

# Motivasi Pengunjung Terhadap Pengembangan Wisata Budaya Di Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten

*Motivations for the Development of Cultural Tourism in South Tangerang City, Banten Province*

Melewanto Patabang<sup>1</sup>, Syifa Ainun Nabila<sup>2</sup>, Hardjanto<sup>3</sup>, Asdar Iswati<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Ekowisata Sekolah Vokasi IPB University (Jl. Kumbang No. 14 Babakan, Campus IPB Cilibende, Bogor, Indonesia. 16151)

<sup>2</sup> Mahasiswa Sekolah Vokasi IPB University (Jl. Kumbang No. 14 Babakan, Campus IPB Cilibende, Bogor, Indonesia. 16151)

<sup>3</sup> Departemen Manajemen Hutan Fakultas Kehutanan dan Lingkungan IPB University (Jl. Lingkar Akademik, Campus IPB Dramaga, Bogor, Indonesia. 16680)

<sup>4</sup> Program Studi Teknologi Industri Benih Sekolah Vokasi IPB University (Jl. Kumbang No. 14 Babakan, Campus IPB Cilibende, Bogor, Indonesia. 16151)

## ABSTRACT

*South Tangerang City is a buffer city for Jakarta which is the capital of the Republic of Indonesia. It has the potential to become a tourist destination for Jakarta residents. One of the tourism potentials owned by South Tangerang City is cultural tourism, but now it is rarely in demand by tourists. This tourist destination needs to be revived and one of the basics that can be used as a reference is tourists' motivation toward cultural tourism. This study aims to determine the artistic tourism potential of South Tangerang City, tourist motivation, and its relationship with the motivation and ages of tourists, which can be used as a reference in the development of cultural tourism. The data analysis used in this study is a descriptive and inductive analysis using a Likert scale, standard deviation, Pearson Chi-Square, and regression analysis. The results of the study show that there are currently 10 destinations that can be developed for cultural tourism resources in the study area. The results also show that the motivation that most influence tourists to visit is physical. The factors of motivation are significantly correlated with age, are: trekking, shopping for local products, and gaining recognition from others.*

**Key word:** *South Tangerang City, Cultural Tourism, Motivation, Age*

## ABSTRAK

Kota Tangerang Selatan adalah merupakan kota penyangga Jakarta yang merupakan ibukota negara Republik Indonesia. Sebagai kota penyangga Kota Tangerang Selatan sangat potensial untuk menjadi destinasi wisata bagi warga Jakarta. Salah satu potensi wisata yang dimiliki Kota Tangerang selatan adalah wisata budaya, namun sekarang sudah jarang diminati oleh wisatawan. Destinasi wisata ini perlu dibangkitkan kembali dan salah satu dasar yang dapat dijadikan acuan adalah motivasi wisatawan terhadap wisata budaya. Penelitian ini bertujuan untuk untuk mengetahui potensi wisata budaya, motivasi pengunjung dan hubungannya dengan minat serta umur wisatawan yang dapat dijadikan sebagai salah satu acuan dalam pengembangan wisata budaya. Analisis Data Analisis data yang digunakan penelitian ini yaitu analisis data deskriptif dan induktif yang menggunakan skala likert, standar deviasi, *Pearson Chi-Square* dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi sumberdaya wisata budaya di kota Tangerang Selatan yang dapat dikembangkan saat ini sebanyak 10 destinasi. Hasil analisis penelitian ini juga menunjukkan bahwa motivasi yang paling mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung adalah motivasi fisik. Faktor dari motivasi yang berkorelasi nyata dengan umur yaitu: trekking, berbelanja produk lokal dan untuk memperoleh pengakuan orang lain.

**Kata Kunci:** *Kota Tangerang Selatan, Wisata Budaya, Motivasi, Umur*

## 1. PENDAHULUAN

Wisata menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata adalah 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. Lebih lanjut dalam undang-undang tersebut disebutkan bahwa pariwisata adalah

---

berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Menurut Bayih & Singh (2020) pariwisata adalah salah satu kegiatan ekonomi terpenting dan dianggap sebagai kunci pembangunan, kemakmuran, dan kesejahteraan.

Salah satu jenis pariwisata adalah pariwisata budaya yaitu kegiatan berwisata yang memanfaatkan perkembangan potensi hasil budaya manusia sebagai objek daya tariknya (Priyanto & Dafitri, 2016). Budaya menurut Raodatul Hasanah (2019) adalah cara hidup sekelompok orang yang diwariskan dari generasi-kegenerasi, sedangkan kebudayaan merupakan suatu sistem yang terdiri dari norma dan nilai hubungan sosial dan perilaku yang menjadi identitas dari suatu kelompok masyarakat. Kebudayaan mencakup asumsi, norma, keyakinan, pengharapan dan rencana yang mewarnai kehidupan pelaku kebudayaan tersebut. Hal penting dan pokok dalam pengembangan wisata budaya adalah pertunjukan kesenian dan tradisi oleh institusi-institusi pengembang pariwisata khususnya pemerintah (Ahdiati & Kusumanegara, 2020).

Wisata budaya memiliki daya tarik wisata berupa hasil olahrasa, karsa dan cipta manusia yang merupakan makhluk budaya (Kristiana & Liana, 2019). Pengembangan wisata budaya seperti ini perlu dilakukan agar masyarakat dapat mengetahui keberadaan dari suatu daerah dan dapat melestarikan budaya daerah tersebut. Selain itu budaya dapat menjadi destinasi wisata untuk peningkatan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja masyarakat. Salah satu unsur yang dapat dilakukan sebagai dasar dalam pengembangan wisata budaya adalah dengan mengetahui motivasi wisatawan berkunjung ke suatu destinasi. Menurut Tunggul Prasodjo, (2017) motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata budaya adalah adanya rasa ingin tahu dan penasaran serta sekaligus juga untuk menemukan nilai etika dan estetika dari tempat dan budaya lain yang berbeda dengan seorang/kelompok wisatawan tersebut. Empat faktor utama yang terkait dengan motivasi wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata yaitu, melepaskan diri dari kepenatan, pertumbuhan kepribadian, kesehatan dan kesejahteraan, serta menjalin hubungan sosial. Subtema relevan yang mendasari setiap tema utama juga dijabarkan lebih lanjut (Egger *et al.*, 2020). Menurut Mulyani & Wirakusuma (2016) motivasi orang melakukan wisata ada 4 yaitu: motivasi budaya, motivasi sosial, motivasi fisik dan motivasi status atau *prestige*. Hasil penelitian Muksin & Sunarti (2018) menunjukkan bahwa ada tiga motivasi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan yaitu: motivasi fisik, motivasi sosial dan motivasi fantasi. Jenis wisata budaya dapat memberikan manfaat dalam bidang social budaya karena dapat membantu melestarikan warisan budaya sebagai jati diri masyarakat lokal yang memiliki kebudayaan tersebut (Priyanto & Safit, 2016).

Tangerang memiliki keragaman daya tarik wisata baik budaya, sejarah, buatan hingga wisata kreatif (Kristiana *et al.*, 2020). Potensi wisata budaya Tangerang antara lain adalah budaya berupa benda cagar budaya (Prasetyo *et al.*, 2017; Ritonga, 2019). Menurut Supriadi *et al.*, (2021) pariwisata di Tangerang juga belum diarahkan pada pengembangan produk wisata budaya secara spesifik Tangerang Selatan sebagai bagian dari wilayah Tangerang merupakan kota satelit DKI Jakarta yang harus berbenah untuk mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya. Potensi wisata Kota Tangerang Selatan khususnya wisata budaya antara lain adalah kesenian berupa: Tari Gambang Kromong, Lenong Betawi, Palang Pintu, dan Onde-onde, dan wisata sejarah serta religi (Indrajaya, 2015). Daya tarik destinasi wisata budaya di Tangerang selatan dapat dikembangkan melalui pembinaan dan pengembangan nilai-nilai budaya, pembinaan kesenian dan peninggalan sejarah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui potensi wisata budaya, motivasi pengunjung serta hubungannya dengan minat dan umur wisatawan untuk kegiatan wisata budaya di Kota Tangerang Selatan, yang dapat dijadikan sebagai salah satu acuan dalam pengembangan wisata budaya

## 2. METODE

Penelitian ini dilaksanakan di kota Tangerang selatan Ptovisi Banten. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survey melalui wawancara terhadap responden dengan menggunakan kuesioner. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka dilakukan untuk mengetahui jenis-jenis motivasi pengunjung sedangkan pertanyaan tertutup dilakukan untuk pemberian skor pada masing-masing motivasi yang sudah diperoleh dari pertanyaan terbuka. Teknik yang digunakan dalam penyebaran kuesioner yaitu dengan Teknik purposive sampling. Teknik ini dilakukan dengan cara menentukan kriteria sampel dimana kriteria untuk data pengunjung adalah pengunjung yang sudah mengunjungi destinasi wisata budaya dan masyarakat yang bermukim di sekitar destinasi wisata dalam wilayah studi. Jumlah responden yang diwawancara adalah sebanyak 100 orang. Data pengunjung dibedakan menjadi data karakteristik dan motivasi. Data karakteristik diperlukan sebagai dasar untuk menganalisis minat pengunjung berdasarkan umur dan data motivasi dibutuhkan untuk mengetahui tujuan atau faktor pendorong pengunjung ingin mendatangi objek wisata budaya.

Analisis Data Analisis data yang digunakan yaitu analisis data deskriptif dan induktif. Analisis deskriptif dilakukan untuk menjelaskan karakteristik responden dan potensi wisata sedangkan analisis induktif dilakukan untuk mengetahui sifat penyebaran data dan hubungan antara karakteristik responden dengan motivasi untuk berkunjung ke destinasi wisata budaya. Teknik penilaian menggunakan skala Likert (Avenzora, 2008) 1-7 yang pada awalnya hanya 1-5. Kriteria penilaian tersebut yaitu 1 ‘sangat tidak setuju’, 2 ‘tidak setuju’, 3 ‘agak tidak setuju’, 4 ‘biasa saja’, 5 ‘agak setuju’, 6 ‘setuju’, 7 ‘sangat setuju’. Hasil penilaian dengan skala likert kemudian dianalisis dengan analisis induktif untuk menghitung nilai: standar deviasi untuk mengetahui penyebaran data, analisis *Pearson Chi-Square* untuk mengetahui hubungan antara umur dengan motivasi, dan analisis regresi untuk mencari hubungan antara minat berkunjung dengan motivasi, (Sulaiman dan Kusherdyana, 2013). Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$S = \sqrt{\frac{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}{n(n-1)}} \dots\dots\dots(1)$$

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x) \cdot (\sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}} \dots\dots\dots(2)$$

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + \varepsilon \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan : S = Standar Deviasi, r = koefisien korelasi pearson, y = minat untuk berkunjung, x<sub>i</sub> = motivasi

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1. Potensi Wisata Budaya

Hasil survey di Kota Tangerang Selatan menunjukkan bahwa wilayah ini memiliki potensi wisata budaya yang cukup menarik. Potensi wisata ini menyebar di 10 lokasi yang secara rinci disajikan pada Tabel 1. Potensi wisata budaya ini mengajak pengunjung yang datang untuk menikmati keindahan budaya sambil mengenal berbagai aktivitas yang sering dilakukan oleh masyarakat Tangerang Selatan.

Tabel 1. Potensi Destinasi Wisata Budaya di Kota Tangerang Selatan

No	Destinasi	Lokasi
1.	Kampung Kranggan	Desa Kranggan, Kecamatan Setu
2.	Puspo Budoyo	Jl. Elang Raya No.1, Sawah Lama, Kecamatan Ciputat
3.	Kampung Dongeng	Jl. Musyawarah No. 99, RT 04 / RW 01, Kelurahan Sawah, Kecamatan Ciputat, Sawah Lama
4.	Galeri 37	Rawa Buntu, Kecamatan Serpong
5.	Sumur Tujuh	Kelurahan Serpong, Kecamatan Serpong
6.	Keramat Tajug	Cilenggang, Kecamatan Serpong
7.	Kampung Ternak	Jl. Susu Kambing No.50 Kecamatan Serpong,
8.	Galeri Etnik Nusantara (Gensa)	WTC Mall Serpong,
9.	Batik Nely	Jl. Kreo No.6, Pondok Pucung, Kecamatan Pondok Aren
10.	Kampung Jawa	Pondok Aren

Sumber: Hasil analisis data tahun 2022

Uraian secara singkat dari masing-masing destinasi wisata tersebut diatas adalah sebagai berikut:

- Kampung Ekowisata Kranggan merupakan destinasi wisata yang menawarkan permainan tradisional seperti bakiak, jaipong dan pencak silat, kegiatan membuat kerajinan tangan dari bahan-bahan alami, dan kuliner khas masyarakat Kota Tangerang Selatan.
- Puspo Budoyo merupakan sanggar budaya yang didirikan sebagai wujud rasa cinta terhadap budaya lokal. Puspo Budoyo menawarkan berbagai kegiatan berbasis budaya, seperti sekolah menari nusantara, belajar alat musik

tradisional seperti gamelan dan angklung. Puspo Budoyo juga mengajak pengunjung untuk menyaksikan tari tradisional, mini drama seperti wayang orang, dan alat musik tradisional, dan kuliner tradisional.

- Kampung Dongeng adalah tempat yang menggelar kegiatan yang secara rutin menggelar dongeng dan selalu dihadiri oleh ratusan anak-anak. Kampung Dongeng juga menyajikan berbagai kegiatan yang menarik seperti mini drama dan membuat kerajinan tangan dari bahan alami setempat.
- Galery 37 merupakan tempat membuat seni kerajinan tangan dari bahan tradisional seperti tas, dompet, dan lainnya.
- Sumur Tujuh merupakan cagar budaya Kota Tangerang Selatan yang memiliki sebuah mata air yang telah berumur ratusan tahun. Banyak yang mempercayai, air dari sumur tersebut memiliki khasiat tertentu.
- Keramat Tajug merupakan makam putra Sultan Ageng Tirtayasa dari Kesultanan Banten yakni TB Raden Wetan Muhammad Atif yang memiliki dua gedung. Gedung pertama digunakan untuk berziarah dan gedung kedua biasa digunakan untuk ibadah. Makam ini memiliki daya tarik wisata dikarenakan jejak sejarah TB Atif sebagai Panglima Perang Kesultanan Banten, putra Sultan Ageng Tirtayasa, dan penyebar ajaran agama Islam di wilayah Cilenggang, Serpong.
- Kampung Ternak Amanah dikenal dengan susu kambing nya dan dikenal dengan lokasi Edukasi khususnya peternakan yang dilakukan secara tradisional dan dikenal dengan mini zoo-nya Kota Tangerang.
- Galeri Etnik Nusantara (GENSA) merupakan sebuah yayasan atau wadah program pemerintah, ebagai pendamping UKM, atau fasilitator dalam membangun UMKM. Galeri ini memiliki daya tarik wisata karena mennyajikan produk unggulan UKM, makanan dan komoditi tradisional yang berkualitas ekspor.
- Batik Nelly merupakan galeri yang menyajikan batik populer yang mengusung kearifan lokal, budaya, kekayaan alam. Batik Etnik Tangerang Selatan atau yang kerap dikenal dengan Batik Nelly juga sudah menembus pasar mancanegara.
- Kampung Jawa Wadasari merupakan destinasi wisata budaya nusantara yang menyimpan beragam potensi karya seni yg sangat luar biasa. Kampung ini memilik sanggar kesenian dari beragam daerah di Indonesia, seperti sanggar reog ponorogo, ludruk, wayang, tari, campur sari, bahkan terdapat pelatihan silat imbuhnya.

### 3.2. Motivasi Pengunjung

Motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata budaya adalah adanya rasa ingin tahu dan penasaran serta sekaligus juga untuk menemukan nilai etika dan estetika dari tempat dan budaya lain yang berbeda dengan seorang/kelompok wisatawan tersebut (Prasodjo, 2017). Motivasi pengunjung merupakan salah satu aspek penting yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu destinasi wisata. Menurut Muksin & Sunarti (2018) motivasi wisatawan untuk berkunjung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata. Hasil analisis hubungan motivasi pengunjung dengan minat berkunjung terhadap destinasi wisata di wilayah studi secara rinci disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hubungan antara Minat berkunjung terhadap destinasi wisata dengan motivasi pengunjung

No.	Variabel Independen	Keofisien Regresi	Standar Deviasi	t hit	Signifikan
1.	(Constant)	-0,422	0,836	-0,505	0,616
2.	Motivasi Fisik	0,189	0,074	2,546	0,015
3.	Motivasi Sosial	0,179	0,110	1,635	0,110
4.	Motivasi Budaya	-0,052	0,051	-1,005	0,321
5.	Motivasi Status	-0,035	0,050	-0,690	0,494

Sumber : Hasil analisis data tahun 2022

Hasil analisis data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa motivasi fisik berpengaruh nyata terhadap minat berkunjung wisatawan terhadap destinasi wisata budaya. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikan hasil uji t yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian Muksin & Sunarti (2018) yang menyatakan bahwa motivasi fisik memeiliki pengaruh yang paling kuat bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Menurut Muksin & Sunarti (2018) ada tiga motivasi yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan berkunjung wisatawan yaitu: motivasi fisik, motivasi sosial dan motivasi fantasi dimana motivasi fisik memiliki pengaruh yang paling kuat dari

motivasi lainnya. Menurut Sahara *et al.*, 2016 motivasi wisatawan untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata tidak terlepas dari informasi yang diperoleh mengenai daya tarik sebuah destinasi wisata. Menurut Keliwar & Nurcahyo (2015) faktor-faktor yang memotivasi pengunjung datang ke destinasi wisata Budaya antara lain adalah karena keunikan daya tarik, keunikan cinderamata, keramahan penduduk serta kenyamanan dan keamanan saat berkunjung.

Menurut Harsono (2017), motivasi orang untuk mengunjungi destinasi wisata budaya adalah untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain, termasuk objek peninggalan budaya atau sejarah. Faktor-faktor pendorong masing-masing motivasi dan hubungannya dengan umur responden pada wilayah studi secara rinci disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Faktor Pendorong motivasi dan hubungannya dengan umur pengunjung yang mengunjungi destinasi wisata budaya di wilayah studi

No.	Motivasi	Rata-rata	ST, Deviasi	Ragam	Total Skor	Hubungan dengan Umur Responden Pearson Chi- Square	Sig.
<b>1. Motivasi Fisik</b>							
1.1.	Eksplor Objek Wisata	5,67	1,297	1,682	255	20,745	0,054
1.2.	Trekking	5,22	1,126	1,268	235	25,290	0,014
1.3.	Mengembalikan Stamina	5,27	1,053	1,109	237	20,085	0,169
1.4.	Relaksasi	5,73	1,250	1,564	258	19,636	0,186
	Rata-rata	5,47	1,182	1,406	246,25		
<b>2. Motivasi Sosial</b>							
2.1.	Mengunjungi Teman/Keluarga	5,09	1,276	1,628	229	14,307	0,502
2.2.	Family Gathering	5,64	1,264	1,598	254	15,397	0,423
2.3.	Berswafoto	5,38	1,211	1,468	242	15,757	0,398
	Rata-rata	5,37	1,25	1,565	241,67		
<b>3. Motivasi Budaya</b>							
3.1.	Melihat Tradisi atau Kesenian	5,82	1,284	1,649	262	24,257	0,061
3.2.	Berbelanja Produk Lokal	5,58	1,34	1,795	251	24,973	0,050
3.3.	Mengenal Lingkungan Baru	5,78	1,241	1,54	260	24,533	0,057
3.4.	Melihat Aktivitas Masyarakat Sekitar	5,78	1,295	1,677	260	18,015	0,262
3.5.	Memperluas Wawasan	5,78	1,312	1,722	260	24,299	0,145
	Rata-rata	5,75	1,294	1,677	258,6		
<b>4. Motivasi Status</b>							
4.1.	Memperoleh Pengakuan Orang Lain	3,78	1,894	1,894	170	29,270	0,045
4.2.	Mendapat Rasa Kepuasan	5,13	1,673	1,673	231	22,661	0,204
4.3.	Mencari Suasana Baru	5,76	1,246	1,246	259	13,452	0,567
4.4.	Menjalankan Hobi	5,42	1,422	1,422	244	20,418	0,156
	Rata-rata	5,02	1,559	1,559	226		

Hasil analisis data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa motivasi fisik memiliki nilai rata-rata keragaman terkecil yaitu sebesar 1,406 yang mengindikasikan bahwa factor pendorong motivasi fisik memiliki skor penilaian yang lebih seragam jika dibandingkan dengan faktor pendorong motivasi lainnya. Rata-rata nilai keragaman terbesar dimiliki oleh motivasi budaya yaitu sebesar 1,677 yang mengindikasikan bahwa keberagaman faktor pendorong motivasi budaya responden untuk menikmati keindahan/keunikan destinasi wisata budaya cukup tinggi. Hasil analisis pada Tabel 2 juga menunjukkan bahwa ada tiga faktor dari motivasi yang berkorelasi nyata dengan umur responden. Tiga faktor tersebut yaitu: trekking, berbelanja produk lokal dan untuk memperoleh pengakuan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan untuk bertualang, berbelanja dan memperoleh pengakuan orang lain berbeda pada setiap tingkatan umur responden. Menurut Hudiono (2022) umur berpengaruh secara signifikan terhadap kecenderungan berwisata seseorang, dimana semakin tua umur maka semakin cenderung orang tersebut untuk melakukan kunjungan wisata. Umur juga merupakan salah satu alasan yang memengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih tempat wisata yang akan dikunjungi.

---

#### 4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi sumberdaya wisata budaya di kota Tangerang Selatan yang dapat masih berjalan dan dapat dikunjungi antara lain adalah Kampung Ekowisata Kranggan, Puspo Budoyo, Kampung Dongeng, Galery 37, Sumur Tujuh, Keramat Tajug, Kampung Ternak Amanah, Galeri Etnik Nusantara, Batik Nelly dan Kampung Wadasari. Hasil analisis data menunjukkan bahwa motivasi yang paling berpengaruh terhadap minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata di Kota Tangerang selatan yaitu motivasi fisik. Hasil analisis penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada tiga faktor dari motivasi yang berkorelasi nyata dengan umur yaitu: trekking, berbelanja produk lokal dan untuk memperoleh pengakuan orang lain.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiati, T., & Kusumanegara, S. (2020). Kearifan Lokal dan Pengembangan Identitas untuk Promosi Wisata Budaya di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 25-34.
- Avenzora R. (2008). *Ekoturisme Teori dan Praktek*. Banda Aceh: BPR NAD-NIAS
- Bayih E.B, Singh A. (2022). Modeling domestic tourism: motivations, satisfaction and tourist behavioral intentions. *Heliyon* 6 (2020), 1-17.
- Egger, I., Lei, S.I., Wassler, P. (2020). Digital free tourism – An exploratory study of tourist motivations. *Tourism Management*, 79 (2020), 1-9
- Harsono, N.R. (2017). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu. *Jom FISIP*, (4)1, 1-15.
- Hudiono, R. (2022). Pengaruh Jenis Kelamin dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(2), 123-128.
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah Widya*, 3(2), 80 – 87
- Kristiana, Y., & Liana. (2019). Analisis Minat Wisatawan Lokal Terhadap Taman Rekreasi Di Tangerang Selatan. *Pariwisata*, 6(2), 128-135.
- Kristiana, Y., Nathalia, T.C., Pakpahan, R., Yuliantoro, N., Goeltom, V.A.H. (2020). Peningkatan Kapasitas Masyarakat Dalam Bidang Layanan Wisata Di Kampung Bekelir, Kota Tangerang. *Prosiding PKM-CSR*, Vol. 3 (2020), 951-955.
- Keliwar, S. & Nurcahyo, A. (2015). Motivasi Dan Persepsi Pengunjung Terhadap Obyek Wisata Desa Budaya Pampang Di Samarinda. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 12(2), 10-27.
- Muksin, D.R.M., & Sunarti. (2018). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Di Ekowisata Mangrove Wonorejo Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1), 195-203
- Mulyani, A., & Wirakusuma, R.M. (2016). Perencanaan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Yang Datang Ke Kampung Cireundeu Kota Cimahi. *Jurnal Manajemen Resort dan Leisure*, 13(2), 1-14.
- Prasetyo, A.S., Fatimah, T., Padawangi, R. (2017). Perkembangan Kota Lama Tangerang Dan Potensinya Sebagai Destinasi Wisata Pusaka. *Jurnal Arsitektur, Bangunan, & Lingkungan*, 7(1), 17-30.
- Prasodjo, T. (2017). Pengembangan Pariwisata Budaya dalam Perspektif Pelayanan Publik. *Jurnal Office*, 3(1), 8-12.
- Priyanto & Safit, D. (2016). Pengembangan Potensi Desa Wisata Berbasis Budaya Tinjauan Terhadap Desa Wisata Di Jawa Tengah. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1), 76-84.
- Raodatul Hasanah. (2019). Kearifan Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata Budaya Di Desa Sade Kabupaten Lombok Tengah. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 2(1), 45-52
- Ritonga, R.M. (2019). Pengembangan Wisata Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Kota Tangerang Cultural Heritage Tourism Development As Tourist Attraction In Tangerang. *Media Bina Ilmiah*, 14(3), 2249-2258
- Sahara, F.N.A., Iqbal, M., Sanawiri, B. (2016). Analisis Motivasi Berkunjung Wisatawan Dan Tingkat Pengetahuan Wisatawan Tentang Produk Industri Kreatif Sektor Kerajinan (Studi pada Wisatawan Domestik di Kota Batu, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 35(2), 146-154.
- Supriadi, Y.N. Desmintari, Jubaedah, Kusuma, J.K. Pengembangan Kampung Wisata Pintu Air Berbasis pada Cagar Budaya sebagai Destinasi Wisata bagi Masyarakat. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Berkarakter*, 4(2), 209-218.