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong; e) persepsi kuliner di Objek Wisata Situ Lengkong berpengaruh terhadap jumlah kunjungan Objek Wisata Situ Lengkong
Identifikasi Potensi Pengembangan Objek Wisata Alam Danau Picung Ditinjau Dari Aspek Produk Wisata Di Muara Aman Provinsi Bengkulu	Penelitian ini menggunakan metode diskriptif kualitatif. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis SWOT (strenght, weakness, opportunity, theart)	Amenitas atau fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi,	Hasil dari analisis ini untuk mengetahui strategi dan program pengembangan serta arahan Desain zonasi potensi kawasan wisata Alam danau Picung ditinjau dari aspek produk wisata.
Analisis Pengembangan Objk Wisata Danau Mesjid Koto Kari Dalam Rangka Peningkatan Pendapatan Masyarakat	pada penelitian ini peneliti mengambil metode deskriptif	adapun fasilitas yang ada dikoto kari meliputi kios makan ringan dan tempat ibadah. Untuk itu sebaiknya pengelola ataupun pihak-pihak terkait melengkapi sarana dan prasarana di kawasan danau ini	. Dalam pengembangan amenitas pengelola dapat melengkapi sarana dan prasarana di kawasan danau ini seperti penyediaan tempat duduk, toilet, parkir, serta penyediaan toko souvenir

		seperti penyediaan tempat duduk, toilet, parkir, tempat sampah, toko souvenir, serta penyediaan homestay untuk dijadikan penginapan demi terciptanya suasana yang aman, nyaman dan tertib.	
Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Sri Handayani 2019	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 260 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel dengan teknik non-probability sampling menggunakan metode accidental sampling.	1. Petunjuk jalan menuju lokasi 2. Rambu lalu lintas Kondisi jalan Kemudahan akses	. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujian terhadap hipotesis, baik secara parsial maupun simultan pada variabel fasilitas, aksesibilitas dan daya tarik wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan berkunjung ke Bangka Botanical Garden (BBG) P
Studi Aksesibilitas Kawasan Wisata Candi Prambanan Bagi Difabel Paraplegia Baskoro Latu Anurogo2014	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu mendatangi objek secara langsung kemudian mengumpulkan data berupa deskriptif lalu dianalisis secara mendalam. Analisis deskriptif dilakukan untuk menghadirkan data – data di lapangan (kajian empirik) berupa rute kawasan jelajah, fasilitas bagi difabel, tekstur jalan, serta kondisi kawasan jelajah yaitu Taman	1. Pada pintu masuk disediakan pintu khusus sehingga memudahkan pengguna kursi roda untuk memasuki lokasi Taman Wisata Candi Prambanan. 2. Rute jalan antar candi (zona 1, zona 2, zona 3, dan zona 4) cukup jauh sehingga wisatawan difabel cukup kesulitan untuk	Sebagai destinasi wisata internasional, Taman Wisata Candi Prambanan harus menyediakan akses yang mudah diakses fasilitas untuk penyandang cacat paraplegia. Hal ini sesuai dengan Peraturan Daerah Istimewa Yogyakarta No. 4 Tahun 2012 tentang Perlindungan dan Pemenuhan Hak Penyandang Disabilitas. Standarisasi aksesibilitas ditetapkan oleh otoritas terkait. Penyediaan aksesibilitas

	Wisata Candi Prambanan.	mengakses keempat area candi. 3. Secara keseluruhan rute menggunakan aspal dan paving block. Tekstur dari kedua bahan tersebut aksesibel bagi wisatawan difabel. 3.	
Analisis Gap Potensi Wisata Pantai Pelang Berdasarkan Potensi Wisata Pantai Karanggongso dan Pantai Prigi di Kabupaten Trenggalek Kurniawati, Syaroh (2017)	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis kesenjangan. Tahap pertama adalah melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Penilaian gap dilakukan dengan menggunakan skala likert.	1.Papan petunjuk tersedia disepanjang jalan menuju obyek wisata 2.Kondisi jalan menuju objek wisata mudah ditempuh 3.Terdapat transportasi umum yang membawa wisatawan menuju lokasi objek wisata 4.Harga tiket masuk sesuai dengan kualitas pelayanan 4.	Perbaikan yang diberikan adalah melakukan himbauan kepada wisatawan untuk menjaga lingkungan, menyediakan transportasi wisata dan menambahkan jumlah petugas kebersihan