

PENINGKATAN EKSISTENSI DESTINASI WISATA WATU TEKEK MELALUI PENGEMBANGAN PRODUK WISATA BERKELANJUTAN

ENHANCEMENT THE EXISTENCE OF WATU TEKEK TOURISM DESTINATION THROUGH THE DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE TOURISM PRODUCTS

Novi Irawati¹, Evrita Lusiana Utari^{2*}, Latifah Listyalina³

¹Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo

^{2,3}Universitas Respati Yogyakarta

¹irawati_novie@yahoo.co.id, ^{2*}evrita_lusiana@yahoo.com, ³listyalina@gmail.com

*penulis korespondensi

Abstrak

Dalam upaya peningkatan kunjungan pariwisata di Indonesia, pemerintah dengan gencar membangun berbagai fasilitas sarana prasarana penunjang pariwisata. Salah satu wilayah pengembangan yang menjadi super prioritas adalah Kawasan Candi Borobudur. Pembangunan fasilitas bandara baru yang ada di Yogyakarta salah satunya yang menjadi *main gate* utama disisi barat melalui akses wilayah Menorah, Kulon Progo. Watu Tekek adalah salah satu daya tarik wisata yang juga sedang dikembangkan karena Kawasan ini memiliki potensi besar untuk menarik pasar wisatawan. Selain dari kemudahan akses untuk menuju Kawasan ini, Watu Tekek juga menawarkan panorama alam perbukitan dan pegunungan yang indah. Selain itu Watu Tekek juga memiliki ciri khas habitat hewan tokek dan monyet, serta berbagai ragam budaya dan kuliner khas ditawarkan di kawasan ini. Pendekatan teori menggunakan teori produk wisata dan *sustainable tourism*. Metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik analisis SWOT akan didapatkan beberapa analisis variabel penting produk wisata dan variabel wisata berkelanjutan yang harus dibahas untuk meningkatkan eksistensi dari keberadaan Watu Tekek ini melalui eksplorasi potensi di lapangan. Akibatnya, daya tarik wisata Watu Tekek ini diharapkan mampu berkembang dan berdaya saing secara berkelanjutan dengan daya tarik lain di sekitar jalur lintas menuju ke kawasan Candi Borobudur.

Kata kunci: pariwisata; produk wisata; *sustainable tourism*

Abstract

In an effort to increase tourism visits in Indonesia, the government is intensively building various supporting infrastructure facilities for tourism. One of the areas of development that is super priority is the Borobudur Temple Area. The construction of new airport facilities in Yogyakarta, one of which is the main main gate on the west side, is through the access of the Menorah region, Kulonprogo. Watu Tekek is one of the tourist attractions that is also being developed because this region has great potential to attract the tourist market. Aside from the easy access to get to this area, Watu Tekek also offers beautiful panoramic views of the hills and mountains. In addition, Watu Tekek also has a characteristic habitat of geckos and monkeys, as well as a variety of cultural and culinary varieties offered in this area. Theoretical approach uses the theory of tourism products and sustainable tourism. Descriptive qualitative research methods using SWOT analysis techniques will obtain several important variables analysis of tourism products and sustainable tourism variables that must be discussed to increase the existence of this existence through the exploration of potential in the field. So that the tourist attraction of Watu Tekek is expected to be able to develop and compete in a sustainable manner with other attractions around the causeway to the region of Borobudur Temple.

Keywords: tourism; tourism products; sustainable tourism

1. PENDAHULUAN

Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Borobudur dan sekitarnya telah ditetapkan Pemerintah sebagai salah satu KSPN super prioritas untuk dikembangkan. Untuk pengembangan KSPN super prioritas tersebut Pemerintah mendapat dukungan Bank Dunia melalui *Integrated Tourism Development Program* (ITDP). Saat ini Pemerintah terus menajamkan substansi *Integrated Tourism Master Plan* (ITMP) KSPN Borobudur dan sekitarnya sebagai pedoman bersama dalam implementasi pengembangannya. Pembangunan fasilitas bandara baru yang ada di Yogyakarta menjadi salah satu bagian penting sebab berperan menjadi main gate di sisi barat melalui akses wilayah Menorah, Kulon Progo. Watu Tekek adalah salah satu daya tarik wisata yang juga sedang dikembangkan karena kawasan ini memiliki potensi besar untuk menarik pasar wisatawan.

Selain dari kemudahan akses untuk menuju kawasan ini, Watu Tekek juga menawarkan panorama alam perbukitan dan pegunungan yang indah. Selain itu Watu Tekek juga memiliki ciri khas habitat hewan tokek dan monyet, serta berbagai ragam budaya dan kuliner khas ditawarkan di kawasan ini. Watu Tekek tersebut berada di Dusun Madigondo RT 21/RW 08, Desa Sidoharjo, Samigaluh, Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang merupakan kawasan perbukitan Menoreh dengan ketinggian 650 meter di atas permukaan laut. Objek wisata Watu Tekek dari Kalibawang sejalur dengan wisata embung mini Banjaroyo dan juga Puncak Suroloyo.

Wisata Watu Tekek berada di atas tanah milik pribadi yang kondisi tanahnya sangat tandus dan kering di musim kemarau. "Tempat wisata ini mulai didatangi wisatawan sejak 2,5 tahun tetapi sangat alami dan baru dikembangkan sekitar 11 bulan yang lalu," kata inisiator wisata Watu Tekek, Murni.



Gambar 1. Daya Tarik Wisata Watu Tekek

Wilayah Desa Sidoharjo memiliki obyek wisata yaitu wisata Watu Tekek yang menyuguhkan pemandangan hijau dan asri. Seperti halnya wisata Kalibiru yang juga berada di Perbukitan Menoreh ini, Watu Tekek juga menyajikan suasana yang menyejukkan dan menenteramkan. Di kawasan ini masih banyak daya tarik lain yang mendukung seperti perkebunan teh dan juga perkebunan kopi. Potensi alam inilah yang dijadikan sebagai mata pencaharian mayoritas penduduk setempat.

Di kawasan Watu Tekek sendiri terdapat beberapa usaha dan produksi yaitu Kopi Menoreh dan Jam Kayu, dimana usaha ini sudah *go international* dan telah dikenal masyarakat luas. Produk dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Daya Tarik Wisata Watu Tekek

Meskipun banyak sekali potensi yang ada di daya tarik wisata Watu Tekek namun dalam hal pengembangan produk wisata masih dirasa kurang. Sehingga perlu adanya beberapa usulan strategis yang harus dimunculkan agar eksistensi daya tarik wisata Watu Tekek dapat meningkat dan berkelanjutan. Dengan tujuan itu diharapkan dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Watu Tekek dan berdampak positif pada peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitarnya.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Produk Wisata

Philip Kotler, John T. Brown, James C. Makens menjelaskan dalam bukunya *Marketing for Hospitality and Tourism* (2009:304) pengertian dari produk ialah "A product is anything that can be offered to a market for attention, acquisition, use, or consumption that might satisfy a want or need. It includes physical objects, services, places, organizations, and ideas". Pengertian yang dimaksud adalah bahwa suatu produk atau barang diciptakan dan ditawarkan ke pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dari produk tersebut pasar atau konsumen mendapatkan kepuasan.

Middleton (2001:122) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu "The tourist products to be considered as an amalgam of three main components of attraction, facilities at the destination and accessibility of the destination". Dari pengertian di atas kita dapat melihat bahwa produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas.

Middleton (2001:124) mengungkapkan ada tiga komponen utama dari produk wisata, diuraikan sebagai berikut.

A. Atraksi

Elemen-elemen di dalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya:

1. Atraksi wisata alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya.

2. Atraksi wisata buatan/ binaan manusia, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema.
3. Atraksi wisata budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, *theater music*, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi *event* khusus, festival, dan karnaval.
4. Atraksi wisata sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.

B. Amenitas/ Fasilitas

Terdapat unsur-unsur di dalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi di dalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi:

1. Akomodasi meliputi hotel, desa wisata, *apartment*, villa, caravan, hostel, *guest house*, dan sebagainya.
2. Restoran, meliputi dari makanan cepat saji sampai dengan makanan mewah.
3. Transportasi di suatu atraksi, meliputi taksi, bus, penyewaan sepeda dan alat ski di atraksi yang bersalju.
4. Aktivitas, seperti sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf.
5. Fasilitas-fasilitas lain, misalnya pusat-pusat bahasa dan kursus keterampilan.
6. *Retail outlet*, seperti toko, agen perjalanan, souvenir, produsen camping.
7. Pelayanan-pelayanan lain, misalnya salon kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata.

C. Aksesibilitas

Elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi. Elemen-elemen tersebut ialah:

1. Infrastruktur
2. Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, marina.
3. Perlengkapan, meliputi ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum.
4. Faktor-faktor operasional seperti jalur/ rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan.
5. Peraturan Pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Teori Middleton (2001:124) dilengkapi oleh Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia yang menyebutkan perkembangan produk wisata dikaitkan atas 4 faktor yaitu:

- A. *Attractions* (daya tarik)
 1. *Site Attractions* tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah).
 2. *Event Attractions* (kejadian atau peristiwa misalnya kongres, pameran, atau peristiwa lainnya).
- B. *Amenities* (fasilitas) tersedia fasilitas yaitu tempat penginapan, restoran, transpor lokal yang memungkinkan wisatawan berpergian, alat-alat komunikasi.
- C. Aksesibilitas adalah tempatnya tidak terlalu jauh, tersedia transportasi ke lokasi, murah, aman, dan nyaman.
- D. *Tourist organization* untuk menyusun kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata dan mempromosikan daerah sehingga dikenal banyak orang.

Pendapat lain diungkapkan oleh Peter Mason (Poerwanto, 2004:79) untuk mendukung teori Middleton tentang komponen produk wisata bahwa komponen produk wisata tetap berdasarkan atas tiga komponen utama yaitu *attraction* (daya tarik), fasilitas wisata (*amenities*) dan aksesibilitas.

Menurut Suswanto (2007:75) pada hakekatnya pengertian produk wisata “adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan sampai kembali kerumah dimana ia berangkat semula”

Produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian (Oka A. Yoeti, 2002:211):

- A. Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan
- B. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.
- C. Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.

Mason (2000:46) dan Poerwanto (1998:53) telah membuat rumusan tentang komponen-komponen produk wisata yaitu:

- A. Atraksi, yaitu daya tarik wisata baik alam, budaya maupun buatan manusia seperti festival atau pentas seni
- B. Aksesibilitas, yaitu kemudahan dalam memperoleh atau mencapai tujuan wisata seperti organisasi kepariwisataan (*travel agent*)
- C. *Amenities* yaitu fasilitas untuk memperoleh kesenangan. Dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, kebersihan dan keramahtamahan
- D. *Networking*, yaitu jaringan kerjasama yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan baik lokal, nasional maupun internasional.

2.2. Konsep Fasilitas Wisata

Fasilitas wisata ialah pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang sedang menikmati perjalanan wisata. Fasilitas wisata dibuat untuk mendukung konsep atraksi wisata yang sudah ada. Karena itu selain daya tarik wisata, kegiatan wisata yang dilakukan wisatawan membutuhkan adanya fasilitas wisata yang menunjang kegiatan wisata tersebut. Sehingga pada akhirnya setiap komponen saling berkaitan dalam rangkaian wisata perjalanan mulai dari daya tarik wisata, kegiatan wisata, sampai dengan fasilitas wisata merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Mill (2000:24) “Facilities sevice them when they get there”. Fasilitas wisata adalah salah satu hal yang memenuhi kebutuhan dari wisatawan yang melakukan perjalanan wisata sesampainya mereka di atraksi wisata. Komponen dari fasilitas perjalanan terdiri dari unsur alat transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas makanan-minuman dan fasilitas yang lainnya sesuai dengan kebutuhan perjalanan.

Pemaparan Soekadijo (1997:95) mengenai syarat-syarat fasilitas yang baik sebagai berikut:

- A. Bentuk dari fasilitas harus dapat dikenal (*recognizable*).
- B. Pemanfaatan fasilitas harus sesuai dengan fungsinya.
- C. Fasilitas harus strategis, dimana pengunjung dapat menemukannya dengan mudah.
- D. Kualitas dari fasilitas itu sendiri harus sesuai dengan standar-standar yang berlaku dalamkepariwisataan.

2.3. Konsep Aksesibilitas Wisata

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu mempermudah perjalanan wisata para wisatawan yang akan berkunjung ke tempat atraksi wisata. Menurut Sammeng (2000:36) Salah satu komponen yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lain.

Komponen aksesibilitas dikategorikan ke dalam dua sifat dasar oleh Hainim (1999:21) yaitu sifat fisik dan non fisik. Aksesibilitas yang bersifat fisik dapat dikategorikan ke dalam suatu bentuk kemudahan-kemudahan yang tersedia menyangkut ketersediaan prasarana dan sarana jaringan transportasi yang menghubungkan antara satu daerah tujuan wisata dengan daerah asal wisatawan, baik dalam bentuk sarana transportasi berjadwal (*scheduled transport*) ataupun yang tidak berjadwal (*non scheduled transport*). Sementara aksesibilitas yang bersifat non fisik, menyangkut suatu bentuk kemudahan pencapaian melalui jalur perizinan atau permit, biasanya aksesibilitas dalam kategori non fisik ini ditujukan bagi daerah tujuan wisata yang dilindungi dan dibatasi frekuensi maupun kuantitas kunjungannya.

Transportasi juga memasukan Transportasi service ke dalam bagian dari kemudahan bagi para wisatawan dalam hal aksesibilitas. Hodder & Stoughton (2002:22) "Transport service are needed to allow visitors to get to the destination, and to move around once they are there. Transport services include the provision of infrastructure, such as new roads or facilities such as charter flight".

2.4. Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Pembangunan yang berkelanjutan pada hekekatnya ditujukan untuk mencari pemerataan pembangunan antar generasi pada masa kini maupun masa mendatang untuk menghadapi era revolusi industri 4.0. Pembangunan berkelanjutan bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi manusia (Salim, 1990). Menurut Kementerian Lingkungan Hidup (1990) pembangunan (yang pada dasarnya lebih berorientasi ekonomi) dapat diukur keberlanjutannya berdasarkan tiga kriteria yaitu: (1) Tidak ada pemborosan penggunaan sumber daya alam atau depletion of *natural resources*; (2) Tidak ada polusi dan dampak lingkungan lainnya; (3) Kegiatannya harus dapat meningkatkan *useable resources* ataupun *replaceable resource*.

Sustainable Tourism adalah pariwisata yang berkembang sangat pesat, termasuk pertambahan arus kapasitas akomodasi, populasi lokal dan lingkungan, dimana perkembangan pariwisata dan investasi – investasi baru dalam sektor pariwisata seharusnya tidak membawa dampak buruk dan dapat menyatu dengan lingkungan, jika kita memaksimalkan dampak yang positif dan meminimalkan dampak negatif.

Pariwisata berkelanjutan secara sederhana dapat diartikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan penuh terhadap dampak ekonomi masyarakat, lingkungan, sosial- budaya yang ada sekarang hingga dimasa yang akan datang, memenuhi kebutuhan industri, lingkungan, pengunjung dan masyarakat setempat. Manajemen dan praktek dari pariwisata berkelanjutan dapat digunakan disemua jenis kegiatan pariwisata termasuk wisata massal dan semua jenis kegiatan pariwisata.

Prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan mengacu pada 3 pilar yaitu lingkungan, sosial-budaya, dan ekonomi. Untuk menjamin keseimbangan 3 pilar tersebut maka aspek-aspek pariwisata berkelanjutan tersebut harus :

A. *Environmental Sustainability*

Mengoptimalkan sumber daya lingkungan dalam pengembangan pariwisata, dan turut serta dalam menjaga ekologi, warisan alam dan anekaragaman hayati disuatu destinasi. Pengembangan

pariwisata berkelanjutan telah muncul sebagai trend besar untuk menjamin bahwa pariwisata tumbuh dan berkembang dengan mengikuti gaya (cara) hidup yang tidak merusak lingkungan, masyarakat, dan budaya secara permanen di destinasi pariwisata.

Prinsip pariwisata berkelanjutan dengan tujuan-tujuan lingkungan, yaitu: melindungi aset-aset alam, mengelola penggunaan dan dampak, menginformasikan dan mengedukasi wisatawan dan komunitas setempat serta, membangun kemitraan yang kuat.

B. *Social Sustainability*

Melestarikan nilai – nilai budaya yang sudah dibangun oleh masyarakat lokal, menghormati adat istiadat lokal, berkontribusi dalam meningkatkan rasa toleransi dan pemahaman antar budaya. Prinsip pariwisata berkelanjutan dengan tujuan-tujuan sosial, yaitu melestarikan warisan dan budaya, memperbaiki berbagai layanan dan infrastruktur, memperbaiki kualitas hidup dan melibatkan komunitas setempat.

C. *Economic Sustainability*

Memperhitungkan secara matang ekonomi jangka panjang, memberikan manfaat ekonomi sosial bagi seluruh stakeholder dengan adil, membuka kesempatan bekerja atau membuat usaha bagi masyarakat lokal, membantu mengurangi angka kemiskinan.

Prinsip pariwisata berkelanjutan dengan tujuan-tujuan ekonomi, yaitu: meningkatkan pengeluaran pengunjung, meningkatkan keuntungan bisnis, meningkatkan peluang tenaga kerja serta menyebarkan manfaat di lintas destinasi.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Pengambilan data melalui observasi, interview dan studi pustaka. Pengambilan sampel ditujukan kepada para tokoh-tokoh penting yaitu pengelola dan masyarakat. Teknik analisa data dengan menggunakan Analisa SWOT. Analisis SWOT yang merupakan singkatan dari Strengths, Weaknesses, Oportunities dan Threats adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek/tugas. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung dan yang tidak dalam mencapai tujuan tersebut.

Alat yang digunakan untuk memetakan faktor -faktor tersebut adalah matrik SWOT, matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI S-O : strategi menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W-O : strategi meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T)	STRATEGI S-T : strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI W-T : strategi meminimalkan kelemahan menghindari ancaman

4. ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Profil Wilayah

Daya tarik wisata Watu Tekek di Samigaluh Kulon Progo Yogyakarta adalah destinasi wisata baru di Kabupaten Kulon Progo. Lokasi terletak di Desa Gerbosari, Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi ini bisa dikatakan sebagai kembaran dari Kalibiru dimana di tempat ini terdapat potensi keindahan pemandangan hijau Bukit Menoreh dari atas pohon. Sama seperti di Kalibiru, di Watu Tekek ini juga ada sebuah pohon yang telah dilengkapi dengan papan sebagai tempat duduk untuk berselfi maupun sekedar untuk menenangkan diri.

Selain panorama alam, daya tarik wisata Watu Tekek ini merupakan habitat dari hewan Tokek dan Monyet. Disebut watu dari Bahasa Jawa yang berarti batu. Tekek sendiri adalah sebutan Tokek. Batu tersebut selain merupakan habitatnya tokek ada juga hal lain yang menarik yaitu memiliki ciri khas dari bentuknya yang mirip seperti hewan Tokek. Sehingga secara tidak langsung filosofi tersebut dapat menguatkan citra dari destinasi ini dan sudah melekat untuk daya tarik wisata Watu Tekek.

4.2. Identifikasi Produk Wisata

A. Daya Tarik

Daya tarik wisata yang ada di kawasan wisata Watu Tekek adalah :

1. Pemandangan alam

Panorama alam berupa perbukitan menoreh dan pegunungan dapat dinikmati di Kawasan watu tekek ini. Secara geografis posisi berada diperbukitan tinggi sehingga dapat melihat view perbukitan, gunung Merapi-Merbabu maupun Kawasan perkotaan yang dilihat dari ketinggian.

2. Keberadaan Watu Tekek

Adanya sebuah batu besar yang memiliki bentuk menyerupai seekor tokek besar. Batu ini juga menjadi sarang habitat dari tokek. Dari batu inilah yang membuat karakteristik Kawasan ini menjadi lebih kuat.

3. Budaya

Budaya masyarakat local masih sangat kental dirasakan. Dapat dilihat dari adat istiadat, mata pencaharian, agama yang melekat ditatanan masyarakat local.

4. Kuliner

Masakan khas daerah Kulonprogo disajikan sebagai pendukung dari penyediaan makanan untuk para wisatawan. Wisatawan dapat memesan kopi khas watu tekek, camilan geblek, tempe bengkok dan juga ayam ingkung khas daerah Kulonprogo. Penyediaan makanan ini diolah dan dikelola sendiri oleh masyarakat sekitar, sehingga memiliki cita rasa yang berbeda dengan daerah lain.

5. Perkebunan

Dikawasan Watu Tekek banyak sekali ditemui perkebunan kopi, teh dan juga cengkeh. Hasil perkebunan tersebut selain dipasarkan diwilayah luar daerah juga sampai dikenal di luar negeri. Produk yang dihasilkan pun sudah dalam pengemasan yang berkualitas sehingga mampu menguasai pasar dan berdaya saing pasar dengan produk unggulan lainnya.

B. Amenitas / fasilitas penunjang pariwisata

Fasilitas penunjang pariwisata yang ada di kawasan wisata Watu Tekek adalah lahan parkir, beberapa area spot selfi, warung makan, masjid, toilet, gazebo, dan beberapa sarana homestay.

C. Aksesibilitas

Akses menuju Kawasan Watu Tekek ini sudah bagus karena telah ada bantuan dari pusat tentang pengembangan infrastruktur dijalur bukit menoreh-magelang. Jalan ditempuh melalui jalur darat. Jika wisatawan dari luar daerah dapat melalui bandara New International Yogyakarta maupun bandara Adi Soepto yang kemudian dilanjutkan menggunakan kendaraan pribadi atau umum menuju kulon progo. Jarak dari kota wates menuju destinasi ini lumayan jauh ditempuh dan ketersediaan untuk transportasi umum menuju ke Kawasan ini belum ada sehingga bar dapat ditempuh dengan kendaraan pribadi.



Gambar 3. Peta lokasi wisata Watu Tekek

4.3. Pembahasan Hasil Penelitian

Analisa SWOT faktor yang dibutuhkan dalam peningkatan destinasi wisata terlihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Analisa SWOT

Analisa SWOT Faktor Internal Strategi	
Strength	Weakness
Memiliki view keindahan panorama alam	Kurangnya fasilitas sarana prasarana penyandang disabilitas
Memiliki produk unggulan batu yang berkarakter sebagai penguat destinasi	Moda transportasi umum belum ada
Upaya konservasi potensi wisata dan lingkungan dilakukan secara berkelanjutan	Tidak adanya peranan POKDARWIS
Tingkat sadar wisata masyarakat sekitar tinggi	Lokasi jauh dijangkau
Akses jalan menuju lokasi sudah bagus	Masih minimnya tingkat kunjungan wisatawan
Masih kentalnya local wisdom dimasyarakat	Kurangnya sumber informasi wisata watu tekek
	Strategi pemasaran masih terbatas
	Letak geografis yang curam
Analisa SWOT faktor eksternal strategi	
Opportunity	Threat
Menjadi primadona prooduk wisata baru Kawasan kulonprogo	Terjadinya bencana alam
Terbukanya kerjasama dan jejaring antar pemerintah dengan investor asing	Kondisi alam yang tidak menentu

Peningkatan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat	Kalah persaingan dengan destinasi wisata unggulan lainnya	
Menjadi destinasi andalan dalam wisata berbasis alam, konservasi dan edukasi	Penurunan tingkat kunjungan wisatawan ke Yogyakarta	
Semakin kuatnya kemitraan dan perluasan jaringan pasar	Rawan kecelakaan	
Variabel	Strategi	Stakeholder
Environmental sustainability	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan daya tarik wisata berbasis konservasi alam dan habitat tokek • Perluasan pengembangan supporting attraction pariwisata dikawasan watu tekek • Pelatihan system manajemen tata kelola kawasan wisata berbasis pemberdayaan masyarakat • Menyediakan fasilitas pusat informasi dan edukasi terhadap kepedulian lingkungan serta tanggap bencana • Penguatan system keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan • Pengembangan dan penguatan program kemitraan diberbagai sektor antar stakeholder 	Pemerintah, Pelaku Industri, ASITA, PHRI, Tim SAR, Akademisi, Masyarakat
Economic sustainability	<ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan dan penguatan umkm masyarakat di sector pertanian • Penataan manajemen pengelolaan Kawasan wisata dan umkm disektor pertanian dan kuliner • Membangun kemitraan yang kuat antar investor dengan masyarakat • Membangun kerjasama antar pengelola wisata disekitar • Eksplorasi daya tarik pendukung disekitar Kawasan Watu Tekek • Penyelenggaraan pameran seni dan kerajinan masyarakat local secara berkala • Perluasan target pasar dan mengidentifikasi pasar potensial • Peningkatan kemampuan berfikir SDM yang kreatif dan inovatif produk wisata. 	Pemerintah, Pelaku Industri, ASITA, PHRI, Akademisi, Masyarakat
Social sustainability	<p>Peningkatan program event-event seni dan budaya dikawasan watu tekek secara berkala</p> <p>Pengembangan kerja sama antar pelaku industry pariwisata</p> <p>Pengadaan pelatihan dalam pengelolaan Kawasan wisata berbasis konservasi</p> <p>Melakukan studi banding demi peningkatan kualitas produk dan layanan wisata</p>	Pemerintah, Pelaku Industri, ASITA, PHRI, Akademisi, Masyarakat

5. KESIMPULAN

Saat ini pengembangan kawasan wisata Watu Tekek sudah mengalami kemajuan. Berkat adanya partisipasi masyarakat setempat, para akademisi beserta pemerintah menjadikan wajah baru Watu Tekek menjadi kian menawan. Berbagai fasilitas yang dikembangkan yaitu penguatan daya

tarik, penambahan fasilitas sarana prasarana pariwisata dan juga aksesibilitas menuju kawasan ini. Dari sisi penguatan daya tarik dilakukan konservasi. Penyediaan fasilitas sarana prasarana pariwisata misalnya adanya gazebo, warung, toilet, lahan parkir maupun spot-spot selfi di beberapa tempat. Sedangkan aksesibilitas diberikan perkerasan jalan dengan aspal, paving blok dan rabat beton. Meskipun beberapa pemenuhan kebutuhan wisatawan telah disediakan, namun perlu adanya tambahan strategi guna meningkatkan kualitas dan eksistensi dari daya tarik yang ditawarkan tersebut.

Strategi yang perlu ditingkatkan yaitu di sektor lingkungan, ekonomi dan social. Dimana strategi tersebut dianalisa dengan melakukan pendekatan teori sustainable development selain bertujuan sebagai pelestarian alam, kesejahteraan ekonomi juga agar mampu menghasilkan suatu produk wisata yang mampu berdaya saing dan selalu kualitasnya berkembang secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Burkart AJ, Medlik S. 1986. *Tourism: Past, Present, and Future*. London.
- [2] Kotler P, Keller KL. 2012. *Marketing Management Edisi 14 Global Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall. Ltd.
- [3] Yoeti OA. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- [4] Damasdino E. 2015. Studi Karakteristik Wisatawan dan Upaya Pengembangan Produk Wisata Tematik di Pantai Goa Cemara, Pantai Kuwaru, dan Pantai Pandansimo Baru Kabupaten Bantul. *Jurnal Media Wisata*, Volume 13, Nomor 2, Vol 2015. Yogyakarta.
- [5] Yulianto A. Peringkat Destinasi dan Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai di Kabupaten Bantul Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, Volume 16, Nomor 1, Mei 2018.
- [6] <http://pariwisatadanteknologi.blogspot.com/2010/06/produk-pariwisata-tourism-product.html>
https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/27853e1951c3f72a0e6e8a0be2a9ed30.pdf