

ANALISIS KELAYAKAN FISIK DAN PENGUNJUNG PANTAI WATULAWANG, GUNUNGKIDUL SEBAGAI DESTINASI WISATA PERKEMAHAN

Muhammad Zumar Rahafuna¹, Aneke Rahmawati²

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo Yogyakarta^{1,2}

¹zumarrhafuna@stipram.ac.id

²anekerahmawati@stipram.ac.id

Abstract: Gunung Kidul is one of the areas in the Special Region of Yogyakarta which has a wealth of potential natural tourism types, namely the beach cluster. This potential cannot yet be utilized optimally because destination development tends to be uniform and does not increase the length of tourist visits. The aim of this research is to assess the physical suitability and demographic data of Watulawang Beach, Gunungkidul to assess whether the beach is suitable for development as a camping destination. The method used is descriptive qualitative with primary data in the form of field observations that measure 10 variables of the physical suitability of the beach as a camping destination and interviews to determine tourist demographic data. The results of the research show that Watulawang Beach, Gunungkidul is not suitable as a camping destination because it is not suitable to meet 10 physical measurement variables and the type of tourists who visit tend to be mass tourists.

Keywords: Watulawang beach, physical suitability, visitor, destination, camping tourism

Article Information: Submission: 29 Juni 2024, Accepted: 29 Juni 2024, Published: 30 Juni 2024

DOI: 10.53691/jpi.v20i1.443



Copyright © 2024 by the author(s). This article is published by Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to

PENDAHULUAN

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu destinasi wisata di Indonesia yang memiliki keanekaragaman jenis destinasi yang lengkap, yaitu destinasi alam (wisata bahari, pegunungan/perbukitan, sungai, taman nasional, dll.), destinasi budaya (Kraton Yogyakarta, candi-candi, cagar budaya peninggalan Belanda, adat istiadat, kearifan lokal, dll.), dan destinasi buatan (pusat perbelanjaan, taman hiburan, konser, dll.) (Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, 2022). Dari hasil survei yang dilakukan ke wisatawan domestik, terdapat tiga aktivitas wisata terbanyak yang dilakukan saat mereka berwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu wisata kuliner (29%), wisata kota/pedesaan (12%), dan wisata bahari (10%), sisanya masing-masing dibawah 10 persen yaitu wisata petualangan, wisata sejarah atau religi, ekowisata, wisata kesenian, *event tourism*, wisata olah raga, wisata terintegrasi, dan wisata-wisata lainnya (Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta, 2022: 5).

Wisata Bahari yang menjadi salah satu kegiatan wisata favorit bagi wisatawan domestik yang berwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta tidak terlepas dari banyaknya destinasi wisata Bahari yang tersebar di kabupaten-kabupaten seperti Bantul, Kulonprogo, dan Gunung Kidul. (Berita Satu, 2023). Salah satu kabupaten yang memiliki pantai yang menjadi favorit wisatawan adalah Gunung Kidul seperti Kawasan Pantai Baron – Seruni, Pantai Glagah, Pantai Depok, Kawasan Pantai Gesing, Pantai Buron dan Pantai Kesirat (Airawati et al, 2023: 142).

Hal tersebut juga sejalan dengan perencanaan mengembangkan potensi pariwisata bahari yang terus dilakukan oleh berbagai pihak, khususnya Pemerintah Daerah Provinsi DIY dengan menetapkan arah kebijakan pengembangan destinasi pariwisata bahari yang tertuang dalam dokumen Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata DIY. Penambahan akses

serta fasilitas pariwisata juga terus diupayakan agar kenyamanan wisatawan dapat terjamin (Airawati et al, 2023: 142).

Pengembangan potensi wisata Bahari terus diupayakan karena jika pariwisata bahari dikelola dengan baik

akan memberikan efek positif terhadap perkembangan ekonomi regional di wilayah pesisir, sehingga secara tidak langsung memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat setempat (Zhang dan Xing, 2023). Kontribusi sektor ekonomi di Kawasan Pantai Selatan Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dilihat dari Kontribusi PDRB kecamatan terhadap provinsi. Kontribusi PDRB kecamatan terhadap provinsi rata-rata per kecamatan di Kawasan Pantai Selatan Daerah Istimewa Yogyakarta adalah 0,74%. Total kontribusi Kontribusi PDRB Kawasan Pantai Selatan Daerah Istimewa Yogyakarta terhadap provinsi adalah 24,33% dari PDRB DIY (Bappeda DIY dalam Airawati et al, 2023: 143). Pariwisata di wilayah pesisir atau dapat disebut dengan istilah pariwisata bahari merupakan tulang punggung aktivitas perekonomian masyarakat (Airawati et al, 2023: 143).

Salah satu tantangan dalam pengembangan wisata bahari adalah kecenderungan wisatawan untuk tidak menginap sehingga manfaat ekonomi yang dihasilkan menjadi lebih sedikit serta efek pengganda yang dihasilkan oleh kegiatan pariwisata menjadi lebih sedikit. Apabila *length of stay* wisatawan meningkat karena wisatawan menginap pada sebuah pantai maka wisatawan cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk berbagai kebutuhan, seperti makanan dan minuman, akomodasi, transportasi, dan aktivitas di destinasi wisata (Harian Jogja, 2023). Dampak lebih lanjut adalah meningkatnya pendapatan masyarakat, khususnya pelaku pariwisata. Meskipun pasar wisatawan untuk melakukan wisata perkemahan ada, tidak semua pantai yang berada di Gunung Kidul nyaman dan aman untuk dijadikan tempat berkemah serta tidak semua wisatawan rela menghabiskan lebih banyak uang dan memiliki banyak waktu untuk melakukan kegiatan tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian Koranti et al (2017) yang menunjukkan bahwa preferensi wisatawan

terhadap akomodasi dipengaruhi oleh tujuan wisata dan lama wisatawan melakukan kunjungannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan kondisi fisik dan kondisi demografis wisatawan di Pantai Watulawang, Gunungkidul untuk menjadi destinasi perkemahan.

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata bahari merupakan wisata yang dilakukan di kawasan pesisir, bawah air, dan bentang laut. Pengusaha pariwisata, pemerintah daerah dan atau lembaga yang ditunjuk berdasarkan aturan perundang-undangan untuk melakukan pengelolaan destinasi wisata bahari disebut sebagai pengelola wisata bahari (Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Definisi wisata bahari adalah perjalanan wisata minat khusus yang bertujuan melakukan aktifitas di wilayah ekosistem pantai dan laut. Pariwisata bahari merupakan kawasan wisata dengan sumber obyek dan daya tarik wisatanya pada *sea scape* dan *coastal sea scape*. Konsep wisata pesisir dan bahari didasarkan pada saujana, keunikan alam, karakteristik ekosistem, kekhasan seni budaya dan karakteristik masyarakat (Fandeli, 2002).

Berkemah adalah bentuk akomodasi dan rekreasi luar ruangan yang dapat memberikan sedikit kesempatan untuk melarikan diri, memulihkan diri, dan bersosialisasi dengan keluarga, teman, dan sesama orang yang sedang berkemah (Brooker dan Joppe: 2014). Wisata berkemah dapat diartikan secara luas sebagai suatu bentuk wisata minat khusus berbasis alam. Hal ini pada dasarnya ditentukan oleh sifat fasilitas akomodasi yang fleksibel, bersifat sementara dan bergerak (misalnya tenda, kendaraan rekreasi, rumah mobil, dll.) dan oleh hubungannya yang tidak terpisahkan dengan lingkungan alam (Blichfeldt dan Mikkelsen, 2015, Lucivero, 2012, Nolan dan Broxon, 2000 dalam Mikulić et al, 2017).

Dalam beberapa tahun terakhir wisata berkemah diakui sebagai segmen yang sedang berkembang dalam industri pariwisata yang lebih luas (O'Neill et al, dalam Mikulić et al, 2017) yang saat ini berkembang dari sebuah akomodasi sementara yang tidak mahal di lingkungan pedesaan menjadi sebuah ceruk (*niche*) yang

sangat terfragmentasi pada sektor pariwisata (Brooker & Joppe, 2014). Tren wisata perkemahan yang dikelola masyarakat mulai beralih dari perkemahan di pedesaan yang hanya menyediakan lokasi tenda dan tempat api unggun ke fasilitas yang lebih maju yang menawarkan berbagai fasilitas tambahan untuk meningkatkan pengalaman berkemah wisatawan terkait dengan kekayaan alam dan interaksi sosial antar individu (Garst et al dalam Mikulić et al, 2017). Meskipun gaya dan pilihan berkemah berubah secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir, berkemah di pesisir pantai menjadi lebih dipertimbangkan untuk dipilih karena dianggap menawarkan pengalaman yang lebih berkesan (Collins & Kearns dalam Mikulić et al, 2017).

Dampak ekonomi dari wisata berkemah terus meningkat selama beberapa tahun terakhir, mengingat fakta bahwa berkemah sedang bertransformasi dari sebuah kegiatan khusus menjadi sebuah kegiatan yang lebih bisa dilakukan oleh semua kalangan. Meskipun wisata berkemah tidak diragukan lagi merupakan bagian penting dari industri pariwisata secara keseluruhan, perhatian para peneliti pariwisata dan perhotelan terhadap isu ini secara umum masih rendah. Belum ada penelitian yang berupaya memahami proses pemilihan lokasi perkemahan dan pembentukan pengalaman berkemah, yang akan menjadi wawasan berharga bagi pengelolaan fasilitas tersebut (Mikulić et al, 2017).

Terkait dengan penelitian tentang loyalitas dalam wisata berkemah, Hardy et al dalam Mikulić et al (2017) meneliti mengenai apakah karakteristik demografi wisatawan perkemahan dan kepuasan terhadap lokasi perkemahan berhubungan dengan loyalitas wisatawan perkemahan. Temuan penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kepuasan mengarah pada loyalitas berkemah, sedangkan variabel demografi tidak ditemukan berhubungan dengan loyalitas lokasi perkemahan. Selain itu, dalam studi mereka mengenai penolakan konsumen terhadap perubahan, Walsh dan Lipinski dalam Mikulić et al, (2017) menyatakan bahwa beberapa perubahan tidak diterima oleh konsumen dalam konteks wisata berkemah, karena penolakan terhadap perubahan meningkat di kalangan pelanggan yang lebih berkomitmen dan loyal.

Seiring dengan berkembangnya wisata berkemah, operator perkemahan menghadapi persaingan yang semakin ketat yang disebabkan oleh meningkatnya ekspektasi wisatawan akan pengalaman yang dipersonalisasi dan nyaman (Ram dan Hall dalam Guo et al, 2024). Diakui secara luas bahwa atribut lokasi perkemahan merupakan penentu penting daya tarik bumi perkemahan (Lee, 2020; Mikulić dkk., 2017; Severt & Fjelstul, 2015 dalam Guo et al, 2024). Namun, para ahli belum mencapai kesepakatan mengenai atribut tempat perkemahan. Misalnya, O'Neill, Riscinto-Kozub, dan Van Hyfte dalam Guo et al, (2024) mengidentifikasi empat atribut utama tempat perkemahan (yaitu aspek pengalaman berkemah yang berorientasi pada konsumen, hal yang bisa dilihat, proses pemberian layanan, dan ketersediaan kamar kecil). Dalam studi kasus operator perkemahan Kroasia, Mikulić et al dalam Guo et al, (2024) melaporkan 19 atribut lokasi perkemahan yang diperoleh dari analisis determinasi relevansi. Lee dalam Guo et al, (2024) selanjutnya membagi atribut lokasi perkemahan ke dalam kategori seperti daya tarik wisata, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan.

Maunakea (2019) merumuskan beberapa kriteria fisik yang dapat dipakai untuk menilai apakah sebuah lokasi dapat dikatakan layak menjadi sebuah tempat berkemah, kriteria tersebut antara lain adalah: a. *Ground level*, b. *Drainage*, c. *Door orientation*, d. *Sunshade*, e. *High traffic areas proximity*, f. *Dangerous spot*, g. *Sharp objects*, h. *Proximity from highest tide level*, dan i. *Auxillary*. Memilih tempat perkemahan yang baik dapat memaksimalkan tingkat kepuasan wisatawan. Tenda yang kebanjiran, pohon tumbang, dan kebisingan dapat mengurangi pengalaman dalam berkemah, namun dapat dihindari dengan beberapa persiapan dan perencanaan seperti yang sudah disebutkan pada paragraf sebelumnya. Data demografis wisatawan dapat dicari dengan berdasar pada hal berupa: a. jenis kelamin, b. umur, c. sal tempat tinggal, d. status perkawinan e. tingkat pendidikan, dan f. pekerjaan, sedangkan data psikografis dapat dicari dengan mencari data terkait dengan: a. ketertarikan dengan aktraksi wisata bahari, b. pengeluaran wisatawan selama berwisata,

c. pengalaman yang dicari, d. aktivitas yang dilakukan, e. alasan berwisata, f. bentuk perjalanan (rombongan atau mandiri), g. lama kunjungan, h. moda transportasi yang digunakan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif dengan pengambilan data lapangan di Pantai Watulawang, Gunungkidul dan wawancara kepada wisatawan yang datang ke obyek wisata tersebut. Pemilihan sampel wisatawan dilakukan dengan menggunakan teknik menggunakan teknik *random sampling* yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel apabila dipandang responden tersebut cocok sebagai sumber data. Responden pada penelitian ini berjumlah 140 wisatawan. Penulisan berupa uraian yang merinci dari serangkaian data yang didapatkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengambilan data lapangan untuk penelitian ini dilakukan pada tanggal 9 Mei 2024 yang bertepatan pada hari libur nasional Kenaikan Isa Almasih. Seluruh area pantai menjadi objek pengambilan sampel data sehingga diharapkan data yang disampaikan dapat representatif. sampel pengukuran adalah area pantai yang berpasir.

Data Demografis Wisatawan Pantai Watulawang

Analisis demografis bertujuan untuk mengetahui karakteristik wisatawan berdasarkan a. jenis kelamin, b. umur, c. asal tempat tinggal, d. status perkawinan e. tingkat pendidikan, dan f. pekerjaan.

Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa sebanyak 53% wisatawan yang berkunjung ke Pantai Watulawang adalah berjenis kelamin perempuan, dan 47% berjenis kelamin laki-laki. Dari data tersebut terdapat perbedaan jumlah kunjungan yang tidak terlalu signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah kunjungan wisawan perempuan dan laki-laki cenderung merata.

Umur

Wisatawan yang datang ke Pantai Watulawang didominasi oleh usia kurang dari 25 tahun sebesar 42%, lalu usia 25 hingga 34 tahun sebesar 25%, disusul usia 35 hingga 44 tahun sebesar 13%, usia diatas 55 tahun sebesar 12% dan usia 45 hingga 54 tahun sebesar 8%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa wisatawan didominasi oleh usia remaja dan dewasa. Sehingga target market wisatawan untuk berkemah di Pantai Watulawang sudah tepat.

Asal Tempat Tinggal

Wisatawan yang datang ke pantai Watulawang didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Provinsi Jawa Tengah, yaitu sebesar 45%. Kemudian wisatawan yang berasal dari DIY juga cukup mendominasi yaitu sebesar 35%, selanjutnya berasal dari Jawa Barat sebesar 12% dan yang terakhir berasal dari Jawa Timur sebesar 8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pantai Watulawang dapat menarik wisatawan dari berbagai asal daerah.

Status Perkawinan

Wisawatan Pantai Watulawang sebagian besar dikunjungi oleh wisatawan yang belum menikah. Hal ini terbukti bahwa data yang didapatkan sebanyak 62% wisatawan berstatus belum menikah, dan sisanya sebanyak 38% sudah menikah atau berkeluarga. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan yang datang ke Pantai Watulawang belum menikah sehingga lebih mudah dan fleksibel dalam melakukan wisata berkemah.

Pendidikan

Tingkat pendidikan terakhir mayoritas wisatawan yang datang ke Pantai Watulawang adalah Sekolah Menengah Atas atau SMA sederajat sebesar 50%, lalu Strata 1 atau S1 sebesar 32%, selanjutnya Sekolah Menengah Pertama atau SMP Sederajat sebesar 6% dan terakhir Strata 2 atau S2 sebesar 5%.

Pekerjaan

Pekerjaan mayoritas wisatawan yang datang ke Pantai Sadranan adalah mahasiswa sebanyak 37%. Kemudian sebesar 22% adalah PNS/ASN, karyawan swasta sebesar 20%, Ibu rumah tagga sebesar 11% dan pelajar sebesar 10%.

Analisis Psikografis Wisatawan Pantai Watulawang

Analisis psikografis bertujuan untuk mengetahui ketertarikan wisatawan berdasarkan, a. ketertarikan dengan aktraksi wisata bahari, b. pengeluaran wisatawan selama berwisata, c. pengalaman yang dicari, d. aktivitas yang dilakukan, e. alasan berwisata, f. bentuk perjalanan (rombongan atau mandiri), g. lama kunjungan, h. moda transportasi yang digunakan

Ketertarikan Dengan Aktraksi Wisata Bahari Pantai Watulawang menawarkan daya tarik wisata alam yang mempesona. Dengan adanya batu karang, pasir putih dan laut yang berwarna biru mejadi daya tarik utama Pantai Watulawang. Sehingga banyak wisatawan yang tertarik untuk datang ke Pantai Watulawang, hal ini seseuai dengan hasil penelitian, yang menyatakan bahwa sebanyak 51% wisatawan sangat tertarik dengan daya tarik wisata di Pantai Watulawang, 30% wisatawan merasa teratak dan 19% netral.

Pengeluaran Wisatawan Selama Berwisata
Pengeluaran wisatawan merupakan jumlah uang yang dikeluarkan oleh wisatawan dimulai dari meninggalkan rumah hingga tiba dan meninggalkan tempat wisata. Hal ini bertujuan untuk mengukur tingkat pengeluaran wisatawan selama melakukan perjalanan wisata. Rata-rata pengeluaran wisatawan di Pantai Watulawang adalah sebesar Rp. 250.000,-. Mayoritas wisatawan mengeluarkan uang sebesar Rp. 100.000,- hingga Rp. 199.000,- sebanyak 40%, lalu sebanyak 30% mengeluarkan uang sebesar Rp. 200.000,- hingga Rp. 299.000. Sebanyak 17% wisatawan mengeluarkan uang sebesar Rp. 300.000,- hingga Rp. 399.000,-. Selanjutnya pengeluaran wisatawan kurang dari Rp. 100.000,- sebanyak 13%. Terakhir sebanyak 8% wisatawan mengeluarkan uang lebih dari 400.000,-

Pengalaman Yang Dicari

Pengalaman wisatawan saat melakukan wisata bahari dengan wisata lainnya tentu berbeda. Ketika wisatawan melakukan wisata bahari, maka pengalaman yang di cari adalah untuk refreshing dengan menikmati ombak dan air laut. Berdasarkan hasil

penelitian diketahui bahwa mayoritas pengalaman wisata yang dicari wisatawan di Pantai Watulawang adalah refreshing. Refreshing mendapatkan posisi pertama dan memperoleh prosentase sebesar 40%. Selanjutnya sebesar 33% wisatawan mencari ketenangan, 17% mencari pengalaman baru di Pantai Watulawang, dan 10% mencari suasana baru.

Aktivitas Yang Dilakukan

Aktivitas wisata adalah aktivitas yang dilakukan wisatawan di area Pantai Watulawang. Aktivitas- aktivitas tersebut di antara lain, bermain air dan pasir, bersantai sambil menikmati pemandangan, wisata kuliner, dan berfoto untuk media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bermain air dan pasir menjadi pilihan tertinggi wisatawan di Pantai Watulawang. Bermain air dan pasir mendapatkan prosentase sebesar 31%, lalu bersantai dan menikmati pemandangan sebesar 26%, berfoto- foto sebesar 16%, dan terakhir berwisata kuliner sebesar 20%.

Alasan Berwisata

Alasan berwisata berhubungan dengan motivasi wisata. Pada penelitian ini, alasan berwisata paling banyak dipilih wisatawan adalah untuk healing atau memulihkan diri untuk melakukan rutinitas sehari-hari. Healing menempati posisi pertama dengan prosentase sebesar 47%. Selanjutnya, liburan bersama kerabat atau keluarga menempati posisi kedua alasan wisatawan berwisata di Pantai Watulawang, dan mendapatkan prosentase sebesar 33%. Terakhir adalah karena pengaruh media sosial yang menampilkan daya tarik Pantai Watulawang. Pengaruh media sosial mendapatkan prosentase sebesar 20%.

Bentuk Perjalanan

Bentuk perjalanan merupakan cara yang dilakukan wisatawan untuk menuju Pantai Watulawang, apakah wisatawan melakukan perjalanan wisata sendiri / mandiri atau bersama rombongan. Sebanyak 72% wisatawan bersama rombongan, baik keluarga, teman, sahabat atau kerabat untuk berwisata di Pantai Watulawang. Sedangkan sebanyak 28% sisanya, wisatawan melakukan perjalanan sendiri atau mandiri.

Lama Kunjungan

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas lama kunjungan wisatawan berada di Pantai Watulawang adalah kurang dari 3 jam dan mendapatkan prosentase sebesar 75%. Sedangkan 25% sisanya menghabiskan waktu Pantai Watulawang selama lebih dari 3 jam.

Moda Transportasi Yang Digunakan

Moda transportasi adalah media atau sarana yang digunakan Wisatawan untuk menuju Pantai Watulawang, seperti : mobil, sepeda motor, atau kendaraan wisata (bus ataupun mini bus). Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas wisatawan menggunakan mobil sebesar 48%. Wisatawan yang menggunakan sepeda motor sebesar 38%, dan wisatawan yang menggunakan kendaraan wisata sebesar 14%.

Analisis Fisik Pantai Watulawang Sebagai Destinasi Wisata Perkemahan

Ground Level

Kemiringan dari sebuah lokasi perkemahan haruslah ideal (semakin mendekati nol derajat semakin baik) karena akan menentukan kenyamanan dan keamanan dari *camper*. Berikut adalah hasil pengukuran derajat kemiringan dari 20 titik sampel:

Tabel 1. Derajat Kemiringan Pantai

No. Sampel	Derajat
1	6
2	14
3	10
4	17
5	1
6	3
7	5
8	2
9	4
10	0
11	9
12	5
13	15
14	14
15	7
16	9
17	1
18	6
19	12
20	11

Rata-rata	7,55
-----------	------

Sumber: Hasil Observasi, 2024.

Secara umum pantai Watulawang memiliki derajat kemiringan yang tidak terlalu curam sehingga pantai tersebut layak jika ingin didirikan tenda. *Camper* juga dapat memilih lokasi dengan derajat kemiringan yang paling rendah.

Drainage

Sistem drainase merupakan hal yang krusial karena genangan air atau arus air dapat membuat tenda dan apa yang ada didalamnya rusak serta mengganggu pengalaman berkemah. Secara umum tidak ada sistem drainase khusus di pantai Watulawang karena memang tidak ada tempat atau zona khusus untuk lokasi didirikannya tenda sehingga sistem drainase tidak dibutuhkan. Berikut adalah hasil pengukuran uji permeabilitas sederhana dari 20 titik sampel dengan kriteria; menggenang (air tidak terserap), lambat (air terserap >5 detik), sedang (air terserap 3 – 5 detik), cepat (air terserap <3 detik):

Tabel 2. Uji Permeabilitas Sederhana

No. Sampel	Hasil
1	Cepat
2	Cepat
3	Cepat
4	Cepat
5	Cepat
6	Cepat
7	Cepat
8	Cepat
9	Cepat
10	Cepat
11	Cepat
12	Sedang
13	Cepat
14	Cepat
15	Cepat
16	Cepat
17	Cepat
18	Cepat
19	Cepat
20	Cepat

Sumber: Hasil Observasi, 2024.

Secara umum tingkat permeabilitas di pantai Watulawang cepat karena kondisi geografis pantai yang hampir semuanya adalah pasir.

Door Orientation

Orientasi pintu tenda menjadi variabel penting yang menentukan *camper* akan mendirikan tendanya di lokasi tertentu dan menghadap ke arah tertentu. Pertimbangan tersebut tentunya berdasarkan pada keindahan alam yang ditawarkan, semakin bagus keindahan alamnya maka akan semakin tinggi juga kemungkinan lokasi tersebut akan didirikan tenda. Pemandangan pantai pada umumnya menyajikan keindahan alam bahari yang khas seperti *sunset* dan *sunrise*, hal tersebut juga berlaku di pantai Watulawang. Orientasi pintu tenda untuk memaksimalkan pengalaman berkemah dipantai adalah dengan menghadap kearah laut dengan kecenderungan menghadap kearah barat atau timur, hal tersebut untuk dapat memaksimalkan pemandangan dari *sunset* atau *sunrise*. Tidak ada pemandangan yang khas dari pantai Watulawang yang menjadi ikon sehingga tidak ada orientasi pinti tenda yang khusus.

Sunshade

Meskipun pantai merupakan lokasi yang tidak dapat dipisahkan dari matahari, intensitas matahari yang terlalu tinggi akan mendatangkan efek buruk bagi kesehatan manusia dan ketidaknyamanan saat melakukan kegiatan perkemahan. Pantai Watulawang berkarakter terbuka dan tidak memiliki teduhan alami, sehingga dapat dipastikan bahwa tenda tidak akan mendapatkan perlindungan dari sinar matahari, mendirikan tenda didekat batuan karang untuk mendapatkan teduhan tidak direkomendasikan karena pemandangan yang akan tidak maksimal dan tingkat bahaya yang tinggi.

High traffic areas proximity

Tidak semua wisatawan yang datang ke sebuah pantai melakukan kegiatan berkemah, bahkan perbandingan antara wisatawan yang datang ke pantai untuk melakukan kegiatan berkemah dengan yang tidak relatif sangat tinggi. Berdasarkan hal tersebut perlu diketahui lokasi mana saja disebuah pantai yang menjadi arus lalu lalang baik itu manusia atau kendaraan sehingga lokasi tersebut tidak diberikan rekomendasi untuk didirikan tenda meskipun lokasi tersebut menawarkan pemandangan yang bagus dan memenuhi kriteria lain sebagai lokasi perkemahan yang

baik. Pantai Watulawang merupakan destinasi wisata massal yang desain tapaknya sangat mengakomodir jenis wisata tersebut. Berdasarkan hasil observasi lapangan hampir seluruh area pasir pantai menjadi lokasi lalu lalang manusia sehingga tidak dimungkinkan pendirian tenda. Lokasi ideal pendirian tenda disepanjang pantai sudah dibangun warung sehingga tidak ada pilihan lain untuk lokasi mendirikan tenda karena lokasi lain sudah tidak ideal untuk menjadi tempat pendirian tenda karena terlalu dekat dengan laut dan menjadi lokasi lalu lalang manusia.

Dangerous spot

Perlu ada usaha preventif untuk memastikan keselamatan wisatawan saat melakukan kunjungan wisatawan, salah satunya adalah menandai titik-titik berbahaya atau yang berpotensi mendatangkan bahaya. Pada konteks perkemahan, kecenderungan *camper* akan mendirikan tenda dekat dengan area yang bisa memberikan teduhan. Pada kasus di pantai Watulawang, area yang dekat dengan teduhan rata-rata memiliki profil keamanan yang rendah. Hal tersebut disebabkan karena tebing karang dapat sewaktu-waktu rongsor dan terdapat vegetasi yang dapat mengancam keselamatan jika vegetasi tersebut patah.

Figur 1. Dangerous Spot



Sumber: Dokumentasi peneliti, 2024.

Sharp Objects

Lokasi pendirian tenda harus dipastikan bersih dari benda-benda tajam yang berpotensi dapat merusak tenda dan melukai

orang yang ada didalamnya. Berdasarkan hasil observasi secara umum tidak ditemukan objek tajam/berbahaya. Hanya di beberapa titik saja yang memiliki objek berbahaya seperti pecahan kaca, terutama di dekat bekas pembakaran sampah.

Proximity from highest tide level

Titik pasang tertinggi perlu diketahui untuk menghindari tenda dari terendam air laut. Berdasarkan hasil observasi rata-rata jarak dari titik pasang tertinggi sampai ke batas muka air adalah 10,6 langkah. Sedangkan jarak dari titik pasang tertinggi sampai ke habis pasir adalah 22,3 langkah, namun tidak semua murni pasir saja tetapi kebanyakan sudah dibangun warung sehingga menyisakan rata-rata 10 langkah saja yang dapat didirikan tenda.

Auxillary

Fasilitas pendukung adalah salah satu komponen yang tidak dapat dipisahkan dari industri kepariwisataan karena hal tersebut menjadi hal yang membantu wisatawan untuk melakukan kegiatan pariwisatanya dan memaksimalkan pengalaman berwisata. Pantai Watulawang terdapat 31 warung yang buka mulai dari jam 8 pagi, namun tidak buka 24 jam yang menjual berbagai komoditas seperti makanan minuman dan souvenir. Terdapat 32 kamar mandi yang siap digunakan oleh wisatawan dengan tarif mulai dari dua ribu rupiah. Terdapat 6 area parkir yang bisa menampung kendaraan hingga mini bus dengan kapasitas (perkiraan) hingga 50 kendaraan roda 4 dan 200 kendaraan roda dua.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengunjung pantai Watulawang dapat dikategorikan sebagai wisatawan jenis massal dengan karakteristik psikografis *mid-centric*. Berdasarkan hal tersebut maka pasar (wisatawan) yang datang ke pantai Watulawang bukanlah wisatawan yang tertarik ke kegiatan berkemah, melainkan lebih kepada kegiatan berwisata bahari pada umumnya.

Secara fisik pantai Watulawang telah memfasilitasi kegiatan wisata massal sehingga tempat yang seharusnya ideal untuk pendirian tenda saat penelitian dilakukan justru dibangun warung semi

permanen dan tidak lagi menyisakan tempat yang ideal untuk dibangunnya tenda.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah pantai Watulawang sampai pada penelitian ini dilakukan tidak layak untuk menjadi destinasi wisata berkemah karena arah pengembangannya yang menuju kearah wisata massal serta kondisi fisik yang tidak memungkinkan wisata perkemahan berkembang di pantai tersebut.

Saran

Penelitian lebih lanjut terkait dengan kriteria pantai yang cocok dikembangkan menjadi destinasi perkemahan dapat dilakukan sehingga pemangku kepentingan pariwisata bisa mendapatkan referensi terkait dengan pengembangan destinasi perkemahan di pantai yang baik dan bisa memberikan pengalaman yang memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

Airawati, Maria Nooza; Fauzi, Ibnu; dan Putranto, Alan. (2023). Potensi Penerapan Ekonomi Biru Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan di Wilayah Pesisir Daerah Istimewa Yogyakarta. *Buletin Ilmiah Marina Sosial Ekonomi Perikanan dan Kelautan*, 8 (1), 133-142. <http://dx.doi.org/10.15578/marina.v9i2.12723>

Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. (2023). Ringkasan Eksekutif Materi Pimpinan: ISU TERKINI DIY 2022. Yogyakarta: Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta.

Berita Satu. 2023, Agustus 12. Rekomendasi 10 Wisata Pantai di Yogyakarta untuk Liburan Akhir Pekan. <https://www.beritasatu.com/lifestyle/1061647/rekomendasi-10-wisata-pantai-di-yogyakarta-untuk-liburan-akhir-pekan>

Brooker, Ed dan Joppe, Marion. (2014). A critical review of camping research and direction for future studies. *Journal of Vacation Marketing*, 20, 335-351

Fandeli, Chafid. (2002). Perencanaan Kepariwisata Alam (1st Edition).

Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM

Guo, Q; Yang, X; dan Xie, H. (2024). The impacts of mountain campsite attributes on tourists' satisfaction and behavioral intentions: The mediating role of experience quality. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 100873. <https://doi.org/10.1016/J.JDMM.2024.100873>

Harian Jogja, 2023, Mei 25. OPINI: Menyelesaikan Masalah Length of Stay Wisatawan DIY. <https://opini.harianjogja.com/read/2023/05/25/543/1136317/opini-menyelesaikan-masalah-length-of-stay-wisatawan-diy>

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). Peraturan Menteri Nomor 5 Tahun 2020 tentang Pedoman Pengelolaan Sampah Plastik. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Koranti, Komsii.,Sriyanto., & Lestiyono, Sidik. (2017). Analisis Preferensi Wisatawan Terhadap Sarana Di Wisata Taman Wisata Kopeng. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. 22(3), 242-254

Maunakea, Malia. 2019, Juli. Beginner's Guide: How to Select a Good Campsite. https://huckadventures.com/how_to_select_a_good_campsite/

Mikulić, J., Prebežac, D., Šerić, M., & Krešić, D. (2017). Campsite choice and the camping tourism experience: Investigating decisive campsite attributes using relevance-determinance analysis. *Tourism Management*, 59, 226–233. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2016.07.020>

Zhang, G., & Xing, L. (2023). Research on tourism economic effect under the threshold of new-type urbanization in coastal cities of China: From the perspective of development economics. *Ocean & Coastal Management*, 239.

<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2023.106587>.