

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Kepariwisataan, Pariwisata dan Wisata

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Berdasarkan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 bab I pasal 1 tentang kepariwisataan, wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan manusia baik perorangan maupun kelompok untuk mengunjungi destinasi tertentu dengan tujuan rekreasi, mempelajari keunikan daerah wisata, pengembangan diri dan sebagainya dalam kurun waktu yang singkat atau sementara waktu.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kepariwisataan adalah segala bentuk yang memiliki hubungan dengan pariwisata. Sedangkan pariwisata adalah kegiatan wisata dengan memiliki bermacam-macam fasilitas serta layanan dan wisata adalah suatu perjalanan singkat dengan mendatangi suatu objek wisata dan memiliki tujuan mencari kesenangan atau liburan.

2.2 Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Spillane dalam Primaldi (2011:17) jenis-jenis pariwisata berdasarkan motif tujuan perjalanan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis pariwisata khusus, yaitu :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, mencari udara segar yang baru, untuk mengendorkan ketegangan syarafnya, untuk menikmati keindahan alam, untuk menikmati hikayat rakyat suatu daerah, untuk menikmati hiburan, dan sebagainya.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*recreation sites*), jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari libur untuk istirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani, yang akan menyegarkan keletihan dan kelelahannya.
3. Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*), jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, cara hidup masyarakat negara lain dan sebagainya.
4. Pariwisata untuk olahraga (*sports tourism*) Jenis pariwisata ini bertujuan untuk tujuan olahraga, baik hanya untuk menarik penonton olahraga dan olahragawannya sendiri serta ditujukan bagi mereka yang ingin mempraktikkannya sendiri.
5. Pariwisata untuk urusan dagang besar (*business tourism*), dalam jenis pariwisata ini, unsur yang ditekankan adalah kesempatan yang digunakan oleh pelaku perjalanan ini yang menggunakan waktu-waktu bebasnya untuk menikmati dirinya sebagai wisatawan yang mengunjungi berbagai obyek wisata dan jenis pariwisata lain.
6. Pariwisata untuk konvensi (*convention tourism*), banyak negara yang tertarik dan menggarap jenis pariwisata ini dengan banyaknya hotel atau bangunan-bangunan yang khusus dilengkapi untuk menunjang convention tourism.

2.3 Jenis-jenis Obyek Wisata

Menurut Mappi dalam Pradikta (2013:15) Objek wisata dikelompokkan ke dalam tiga jenis, yaitu :

1. Objek wisata alam, misalnya : laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
2. Objek wisata budaya, misalnya : upacara kelahiran, tari-tari (tradisional), musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan (tradisional), adat istiadat lokal, museum dan lain-lain.
3. Objek wisata buatan, misalnya : sarana dan fasilitas olahraga, permainan (layangan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, taman nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain lain.

2.4 Pengertian Wisata Alam

Menurut Suwanto (2004:21), 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.

2.5 Pengertian Obyek Wisata dan Potensi Wisata Alam

Surat Keputusan Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM98/PW:102/MPPT-87 Obyek wisata adalah tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan.

Menurut Pendit dalam Nawangsari dkk (2017:32) Potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Dengan kata lain, potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (*tourist attraction*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek lainnya.

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa objek wisata merupakan keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata sebagai tempat yang mendatangkan wisatawan. Sedangkan potensi wisata alam adalah sumber daya pada suatu tempat yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

2.6 Komponen Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata menurut Undang-Undang No 10 tahun 2009 menyatakan bahwa 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.

Menurut Cooper dalam Setiawan (2015:5-7) daya tarik wisata harus mempunyai empat komponen yaitu *attraction* (Atraksi), *accessibilities* (Aksesibilitas), *amenities* (Amenitas atau fasilitas), dan *ancillary* (pendukung pariwisata). Berikut penjelasannya:

a. Atraksi (*attraction*)

Merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh

wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga :

1. *Natural resources* (alami)
2. Atraksi wisata budaya
3. Atraksi buatan manusia itu sendiri

Modal kepariwisataan itu dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata ditempat dimana modal tersebut ditemukan. Ada modal kepariwisataan yang dapat dikembangkan sehingga dapat menahan wisatawan selama sehari-hari dan dapat berkali-kali dinikmati, atau bahkan pada kesempatan lain wisatawan bisa berkunjung ketempat yang sama. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW)

b. Amenitas (*amenities*)

Amenity atau amenitas adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti penginapan, rumah makan, transportasi dan agen perjalanan. Dengan menggunakan prasarana yang cocok dibangunlah sarana-sarana pariwisata seperti hotel, atraksi wisata, gedung pertunjukan dan sebagainya. Adapun prasarana yang banyak diperlukan untuk pembangunan sarana-sarana pariwisata ialah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, bandara pelabuhan, telepon dan lain-lain. Mengingat hubungan antar sarana dan prasarana, sudah jelas bahwa pembangunan prasarana pada umumnya harus mendahului sarana. Ada saatnya prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka pembangunan sarana wisata. Suatu tempat atau daerah dapat berkembang sebagai daerah tujuan wisata apabila aksesibilitasnya baik. Ada hubungan timbal balik antara sarana dan prasarana. Prasarana merupakan syarat untuk sarana, dan sebaliknya sarana dapat menyebabkan perbaikan prasarana.

c. Aksesibilitas (*accessibilities*)

Accessibility merupakan hal yang paling penting dalam kegiatan pariwisata. Segala macam transportasi ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Di sisi lain akses ini diidentikkan dengan transferabilitas yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Jika suatu daerah tidak tersedia aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan dan jalan raya, maka tidak akan ada wisatawan yang mempengaruhi perkembangan aksesibilitas di daerah tersebut. Jika suatu daerah memiliki potensi pariwisata, maka harus disediakan aksesibilitas yang memadai sehingga daerah tersebut dapat dikunjungi.

d. Pelayanan Tambahan (*ancillary*)

Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

2.7 Pengertian Wisata Keluarga

Menurut Herawan (2017:13) Wisata keluarga adalah suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga, yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain. Wisata ini biasanya dilakukan untuk melakukan liburan bersama keluarga yang tujuannya untuk bersenang-senang.

Disimpulkan bahwa wisata keluarga adalah suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh sekumpulan keluarga yang memiliki hubungan kekerabatan satu sama lain yang bertujuan untuk liburan atau bersenang-senang bersama keluarga dengan mengunjungi destinasi yang waktu pelaksanaannya sudah dipersiapkan sebelumnya oleh orang tua serta dapat memperkuat ikatan keluarga.

2.8 Strategi Pengembangan Pariwisata

Menurut Suryono dalam Primadany (2013:137) strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana-prasarana. Strategi selalu berkaitan dengan 3 hal yaitu tujuan, sarana, dan cara. Oleh karena itu, strategi juga harus didukung oleh kemampuan untuk mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam melaksanakan fungsi dan perannya dalam pengembangan pariwisata daerah, pemerintah daerah harus melakukan berbagai upaya dalam pengembangan sarana dan prasarana pariwisata.

Barreto (2015:783) pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-

benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Menurut Cooper dalam Khotimah dkk (2017:58) menjelaskan bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata terdiri dari komponen-komponen utama sebagai berikut :

- a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) yang mencakup keunikan dan daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/*artificial*.
- b. Aksesibilitas (*Accessibility*) yang mencakup kemudahan sarana dan sistem transportasi.
- c. Amenitas (*Amenities*) yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata.
- d. Pelayanan Tambahan (*Ancillary*) hal-hal yang mendukung kegiatan kepariwisataan seperti lembaga pengelolaan.

Pada keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pariwisata adalah langkah-langkah yang menjadi daya tarik wisatawan dengan meningkatkan empat komponen utama pada suatu obyek wisata yaitu peningkatan atraksi, amenitas, aksesibilitas dan *ancillary* (lembaga pendukung) supaya obyek wisata jadi lebih menarik.

2.9 Aktivitas Pariwisata

Aktivitas pariwisata yang dilakukan wisatawan tergantung pada fasilitas dan atraksi wisata yang tersedia di destinasi wisata. Fasilitas dan atraksi wisata antar destinasi wisata tidak sama, selalu ada perbedaannya.

Menurut Howie dalam Ingkadijaya dkk (2016:39) membagi fasilitas pariwisata ke dalam tiga elemen, yakni elemen primer, sekunder, dan tambahan. Elemen primer terdiri atas fasilitas budaya (misalnya gedung pertunjukan, museum dan galeri seni dan pameran), fasilitas olahraga (baik *indoor* maupun *outdoor*), fasilitas hiburan (misalnya acara-acara yang terorganisasi, pesta-pesta perayaan, dan tempat-tempat hiburan), karakteristik fisik (misalnya monumen dan patung, gedung-gedung unik dan menarik, jalan bersejarah, taman dan area hijau, air kanal, dan sungai), ciri-ciri sosial-budaya (misalnya cerita rakyat, keramahtamahan, bahasa, adat-istiadat, kehidupan sehari-hari, dan keamanan). Elemen sekunder terdiri atas fasilitas hotel dan jasa boga, pasar, dan fasilitas perbelanjaan. Elemen tambahan terdiri atas aksesibilitas dan fasilitas parkir dan fasilitas wisatawan (kantor informasi, peta dan *leaflet*).

Inskeep dalam Ingkadijaya dkk (2016:40) mengklasifikasikan aktivitas wisata berdasarkan atraksi wisata ke dalam tiga kelompok yaitu aktivitas wisata alam, aktivitas wisata budaya dan aktivitas wisata khusus :

1. Aktivitas wisata alam

Aktivitas wisata alam adalah aktivitas yang dilakukan wisatawan di area wisata alam. Aktivitas-aktivitas tersebut di antaranya adalah menikmati pemandangan alam, bermain di alam terbuka, mendaki gunung, berkemah, arung jeram, berwisata di pantai, *snorkeling*, *scuba diving*, memancing, mandi air panas, eksplorasi gua, mengunjungi kebun binatang atau taman safari, mengunjungi kebun raya, dan mengunjungi area pertanian.

2. Aktivitas wisata budaya

Aktivitas wisata budaya adalah aktivitas wisatawan menikmati atraksi wisata budaya. Aktivitas-aktivitas tersebut di antaranya adalah mengunjungi situs budaya, sejarah dan arkeologi (melihat budaya lokal seperti adat-istiadat, upacara adat dan pakaian tradisional), menonton pertunjukan seni (seperti tarian, musik, drama dan pameran lukisan dan kerajinan tangan), melihat aktivitas ekonomi yang menarik (seperti proses pengolahan teh, pengolahan karet dan teknik bercocok tanam tradisional), melihat arsitektur (bangunan rumah, gereja, mesjid, dan bangunan-bangunan lainnya), mengunjungi museum, dan menonton festival budaya.

3. Aktivitas wisata khusus

Aktivitas wisata khusus adalah aktivitas wisatawan menikmati/memanfaatkan atraksi wisata yang memang sengaja dibuat untuk memenuhi kebutuhan rekreasi penduduk lokal dan wisatawan. Aktivitas-aktivitas tersebut di antaranya adalah mengunjungi taman rekreasi, berbelanja di pusat-pusat perbelanjaan dan menonton kompetisi olahraga.

Dalam penelitian ini, aktivitas wisata yang dilakukan wisata keluarga mencakup aktivitas wisata alam saja.

Pada keterangan diatas disimpulkan bahwa aktivitas pariwisata adalah faktor yang mendukung kegiatan dari aktivitas pariwisata yang dilakukan yakni berupa atraksi atau fasilitas yang dapat dinikmati.

2.10 Matriks Strategi SWOT

Menurut Assauri (2011:74-75), hasil analisis internal yang terkait dengan sumber daya dan kapabilitas perusahaan, dan juga hasil analisis eksternal yang mencakup peluang dan ancaman lingkungan eksternal. Selanjutnya dapat dilakukan perumusan strategi yang tepat dan jitu, dengan mempertimbangkan, di kuadran mana suatu perusahaan yang dikaji berada. Setelah mendapatkan gambaran tersebut, menetapkan strategi sesuai dengan posisi pada kuadran, yaitu pada kuadran pertama adalah Strategi Pertumbuhan Agresif.

Perusahaan yang mempunyai keunggulan internal dengan peluang lingkungan eksternal, berada pada kuadran pertama dengan penekanan pada pertumbuhan. Dalam hal ini pilihan strategi ditetapkan adalah salah satu dari yang berikut, yaitu strategi pengembangan pasar, strategi pengembangan produk, strategi penetrasi pasar, strategi pertumbuhan konglomerasi, strategi integrasi horizontal dan strategi integrasi ke depan atau *forward*. Berikut penjelasannya :

1. Strategi Pengembangan Pasar merupakan strategi memperkenalkan produk baru atau produk yang ada di daerah atau segmen pasar yang baru.
2. Strategi Pengembangan Produk adalah strategi peningkatan penjualan dengan menekankan perbaikan dari produk yang ada atau pengembangan produk baru.
3. Strategi Penetrasi Pasar merupakan strategi peningkatan *share* pasar untuk produk yang ada melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih intensif dan optimal.
4. Strategi Pertumbuhan Konglomerasi adalah strategi ekspansi aktivitas bisnis perusahaan, yang dapat berupa ekspansi secara internal, maupun ekspansi secara eksternal, melalui *merger* atau akuisisi.
5. Strategi Integrasi Horizontal merupakan upaya untuk mencari kepemilikan atau meningkatkan kendali di atas para pesaing, dengan melakukan pengakuisisian satu atau lebih perusahaan, yang beroperasi sama, pada tahap rantai pemasaran produk yang merupakan *grand strategy*.
6. Strategi Integrasi Ke Depan adalah upaya untuk mendapatkan kepemilikan atau peningkatan pengendalian atas distributor dan pengecer.

2.11 Penelitian Terdahulu

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi studi literatur juga dilakukan untuk mempelajari dan memperoleh informasi dari penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan judul skripsi yaitu tentang pengembangan Taman Wisata Alam Pundi Kayu sebagai wisata keluarga.

Tabel 2.1.
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Objek yang diteliti	Alat Analisis	Hasil
1	Arif Hidayat (2017)	Potensi dan Pengembangan Wahana Obyek Wisata Alam Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Keluarga Di Kabupaten Magelang	Magelang	Analisis SWOT	<ul style="list-style-type: none"> a. melaksanakan pelatihan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan pengetahuan masyarakat tentang pariwisata b. promosi pariwisata ditingkatkan baik di media cetak maupun media online c. bekerjasama dengan biro atau travel d. memperbaiki dan meningkatkan pemeliharaan sarana dan prasarana untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara.
2	Sunarwan (2012)	Analisis Potensi Obyek Wisata Grojogansewu Terhadap Pengembangan Wisata Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar.	Karanganyar	Analisis SWOT	<ul style="list-style-type: none"> a. Tingkat kemahiran analisis menemukan bahwa objek tersebut memiliki nilai jenis grojognasewu klasifikasi tertinggi b. menjadikan industri terkemuka dan efek tombak bagi objek wisata sekitarnya dan sekipan taman ria balekambang. c. menjadikan industri terkemuka dan efek tombak bagi objek wisata sekitarnya dan sekipan taman ria balekambang

3	Mhd. Rizky Azhari Nasution, Agus Purwokoto dan Kansih Sri Hartini (2015)	Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Air Terjun Silimalima di Kabupaten Tapanuli Selatan	Air Terjun Silimalima di Kecamatan Marancar, Kabupaten Tapanuli Selatan, Propinsi Sumatera Utara	Analisis SWOT	a. bahwa air terjun silimalima berada pada kuadran pertama yang berarti silimalima air terjun berada pada posisi yang sangat menguntungkan karena kekuatan dapat menutupi kelemahan dan ancaman dan juga memungkinkan untuk mengambil semua peluang.
---	--------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Pada penelitian yang dilakukan oleh Arif Hidayat (2017) dengan judul Potensi dan Pengembangan Wahana Obyek Wisata Alam Sebagai Daya Tarik Wisata Edukasi Keluarga Di Kabupaten Magelang dengan metode kualitatif dengan kajian potensi dan kebijakan yang tepat dalam merealisasikan Magelang sebagai destinasi wisata berbasis alam dengan menggunakan analisis SWOT.

Peneliti Sunarwan (2012) dengan judul Analisis Potensi Wisata Grojogansewu Terhadap Pengembangan Wisata Di Kecamatan Tawangmangu Kabupaten Karanganyar. Pada penelitian ini menggunakan analisis sekunder. Mengkaji potensi internal, potensi eksternal dan potensi fisik pendukung obyek wisata serta analisis SWOT untuk menentukan arah perkembangan obyek wisata.

Mhd. Rizky Azhari Nasution (2015) dengan judul Analisis Potensi dan Strategi Pengembangan Wisata Alam Air Terjun Silimalima di Kabupaten Tapanuli Selatan. Penelitian ini menganalisis variabel pengembangan dapat mendukung pengembangan obyek wisata air terjun Silimalima dengan analisis SWOT dan komponen 4A.

Pada penelitan ini terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya adalah mengkaji tentang pengembangan

obyek wisata dengan menggunakan analisis SWOT. Perbedaannya yang pada obyek wisata dan lokasi wisata. Objek wisata yang diteliti adalah Taman Wisata Alam Punti Kayu, jenis wisata yaitu wisata alam dan lokasi penelitian di Jalan Lintas Palembang-Jambi di Jalan Kol. H. Burlian km 6, Palembang Sumatera Selatan. Peneliti juga menggunakan analisis SWOT dengan komponen 4A.

2.12 Variabel dan Indikator

Untuk menentukan analisis pengembangan Taman Wisata Alam Punti Kayu sebagai daya tarik wisata keluarga di Kota Palembang dapat diukur menggunakan variabel dan indikator pada tabel berikut:

Tabel 2.2
Variabel dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator
Pengembangan Objek Daya Tarik Wisata	<i>Attraction</i>	a. Keindahan Alam b. Atraksi wisata budaya c. Atraksi buatan manusia itu sendiri
	<i>Amenity</i>	a. Ketersedian b. Kebersihan c. Kelengkapan
	<i>Accessibility</i>	a. Prasarana b. Transportasi
	<i>Ancillary</i>	a. Kerjasama b. Penerimaan Masyarakat c. Kualitas SDM
Wisata Keluarga	Wisatawan	Aktivitas Pariwisata