

	<p><b>ATRIUM: JURNAL ARSITEKTUR</b>                  ISSN: 2442-7756 E-ISSN: 2684-6918                  atrium.ukdw.ac.id</p>
---	---

**Faktor Penentu *Setting* Ruang Destinasi Wisata terhadap *Spending Rate* Wisatawan di Pantai Baron Yogyakarta**

| Diterima pada 27-09-2021 | Disetujui pada 18-10-2021 | Tersedia online 30-11-2021 |  
 | DOI <https://doi.org/10.21460/atrium.v7i2.154> |

**Wastuwedha Kidung Dwi Satria<sup>1</sup>, Tarcicius Yoyok Wahyu Subroto<sup>2</sup>**  
 1,2. Program Studi Magister Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Gadjah Mada  
 Jl. Grafika No.2, Senolowo, Sinduadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta  
 Email: wastuwedha.k@mail.ac.id

**Abstrak**

Kabupaten Gunungkidul yang populer akan destinasi wisata pantai, berkomitmen untuk berbenah diri dalam mendatangkan wisatawan. Namun dalam kurun beberapa waktu, Pendapatan Asli Daerah (PAD) sektor pariwisata mengalami penurunan pada tahun 2017, 2018 dan 2019. Destinasi wisata pantai memberikan persentase terbesar dalam pemasukan PAD pariwisata jika dibandingkan dengan destinasi wisata lain. Salah satu indikator yang memengaruhi pendapatan sektor pariwisata dari sebuah daerah adalah pengeluaran wisatawan (*spending rate*). Maka dari itu perlu adanya upaya untuk merumuskan faktor-faktor penentu *setting* ruang yang memengaruhi *spending rate* wisatawan di destinasi wisata Pantai Baron. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian campuran (*mix method*) dengan teknik pengumpulan data *behavioral mapping* yang terdiri dari *place centered mapping*, *person centered mapping* dan *time budget*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah *setting* ruang destinasi wisata pantai Baron ditentukan oleh 2 aspek yaitu ruang dan waktu. (a) Aspek ruang terbagi menjadi 3 kategori yaitu tinggi, sedang, rendah. (b) Aspek waktu terbagi menjadi 3 kategori yaitu lama, sedang, sebentar. Faktor-faktor penentu *setting* ruang yang memengaruhi *spending rate* di destinasi wisata pantai Baron adalah (a) faktor tata ruang, (b) faktor amenitas (c) faktor waktu.

**Kata kunci:** *setting* ruang, *spending rate*, destinasi wisata pantai.

**Abstract**

**Title: *Determinant Factors of Tourism Destination Space Setting to Tourist Spending Rate at Baron Beach Yogyakarta***

*Gunungkidul Regency is popular for a beach tourist destination, committed for improving tourist's arrival. However, for the past few years, the Original Local Government (OLG) of the tourism sector decreased by 2017, 2018, and 2019. Beach tourism provides the biggest percentage of The Original Local Government Revenue compared to other tourism destinations. One of the indicators that affects revenue from the tourism sector is the tourist spending rate. Therefore, it requires significant effort to identify the determinant factors of space settings that affect spending rates in Baron Beach. The research method used is mix method with the data collection technique used Behavioral Mapping that consist of Place Centered Mapping, Person Centered Mapping, and Time Budget. The conclusion of this research is the space setting of the Baron beach tourist destination is determined by 2 aspects of space and time. (a) The aspect of space is divided into 3 categories. They are high, medium, and low. (b) The aspect of time is divided into 3 categories. They are long, medium, and short. The determinant factors of space settings that affect spending rates in tourism destinations of Baron Beach are (a) spatial factor, (b) amenity factor (c) time factor.*

**Keywords:** *space setting, spending rate, beach tourism destination.*

## Pendahuluan

Kabupaten Gunungkidul terletak di sebelah timur Kota Yogyakarta yang berjarak  $\pm 39$  km. Dengan jumlah pantai kurang lebih 46 buah, Kabupaten Gunungkidul populer akan destinasi wisata pantai yang berjajar dari timur ke barat yang membentang 70 km di pesisir selatan Kabupaten Gunungkidul (Farhani, 2008). Objek wisata pantai merupakan satu dari banyak objek dan daya tarik wisata yang banyak dinikmati wisatawan (Farhani, 2008). Di Kabupaten Gunungkidul, destinasi wisata pantai memberikan persentase terbesar dalam pemasukan PAD pariwisata dibandingkan dengan destinasi wisata lain (Gunungkidul Dalam Angka, 2020). Destinasi wisata Pantai Baron sebagai pantai yang pertama kali dikembangkan oleh Pemda Kabupaten Gunungkidul telah menjadi tujuan wisata pilihan, ikon dan secara fisik mempunyai fasilitas lebih lengkap dibanding dengan destinasi wisata pantai lain.

Kabupaten Gunungkidul secara konsisten berkomitmen untuk berbenah diri untuk mendatangkan wisatawan. Namun, pada kurun waktu tiga tahun Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada sektor pariwisata terjadi penurunan pada tahun 2017, 2018 dan 2019 berurutan-turut dari 32 M, 29 M dan 27 M per-tahunnya (Dinas Pariwisata Kab. Gunungkidul 2020). Salah satu indikator yang mempengaruhi pendapatan sektor pariwisata dari suatu daerah (PAD) adalah pengeluaran wisatawan (*spending rate*). Maka dari itu, upaya untuk meningkatkan *spending rate* wisatawan menjadi penting agar PAD pariwisata bisa meningkat dan pengembangan destinasi wisata menjadi lebih cepat.

*Spending rate* wisatawan erat kaitannya dengan perilaku wisatawan dalam berbelanja. Perilaku pengunjung dalam berbelanja dipengaruhi oleh berbagai hal. Pemilihan tempat belanja wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu: *Entertainment, Window shopping, Spending more, Experiential services, Cleanliness, Salesperson, Safety, Food court, Value added comforts, Multiple Retailers* (Swamynathan, 2013). Kemudian faktor tersebut dikelompokkan menjadi hiburan, kenyamanan, gaya hidup dan fasilitas (Puspitasari & Fatati, 2015). Faktor pola perilaku tersebut digunakan dalam penelitian ini dengan ruang lingkup destinasi wisata pantai.

Pola perilaku manusia berkaitan dengan tatanan lingkungan fisiknya. *Behavioral setting* atau tata perilaku yaitu pola perilaku manusia yang berkaitan dengan tatanan lingkungan fisiknya. *Behavior Setting* terdiri atas kombinasi antara aktivitas (*activity*) dan tempat (*place*) yang terdiri dari (a) *A recurrent activity* (aktivitas), yaitu adanya sebuah atau beberapa aktivitas yang terjadi secara berulang-ulang menjadi pola perilaku (*sanding pattern of behavior*). (b) *A particular layout of the environment* (ruang), yaitu suatu tata lingkungan tertentu (*circumjacent milieu*), lingkungan fisik yang berkaitan langsung dengan pola perilaku. (c) *A specific time period* (waktu), yaitu aktivitas yang dimaksud dilakukan pada periode atau batasan waktu tertentu di suatu tata lingkungan tertentu (Barker, 1968 dalam Fitria 2018).

Dalam upaya meningkatkan PAD pariwisata, dilakukan penelitian di destinasi wisata Pantai Baron. Belum diketahui *setting* ruang di destinasi wisata Pantai Baron dan belum

diketahui faktor-faktor penentu *setting* ruang terhadap *spending rate* wisatawan di destinasi wisata Pantai Baron. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan *setting* ruang destinasi wisata Pantai Baron dan merumuskan faktor-faktor penentu *setting* ruang yang mempengaruhi tingkat pengeluaran (*spending rate*) di destinasi wisata pantai Baron.

## Metode

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mix methods*) antara penelitian kuantitatif dan penelitian kualitatif. Penelitian campuran adalah penelitian yang mencampurkan atau menggabungkan kuantitatif dan kualitatif dan teknik dalam studi penelitian tunggal. Penelitian semacam ini berfungsi untuk memberi gambaran fenomena yang kompleks dan mampu menganalisis hasil gabungan dari penelitian kuantitatif dan kualitatif sehingga data yang didapat akan semakin jelas dan saling melengkapi (Johnson & Christensen, 2014).

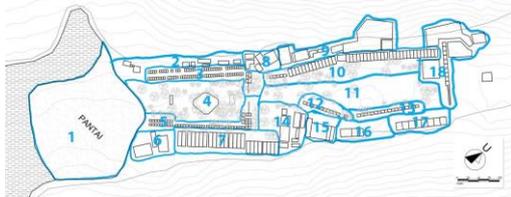
Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Behavioral mapping* yang terdiri dari *place centered mapping*, *person centered mapping* dan *time budget*. *Behavioral mapping* adalah sebuah proses penggambaran kondisi empirik ke dalam wujud sketsa atau diagram tentang suatu area amatan yang manusianya/wisatawannya melakukan berbagai kegiatan. Tujuannya antara lain adalah untuk memberi gambaran perilaku manusia/wisatawan tersebut ke dalam peta, mengidentifikasi jenis dan frekuensi aktivitas, serta menunjukkan keterkaitan antara aktivitas tersebut dengan wujud perancangan yang spesifik (Sommer, 1986 dalam Fitria, 2018).

*Behavioral mapping* digunakan untuk mendapatkan data perilaku wisatawan, untuk kemudian data yang didapat akan diolah dan dianalisis dengan metode deskriptif dan metode analisis kuantitatif (*scoring*). Metode analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiono, 2014). Metode *scoring* adalah teknik analisis data kuantitatif yang digunakan untuk memberikan nilai pada masing-masing karakteristik parameter dari sub-sub variabel agar dapat dihitung nilainya serta dapat ditentukan peringkatnya (Gunawan, 2014).

Penelitian ini menekankan pada peluang terjadinya transaksi pembelanjaan wisatawan, belum fokus pada seberapa besar *spending rate* yang dikeluarkan oleh wisatawan. Kelemahan dan keterbatasan dalam penelitian ini adalah tidak dilakukan konfirmasi kepada wisatawan terkait dengan faktor yang berasal dari wisatawan seperti faktor preferensi, tingkat ekonomi, dan lain sebagainya, karena penelitian ini dilakukan saat pandemi *Covid-19*. Sebagai gantinya, penelitian ini menggunakan pendekatan teoritik dalam menganalisis (deskriptif). Penelitian ini adalah temuan awal terkait dengan *spending rate* wisatawan di destinasi wisata pantai yang belum konklusif dan menuntut peneliti lain untuk melakukan konfirmasi terutama dari faktor yang berasal dari wisatawan.

Pengamatan dilakukan di destinasi wisata Pantai Baron yang dibagi menjadi 18 zona sesuai dengan tata

massa, ruang terbuka dan fungsi massa/bangunan. Pembagian zona ini berfungsi untuk mempermudah pengambilan data amatan wisatawan dan analisis data (lihat Gambar 1).



**Gambar 1. Peta zonasi destinasi wisata Pantai Baron**

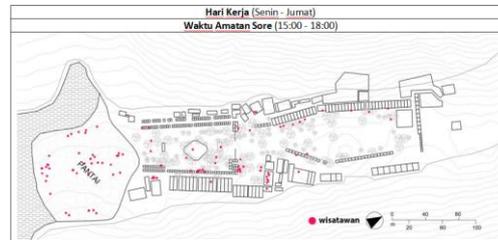
Sumber: <https://shorturl.at/esABE>, diakses dan diolah oleh penulis, Mei 2021

Pengamatan juga dilakukan dalam periode waktu amatan yaitu hari Senin sampai Jumat yang kemudian disebut hari kerja, juga hari Sabtu dan Minggu yang kemudian disebut akhir pekan. Dua bagian tersebut dibagi lagi menjadi tiga periode amatan yaitu pagi (10:00 hingga 12:00), siang (12:00 hingga 15:00) dan sore (15:00 hingga 18:00). Walaupun aktivitas wisatawan cenderung terjadi pada akhir pekan, aktivitas wisatawan pada hari kerja perlu menjadi waktu amatan karena masih memberikan peluang *spending rate* wisatawan.

## Hasil dan Pembahasan

Pengamatan dilakukan kepada 44 wisatawan yang terdiri dari 26 wisatawan pada hari kerja dan 18 wisatawan pada akhir pekan. Dari hasil pengamatan dapat diketahui bahwa aktivitas wisatawan terbagi menjadi dua kategori. Pertama adalah aktivitas statis (duduk-duduk, berbincang, menikmati wisatawan dan berfoto). Kedua adalah aktivitas dinamis (jalan-jalan, berlarian, berpindah tempat dan berkendara).

Hasil pengamatan aktivitas statis wisatawan di destinasi wisata Pantai Baron dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini.



**Gambar 2. Data sebaran aktivitas statis wisatawan**

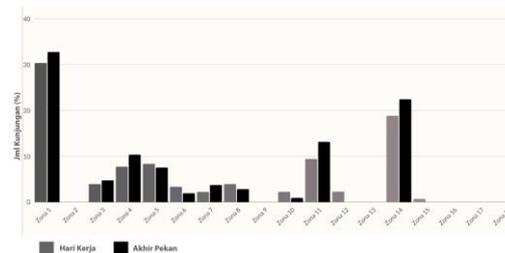
Sumber: Hasil survei, 2021

Data yang terdapat pada Gambar 2 dikonversi menjadi data matriks yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1 dan Grafik 1 berikut:

**Tabel 1. Jumlah sebaran aktivitas statis wisatawan di tiap zona**

Zona	Hari Kerja						Jml Rate (%)	Akhir Pekan						Jml Rate (%)
	Pagi		Siang		Sore			Pagi		Siang		Sore		
	10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00		10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	
	JML	%	JML	%	JML	%		JML	%	JML	%	JML	%	
Zona 1	14	0.5	15	8.3	39	21.5	30.3	3	2.8	17	15.9	15	14.0	32.7
Zona 2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 3	0	0.0	4	2.2	3	1.7	3.9	0	0.0	0	0.0	5	4.7	4.7
Zona 4	2	1.1	5	2.8	7	3.9	7.7	0	0.0	6	5.6	5	4.7	10.3
Zona 5	2	1.1	2	1.1	11	6.1	8.3	0	0.0	1	0.9	7	6.5	7.5
Zona 6	2	1.1	0	0.0	4	2.2	3.3	0	0.0	1	0.9	1	0.9	1.9
Zona 7	1	0.6	2	1.1	1	0.6	2.2	0	0.0	4	3.7	0	0.0	3.7
Zona 8	1	0.6	4	2.2	2	1.1	3.9	0	0.0	1	0.9	2	1.9	2.8
Zona 9	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 10	0	0.0	0	0.0	4	2.2	2.2	0	0.0	0	0.0	1	0.9	0.9
Zona 11	0	0.0	5	2.8	12	6.6	9.4	0	0.0	6	5.6	8	7.5	13.1
Zona 12	0	0.0	2	1.1	2	1.1	2.2	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 13	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 14	4	2.2	4	2.2	26	14.4	18.8	1	0.9	12	11.2	11	10.3	22.4
Zona 15	0	0.0	0	0.0	1	0.6	0.6	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 16	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 17	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
Zona 18	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0.0
<b>TOTAL</b>	<b>26</b>	<b>14.4</b>	<b>43</b>	<b>23.8</b>	<b>112</b>	<b>61.9</b>	<b>100.0</b>	<b>4</b>	<b>3.7</b>	<b>48</b>	<b>44.9</b>	<b>55</b>	<b>51.4</b>	<b>100.0</b>

Sumber: Hasil analisis, 2021



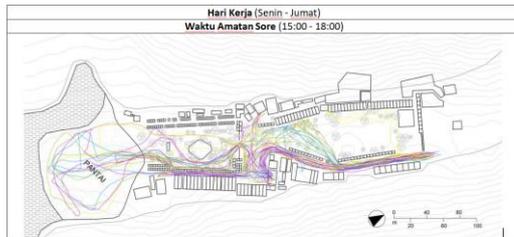
**Grafik 1. Rata-rata jumlah sebaran aktivitas statis wisatawan di tiap zona**

Sumber: Hasil analisis, 2021

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa di hari kerja, wisatawan lebih

banyak beraktivitas statis di zona 1 (30,3%), zona 14 (18,8%), zona 11 (9,4%), zona 5 (8,3%) dan zona 4 (7,7%). Sedangkan di akhir pekan wisatawan lebih banyak beraktivitas statis di zona 1 (32,7%), zona 14 (22,4%), zona 11 (13,1%), zona 4 (10,3%) dan zona 5 (7,5%). Secara umum pada hari kerja maupun akhir pekan wisatawan lebih cenderung beraktivitas statis pada sore hari (61,9% dan 51,4%).

Selanjutnya hasil pengamatan aktivitas dinamis wisatawan di destinasi wisata Pantai Baron dapat dilihat pada Gambar 3 berikut:



**Gambar 3. Data sebaran aktivitas dinamis wisatawan**

Sumber: Hasil survei, 2021

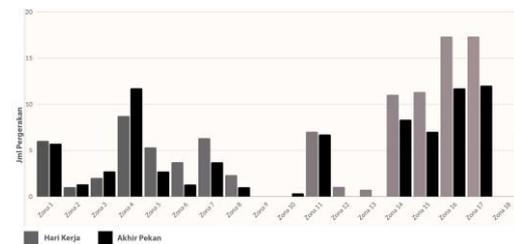
Data yang terdapat pada Gambar 3 dikonversikan menjadi data matriks yang dapat dilihat pada Tabel 2 dan Grafik 2 berikut:

**Tabel 2. Jumlah sebaran aktivitas dinamis wisatawan di tiap zona**

Zona	Hari Kerja				Akhir Pekan			
	Pagi	Siang	Sore	Rata-rata	Pagi	Siang	Sore	Rata-rata
	10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00		10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	
Zona 1	2	3	13	6.0	1	10	6	5.7
Zona 2	1	0	2	1.0	0	1	3	1.3
Zona 3	1	3	2	2.0	0	1	7	2.7
Zona 4	1	4	21	8.7	1	18	16	11.7
Zona 5	1	1	14	5.3	1	6	1	2.7
Zona 6	2	2	7	3.7	1	1	2	1.3
Zona 7	3	3	13	6.3	2	5	4	3.7
Zona 8	1	4	2	2.3	0	1	2	1.0
Zona 9	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
Zona 10	0	0	0	0.0	0	0	1	0.3
Zona 11	1	4	16	7.0	0	10	10	6.7
Zona 12	0	1	2	1.0	0	0	0	0.0
Zona 13	0	2	0	0.7	0	0	0	0.0
Zona 14	5	2	26	11.0	2	15	8	8.3
Zona 15	5	3	26	11.3	2	11	8	7.0
Zona 16	5	10	37	17.3	2	18	15	11.7
Zona 17	5	10	37	17.3	2	18	16	12.0
Zona 18	0	0	0	0.0	0	0	0	0.0
<b>Rata-rata</b>	<b>1.8</b>	<b>2.9</b>	<b>12.1</b>	<b>16.8</b>	<b>0.8</b>	<b>6.4</b>	<b>5.5</b>	<b>12.7</b>

\*satuan : pergerakan

Sumber: Hasil analisis, 2021



**Grafik 2. Rata-rata jumlah sebaran aktivitas dinamis wisatawan di tiap zona**

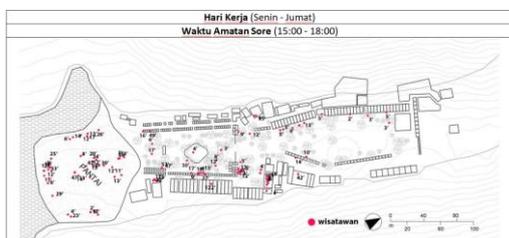
Sumber: Hasil analisis, 2021

Aktivitas dinamis wisatawan dibagi menjadi dua kategori yaitu aktivitas berkendara dan aktivitas berjalan kaki. Berdasarkan hasil pengamatan, dapat diketahui bahwa di hari kerja, wisatawan lebih banyak beraktivitas dinamis berjalan kaki di zona 14 (11 gerakan), zona 4 (8,7 gerakan), zona 11 (7 gerakan), zona 1 (6 gerakan) dan zona 5 (5,3 gerakan). Sedangkan di akhir pekan, wisatawan lebih banyak beraktivitas dinamis di zona 4 (11,7 gerakan), zona 14 (8,3 gerakan), zona 11 (6,7 gerakan), zona 1 (5,7 gerakan) dan zona 7 (3,7 gerakan).

Sedangkan untuk aktivitas dinamis berkendara, pada hari kerja dan akhir

pekan wisatawan cenderung melewati zona 15 (11,3 dan 7 gerakan), zona 16 (17,3 dan 11,7 gerakan) dan zona 17 (17,3 dan 12 gerakan). Secara umum, pada hari kerja wisatawan cenderung beraktivitas pada sore hari (12,1 gerakan) sedangkan pada akhir pekan, wisatawan cenderung beraktivitas pada siang hari (6,4 gerakan).

Hasil pengamatan *time budget* wisatawan di destinasi wisata pantai Baron dapat dilihat pada Gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Data *time budget* wisatawan  
Sumber: Hasil survei, 2021

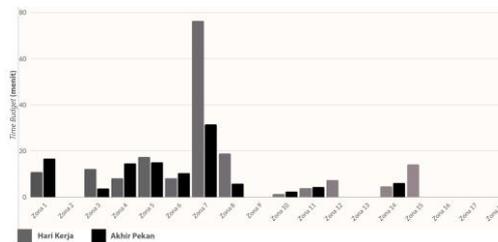
Data yang terdapat pada Gambar 4 dikonversi menjadi data matrik yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3 dan Grafik 3 berikut ini.

Tabel 3. *Time budget* wisatawan di tiap zona

Zona	Hari Kerja				Akhir Pekan			
	Pagi	Siang	Sore	Rata-rata	Pagi	Siang	Sore	Rata-rata
	10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00		10:00-12:00	12:00-15:00	15:00-18:00	
Zona 1	7.6	8.6	16.3	10.8	15.3	19.9	14.6	16.6
Zona 2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 3	0.0	11.5	24.7	12.1	0.0	0.0	11.2	3.7
Zona 4	4.5	8.4	11.4	8.1	0.0	19.8	23.6	14.5
Zona 5	10.0	23.5	18.5	17.3	0.0	23.0	22.1	15.0
Zona 6	2.5	0.0	21.8	8.1	0.0	17.0	14.0	10.3
Zona 7	55.0	52.0	122.0	76.3	0.0	94.5	0.0	31.5
Zona 8	31.0	13.5	12.0	18.8	0.0	13.0	4.5	5.8
Zona 9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 10	0.0	0.0	3.8	1.3	0.0	0.0	7.0	2.3
Zona 11	0.0	5.2	6.3	3.8	0.0	5.7	7.1	4.3
Zona 12	0.0	9.5	12.0	7.2	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 13	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 14	3.3	4.8	5.7	4.6	5.0	8.0	5.1	6.0
Zona 15	0.0	0.0	42.0	14.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 16	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 17	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Zona 18	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
<b>Rata-rata</b>	<b>6.3</b>	<b>7.6</b>	<b>16.5</b>	<b>10.1</b>	<b>1.1</b>	<b>11.2</b>	<b>6.1</b>	<b>6.1</b>

\*dalam menit

Sumber: Hasil analisis, 2021



Grafik 3. Rata-rata *time budget* wisatawan di tiap zona

Sumber: Hasil analisis, 2021

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa di hari kerja, wisatawan lebih lama singgah di zona 7 (76,3 menit), zona 8 (18,8 menit), zona 5 (17,3menit), zona 15 (14 menit) dan zona 3 (12,1 menit). Sedangkan di akhir pekan, wisatawan lebih lama singgah di zona 7 (31,5 menit), zona 1 (16,6 menit), zona 5 (15 menit), zona 4 (14,5 menit) dan zona 6 (10,3 menit). Secara umum, pada hari kerja wisatawan lebih cenderung lebih lama singgah pada sore hari (16,5 menit), sedangkan pada akhir pekan cenderung pada siang hari (11,2 menit).

Scoring dilakukan Setelah menganalisis aktivitas statis, aktivitas dinamis dan *time budget* wisatawan. Zona yang paling banyak dipilih untuk beraktivitas, paling sering dilewati dan yang paling lama disinggahi pada hari kerja dan akhir pekan diberi skor sesuai peringkat. Hasil *scoring* dapat dilihat pada Tabel 4.

**Tabel 4. Hasil scoring**

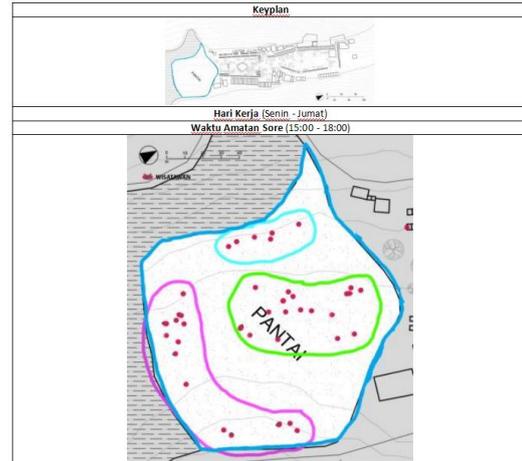
Zona	Aktivitas Statis		Aktivitas Dinamis		Time Budget		Total Skor
	Hari Kerja	Akhir Pekan	Hari Kerja	Akhir Pekan	Hari Kerja	Akhir Pekan	
Zona 1	18	18	14	15	13	17	95,0
Zona 2	6	8	9	11	6	8	48,0
Zona 3	13	13	10	13	14	10	73,0
Zona 4	14	15	17	18	12	15	91,0
Zona 5	15	14	13	12	16	16	86,0
Zona 6	11	10	12	10	11	14	68,0
Zona 7	10	12	15	14	18	18	87,0
Zona 8	12	11	11	9	17	12	72,0
Zona 9	5	7	7	7	5	7	38,0
Zona 10	9	9	6	8	7	9	48,0
Zona 11	16	16	16	16	8	11	83,0
Zona 12	8	6	8	6	10	6	44,0
Zona 13	4	5	5	5	4	5	28,0
Zona 14	17	17	18	17	9	13	91,0
Zona 15	7	4	4	4	15	4	38,0
Zona 16	3	3	3	3	3	3	18,0
Zona 17	2	2	2	2	2	2	12,0
Zona 18	1	1	1	1	1	1	6,0

Sumber: Hasil analisis, 2021

Dari hasil *scoring*, dapat diketahui zona yang mendapatkan skor terbanyak adalah zona 1, 4, 14, 7 dan 5. Zona-zona tersebut merupakan zona yang paling besar mendapatkan peluang mendapatkan *spending rate* wisatawan yang kemudian menjadi fokus amatan untuk menemukan faktor-faktor penentu *setting* ruang terhadap *spending rate* wisatawan.

**Zona 1**

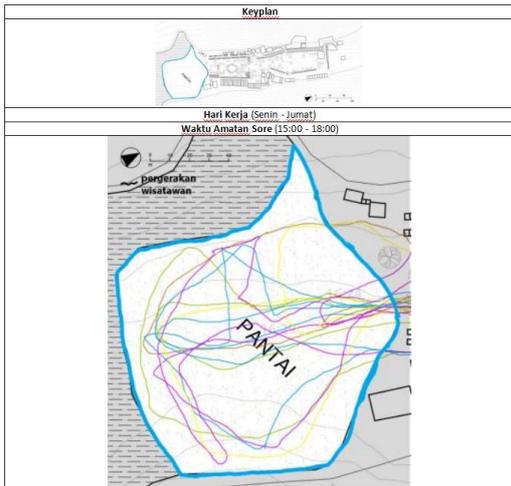
Zona 1 merupakan daya tarik utama dari destinasi wisata pantai Baron yaitu pantai berpasir. Dari hasil pengamatan, terdapat tiga kelompok wisatawan yang beraktivitas statis di zona ini.



**Gambar 5. Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas statis wisatawan zona 1**

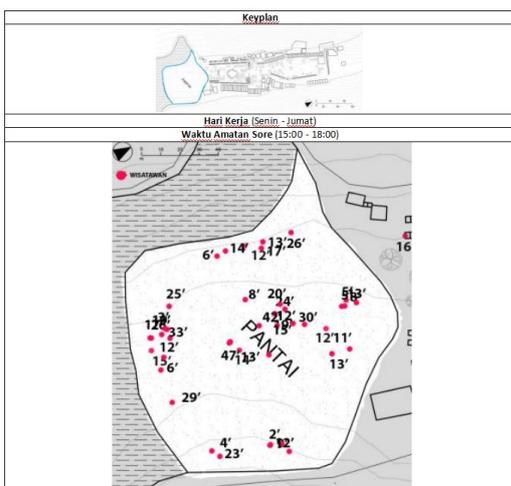
Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 5, kelompok wisatawan di garis biru adalah wisatawan dengan aktivitas berfoto dan menikmati pemandangan bukit di sisi barat pantai Baron. Kelompok wisatawan di area merah muda merupakan kelompok wisatawan dengan aktivitas berfoto, menikmati pemandangan laut lepas dan mercusuar. Kelompok wisatawan di area hijau merupakan kelompok wisatawan dengan aktivitas berfoto dengan kapal nelayan. Faktor yang memengaruhi pengunjung dalam memilih tempat tujuan adalah hiburan (Puspitasari & Fatati, 2015). Dalam hal ini hiburan yang dimaksud adalah atraksi wisata yaitu pantai berpasir, pemandangan dan mercusuar. Maka dari itu, hiburan adalah faktor penentu yang memengaruhi peluang *spending rate* wisatawan.



**Gambar 6.** Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas dinamis wisatawan di zona 1  
Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan pada Gambar 6, distribusi aktivitas dinamis wisatawan pada zona 1 merata di seluruh zona. Area tengah paling banyak dilewati karena menjadi konektor antara zona 1 dan zona 4 (aktivitas dinamis terbanyak). Sirkulasi merupakan faktor yang memengaruhi pedagang dalam pemilihan tempat yang menarik pengunjung (Chelviani, Meitriana, Haris, 2017). Dengan demikian tata sirkulasi adalah faktor penentu peluang *spending rate* wisatawan.

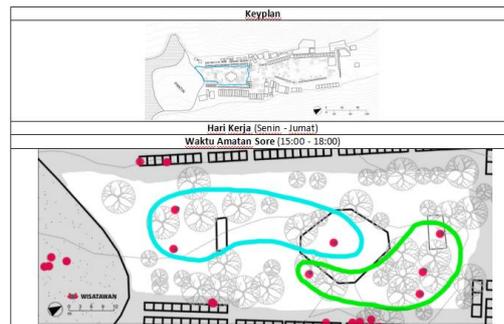


**Gambar 7.** Salah satu hasil amatan *time budget* wisatawan di zona 1  
Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 7 diketahui bahwa wisatawan lebih lama berhenti di area atraksi wisata yaitu area pantai yang menghadap ke perbukitan di sisi barat, laut lepas, mercusuar dan area tambatan kapal nelayan. Faktor yang memengaruhi pengunjung dalam memilih tempat tempat tujuan adalah hiburan (Puspitasari & Fatati, 2015), berupa atraksi wisata. Sehingga hiburan menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

#### Zona 4

Zona 4 merupakan area taman dengan banyak pohon peneduh yang berada di tengah destinasi wisata Pantai Baron.

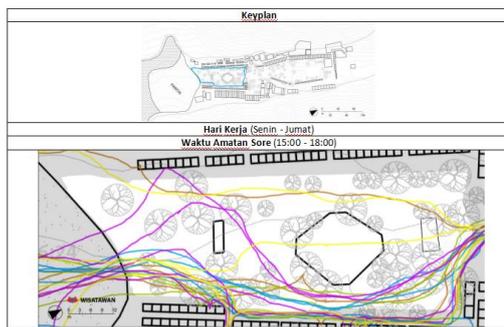


**Gambar 8.** Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas statis wisatawan zona 4  
Sumber: Hasil survei, 2021

Vegetasi menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan pengunjung (Suyono & Prianto, 2017). Berdasarkan Gambar 8, area hijau merupakan kelompok wisatawan dengan aktivitas statis di bawah pohon. Sedangkan area biru menunjukkan kelompok wisatawan aktivitas statis tidak berada di bawah pohon. Pada siang hari cuaca relatif lebih panas sehingga wisatawan cenderung berada di bawah pohon. Hal tersebut sesuai dengan yang terjadi di zona 4 bahwa lebih banyak wisatawan yang beraktivitas statis di bawah pohon.

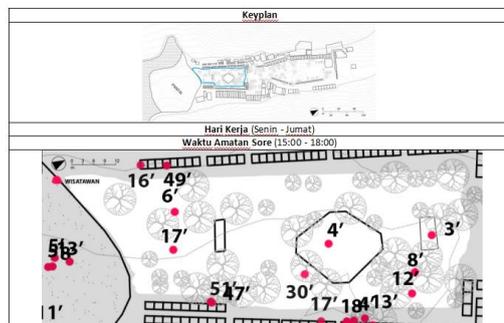
Dengan demikian tata vegetasi menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

Di zona 4 terdapat panggung serbaguna yang terletak di tengah-tengah taman. Panggung tersebut membagi taman menjadi dua yaitu sisi timur dan barat. Kerapatan vegetasi di sisi timur lebih besar dari pada di sisi barat.



**Gambar 9.** Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas dinamis wisatawan di zona 4  
Sumber: Hasil survei, 2021

Sesuai dengan hasil amatan pada zona 4, wisatawan cenderung melewati sisi timur dibandingkan dengan sisi barat seperti yang terlihat pada Gambar 9. Kerapatan vegetasi menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan pengunjung (Siregar & Kusuma, 2015). Maka dari itu tata vegetasi menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

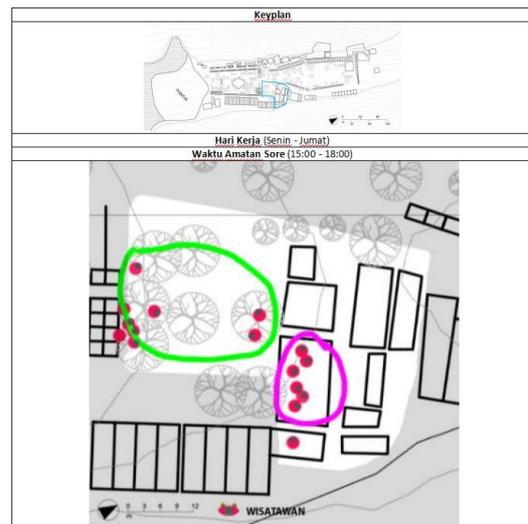


**Gambar 10.** Salah satu hasil amatan *time budget* wisatawan di zona 4  
Sumber: Hasil survei, 2021

Dari Gambar 10 dapat diketahui bahwa wisatawan lebih lama singgah di sisi selatan dari pada sisi utara. Faktor yang memengaruhi pengunjung dalam memilih tempat tujuan adalah hiburan (Puspitasari & Fatati, 2015) yang berupa taman dan orientasi pemandangan ke arah pantai dan laut. Wisatawan cenderung menghabiskan waktu lebih lama di area yang dekat dengan pantai yang merupakan atraksi wisata. Sehingga hiburan merupakan faktor penentu terhadap *spending rate* wisatawan.

### Zona 14

Zona 14 adalah salah satu tempat parkir yang ada di destinasi wisata Pantai Baron.



**Gambar 11.** Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas statis wisatawan di zona 14

Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 11 area biru merupakan kelompok wisatawan yang memilih parkir kendaraan tidak di bawah naungan pohon/atap. Kemudian area merah muda menunjukkan kelompok wisatawan yang memilih parkir kendaraan di bawah naungan atap. Sedangkan area hijau merupakan kelompok wisatawan yang memilih

parkir kendaraan di bawah naungan pohon. Vegetasi juga turut menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan pengunjung (Suyono & Prianto, 2017) meskipun bukan menjadi prioritas. Sesuai dengan hasil amatan bahwa beberapa wisatawan juga memilih parkir kendaraan di bawah pohon. Sehingga tata vegetasi juga menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

Visibilitas atau kejelasan merupakan faktor yang memengaruhi pedagang, dalam memilih tempat berjualan (Chelviani, Meitriana, Haris, 2017). Hal tersebut sesuai dengan hasil amatan bahwa wisatawan lebih memilih area parkir yang lebih terlihat dari arah kedatangan. Dengan demikian visibilitas menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

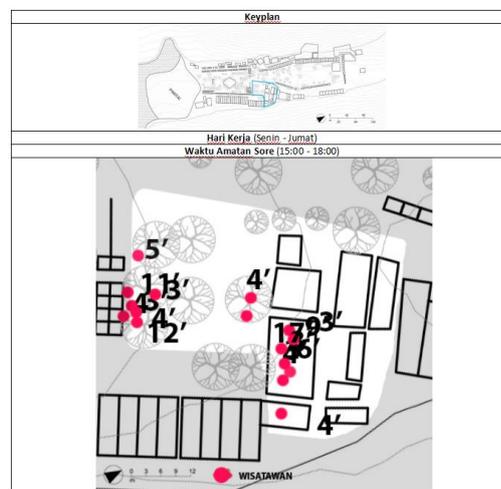


**Gambar 12. Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas dinamis wisatawan di zona 14**

Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 12 dapat diketahui bahwa aktivitas statis wisatawan di zona 14 merata di semua area. Berdasarkan Tabel 4, pada zona 14 memiliki rata-rata pergerakan di

atas zona lainnya. Tempat parkir di zona 14 lebih banyak dilewati wisatawan dari pada area parkir yang ada di zona lain. Dalam pemilihan area parkir jarak juga menjadi perhatian dan pertimbangan (Haqie, Soedwihajono, Nurhad, 2019). Sesuai dengan hasil pengamatan bahwa wisatawan lebih memilih melewati zona 14 yang memiliki jarak parkir paling dekat dengan pantai dari pada tempat parkir di zona lain. Sehingga fasilitas menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.



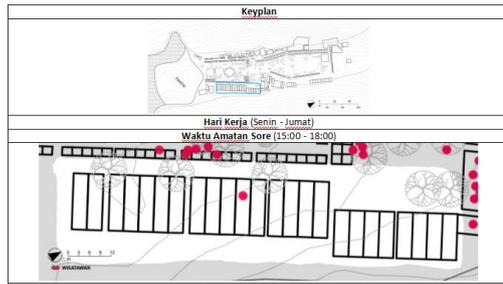
**Gambar 13. Salah satu hasil amatan time budget wisatawan di zona 14**

Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 13 tidak terlihat durasi tinggal yang signifikan di zona 14. Teramati wisatawan langsung berpindah setibanya di area parkir. Wisatawan yang kembali ke zona 14 dari zona lain, cenderung segera meninggalkan destinasi wisata Pantai Baron.

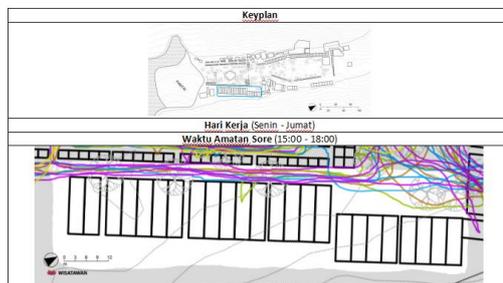
### Zona 7

Zona 7 adalah salah satu area komersial di destinasi wisata Pantai Baron berupa deretan kios.



**Gambar 14. Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas statis wisatawan zona 7**  
Sumber: Hasil survei, 2021

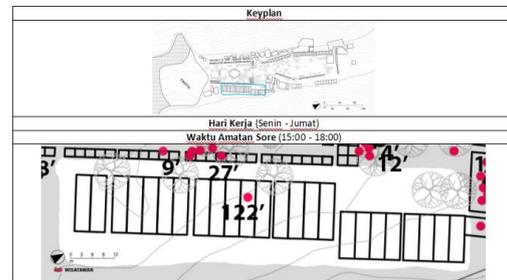
Berdasarkan Gambar 14 diketahui bahwa jumlah wisatawan beraktivitas statis di zona 7 tidak begitu signifikan. Dalam Tabel 1 diketahui zona 7 memiliki persentase kunjungan di bawah rata-rata dibandingkan zona lainnya. Hal tersebut dipengaruhi oleh tidak adanya hiburan yang bisa dinikmati. Sehingga keberadaan hiburan mempengaruhi ketertarikan wisatawan yang berimplikasi pada *spending rate*.



**Gambar 15. Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas dinamis wisatawan di zona 7**  
Sumber: Hasil survei, 2021

Memperhatikan Gambar 15 menunjukkan bahwa wisatawan cenderung melewati zona 7. Dikuatkan dengan data pada tabel 4 dimana aktivitas dinamis di zona 7 mempunyai rata-rata pergerakan diatas zona lainnya. Tempat parkir merupakan faktor yang memengaruhi pedagang dalam memilih tempat berjualan (Chelviani, Meitriana, Haris, 2017). Hal tersebut sesuai dengan hasil

amatan di zona 7 yang berada di dekat area parkir. Dengan demikian fasilitas tersebut merupakan faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

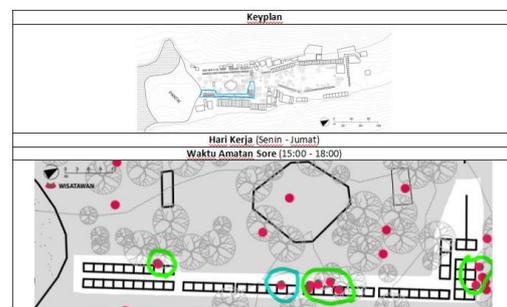


**Gambar 16. Salah satu hasil amatan time budget wisatawan di zona 7**  
Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 16 menunjukkan bahwa wisatawan memiliki durasi singgah lebih lama pada kios di dekat pohon. Vegetasi menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan pengunjung (Suyono & Prianto, 2017). Hal tersebut sesuai dengan hasil amatan bahwa wisatawan lebih banyak menghabiskan waktu pada kios yang dekat dengan pohon. Sehingga tata vegetasi menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

### Zona 5

Zona 5 merupakan salah satu area komersial di destinasi wisata Pantai Baron yang berupa deretan kios.

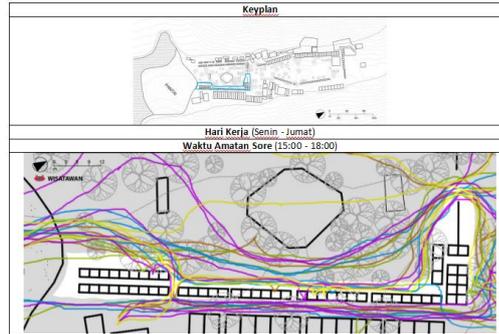


**Gambar 17. Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas statis wisatawan zona 5**  
Sumber: Hasil survei, 2021

Berdasarkan Gambar 17 area hijau mewakili kelompok wisatawan dengan aktivitas statis di bawah pohon. Sedangkan area biru merupakan kelompok wisatawan dengan aktivitas statis yang tidak berada di bawah pohon. Vegetasi juga menjadi faktor yang memengaruhi kenyamanan pengunjung (Suyono & Prianto, 2017). Hal tersebut sesuai hasil pengamatan di zona 5 dengan kecenderungan wisatawan lebih memilih kios yang berada di bawah naungan pohon. Oleh karenanya tata vegetasi menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

Selanjutnya faktor yang memengaruhi pengunjung dalam memilih tempat tujuan adalah hiburan (Puspitasari & Fatati, 2015), dalam hal ini adalah atraksi wisata (pantai berpasir). Hal tersebut sesuai dengan hasil amatan di lapangan yang terlihat di Gambar 17, bahwa wisatawan lebih banyak memilih area kios yang berada di dekat dengan pantai. Maka dari itu, hiburan menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

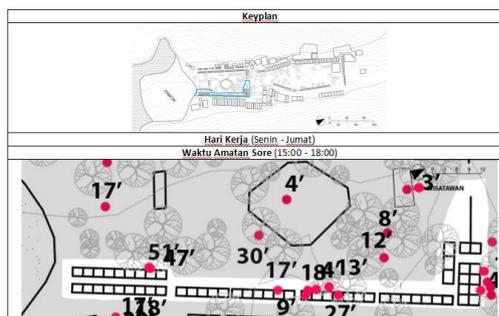
Tempat parkir merupakan faktor yang memengaruhi pedagang dalam memilih tempat berjualan (Chelviani, Meitriana, Haris, 2017). Hal tersebut sesuai dengan hasil amatan bahwa area kios yang berada dekat dengan tempat parkir lebih banyak pembeli dibanding di area tengah. Maka dari itu, fasilitas adalah faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.



**Gambar 18. Salah satu hasil amatan sebaran aktivitas dinamis wisatawan di zona 5**

Sumber: Hasil survei, 2021

Selanjutnya terdapat deretan kios yang berada di sisi barat dan timur dari taman (zona 4). Zona 5 ini adalah kios yang berada di sisi timur dari taman. Memiliki tingkat aktivitas statis dan dinamis yang lebih banyak dibanding deretan kios yang ada di sisi barat. Visibilitas merupakan faktor yang memengaruhi pedagang dalam memilih tempat berjualan (Chelviani, Meitriana, Haris, 2017). Hal tersebut sesuai dengan hasil amatan bahwa zona 5 lebih mudah terlihat oleh wisatawan yang melewati sisi timur dari zona 4. Maka dari itu, visibilitas menjadi faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.



**Gambar 19. Salah satu hasil amatan time budget wisatawan di zona 5**

Sumber: Hasil survei, 2021

Menurut Gambar 19 dapat diketahui bahwa wisatawan lebih lama singgah di area kios yang dekat dengan pantai.

Faktor yang menentukan pengunjung dalam memilih tempat tujuan adalah hiburan (Puspitasari & Fatati, 2015) berupa atraksi wisata. Hal tersebut sesuai dengan hasil amatan di zona 5 yang berada dekat dengan pantai wisatawan terlihat singgah lebih lama dibanding kios di area lain. Sehingga hiburan merupakan faktor penentu terhadap peluang *spending rate* wisatawan.

Dari pembahasan di atas dalam konteks ruang dapat diketahui bahwa zona yang mendapat kunjungan dan pergerakan wisatawan dengan kategori banyak adalah zona 4, 14, 11, 1 dan 7. Zona tersebut masuk kategori tinggi karena mendapatkan rata-rata pergerakan sama atau lebih banyak dari 5 pergerakan. Zona yang mendapat kunjungan dan pergerakan wisatawan dengan kategori sedang adalah zona 5, 6, 3, 8, 2 dan 12. Zona tersebut masuk dalam kategori sedang karena mendapatkan rata-rata pergerakan antara 1 sampai 4 pergerakan. Zona yang mendapat kunjungan dan pergerakan wisatawan dengan kategori sedikit adalah zona 13, 10, 17, 16, 15, 9, dan 18. Zona tersebut masuk dalam kategori sedikit karena mendapatkan rata-rata pergerakan 0 pergerakan.

Dalam konteks waktu zona yang mendapat tingkat lama kunjungan dengan kategori lama adalah zona 1, 5, 7, 8 dan 4. Zona tersebut termasuk dalam kategori lama karena mendapatkan lama kunjungan rata-rata di atas 10 menit. Zona yang mendapat tingkat lama kunjungan dengan kategori sedang adalah zona 6, 3, 15, 14, 11, 12 dan 10. Zona tersebut masuk ke kategori sedang karena mendapatkan lama kunjungan rata-rata antara 1-10 menit. Zona yang mendapat tingkat lama kunjungan

dengan kategori sebentar adalah zona 2, 9, 13, 16, 17 dan 18. Zona tersebut masuk kategori sebentar karena lama kunjungan rata-rata 0-1 menit.

Menurut analisis dan pembahasan fokus amatan di atas dapat diketahui bahwa faktor penentu *setting* ruang terhadap *spending rate* wisatawan adalah:

1. Tata vegetasi: pohon rindang membuat wisatawan lebih nyaman untuk beraktivitas di bawahnya sehingga meningkatkan peluang terjadinya transaksi ekonomi. Wisatawan cenderung memilih kios dan tempat parkir yang berada di bawah naungan pohon.
2. Tata massa: Masa bangunan yang dekat dekat atraksi wisata, tempat parkir, dan dekat dengan aktivitas statis wisatawan lebih berpeluang akan terjadinya transaksi ekonomi.
3. Tata sirkulasi: Area yang lebih banyak dilewati mempunyai peluang untuk meningkatkan *spending rate* wisatawan lebih besar.
4. Hiburan (Atraksi wisata): Wisatawan cenderung memilih dan singgah lebih lama di kios dan area yang dekat dengan atraksi wisata.
5. Fasilitas (Amenitas wisata): Wisatawan cenderung memilih dan menghabiskan waktu lebih lama di kios yang dekat dengan amenitas wisata berupa tempat parkir.
6. Visibilitas: *Spending rate* wisatawan berpeluang meningkat dengan semakin terlihatnya area komersial.
7. Periode Waktu: Siang dan sore merupakan waktu yang paling banyak terjadi aktivitas statis dan dinamis oleh wisatawan Pantai Baron yang memberikan peluang

lebih banyak untuk terjadi pembelian.

Ketujuh faktor tersebut dikategorikan menjadi 3 faktor yakni tata ruang (tata vegetasi, tata massa dan tata sirkulasi), faktor amenitas (hiburan, fasilitas dan visibilitas) dan faktor waktu (periode waktu).

## Kesimpulan

Setting ruang destinasi wisata Pantai Baron ditentukan oleh 2 aspek yaitu ruang dan waktu. (a) Aspek ruang terbagi menjadi 3 kategori yaitu tinggi (rata-rata pergerakan sama atau lebih banyak dari 5 pergerakan), sedang (rata-rata pergerakan antara 1 sampai 4 pergerakan), dan rendah (rata-rata pergerakan 0 pergerakan). (b) Aspek waktu terbagi menjadi 3 kategori yaitu lama (lama kunjungan rata-rata di atas 10 menit), sedang (lama kunjungan rata-rata antara 2-10 menit), dan sebentar (lama kunjungan rata-rata 0-1 menit).

Faktor-faktor penentu *setting* ruang yang memengaruhi *spending rate* di destinasi wisata Pantai Baron adalah (a) faktor tata ruang, (b) faktor amenitas, dan (c) faktor waktu.

## Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul. (2020). *Kabupaten Gunungkidul Dalam Angka 2020*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gunungkidul.

Barker, W. &. (1968). *Ecological psychology: concept and methods for studying the environment of human behavior*. Stanford, California: Stanford University Press.

Chelviani, K.M., Meitriana, M.A., & Haris, I.A. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi toko modern di Kecamatan Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undikhsa*, Vol. 9, 257-266. DOI: <https://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v9i2.20051>.

Farhani, A.H. (2008). *Potensi obyek wisata pantai di kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta*. Universitas Sebelas Maret.

Fitria, T.A. (2018). Pengaruh setting ruang terhadap perilaku pengguna dengan pendekatan behavioral mapping. *Jurnal Arsitektur dan Perencanaan*, Vol. 1, 183-206.

Gunawan, D.W. (2014). Rancang bangun aplikasi analisis kredit menggunakan metode skoring pada bintang jaya variasi audio. *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 3, No. 2, 97-103.

Haqie, F.N., Soedwihajono & Nurhad, K. (2019). Analisis penentuan lokasi parkir pada kawasan perdagangan singosaren Kota Surakarta berdasarkan preferensi pengunjung. *Jurnal Desa-Kota*, Vol. 1, No. 2, 96-107.

Johnson, R.B., & Christensen, L. (2014). *Education research: quantitative, kualitatif, and mixed approaches*. USA: SAGE Publication Inc.

Puspitasari, D., & Fatati, I. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan mall sebagai tempat berbelanja. *Jurnal Teknik Industri Universitas Diponegoro*, Vol. 4.

Siregar, H.H., & Kusuma, H.E. (2015). Tingkat kenyamanan taman

kota sebagai ruang interaksi masyarakat perkotaan.

*Prosiding Temu Ilmiah IPLBI.*

- Sugiono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Suyono, B., & Prianto, E. (2017). Kajian sensasi kenyamanan termal dan konsumsi energi di Taman Srigunting Kota Lama Semarang. *Jurnal MODUL, Vol. 17, 17-25.* DOI <https://doi.org/10.14710/mdl.18.1.2018.18-25>.
- Swamynathan, R.A. (2013). Mall mania: a study of factors influencing consumers preference towards shopping malls in Coimbatore City. *The IUP Journal of Marketing Management, Vol. 12, No. 4.*