UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengembangan Wotawati sebagai Destinasi Wisata Bertema Kerajaan Majapahit dan Mataram
Qierana Maulidya Fara, Prof. Drs. B.M. Purwanto, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Dusun Wotawati, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta, tengah dikembangkan sebagai destinasi wisata bertema Kerajaan Majapahit dan Mataram. Penelitian ini bertujuan menganalisis kemampuan pengelola dalam membangun autentisitas, daya saing destinasi, serta kesiapan masyarakat dan infrastruktur pendukung Wotawati. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan telaah dokumen. Analisis dilakukan menggunakan tiga dimensi autentisitas Wang (1999), Lima Kekuatan Porter (1980), serta dimensi pengembangan masyarakat Suansri (2003) yang dipadukan dengan model 4A. Hasil penelitian menunjukkan bahwa autentisitas konstruktif Wotawati telah berkembang melalui narasi sejarah, arsitektur, dan interpretasi bertema Majapahit dan Mataram, tetapi autentisitas objektif belum memadai karena belum didukung bukti sejarah dan arkeologi yang terverifikasi. Autentisitas eksistensial berkembang melalui interaksi wisatawan dengan kehidupan masyarakat, aktivitas agraris, tradisi lokal, dan karakter geografis kawasan. Daya saing Wotawati berada pada tahap berkembang dengan tekanan kompetitif yang beragam. Kesiapan masyarakat berada pada kategori berkembang awal, sedangkan infrastruktur berdasarkan model 4A berada pada kategori berkembang, dengan atraksi dan amenitas masih memerlukan penguatan. Secara keseluruhan, Wotawati memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis budaya dan komunitas, tetapi memerlukan penguatan kapasitas masyarakat, kelembagaan, pengemasan pengalaman wisata, amenitas, dan layanan agar dapat berkembang secara berkelanjutan.

***Kata kunci**: autentisitas, daya saing, pariwisata berbasis komunitas, desa wisata*

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Analisis Pengembangan Wotawati sebagai Destinasi Wisata Bertema Kerajaan Majapahit dan Mataram
Qierana Maulidya Fara, Prof. Drs. B.M. Purwanto, M.B.A., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

Wotawati Hamlet, Gunungkidul Regency, Special Region of Yogyakarta, is being developed into a tourism destination with a Majapahit and Mataram Kingdom theme. This study aims to analyze the ability of destination managers to construct authenticity, the competitiveness of the destination, and the readiness of the local community and supporting infrastructure in Wotawati. The study employed a descriptive qualitative approach with a case study design. Data were obtained through in-depth interviews, field observations, and document review. The analysis was conducted using Wang's (1999) three dimensions of authenticity, Porter's (1980) Five Forces, and Suansri's (2003) community development dimensions, combined with the 4A model. The findings show that Wotawati's constructive authenticity has developed through historical narratives, architecture, and interpretations themed around Majapahit and Mataram, but objective authenticity remains inadequate as it is not yet supported by verified historical and archaeological evidence. Existential authenticity has developed through tourists' interactions with community life, agricultural activities, local traditions, and the area's geographical character. Wotawati's competitiveness is at a developing stage, with varying degrees of competitive pressure. Community readiness falls into the early-developing category, while infrastructure based on the 4A model falls into the developing category, with attractions and amenities still requiring strengthening. Overall, Wotawati has the potential to be developed as a culture- and community-based tourism destination, but requires strengthened community capacity, institutional management, tourism experience packaging, amenities, and services to enable sustainable development.

***Keywords**: authenticity, competitiveness, community-based tourism, tourism village*