

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahun 2002, *The United Nation of World Tourism Organisation* atau UNWTO telah mengidentifikasi faktor penentu yang dapat mempengaruhi perkembangan pariwisata hingga tahun 2020. Salah satu faktor tersebut adalah *living and working environment*. Hal ini kemudian dibuktikan oleh tren pariwisata yang dipaparkan oleh Kemenpar pada tahun 2018 melalui rapat koordinasi nasional yang diselenggarakan di Bali Nusa Dua *Convention Centre* pada tanggal 22-23 Maret.

Dalam rapat koordinasi tersebut, menteri pariwisata Arief Yahya memberi suatu usulan strategi untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, strategi tersebut berupa gaya perjalanan baru dengan nomenklatur *Nomadic Tourism*. *Nomadic Tourism* menurut Kementerian Pariwisata (2018) adalah setiap kegiatan, bisnis yang menghubungkan gaya hidup nomaden (berpindah-pindah), menikmati produk destinasi pariwisata, mendapatkan layanan dan pengalaman berwisata. Melalui definisi tersebut, maka dapat dipahami bahwa munculnya *Nomadic Tourism* mengisi celah antara strategi meningkatkan wisatawan dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi yang memungkinkan bagi setiap orang untuk hidup dan bekerja di manapun selama tersambung dengan koneksi internet.

Orang yang memproses kegiatan profesional dengan gaya hidup bermigrasi

dengan mobilitas yang tinggi didefinisikan sebagai *Digital Nomad* (Purgat, 2018), di mana dalam terminologi *Nomadic Tourism*, *Digital Nomad* juga merupakan salah satu tipe dari *Nomadic Tourist*. Sehingga kehadiran *digital nomad* tidak hanya relevan dalam berkembangnya *living and working environment*, namun juga relevan dalam tren pariwisata.

Kehadiran para *Digital Nomad* ini perlu untuk disoroti, hal ini didasari oleh data yang dilampirkan dalam Pemaparan Kementerian Pariwisata mengenai *Nomadic Tourism* (2018) terdapat lima juta wisatawan dalam kategori *digital nomad* yang tertarik dengan Indonesia sebagai pilihan dari destinasi pariwisata mereka. Selain itu data statistik yang diperoleh *Gap Year Escape* menyatakan bahwa Indonesia, khususnya Bali, menjadi destinasi pariwisata nomor satu pilihan para *Digital Nomad* (Madden, 2018).

Salah satu daerah di Bali yang menjadi destinasi pariwisata populer bagi para *digital nomad* menurut Koeswologito dalam (wiranatha, 2020, p. 3) di antara destinasi pariwisata lainnya di dunia adalah Canggu. Selain itu, Canggu mendapatkan predikat destinasi pariwisata pilihan utama yang paling diminati oleh *Digital Nomad* di dunia berdasarkan pada data yang dilampirkan dalam Pemaparan Kementerian Pariwisata mengenai *Nomadic Tourism* (2018).

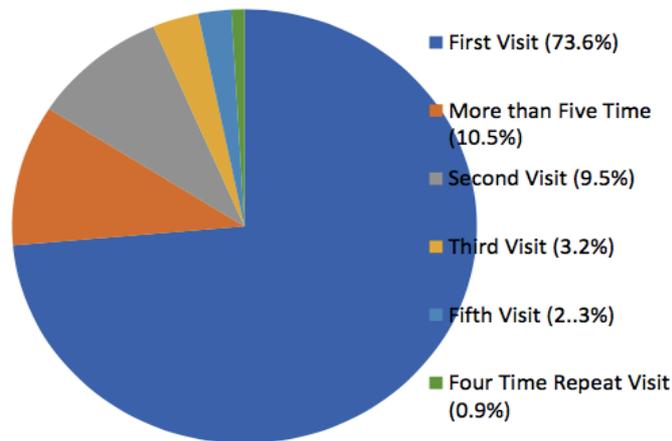
Canggu merupakan suatu desa yang secara administratif terletak di Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Canggu memiliki lingkungan dengan keberagaman yang berorientasi internasional disertai dengan internet yang memadai dan dilengkapi dengan fasilitas lingkungan kerja yang memenuhi kebutuhan untuk para *digital nomad*, hal ini ditandai dengan tersedianya beberapa *co-working* dan *co-living space* yang diperuntukan untuk memenuhi kebutuhan

konektivitas para pengunjung yang tetap melakukan pekerjaan dalam perjalanannya.

Selain memenuhi kebutuhan konektivitas bagi para *digital nomad*, kondisi alam Canggu yang dikelilingi oleh pantai dan persawahan merupakan lokasi yang ideal bagi para *digital nomad*. Hal ini disebabkan oleh salah satu karakteristik *digital nomad* yang cenderung untuk memiliki batas yang samar antara bekerja dan berlibur (Richards, 2015, p. 344). Hal ini ditunjukkan dalam penelitian sebelumnya mengenai *digital nomad* di Bali bahwa alasan para *digital nomad* untuk memilih Bali khususnya Canggu sebagai destinasi pariwisata mereka adalah popularitas mengenai daya tarik wisata sehingga mereka tetap berlibur walau sedang melakukan pekerjaan mereka (wiranatha, 2020, p. 13)

Pemaparan di atas menunjukkan bahwa Canggu tidak hanya menjadi destinasi pariwisata pilihan utama *digital nomad* (kemenpar, 2018), namun juga merupakan destinasi pariwisata yang memenuhi kebutuhan para *digital nomad* (wiranatha, 2020, p. 13). Walaupun demikian, *destination loyalty* di Canggu dari perspektif para *digital nomad* terindikasi rendah. Hal ini ditunjukkan oleh data frekuensi kunjungan *digital nomad* di Bali dalam penelitian (wiranatha, 2020, p. 12) yang dilakukan di Ubud dan Canggu.

GAMBAR 1. FREKUENSI KUNJUNGAN *DIGITAL NOMAD* DI BALI



Sumber:

(wiranatha, 2020, p. 12)

Dari data tersebut, dapat dipahami bahwa mayoritas *digital nomad* yang mengunjungi Ubud dan Canggu hanya mengunjungi Bali satu kali. Data mengenai frekuensi kunjungan *digital nomad* tersebut dapat menjadi indikasi rendahnya *destination loyalty* di Canggu dari perspektif *digital nomad*, hal ini dikarenakan frekuensi kunjungan secara berulang merupakan salah satu tolok ukur untuk loyalitas terhadap suatu destinasi pariwisata. (Opperman, 2000, p. 79)

Membangun loyalitas merupakan hal yang krusial bagi suatu destinasi pariwisata, karena hal tersebut dapat mengembangkan keunggulan kompetitif suatu destinasi pariwisata (Yoon & Uysal, 2005, p. 45) sehingga loyalitas wisatawan terhadap suatu destinasi pariwisata dapat dijadikan dasar untuk keberlanjutan suatu destinasi pariwisata. Maka dari itu, penting bagi suatu destinasi pariwisata untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas terhadap suatu destinasi pariwisata adalah pengalaman wisatawan atau *tourist experience*.

Hal tersebut didasari oleh beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pengalaman wisatawan merupakan indikator krusial bagi loyalitas destinasi (Alexandris, Kouthris, & Meligdis, 2006; Ruiz & Guillermo Bermúdez

González, 2018). Sebagaimana hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Kim, 2012), dari penelitian tersebut ditemukan bahwa pengalaman saat berwisata yang positif dapat menumbuhkan kepuasan dalam perjalannya, sehingga hal ini dapat menentukan keputusan selanjutnya untuk mengunjungi kembali suatu destinasi pariwisata atau merekomendasikan destinasi pariwisata tersebut ke orang lain.

Pemaparan-pemaparan tersebut menjadi dasar yang relevan untuk menangkap permasalahan yang terjadi di Canggu dari perspektif *digital nomad*. Hal ini diarenakan walaupun sebuah destinasi pariwisata berhasil menarik pengunjung, jika para wisatawan gagal dalam mendapatkan pengalaman yang menyenangkan, maka wisatawan cenderung tidak akan kembali ke suatu destinasi pariwisata atau merekomendasikan destinasi pariwisata tersebut ke orang lain. (Kim, 2012). Sebagaimana Canggu telah menjadi tujuan utama dan menarik para *digital nomad* untuk datang, namun jumlah *digital nomad* yang berkunjung kembali masih terhitung rendah.

Berdasarkan pemaparan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perlu diketahui bagaimana pengalaman digital nomad di Canggu serta pengaruhnya terhadap loyalitas mereka. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “**Pengaruh Pengalaman Wisatawan *Digital Nomad* terhadap Loyalitas Destinasi di Canggu, Kabupaten Badung, Bali**”

B. Rumusan Masalah

Didasari oleh pemaparan mengenai hal yang melatarbelakangi penelitian ini, maka pertanyaan dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengalaman wisatawan *digital nomad* di Canggu?
2. Bagaimana loyalitas destinasi *digital nomad* di Canggu?

3. Bagaimana pengaruh pengalaman wisatawan *digital nomad* terhadap loyalitas destinasi di Canggu?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dalam penelitian ini di antaranya:

1. Menampilkan pengalaman wisatawan *digital nomad* di Canggu
2. Menampilkan loyalitas destinasi *digital nomad* di Canggu
3. Menampilkan pengaruh pengalaman wisatawan *digital nomad* terhadap loyalitas destinasi di Canggu

D. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah tidak tersedianya data kunjungan yang spesifik mengenai Desa Canggu sebagai lokasi penelitian. Canggu merupakan destinasi pariwisata tujuan utama para *digital nomad* di dunia sehingga sudut pandang mereka perlu untuk dikaji secara khusus, hal namun hal ini mengarah pada keterbatasan lainnya yaitu masih terbatasnya literatur yang membahas mengenai *Digital Nomad*.

E. Manfaat Penelitian

Ada pun manfaat dari penelitian ini di antaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk memperkaya literatur yang tentang hubungan antara tren pariwisata dan pemasaran pariwisata. Selain itu, manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk menambah referensi mengenai *digital nomad* yang masih terbatas.

2. Manfaat Praktis

Bagi pengelola manfaat praktis dari penelitian ini adalah untuk dijadikan acuan dalam melakukan strategi pemasaran selanjutnya. Bagi peneliti manfaat dari penelitian ini adalah untuk memahami lebih lanjut mengenai tren pariwisata dan memahami hubungan antara pengalaman wisatawan dengan loyalitas destinasi.—Bagi masyarakat penelitian ini memiliki fungsi untuk mensiasati keadaan dengan hadirnya *digital nomad*, karena dalam penelitian ini akan terangkum pengalaman para *digital nomad*.