

POSITIONING DESTINASI DAN PAKET WISATA SEBAGAI INSTRUMEN TATA KELOLA DESA WISATA: ANALISIS 7A BERBASIS *COMMUNITY-BASED TOURISM* DI WOTAWATI, GUNUNGKIDUL

Prihatin Dwihantoro
Universitas Gajah Mada
prihatindwihantoro@mail.ugm.ac.id

Submitted: 05-03-2026, **Revisions:** 19-04-2026, **Accepted:** 04-05-2026, **Published:** 20-05-2026

ABSTRAK

Pengembangan desa wisata menuntut *positioning* yang tidak berhenti pada slogan promosi, tetapi mampu menjaga koherensi antara karakter ruang, narasi, dan pengalaman wisatawan. Artikel ini menganalisis Desa Wisata Wotawati, Kabupaten Gunungkidul, yang memiliki keunikan spasio-temporal berupa paparan sinar matahari terbatas (sekitar pukul 08.00 hingga sebelum 16.00) yang membentuk ritme hidup masyarakat setempat. Penelitian menggunakan desain studi kasus kualitatif berbasis telaah dokumen, pengamatan lapangan terbatas, dan sintesis literatur untuk menilai kesesuaian *positioning* destinasi dengan kapasitas sistem destinasi melalui kerangka 7A (*Attraction, Activities, Accessibility, Amenities, Ancillary, Ambience, Attitude*) dalam perspektif *Community-Based Tourism* (CBT). Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama Wotawati terletak pada *Attraction, Ambience*, dan *Attitude*, sedangkan titik rawan berada pada *Accessibility* serta *Amenities*, terutama terkait kondisi jalan, sinyal komunikasi, dan keterbatasan air bersih. Artikel ini menegaskan paket wisata sebagai instrumen tata kelola (*governance tool*) untuk menyelaraskan *positioning*, kualitas pengalaman, dan keberlanjutan, melalui pengaturan alur kunjungan, pengelolaan risiko, serta distribusi peran dan manfaat secara adil.

Kata Kunci: *Desa Wisata; Community Based Tourism (CBT); Wotawati*

ABSTRACT

Developing a tourism village requires a form of destination positioning that goes beyond promotional slogans and is able to sustain coherence among spatial characteristics, narrative, and visitor experience. This article examines Wotawati Tourism Village in Gunungkidul, which features a distinctive spatio-temporal condition limited sunlight exposure (approximately from 08:00 to before 16:00) that shapes the rhythm of local daily life. The study employs a qualitative case study design drawing on document review, limited field observation, and literature synthesis to assess the fit between destination positioning and the destination's systemic capacity using the 7A framework (Attraction, Activities, Accessibility, Amenities, Ancillary, Ambience, and Attitude) from a Community-Based Tourism (CBT) perspective. The findings indicate that Wotawati's main strengths lie in Attraction, Ambience, and Attitude, while its main vulnerabilities are found in Accessibility and Amenities, particularly regarding road conditions, communication signal coverage, and limited access to clean water. This article argues that tour packages can function as a governance tool to align positioning, experience quality, and sustainability through visitor flow management, risk mitigation, and the fair distribution of roles and benefits.

Keywords: *Tourism Village; Community Based Tourism (CBT), Watowati*

PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata menuntut kejelasan *positioning* destinasi sebagai fondasi pembentukan citra dan diferensiasi di tengah kompetisi antar destinasi perdesaan (Sustacha, Baños-Pino and Del Valle, 2024). *Positioning* dalam kajian pariwisata tidak dipahami sebatas slogan promosi (Kotsi and Pike, 2021), melainkan sebagai konstruksi makna yang mengaitkan atribut destinasi dengan ekspektasi dan pengalaman wisatawan secara konsisten (Polo-Peña, Frías-Jamilena and Rodríguez-Molina, 2013; Rodríguez-Molina *et al.*, 2019; Castañeda-García *et al.*, 2020). Secara konseptual, *positioning* destinasi dalam konteks desa wisata tidak dapat dilepaskan dari relasi antara ruang, pengalaman, dan konstruksi makna yang dibentuk secara sosial. Literatur terkini menunjukkan bahwa kegagalan banyak desa wisata bukan terletak pada kurangnya atraksi, melainkan pada absennya *conceptual coherence* antara karakter ruang, narasi yang dikomunikasikan, dan pengalaman aktual wisatawan (Wang, 2024; Garcia-Carrion and others, 2025). Dalam konteks Desa Wisata Wotawati, kebutuhan akan *positioning* yang jelas menjadi krusial mengingat karakter desa ini berbeda dari pola umum wisata Kabupaten Gunungkidul yang didominasi oleh destinasi pantai dan wisata massal. Keunikan Wotawati justru terletak pada lanskap lembah, ritme temporal cahaya matahari yang terbatas, serta narasi geomorfologi Bengawan Solo purba yang membentuk cara hidup masyarakat setempat (Indonesia.go.id, 2024; Wirasenjaya and others, 2025).

Fenomena keterbatasan paparan sinar matahari di mana desa baru menerima cahaya sekitar pukul 08.00 dan kembali gelap sebelum pukul 16.00 bukan sekadar keunikan visual, melainkan variabel spasio-temporal yang memengaruhi aktivitas sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat Wotawati (Detik Jateng, 2022). Keunikan spasio-temporal Wotawati menempatkannya dalam kategori destinasi berbasis *slow experience*, di mana kualitas pengalaman lebih ditentukan oleh kedalaman interaksi dan refleksi daripada intensitas aktivitas. Pendekatan ini sejalan dengan pergeseran paradigma pariwisata perdesaan global yang menekankan *experiential authenticity* dibandingkan *staged authenticity*. Dalam literatur pariwisata berbasis tempat (*place-based tourism*), karakter lanskap yang membentuk ritme kehidupan sehari-hari dapat menjadi dasar pembentukan *sense of place* yang kuat, asalkan diterjemahkan ke dalam narasi destinasi yang bermakna (Wang, 2024). Dengan demikian, *positioning* Wotawati secara akademik lebih tepat dipahami sebagai destinasi yang menawarkan pengalaman kontemplatif berbasis lanskap dan narasi lokal, bukan sebagai destinasi hiburan atau wisata massal.

Namun, *positioning* yang kuat tidak akan efektif tanpa dukungan paket wisata sebagai mekanisme pengemasan pengalaman. Paket wisata berfungsi bukan semata sebagai instrumen pemasaran, melainkan sebagai *governance mechanism* yang menjembatani visi destinasi dengan kapasitas sistem lokal. Dalam kajian pariwisata, paket wisata dipahami sebagai bentuk *productization* yang mengintegrasikan berbagai elemen layanan lintas pelaku untuk mengurangi ketidakpastian wisatawan dan memastikan konsistensi kualitas pengalaman (Yuan, Morrison and Cai, 2023). Penelitian terkini menunjukkan bahwa wisatawan cenderung memilih destinasi yang menawarkan kejelasan struktur pengalaman, terutama pada destinasi perdesaan dengan keterbatasan infrastruktur, karena paket wisata berfungsi sebagai instrumen pengelolaan risiko dan ekspektasi (Kusumastuti, Nugroho and Pramono, 2024). Dalam konteks Wotawati, paket wisata menjadi alat strategis untuk memastikan bahwa pengalaman wisata tetap selaras dengan karakter desa, sekaligus mencegah eksploitasi berlebihan terhadap ruang dan komunitas. Oleh karena itu, kajian paket wisata Wotawati perlu ditempatkan pada level analisis kesesuaian antara *positioning* destinasi dan kapasitas sistem destinasi yang direpresentasikan oleh 7A.

Berangkat dari argumen tersebut, kajian paket wisata Wotawati perlu ditempatkan pada level analisis kesesuaian antara *positioning* destinasi dan kapasitas sistem destinasi, yang dalam penelitian ini direpresentasikan melalui kerangka 7A. Kerangka ini memungkinkan penilaian yang lebih sistematis mengenai apakah janji pengalaman yang dibangun melalui *positioning* memiliki dukungan komponen destinasi yang memadai, sekaligus membantu mengidentifikasi titik rawan yang dapat mengganggu konsistensi pengalaman dan keberlanjutan. Rumusan masalah penelitian ini adalah: bagaimana kesesuaian *positioning* Wotawati dengan kapasitas sistem destinasi (7A), dan bagaimana paket wisata dapat diposisikan sebagai instrumen tata kelola berbasis CBT untuk menjaga konsistensi pengalaman dan keberlanjutan? Adapun tujuan penelitian ini meliputi: (1) merumuskan *positioning* Wotawati berbasis karakter spasio-temporal dan narasi lokal; (2) menganalisis kondisi 7A sebagai kapasitas sistem destinasi; serta (3) menyusun implikasi desain paket wisata sebagai instrumen tata kelola yang menyelaraskan *positioning*–pengalaman–keberlanjutan.

METODE PENELITIAN

Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian adalah memahami secara mendalam bagaimana *positioning* destinasi dibangun dan dikelola dalam konteks sosial-ruang yang spesifik, serta bagaimana paket wisata dapat berfungsi sebagai instrumen tata kelola dalam pengembangan desa wisata. Studi kasus memungkinkan peneliti menelaah fenomena secara kontekstual dengan mempertimbangkan keterkaitan antara karakter destinasi, praktik kelembagaan lokal, dan pengalaman wisata yang dirancang.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Desa Wotawati, Kabupaten Gunungkidul. Pengumpulan data lapangan dilakukan melalui observasi pada 11 November 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada kekhasan Wotawati sebagai destinasi perdesaan yang memiliki karakter lanskap lembah dan dinamika spasio-temporal yang memengaruhi ritme kehidupan masyarakat, sehingga relevan untuk ditelaah dalam kerangka *positioning* destinasi dan pengembangan paket wisata.

Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Wawancara dilakukan terhadap tiga informan kunci, yaitu lurah, kepala dusun (kadus), dan ketua Pokdarwis. Pemilihan informan menggunakan *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa ketiga pihak tersebut memiliki pengetahuan, otoritas, dan pengalaman langsung terkait pengelolaan desa, perencanaan pengembangan wisata, serta dinamika kelembagaan dan partisipasi masyarakat. Lurah diposisikan sebagai representasi tata kelola desa dan arah kebijakan, kadus sebagai penghubung dinamika sosial warga di tingkat dusun, sedangkan ketua Pokdarwis mewakili aktor pengelola operasional dan pengembangan program wisata.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama:

1. Observasi lapangan: Observasi dilakukan untuk menangkap kondisi empiris destinasi, terutama elemen-elemen yang berkaitan dengan kapasitas sistem destinasi (7A), seperti aksesibilitas, kondisi amenitas dasar, suasana/ambience, serta potensi atraksi

dan aktivitas. Observasi juga diarahkan untuk melihat bagaimana ruang desa dan lanskap dipersepsi sebagai bagian dari pengalaman wisata serta bagaimana kesiapan desa dalam mengelola kunjungan.

2. Wawancara semi-terstruktur: Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai: (a) narasi dan *positioning* yang ingin dibangun oleh desa, (b) strategi pengemasan pengalaman melalui paket wisata, (c) peran kelembagaan lokal (Pokdarwis dan pemerintah desa), serta (d) kendala dan prioritas pengembangan berdasarkan kondisi lapangan. Format semi-terstruktur digunakan agar peneliti memiliki panduan isu yang konsisten, namun tetap memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan pengalaman, pertimbangan, dan konteks sosial secara lebih luas.

Unit Analisis dan Teknik Analisis Data

Unit analisis penelitian ini adalah pengelolaan Desa Wisata Wotawati dalam kaitannya dengan: 1) *positioning* destinasi (sebagai janji pengalaman dan narasi utama), 2) paket wisata (sebagai bentuk *productization* sekaligus mekanisme tata kelola), dan 3) kapasitas sistem destinasi yang direpresentasikan melalui kerangka 7A (*Attraction, Activities, Accessibility, Amenities, Ancillary, Ambience, dan Attitude*). Kerangka 7A digunakan untuk membantu membaca kesesuaian antara *positioning* dan kemampuan destinasi menyediakan pengalaman yang konsisten. Analisis data dilakukan melalui analisis tematik dengan kombinasi strategi deduktif dan interpretatif. Pertama, data hasil wawancara dan observasi dipilah dan dikelompokkan sesuai dimensi 7A sebagai kategori awal (deduktif). Kedua, peneliti mengidentifikasi tema-tema yang muncul terkait *positioning*, peran paket wisata, dan praktik tata kelola (interpretatif), termasuk dinamika kelembagaan, pengelolaan risiko, dan pengaturan pengalaman wisata. Hasil analisis kemudian disusun dalam bentuk matriks yang menghubungkan antara temuan kunci, dampaknya terhadap *positioning*, dan juga implikasi bagi desain paket wisata dan tata kelola. Untuk menjaga keabsahan, penelitian ini menggunakan triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil observasi dengan hasil wawancara dari tiga informan yang mewakili perspektif tata kelola desa, dinamika dusun, dan pengelolaan wisata. Selain itu, dilakukan pengecekan konsistensi narasi antar informan untuk mengurangi bias satu sumber dan memperkuat interpretasi temuan dalam konteks Wotawati.

HASIL PENELITIAN

Gambaran umum lokasi dan konteks pengamatan

Observasi lapangan dilakukan pada 11 November 2025 di Desa Wotawati untuk menangkap kondisi faktual destinasi dan kesiapan sistem pendukungnya. Secara umum, Wotawati menampilkan karakter destinasi perdesaan yang kuat dengan lanskap lembah sebagai elemen visual dominan. Pengalaman ruang di Wotawati tidak sepenuhnya “netral”, melainkan terbentuk oleh dinamika waktu khususnya ritme cahaya matahari yang terbatas yang pada praktiknya memengaruhi ritme aktivitas masyarakat dan pola pengalaman wisata yang mungkin dikembangkan. Hal ini juga ditekankan oleh aparat desa yang melihat kekhasan ritme waktu sebagai ciri pembeda destinasi: “*Wotawati punya kekhasan ritme terang-gelap yang membentuk aktivitas warga; karena itu wisata yang cocok bukan wisata ramai, melainkan wisata yang memberi ruang untuk menikmati suasana dan cerita tempat*” (LUR-01, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Temuan hasil penelitian disajikan menggunakan kerangka 7A untuk membaca kesesuaian antara *positioning* yang diinginkan dengan kapasitas sistem destinasi. Kerangka ini membantu mengidentifikasi aspek-aspek

yang sudah kuat sekaligus aspek yang berpotensi menjadi titik rapuh bagi konsistensi pengalaman. Gambar 1 adalah Gambaran kondisi Desa Watowati saat ini.



Gambar 1. Kondisi Watowati saat ini

Temuan berdasarkan dimensi 7A

Temuan penelitian pada bagian ini disajikan menggunakan kerangka **7A** (*Attraction, Activities, Accessibility, Amenities, Ancillary, Ambience, dan Attitude*) untuk memetakan secara sistematis kesesuaian antara *positioning* Desa Wisata Watowati dan kapasitas sistem destinasi yang menopang pengalaman wisata. Kerangka 7A digunakan bukan sekadar sebagai daftar periksa, melainkan sebagai alat analisis untuk melihat bagaimana setiap dimensi saling berhubungan dalam membentuk kualitas pengalaman mulai dari kekuatan diferensiatif yang menjadi inti daya tarik hingga faktor pembatas yang dapat melemahkan konsistensi janji destinasi. Pemaparan per dimensi juga memungkinkan identifikasi titik prioritas pengelolaan, sehingga temuan tidak berhenti pada deskripsi kondisi, tetapi mengarah pada implikasi tata kelola dan rancangan paket wisata yang realistis sesuai daya dukung lokal.

1) **Attraction (Daya tarik)**

Dari sisi daya tarik, Watowati menunjukkan kekuatan pada lanskap alami berupa bentang lembah yang memberi pengalaman visual dan atmosfer yang berbeda dibanding destinasi wisata massal. Daya tarik utama lebih bersifat *place-based*, yaitu terletak pada kualitas ruang: kontur, panorama, dan suasana yang mendorong wisatawan untuk menikmati tempat secara perlahan. Ketua Pokdarwis memaknai kekuatan tersebut sebagai diferensiasi utama desa yang perlu dihadirkan dalam bentuk pengalaman terstruktur, bukan sekadar kunjungan singkat: “*Paket wisata membantu mengatur alur kunjungan: tamu datang jam berapa, rutenya ke mana, apa yang diceritakan, dan layanan minimum apa yang bisa kami janjikan*” (POK-01, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Temuan ini menunjukkan bahwa *attraction* Watowati bukan “atraksi siap saji”, melainkan atraksi yang memerlukan narasi dan pendampingan interpretatif agar pengalaman wisata tidak berhenti pada konsumsi visual (misalnya hanya berfoto), tetapi berkembang menjadi pengalaman yang bermakna.

2) **Activities (Aktivitas)**

Potensi aktivitas wisata di Watowati cenderung sesuai untuk pendekatan *slow experience*, seperti jelajah ruang secara santai, tur interpretatif, dan aktivitas berbasis cerita lokal. Karakter ruang lebih mendukung aktivitas berirama lambat, berkelompok kecil, dan berorientasi pada pengalaman. Kepala dusun menegaskan bahwa aktivitas wisata perlu menyesuaikan ritme kehidupan warga dan karakter desa: “*Kegiatan wisata yang paling pas adalah yang tidak mengganggu ritme warga—lebih ke jalan santai,*

menikmati pemandangan, dan aktivitas yang sederhana tapi berkesan" (KAD-01, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Meski demikian, hasil penelitian menegaskan kebutuhan kurasi aktivitas. Tanpa struktur pengalaman yang jelas, pengalaman wisata rawan menjadi terfragmentasi (datang–melihat–foto–pulang) dan tidak cukup kuat untuk memperkuat *positioning*. Karena itu, aktivitas perlu disusun dengan alur yang eksplisit misalnya mengaitkan waktu kunjungan, titik pengalaman, dan narasi pendamping agar pengalaman "pelan" tidak berubah menjadi pengalaman "kosong".

3) Accessibility (Aksesibilitas)

Aksesibilitas muncul sebagai dimensi yang perlu dikelola secara serius karena berpengaruh langsung pada persepsi kenyamanan dan keamanan wisatawan. Kondisi akses menuju Wotawati menunjukkan adanya segmen perjalanan yang membutuhkan kewaspadaan dan berimplikasi pada manajemen risiko, terutama ketika menerima kunjungan rombongan. Aparat desa menekankan bahwa pengaturan kunjungan perlu diikuti informasi akses yang jelas: *"Akses perlu dikelola dengan informasi yang jelas dan pengaturan kunjungan, supaya tamu nyaman dan tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, terutama jika datang berkelompok"* (LUR-02, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Implikasinya, aksesibilitas tidak hanya menyangkut jarak, tetapi juga menyangkut kejelasan prosedur perjalanan dan standar keselamatan sederhana. Jika aspek ini tidak dikelola, risiko ketidaksesuaian antara "janji pengalaman" dan pengalaman aktual akan meningkat.

4) Amenities (Amenitas)

Dimensi amenitas menunjukkan adanya keterbatasan layanan dasar yang dapat memengaruhi kenyamanan wisatawan sekaligus kapasitas kunjungan, terutama terkait ketersediaan air bersih dan sinyal komunikasi. Pengelola memandang keterbatasan ini sebagai batas realistis yang harus dikelola melalui pengaturan pola kunjungan: *"Keterbatasan air dan sinyal membuat kami harus realistis; kunjungan lebih aman jika dibatasi jumlahnya dan diatur durasinya supaya pelayanan tetap terjaga"* (POK-02, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Temuan ini penting karena menempatkan amenitas sebagai penentu daya dukung. Strategi pengembangan yang relevan adalah menyusun standar layanan minimum yang jelas dan menyesuaikan kapasitas (ukuran kelompok, durasi kunjungan, serta kebutuhan logistik) agar pengalaman wisata tetap konsisten dan tidak membebani komunitas.

5) Ancillary (Layanan pendukung/kelembagaan)

Keberadaan kelembagaan pengelolaan wisata melalui Pokdarwis menjadi modal penting untuk mengonsolidasikan layanan dan program wisata agar tidak berjalan sporadis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa aspek *ancillary* berkaitan erat dengan kemampuan destinasi dalam mengatur alur kunjungan, membangun SOP sederhana, serta membagi peran antar pelaku lokal. Secara praktis, hal ini juga tercermin dalam cara Pokdarwis memandang paket sebagai alat yang mengikat koordinasi lintas layanan dan menjaga konsistensi mutu (POK-01, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Dengan demikian, *ancillary* di Wotawati perlu dipahami bukan sekadar keberadaan organisasi, tetapi kapasitas operasional untuk mengelola pengalaman wisata secara terpadu.

6) Ambience (Suasana)

Ambience atau suasana merupakan kekuatan paling menonjol. Wotawati teramat relatif tenang, minim hiruk-pikuk, dan memberikan pengalaman "ruang untuk bernapas". Suasana ini bukan sekadar pelengkap, melainkan inti nilai pengalaman yang ditawarkan. Pada saat yang sama, *ambience* adalah aset yang paling mudah terganggu bila kunjungan tidak diatur. Kekhawatiran ini juga diungkapkan oleh kepala dusun: *"Kekuatan Wotawati*

ada pada suasana yang tenang; kalau kunjungan tidak diatur, suasana bisa berubah dan justru menghilangkan nilai utama desa” (KAD-02, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Temuan ini menegaskan perlunya perangkat pengendalian yang konkret, seperti kode etik kunjungan, pembatasan perilaku yang mengganggu (misalnya kebisingan), penataan titik aktivitas, dan pengaturan rute sehingga pengalaman kontemplatif tetap terjaga.

7) *Attitude* (Sikap dan kesiapan sosial)

Pada dimensi *attitude*, hasil penelitian menegaskan bahwa kesiapan sosial komunitas menjadi penentu penting kualitas pengalaman wisata. Dalam destinasi perdesaan, wisatawan tidak hanya menilai objek yang dilihat, tetapi juga kualitas interaksi sosial yang mereka rasakan. Lurah menekankan bahwa pengembangan wisata harus menjaga harmoni internal dan menghindari dominasi pihak tertentu: “Pengembangan wisata harus menjaga harmoni warga; peran dan manfaat sebaiknya dibagi adil agar tidak muncul dominasi pihak tertentu dan warga tetap merasa memiliki” (LUR-03, wawancara 11/11/2025, ringkasan). Temuan pada dimensi ini menunjukkan perlunya aturan interaksi yang sederhana namun jelas, termasuk peran pemandu lokal sebagai jembatan komunikasi, pelatihan *hospitality*, serta mekanisme penanganan keluhan/gesekkan kecil agar tidak berkembang menjadi konflik sosial.

Untuk memastikan bahwa temuan pada setiap dimensi 7A tidak semata bersumber dari satu sudut pandang, penelitian ini melakukan triangulasi antara hasil observasi lapangan dan wawancara tiga informan kunci (lurah, kepala dusun, dan ketua Pokdarwis). Triangulasi digunakan untuk memeriksa konsistensi interpretasi, mengidentifikasi titik temu maupun perbedaan penekanan antar sumber, serta memperkuat keabsahan temuan sebelum ditarik ke implikasi tata kelola dan rancangan paket wisata. Ringkasan hasil triangulasi sumber terhadap temuan kunci yang telah dipaparkan pada kerangka 7A disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Triangulasi Sumber Temuan Kunci (Observasi & Wawancara, 11/11/2025)

Isu kunci	Bukti lintas sumber (observasi + kutipan ringkasan)	Kesimpulan triangulasi	Implikasi paket/tata kelola
Positioning: slow experience berbasis ritme ruang-waktu	Obs: suasana lembah tenang, cocok untuk kelompok kecil. Lurah: “wisata yang cocok bukan wisata ramai... menikmati suasana dan cerita tempat” (LUR-01). Kadus: “kegiatan yang pas... jalan santai... sederhana tapi berkesan” (KAD-01). Pokdarwis: paket mengatur alur, rute, narasi, layanan minimum (POK-01).	Konvergen: diferensiasi utama adalah pengalaman pelan/bermakna, bukan massal.	Narasi baku paket + tur interpretatif; desain kunjungan berbasis waktu; pembatasan ukuran grup.
Akses & risiko perjalanan	Obs: akses perlu kewaspadaan; memengaruhi kenyamanan. Lurah: “akses perlu dikelola dengan informasi jelas dan pengaturan kunjungan” (LUR-02). Pokdarwis: paket mengatur rute, jam, standar layanan minimum (POK-01).	Konvergen: akses harus dikelola komunikatif dan operasional.	SOP kunjungan: jam kedatangan, rute baku/alternatif, <i>briefing</i> keselamatan, info cuaca & titik parkir.
Amenitas & daya dukung (air/sinyal) sebagai	Obs: keterbatasan amenities memengaruhi kenyamanan/kapasitas. Pokdarwis: “air dan sinyal... kunjungan lebih aman jika dibatasi jumlahnya dan diatur	Konvergen: amenities adalah batas daya dukung; perlu kontrol kunjungan.	Paket berbasis kuota; durasi realistis; standar layanan minimum; informasi transparan terkait air/sinyal.

Isu kunci	Bukti lintas sumber (observasi + kutipan ringkasan)	Kesimpulan triangulasi	Implikasi paket/tata kelola
pembatas kapasitas	durasinya" (POK-02). Kadus: aktivitas tidak boleh membebani ritme warga (KAD-01).		
Perlindungan <i>ambience</i> (ketenangan) dari dampak keramaian	Obs: <i>ambience</i> tenang adalah aset utama. Kadus: "kalau kunjungan tidak diatur, suasana bisa berubah dan menghilangkan nilai utama" (KAD-02). Lurah: menekankan wisata tidak ramai (LUR-01).	Konvergen: <i>ambience</i> harus diproteksi dengan aturan kunjungan.	Kode etik; titik hening; pembatasan kebisingan; pengaturan rute & alokasi waktu; grup kecil.
Kelembagaan & keadilan manfaat (CBT)	Obs: perlu koordinasi agar layanan tidak sporadis. Lurah: "peran dan manfaat dibagi adil... warga tetap merasa memiliki" (LUR-03). Pokdarwis: paket membantu koordinasi lintas layanan dan standar minimum (POK-01).	Konvergen: legitimasi sosial bergantung pada harmoni dan distribusi manfaat.	Skema peran (pemandu-konsumsi-UMKM); mekanisme bagi hasil; kanal komplain/mediasi; penguatan SOP Pokdarwis.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama Wotawati berada pada *Attraction-Ambience-Activities* yang secara inheren selaras dengan *positioning* destinasi *slow experience*. Sementara itu, dimensi *Accessibility* dan *Amenities* menjadi titik yang paling menentukan konsistensi pengalaman karena berhubungan langsung dengan kenyamanan, keamanan, dan daya dukung kunjungan. Temuan ini memperlihatkan bahwa strategi pengembangan yang paling relevan bukan mengejar wisata massal, melainkan merancang mekanisme pengelolaan kunjungan yang terukur dan konsisten. Pada konteks tersebut, paket wisata dipahami sebagai instrumen yang mampu menerjemahkan *positioning* menjadi struktur pengalaman sekaligus perangkat tata kelola. Paket wisata dapat mengunci dimensi 7A yang paling krusial melalui pengaturan alur kunjungan, standar layanan minimum, pembatasan ukuran kelompok, serta pembagian peran dan manfaat antar pelaku lokal. Sejalan dengan itu, Tabel 1 merangkum hasil triangulasi sumber temuan kunci berdasarkan observasi lapangan dan wawancara tiga informan, yang menunjukkan konsistensi perspektif bahwa diferensiasi Wotawati terletak pada pengalaman berbasis suasana dan narasi tempat, sementara tantangan utama berada pada pengelolaan akses serta keterbatasan amenities sebagai batas daya dukung. Pada saat yang sama, triangulasi juga menegaskan pentingnya penguatan kelembagaan dan keadilan distribusi manfaat sebagai prasyarat legitimasi sosial pengembangan wisata; karena itu, tabel tersebut tidak hanya memperkuat keabsahan temuan, tetapi juga menjadi dasar argumentatif untuk merumuskan paket wisata sebagai instrumen tata kelola yang mengatur alur kunjungan, melindungi *ambience*, dan menjaga konsistensi pengalaman secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Bagian ini membahas temuan penelitian dengan menautkannya pada literatur *positioning* destinasi, kerangka 7A, dan prinsip CBT untuk menilai sejauh mana keunikan Wotawati dapat diterjemahkan menjadi pengalaman wisata yang konsisten dan berkelanjutan. Pembahasan disusun dengan menekankan relasi antardimensi 7A mulai dari kekuatan diferensiatif (*Attraction, Ambience*) hingga faktor pembatas kapasitas (*Accessibility, Amenities*) dan penyangga tata kelola (*Ancillary, Attitude*) sebagai dasar perumusan strategi pengemasan pengalaman melalui paket wisata.

Dari sisi *Attraction*, Wotawati memiliki diferensiasi berbasis lanskap lembah dan nilai geologi Bengawan Solo purba yang relatif jarang dimiliki desa wisata lain di Gunungkidul (Wirasenjaya and others, 2025). Literatur destinasi menegaskan bahwa atraksi dengan nilai naratif dan edukatif cenderung menghasilkan persepsi kualitas yang lebih tinggi dibanding atraksi visual semata, terutama pada segmen wisatawan minat khusus (Wang, 2024). Namun demikian, atraksi tersebut memerlukan proses interpretasi agar dapat dipahami dan diapresiasi wisatawan. Tanpa interpretasi yang memadai, keunikan lanskap berisiko direduksi menjadi konsumsi visual yang dangkal dan tidak berkontribusi pada pembentukan identitas destinasi secara berkelanjutan (Garcia-Carrion and others, 2025). Aspek *Activities* menjadi penghubung antara atraksi dan pengalaman wisatawan. Aktivitas wisata yang tidak terkurasi cenderung menghasilkan pengalaman yang terfragmentasi dan sulit dibedakan dari destinasi lain. Lebih lanjut, *Activities* dalam paket wisata Wotawati perlu diposisikan sebagai medium interpretatif, bukan sekadar pengisi waktu. Aktivitas yang dirancang berbasis cerita lokal, praktik keseharian masyarakat, dan pemaknaan lanskap terbukti lebih efektif dalam membangun *emotional attachment* wisatawan dibandingkan aktivitas berbasis konsumsi cepat (Kusumastuti, Nugroho and Pramono, 2024). Dalam kerangka ini, aktivitas wisata berfungsi sebagai ruang dialog antara wisatawan dan komunitas, yang memperkuat *sense of place* sekaligus legitimasi sosial pengembangan desa wisata. Penelitian tentang desa wisata pasca-*smart tourism* menunjukkan bahwa aktivitas berbasis cerita lokal dan interaksi sosial lebih efektif dalam membangun keterikatan emosional wisatawan dibanding aktivitas berbasis konsumsi cepat (Kusumastuti et al., 2024; Wang, 2024).

Pada dimensi *Accessibility*, Wotawati menghadapi tantangan struktural berupa jarak yang relatif jauh dari pusat Kota Yogyakarta serta kondisi jalan menurun dan berliku yang memerlukan kehati-hatian, terutama pada musim hujan (Detik Jateng, 2022; Indonesia.go.id, 2024). Dalam literatur 4A/6A/7A, aksesibilitas dipandang sebagai faktor penentu kredibilitas destinasi karena memengaruhi persepsi kenyamanan, keamanan, dan kelayakan kunjungan (Yuan, Morrison and Cai, 2023). Keterbatasan akses yang tidak dikelola secara komunikatif dapat menciptakan ketidaksesuaian antara janji *positioning* dan pengalaman aktual, yang pada akhirnya melemahkan kepercayaan wisatawan (Garcia-Carrion & others, 2025). Dimensi *Amenities* dan *Ancillary* menunjukkan kesiapan sistem layanan destinasi. Data lapangan mengindikasikan bahwa Wotawati masih menghadapi keterbatasan sinyal komunikasi dan persoalan air bersih, di mana sebagian warga mengandalkan tadah hujan atau membeli air untuk kebutuhan sehari-hari (Detik Jateng, 2022; Indonesia.go.id, 2024). Dalam kajian pariwisata perdesaan, keterbatasan amenities bukan sekadar persoalan teknis, melainkan indikator daya dukung destinasi yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan produk wisata agar tidak menimbulkan kegagalan layanan (Yuan, Morrison and Cai, 2023). Dimensi *Ancillary* memperlihatkan pentingnya kelembagaan lokal sebagai penyangga keberlanjutan. Keberadaan Pokdarwis dan proses pemetaan sosial di Wotawati menunjukkan upaya sadar untuk menjaga distribusi peran dan manfaat secara adil. Temuan ini menguatkan argumen klasik (Tosun, 2000) bahwa partisipasi komunitas bukan sekadar ideal normatif, melainkan prasyarat fungsional bagi keberlanjutan destinasi perdesaan. Di sisi lain, keberadaan kelembagaan lokal seperti Pokdarwis dan inisiatif pemetaan sosial menjadi *ancillary factor* penting untuk menjaga keberlanjutan dan menghindari konflik internal (Wirasenjaya and others, 2025).

Aspek *Ambience* Wotawati yang ditandai oleh suasana lembah yang tenang, keterbatasan cahaya, dan minimnya hiruk-pikuk merupakan aset diferensiatif yang sulit ditiru oleh destinasi lain (Indonesia.go.id, 2024). Literatur pariwisata berkelanjutan menekankan bahwa *ambience* merupakan hasil interaksi antara lingkungan fisik dan praktik sosial,

sehingga rentan terdegradasi apabila tidak diatur melalui tata kelola kunjungan yang sensitif terhadap daya dukung (Marlina, Dwiyanto and Setiawan, 2025). Oleh karena itu, *ambience* Wotawati perlu dipahami sebagai elemen strategis dalam *positioning*, bukan sekadar efek samping dari kondisi geografis. Pada dimensi *Attitude*, kualitas interaksi antara masyarakat lokal dan wisatawan menjadi penentu utama pengalaman wisata perdesaan. Studi CBT menunjukkan bahwa sikap keterbukaan, rasa memiliki, dan kontrol komunitas terhadap aktivitas wisata berkontribusi signifikan terhadap keberlanjutan sosial dan legitimasi pengembangan destinasi (Tosun, 2000; Marlina, Dwiyanto and Setiawan, 2025). Dalam konteks Wotawati, proses pemetaan sosial yang dilakukan menunjukkan adanya kesadaran untuk menjaga keharmonisan dan mencegah dominasi aktor tertentu dalam pengelolaan desa wisata (Wirasenjaya and others, 2025). Hal ini memperkuat argumen bahwa *attitude* bukan hanya persoalan layanan individual, tetapi refleksi dari struktur partisipasi dan distribusi manfaat.

Berdasarkan ringkasan temuan tersebut, penelitian ini memandang bahwa penguatan Wotawati tidak cukup dilakukan melalui penambahan fasilitas secara umum, melainkan melalui pengemasan pengalaman dan pengaturan kunjungan yang mampu menjaga konsistensi *positioning* sekaligus menyesuaikan daya dukung destinasi. Atas dasar itu, disusun prototipe paket wisata yang berfungsi sebagai instrumen tata kelola untuk “mengunci” dimensi 7A yang paling menentukan, sebagaimana dirangkum pada Tabel 2. tentang prototipe paket wisata yang dapat digunakan sebagai instrumen tata kelola.

Tabel 2. Prototipe paket wisata sebagai instrumen tata kelola

Paket	Tujuan pengalaman	Komponen inti	Aturan tata kelola (contoh)	Dimensi 7A yang dikunci
Paket 1: “Ritme Lembah & Cahaya” (½ hari)	Kontemplatif; membaca lanskap dan ritme cahaya	Tur interpretatif titik pandang; narasi ritme cahaya; sesi refleksi singkat	Jam kedatangan disarankan; ukuran grup kecil; kode etik titik hening	<i>Attraction, Ambience, Activities</i>
Paket 2: “Jejak Bengawan Purba” (1 hari)	Edukatif; narasi geologi–budaya	<i>Storyline</i> ; pemandu lokal; aktivitas berbasis cerita/praktik harian	<i>Briefing</i> akses & keselamatan; rute baku; <i>checklist</i> layanan minimum	<i>Attraction, Activities, Accessibility</i>
Paket 3: “Slow Village Stay” (1 malam)	Interaksi sosial; pengalaman hidup desa	<i>Homestay</i> terbatas; makan lokal; dialog warga	Kuota kunjungan menyesuaikan air; pembagian peran UMKM; mekanisme bagi hasil	<i>Amenities, Ancillary, Attitude</i>

Dari temuan observasi, Desa Wotawati memperlihatkan kekuatan utama pada daya tarik lanskap (*Attraction*), suasana tenang yang khas (*Ambience*), serta potensi aktivitas berirama lambat (*Activities*) yang selaras dengan *positioning* sebagai destinasi *slow experience*. Pada saat yang sama, terdapat aspek yang berpotensi menjadi “titik rapuh” pengalaman, terutama pada aksesibilitas (*Accessibility*) dan amenities dasar (*Amenities*) misalnya kebutuhan pengelolaan informasi perjalanan, pengaturan jam kunjungan, serta penyesuaian kapasitas kunjungan dengan keterbatasan layanan dasar. Artinya, strategi pengembangan yang paling relevan bukan sekadar menambah fasilitas secara cepat, melainkan menyusun cara kunjungan yang terarah agar “janji pengalaman” dapat diwujudkan secara konsisten tanpa mengganggu ritme ruang dan kehidupan warga. Dalam kerangka tersebut, paket wisata diposisikan sebagai instrumen tata kelola (*governance tool*) untuk menerjemahkan *positioning* ke dalam pengalaman yang terstruktur sekaligus mengunci dimensi 7A yang paling menentukan. Paket wisata memungkinkan pengelola menetapkan

alur pengalaman, standar layanan minimum, aturan kunjungan, serta pembagian peran dan manfaat antar pelaku lokal. Oleh karena itu, prototipe paket wisata yang dirumuskan pada Tabel 2 tidak disusun sebagai “produk jualan” semata, melainkan sebagai perangkat pengendali yang mengatur ritme kunjungan, menjaga *ambience*, mengurangi risiko akses, dan memastikan pengelolaan kapasitas mulai dari paket kunjungan singkat berbasis ritme cahaya, paket naratif-edukatif berbasis jejak Bengawan Purba, hingga paket tinggal terbatas yang menekankan interaksi sosial dan tata kelola amenitas serta kelembagaan.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, analisis 7A menunjukkan bahwa *positioning* dan paket wisata Desa Wisata Wotawati harus dibaca sebagai relasi antara janji nilai dan kapasitas sistem destinasi. Dengan jumlah penduduk sekitar 450 jiwa dan keterbatasan infrastruktur dasar, Wotawati memiliki tingkat *distinctiveness* yang tinggi namun *carrying capacity* yang relatif terbatas (Indonesia.go.id, 2024). Analisis berbasis 7A memperlihatkan bahwa kekuatan utama Wotawati terletak pada *Attraction*, *Ambience*, dan *Attitude*, sementara aspek *Accessibility* dan *Amenities* masih menjadi titik rawan. Ketimpangan ini mengindikasikan bahwa strategi pengembangan tidak dapat mengikuti logika linier “perbaiki semua aspek secara simultan”, melainkan membutuhkan klasifikasi berbasis *positioning*. Literatur destinasi berkelanjutan menekankan bahwa upaya memaksakan peningkatan amenitas tanpa mempertimbangkan daya dukung sosial dan ekologis justru berpotensi merusak *ambience* yang menjadi keunggulan kompetitif utama (Marlina, Dwiyanto and Setiawan, 2025). Dalam perspektif CBT, kondisi ini menuntut strategi pengembangan yang menekankan kualitas pengalaman dan kendali komunitas, bukan ekspansi kunjungan berbasis volume (Tosun, 2000; Marlina, Dwiyanto and Setiawan, 2025). Kontribusi akademik dari analisis ini terletak pada penempatan paket wisata sebagai instrumen tata kelola (*governance tool*) yang menyelaraskan *positioning*, pengalaman, dan keberlanjutan, alih-alih sekadar produk pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Castañeda-García, J.A. *et al.* (2020) “The Effect of Message Consistency and Destination-Positioning Brand Strategy Type on Consumer-Based Destination Brand Equity,” *Journal of Travel Research*, 59(8), pp. 1447–1463. Available at: <https://doi.org/10.1177/0047287519881506>.
- Detik Jateng (2022) “Fenomena Unik Matahari di Dusun Wotawati, Gunungkidul.” Available at: <https://www.detik.com>.
- Garcia-Carrion, B. and others (2025) “Destination positioning and message consistency in rural tourism marketing,” *Journal of Destination Marketing & Management*, 26, p. 100842. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100842>.
- Indonesia.go.id (2024) “Dusun Wotawati Mengejar Sang Mentari.” Available at: <https://indonesia.go.id>.
- Kotsi, F. and Pike, S. (2021) “Destination Brand Positioning Theme Development Based on Consumers’ Personal Values,” *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 45(3), pp. 573–587. Available at: <https://doi.org/10.1177/1096348020980056>.
- Kusumastuti, H., Nugroho, I. and Pramono, S.E. (2024) “Leveraging local value in a post-smart tourism village,” *Sustainability*, 16(7), p. 2984. Available at: <https://doi.org/10.3390/su16072984>.

- Marlina, E., Dwiyanto, A. and Setiawan, B. (2025) "Community initiative and harmonizing strategy in community-based tourism: Evidence from Bejiharjo, Gunungkidul," *Humaniora*, 37(1), pp. 45–60.
- Polo-Peña, A.I., Frías-Jamilena, D.M. and Rodríguez-Molina, M.Á. (2013) "The effect of a destination branding strategy for rural tourism on the perceived value of the conservation of the indigenous resources of the rural tourism destination: The case of Spain," *Current Issues in Tourism*, 16(2), pp. 129–147. Available at: <https://doi.org/10.1080/13683500.2012.679357>.
- Rodríguez-Molina, M.Á. *et al.* (2019) "Destination brand equity-formation: Positioning by tourism type and message consistency," *Journal of Destination Marketing & Management*, 12, pp. 114–124. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.010>.
- Sustacha, I., Baños-Pino, J.F. and Del Valle, E. (2024) "How smartness affects customer-based brand equity in rural tourism destinations," *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, p. 100949. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100949>.
- Tosun, C. (2000) "Limits to community participation in the tourism development process," *Tourism Management*, 21(6), pp. 613–633. Available at: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00009-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1).
- Wang, Z. (2024) "Destination image analysis and marketing strategies for rural tourism," *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 41(3), pp. 289–304. Available at: <https://doi.org/10.1080/10548408.2024.2301123>.
- Wirasenjaya, A.M. and others (2025) "Social mapping for sustainable rural tourism development: A case study of Wotawati Hamlet, Gunungkidul," *Jurnal Dinamika Sosial*, 9(1), pp. 1–15.
- Yuan, J., Morrison, A.M. and Cai, L.A. (2023) "Tourism product design and risk reduction in rural destinations," *Tourism Management Perspectives*, 45, p. 101039. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.101039>.