

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Pariwisata**

Menurut Undang-Undang Kepariwisata No.10 Tahun 2009 pasal 1, pariwisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Menurut Spillane, dalam Suwena dan Widyatmaja (2017:172), kegiatan pariwisata dapat menjadi besar disebabkan tiga hal, yaitu:

1. Penampilan yang eksotis dari pariwisata;
2. Adanya keinginan dan kebutuhan orang modern yang disebut hiburan waktu senggang;
3. Memenuhi kepentingan politis pihak yang berkuasa dari Negara yang dijadikan daerah tujuan pariwisata.

Menurut Muljadi dan Warman, (2014:48), pariwisata pada dasarnya merupakan fenomena perjalanan manusia secara perorangan atau kelompok dengan berbagai tujuan, asalkan bukan untuk mencari nafkah atau menetap. Manusia melakukan perjalanan secara bebas atas kemauan sendiri dengan tujuan damai untuk memenuhi kebutuhan hakikinya, yaitu mengetahui, mempelajari, menemukenali, dan mengalami secara langsung segala sesuatunya yang tidak ada di tempat tinggalnya dan mencari sesuatu keunikan atau kekhasan, baik alam, budaya, maupun kondisi geografis yang berbeda-beda.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009, kepariwisataan dipandang bukan sekadar sebagai bentuk interaksi antara wisatawan dan objek wisata saja, akan tetapi dimengerti lebih luas sebagai suatu kesatuan sistem yang saling berkaitan antara paling tidak empat komponen sebagai berikut:

1. Industri Pariwisata
2. Destinasi Pariwisata
3. Pemasaran Pariwisata, dan
4. Kelembagaan kepariwisataan.

Menurut Muljadi dan Warman (2014:73) industri pariwisata dalam pengertian sistem kepariwisataan adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi

pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Industri pariwisata yang terdiri dari jenis-jenis usaha pariwisata salah satunya adalah usaha daya tarik wisata. Usaha daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik alam, daya tarik budaya, dan daya tarik buatan/binaan manusia.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan di suatu tempat yang dikunjungi untuk mencari suatu kekhasan atau keunikan dari kondisi geografis yang berbeda beda dalam waktu yang sementara, yang mana didalamnya terdapat sistem kepariwisataan yang berupa kumpulan usaha pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.

## 2.2 Objek dan Daya Tarik Wisata

Agar sistem kepariwisataan dapat berjalan, maka perlu adanya tempat yang dikunjungi oleh wisatawan untuk berwisata. Dengan adanya tempat yang dikunjungi, maka akan ada produk-produk wisata yang bisa ditawarkan untuk melancarkan aktivitas wisatawan selama di tempat wisata.

Menurut Marpaung dalam Arjana (2016:87) mengemukakan, objek dan daya tarik wisata erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman dalam kunjungannya. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa ada daya tarik di suatu daerah, aktivitas kepariwisataan boleh dikatakan tidak ada. Pariwisata berkembang jika dalam suatu daerah terdapat lebih dari satu objek dan daya tarik, dan memiliki sarana fasilitas pendukung.

Menurut Sunaryo (2013:159), Objek dan daya tarik wisata dapat mencakup:

1. Daya tarik yang bisa berbasis utama pada kekayaan alam,
2. Daya tarik wisata budaya,
3. Daya tarik buatan, dan
4. *Daya tarik event* atau daya tarik minat khusus.

Menurut Arjana (2016:34), Unsur-unsur geografi dapat mewujudkan menjadi objek wisata yang atraktif dan menjadi objek wisata. Dalam studi geografi pariwisata, unsur-unsur geografi itu menjadi produk wisata yang dikemas menjadi atraksi wisata, dinikmati wisatawan menjadi objek wisata.

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017:171), secara umum nilai dari produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (wisatawan) dapat terwujud

atau tidak berwujud atau kombinasi keduanya. Produk industri pariwisata tidak banyak berbeda dengan komoditi yang banyak diperdagangkan lainnya yang juga berlaku hukum permintaan dan penawaran. Sehingga secara umum mudah dikenali bahwa produk pariwisata terdiri dari atraksi wisata dan hiburan, aksesibilitas, serta fasilitas dan pelayanan.

Dipertegas oleh Soekadijo dalam Suwena dan Widyatmaja (2017:173), menyatakan bahwa berdasarkan aktivitasnya, penyelenggaraan pariwisata harus memenuhi tiga determinan yang menjadi syarat mutlak, yaitu:

1. Harus ada komplementaritas antara motif wisata dan atraksi wisata,
2. Komplementaritas antara kebutuhan wisatawan dan jasa pelayanan wisata,
3. Transferabilitas, artinya kemudahan untuk berpindah tempat atau berpergian dari tempat tinggal wisatawan ke tempat atraksi wisata.

Lebih lanjut lagi, Suwena dan Widyatmaja (2017:177), mengatakan perjalanan wisata dapat dilakukan bila ada sarana untuk mencapai tempat tersebut. Sarana ini tidak cukup memenuhi syarat bila di area yang menjadi daerah tujuan wisata tidak dilengkapi sarana untuk keperluan hidup wisatawan selama berwisata, seperti jasa makanan dan minuman, akomodasi, hiburan, tempat perbelanjaan dan sarana transportasi. Agar perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata dapat terpuaskan, maka diperlukan pengemasan produk pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa objek dan daya tarik wisata merupakan daya tarik wisata disuatu daerah yang memiliki aktivitas kepariwisataan untuk memenuhi keperluan hidup wisatawan selama berwisata yang terbentuk dari unsur-unsur geografi yang dapat dinikmati wisatawan. Objek dan daya tarik wisata juga terdiri dari objek dan daya tarik wisata alam, budaya, buatan, dan minat khusus.

### **2.3 Unsur Objek dan Daya Tarik Wisata**

Menurut Arjana (2016:35) objek wisata buatan dikembangkan dari objek yang alami, dan objek wisata *event* khusus dikembangkan dari objek wisata budaya.

Menurut data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Lahat Tahun 2019, Pelancu yang terletak di Kecamatan Merapi Barat, termasuk ke dalam objek dan daya tarik wisata buatan. Pelancu dikembangkan dari pemandangan dan

pemanfaatan objek wisata alam di sekitarnya, seperti pemandangan Bukit Serele dan pemanfaatan Sungai Lematang.

Menurut Putri dkk (2014:359), ada pedoman standar baku penilaian Objek Daya Tarik Wisata Alam (ODTWA) yang dikeluarkan oleh instansi Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam (PHKA) 2003 yang terdiri dari beberapa kriteria, antara lain: kriteria penilaian wisata alam (daya tarik), kriteria penilaian aksesibilitas, kriteria penilaian kondisi sosial ekonomi, kriteria penilaian akomodasi, kriteria penilaian sarana prasarana penunjang, dan kriteria penilaian ketersediaan air bersih.

Menurut Arjana (2016:34), ada elemen penawaran wisata sering disebut sebagai *triple A's* yakni: atraksi, aksesibilitas, dan amenitas. Atraksi adalah objek wisata yang dapat memberi kenikmatan pada wisatawan, aksesibilitas mencakup ketersediaan transportasi yang menghubungkan atau mengantarkan wisatawan dari daerah asal, ke, dan selama di destinasi, serta amenitas adalah infrastruktur penunjang pariwisata yang merupakan fasilitas pelengkap yang dibutuhkan wisatawan.

Menurut Muljadi dan Warman (2014:49), daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan akan membutuhkan berbagai komponen dan fasilitas pariwisata yang terdiri dari unsur-unsur yang berkaitan langsung dan yang tidak langsung dengan perjalanan wisata. Kelompok unsur yang berkaitan langsung dengan perjalanan wisata antara lain:

1. Daya tarik wisata, misalnya alam (pegunungan, pantai, danau, laut, air terjun), budaya (peninggalan sejarah dan purbakala serta adat istiadat atau kebiasaan orang lain), dan buatan manusia (waduk, tempat olahraga, dan tempat hiburan/rekreasi).
2. Aksesibilitas, misalnya sistem transportasi (udara, laut, dan darat), CIQ (*Customs, Immigration, Quarantine*).
3. Prasarana dan sarana kepariwisataan, misalnya jalan raya, terminal atau stasiun, listrik, air bersih, dan telekomunikasi, usaha jasa makanan dan minuman, dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa unsur yang harus ada pada objek dan daya tarik wisata berdasarkan elemen penawaran wisata *triple A's* yaitu Atraksi yang berupa Atraksi (daya tarik wisata), Aksesibilitas, dan Amenitas yang berupa sarana dan prasarana.

### **2.3.1 Atraksi (Daya Tarik)**

Menurut Sunaryo (2013:101) atraksi atau daya tarik adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa beranekaragam kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia sebagai tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Komarani dkk (2015:38), penilaian objek dan daya tarik wisata alam dari unsur daya tarik terdiri dari keunikan sumber daya alam, kepekaan sumber daya alam yang terdiri dari nilai pengetahuan serta nilai kepercayaan, variasi kegiatan wisata, keamanan, kebersihan (seperti: industri, jalan ramai motor, pemukiman penduduk, sampah, binatang, dan vandalism), dan kenyamanan pengunjung.

Sedangkan Simanjuntak dkk (2016:4) menyatakan daya tarik objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu, kepariwisataan sulit untuk dikembangkan. Unsur-unsur yang dinilai pada kriteria daya tarik yaitu keunikan sumber daya alam dapat dilihat dari keadaan lingkungan objek wisata, banyaknya sumber daya alam yang menonjol, kegiatan wisata alam yang dapat dilakukan, kebersihan lokasi objek wisata, keamanan kawasan (seperti: tidak ada arus sungai berbahaya, tidak ada pencurian, serta tidak ada penyakit berbahaya), dan kenyamanan pengunjung (seperti: udara yang bersih dan sejuk, bebas dari bau, bebas dari kebisingan, jauh dari gangguan lalu lintas, dan pelayanan terhadap pengunjung yang baik).

Jadi dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur yang harus ada pada atraksi (daya tarik) yaitu keunikan, keindahan, kepekaan nilai, variasi kegiatan wisata, kebersihan lokasi objek wisata, keamanan kawasan, dan kenyamanan objek wisata.

### **2.3.2 Aksesibilitas**

Menurut Sunaryo (2013:173) Aksesibilitas merupakan syarat penting untuk mempermudah pengunjung berkunjung ke suatu tempat objek wisata. Aksesibilitas merupakan segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu

destinasi maupun tujuan wisata terkait. Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata atau destinasi tertentu, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya.

Menurut Arjana (2016:34) Aksesibilitas mencakup ketersediaan infrastruktur, keamanan dan kenyamanan transportasi darat, laut, dan udara yang menghubungkan atau mengantarkan wisatawan dari daerah asal, ke dan selama di daerah tujuan wisata.

Menurut Simanjuntak dkk (2016:5) syarat aksesibilitas yang diperlukan dalam melakukan kunjungan ke suatu objek wisata yaitu jarak yang dekat, kondisi jalan menuju kawasan objek wisata, tipe jalan, dan waktu yang diperlukan dari pusat kota.

Jadi dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur yang harus ada pada aksesibilitas yaitu kemudahan transportasi bagi wisatawan, ketersediaan infrastruktur berupa jalan, waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya.

### **2.3.3 Amenitas (sarana dan prasarana)**

Amenitas (Sarana dan prasarana) merupakan salah satu faktor penunjang yang memudahkan pengunjung untuk menikmati objek wisata secara langsung maupun tidak langsung.

Muljadi dan Warman (2014:14) menyatakan bahwa sarana kepariwisataan adalah semua perusahaan yang memberikan pelayanan secara langsung atau tidak langsung, kepada wisatawan, jenisnya antara lain: usaha perjalanan wisata, usaha jasa transportasi wisata, usaha penyediaan akomodasi, usaha jasa makanan dan minuman, usaha daya tarik wisata, rekreasi dan hiburan, serta spa, usaha wisata tirta, dan lain-lain. Sedangkan Prasarana kepariwisataan merupakan semua fasilitas yang mendukung sarana kepariwisataan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan dalam memenuhi kebutuhan mereka, antara lain:

1. prasarana perhubungan, seperti jaringan jalan raya dan jaringan rel kereta api, Bandar udara (*airport*), pelabuhan laut, terminal angkutan darat, dan stasiun kereta api.
2. Instalasi tenaga listrik dan instalasi air bersih
3. Sistem perbankan dan moneter
4. Sistem telekomunikasi.

Menurut Komarani dkk (2015:39) unsur-unsur dari sarana dan prasarana penunjang yaitu prasarana yang berupa sarana, prasarana, fasilitas khusus, dan fasilitas kegiatan yang minimal untuk 10 orang, bila kurang dianggap tidak ada.

Menurut Muljadi dan Warman (2014:65), kelompok perusahaan objek dan daya tarik wisata alam antara lain pengelolaan dan pemanfaatan taman nasional, taman wisata, taman hutan raya, dan taman laut. Objek dan daya tarik wisata alam memiliki kegiatan yang meliputi:

1. Pembangunan sarana dan prasarana pelengkap beserta fasilitas pelayanan lain bagi wisatawan.
2. Pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam serta sarana dan prasarana yang ada di dalamnya.
3. Penyediaan sarana dan fasilitas bagi masyarakat di sekitarnya untuk berperan serta dalam kegiatan perusahaan objek dan daya tarik wisata alam.

Menurut Arjana (2016:86) sarana dapat diartikan sebagai alat, wujudnya adalah hasil rekayasa manusia untuk menunjang atau memudahkan manusia untuk meraih tujuan. Berbagai alat atau teknologi yang sengaja dibangun untuk mempermudah wisatawan. Pada prinsipnya sarana wisata dikelompokkan menjadi empat kelompok yang dapat menimbulkan usaha-usaha jasa pariwisata yakni: sarana atau moda transportasi, sarana akomodasi, sarana restoran, dan sarana obyek wisata.

Menurut Simanjuntak dkk (2016:5), sarana penunjang yang ada di sekitar kawasan objek wisata yaitu kantor pos, jaringan telepon, puskesmas, jaringan listrik, dan jaringan air minum. Sedangkan prasarana yaitu toko cinderamata, rumah makan, pusat perbelanjaan/pasar, bank, dan transportasi. Lebih lanjut lagi ketersediaan akomodasi yang menjadi salah satu kriteria juga salah satu faktor yang membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung ke objek wisata. Jika tidak tersedia akomodasi pada lokasi wisata, pengunjung dapat mencari akomodasi yang lain dengan jarak yang tidak terlalu jauh dari lokasi wisata.

Menurut Gemilang (2014,19), utilitas yang diperlukan pada objek wisata yaitu jaringan listrik, air bersih, dan sampah. Jaringan listrik selain digunakan untuk fasilitas penerangan, juga digunakan sebagian pedagang untuk menjual dagangannya. Air bersih dilihat darimana sumber airnya, untuk menunjang fasilitas yang ada, seperti musholla dan toilet.

Sedangkan menurut Ramdan dan Ikhwana (2016:104) menilai ketersediaan air bersih dari jarak sumber air, dapat tidaknya air dialirkan, dan kontinuitas ketersediaan air.

Menurut Octavianny dkk (2018:6), Amenitas berupa infrastruktur fasilitas seperti listrik dan air, toilet juga tempat parkir, dan warung-warung yang tersedia. Selain itu fasilitas penunjang lainnya yang perlu pada daya tarik wisata adalah ATM, WIFI, klinik kesehatan, *souvenir shop*, sarana bermain bagi anak-anak, dan *money changer*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa unsur-unsur yang harus ada pada amenitas (sarana dan prasarana) sesuai dengan kondisi yang ada di Pelancu, yaitu ketersediaan air bersih, jaringan listrik, jaringan telepon, akomodasi, tempat makan, tempat souvenir, *bank*, sarana kesehatan, infrastruktur fasilitas, dan fasilitas kegiatan wisata.

## 2.4 Analisis Kelayakan

Menurut Maryanto dan Sukma (2016:243) studi kelayakan merupakan hal terpenting yang harus dilakukan sebuah perusahaan sebelum menjalankan usahanya. Dengan studi kelayakan perusahaan akan mengetahui kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.

Definisi studi kelayakan bisnis menurut Ibrahim dalam Fahmi dkk (2009:16) merupakan gambaran kegiatan usaha yang direncanakan, sesuai dengan kondisi, potensi serta peluang yang tersedia dari berbagai aspek.

Menurut Sugiyono (2014:244) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Tidak ada acara tertentu yang dapat diikuti untuk mengadakan analisis, sehingga setiap peneliti harus mencari sendiri metode yang dirasa cocok dengan sifat penelitiannya.

Tujuan studi kelayakan Menurut Ibrahim (2009:3) yaitu untuk menilai kelayakan suatu gagasan usaha/proyek dan hasil dari penilaian kelayakan ini merupakan suatu pertimbangan apakah usaha/proyek tersebut diterima atau ditolak, dilihat dari segi ruang lingkup pembahasan serta metode penilaiannya yang dilakukan.

Pengertian layak menurut Ibrahim (2009:1) dalam penilaian ini adalah kemungkinan gagasan usaha/proyek yang akan dilaksanakan memberi manfaat, baik secara *financial benefit* maupun dalam arti *social benefit*. Dalam arti *Social benefit* tidak selalu menggambarkan layak dalam arti *financial benefit*, hal ini tergantung dari segi penilaian yang dilakukan.



Menurut Fahmi dkk (2009:16) kajian studi kelayakan bisnis ditujukan untuk mengidentifikasi kondisi dan situasi dari bisnis yang akan dilaksanakan. Hasil kajian yang dilakukan tersebut nantinya akan menjadi bahan masukan yang berarti kepada pihak pimpinan yang nantinya dapat dianggap sebagai rekomendasi yang membantu dalam proses pengambilan keputusan secara lebih baik.

Berdasarkan pernyataan diatas, bisa disimpulkan bahwa analisis kelayakan adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh mengenai gagasan proyek yang akan dilaksanakan tergantung dari segi penilaian yang dilakukan agar memberi manfaat sebagai bahan masukan yang nantinya dapat membantu dalam pengambilan keputusan.

## **2.5 Identifikasi Strategis melalui Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)**

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* yang berarti kekuatan, *Weakness* yang berarti kelemahan, *Opportunity* yang berarti peluang, serta *Threats* yang berarti ancaman. Menurut Maryanto dan Sukma (243:2016) dengan menggunakan analisis SWOT diketahui letak posisi perusahaan dimasa yang akan datang berada pada posisi kuat dan berpeluang.

Menurut Utama dan Mahadewi (2012:150) analisis SWOT adalah alat analisis yang umumnya digunakan untuk merumuskan strategi atau identifikasi berbagai faktor secara strategis berdasarkan intuisi (pemahaman dan pengetahuan) *expert* terhadap suatu objek. Analisis ini didasarkan pada logika dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT mempertimbangkan faktor lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan serta lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan atau dianggap perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal, yang berupa peluang dan ancaman, dengan faktor internal, yang berupa kekuatan dan kelemahan, sehingga dari hasil analisisnya dapat diambil suatu keputusan strategis bagi perusahaan atau dianggap perusahaan.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT adalah alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi atau mengidentifikasi berbagai faktor berdasarkan pemahaman suatu objek

dengan tujuan dapat mengetahui letak posisi perusahaan dimasa yang akan datang berada pada posisi kuat dan berpeluang.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Agar dapat menghindari adanya plagiarisme, berikut adalah hasil penelitian lain yang berhubungan dengan penelitian ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti dan Judul	Tujuan	Variabel Penelitian	Metode	Hasil
1.	Rikardo Simanjuntak, Pindi Patana, Kansih Sri Hartini (Jurnal, 2016) Analisis Kelayakan dan SWOT Objek Wisata Pemandian Alam Taman Rekreasi Gotong Royong Indah di Desa Hulu, Kecamatan Pancurbatu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara	Menganalisis potensi objek wisata terhadap pengembangannya, Menganalisis permasalahan dan strategi pengembangan analisis SWOT terhadap objek wisata	Variabel dependen: Studi kelayakan. Variabel independen : daya tarik, aksesibilitas, Akomodasi, Sarana dan prasarana penunjang	Deskriptif Kuantitatif	Potensi objek wisata memiliki nilai indeks kelayakan yang dapat dikembangkan dengan persentase sebesar 76.04. Dalam analisis SWOT berada pada posisi Kuadran I yang berarti posisi objek wisata sangat menguntungkan untuk dikembangkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat menutupi kelemahan dan ancaman
2.	Dedi Setyawan (Jurnal, 2017) Kajian kelayakan Potensi Goa Ngerong Untuk Tujuan Wisata Susur Goa di Objek Wisata Goa Ngerong Kecamatan Rengel	Mengkaji kelayakan yang dimiliki Goa Ngerong untuk tujuan wisata susur goa	Daya tarik, Sarana, aksesibilitas, keamanan	Deskriptif Kuantitatif	Hasil penilaian diperoleh indeks kelayakan untuk pengembangan wisata Goa Ngerong sebesar 84% sehingga disimpulkan Goa Ngerong layak dikembangkan untuk wisata susur goa

3.	<p>Kabupaten Tuban</p> <p>Nuha Nailah (Skripsi, 2018) Analisis Kelayakan Air Terjun Curup Maung sebagai Objek Wisata di Kecamatan Gumay Ulu Kabupaten Lahat Sumatera Selatan</p>	<p>Mengetahui kelayakan aspek daya tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas di Air Terjun Curup Maung</p>	<p>Daya Tarik wisata, aksesibilitas, dan fasilitas</p>	<p>Deskriptif Kuantitatif</p>	<p>Hasil penilaian daya tarik sebesar 72% Sehingga dinyatakan layak, Penilaian aksesibilitas dan fasilitas masing-masing sebesar 62% dan 58%, sehingga dinyatakan belum layak, karena belum terdapat transportasi umum dan belum terdapat fasilitas penunjang kegiatan wisatawan.</p>
4.	<p>Vany Octavianny, Ratu Ratna Mulyati, Ersy Ervina (Jurnal, 2018) Studi kelayakan Wisata Alam Gunung Puntang Kabupaten Bandung</p>	<p>Agar dapat mendorong minat wisatawan untuk berkunjung</p>	<p>Aksesibilitas, amenities, akomodasi, atraksi, aktivitas, dan <i>ancillary service</i></p>	<p>Kualitatif Deskriptif</p>	<p>Hasil studi kelayakan wisata secara umum sudah baik, namun perlu perekrutan SDM yang mumpuni, pengadaan dan perbaikan fasilitas, dan kegiatan pemasaran yang terintegrasi</p>