



Preferensi *Nomadic Tourists* Dalam Memilih Akomodasi di Bali

Ni Luh Emi Utami Putri^{1*}, Ida Bagus Putra Negarayana², Hanugerah Kristiono Liestiandre³

Program Studi Manajemen Kepariwisata, Jurusan Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali
Jalan Dharmawangsa, Kampial, Nusa Dua, Kabupaten Badung

^{1*}emiutamiputri@gmail.com, ²negarayana@yahoo.co.id, ³andre.hanoo@gmail.com

ABSTRACT

Bali is refocusing into a quality tourist destination to restore tourism after Covid-19 pandemic. *Nomadic Tourism* is one of the tourism potentials that can be developed. Digital Nomads are people who live in a nomadic way while working remotely using technology and the internet. The purpose of this research is to determine the preferences of *Nomadic Tourists* in choosing accommodation. This research uses seven attributes, including room, location, service & facilities, food & beverage, cleanliness, security, and value/price. This research uses a quantitative descriptive approach, using conjoint analysis. Collecting data using a questionnaire with a sample of 272 respondents, the sample in this research is divided into two categories, which are Asian Tourist and Western Tourist. The results of this research indicate that there are similarities between Asian Tourists and Western Tourists, which they consider value/price the most in choosing accommodation. The next attribute they consider is security, room, and then cleanliness. There is a difference between Asian and Western Tourists in considering the 5th and 6th attributes. Asian Tourists is more concerned with services & facilities and then location, while Western Tourists is more concerned with location and then services & facilities. The least considered attribute in accommodation selection is food & beverage.

Keywords:

Preference, *Nomadic Tourism*, *Digital Nomad*, Accommodation, Bali

INTRODUCTION

Bali melakukan *refocusing* menjadi destinasi turis berkualitas, upaya tersebut dilakukan untuk memulihkan pariwisata Bali dalam jangka panjang. *Nomadic Tourism* merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan. Dengan adanya perkembangan teknologi seperti saat ini, membuat seseorang dapat melakukan pekerjaan dari mana saja ditengah pandemi Covid-19. Dengan adanya kebiasaan tersebut, menjadikan tren *Digital Nomad* berkembang di kalangan wisatawan.

Digital Nomad merupakan gaya hidup baru dimana seseorang telah dibebaskan dari kendala waktu dan lokasi, berkat kemajuan perangkat cerdas dan jaringan komunikasi dengan kecepatan tinggi (Makimoto, 2013). *Digital Nomad*

adalah seorang pekerja jarak jauh, biasanya bekerja di bidang teknologi seperti web designer, programmer, atau online marketing (Thompson, 2018). *Digital Nomad* memilih lokasi mereka berdasarkan pertimbangan rekreasi, bukan pekerjaan (Müller, 2016).

Bali merupakan salah satu destinasi wisata yang sudah menerapkan *Nomadic Tourism*. Berdasarkan nomadlist.com terdapat beberapa destinasi wisata di Bali masuk ke dalam daftar destinasi pilihan bagi *nomadic tourist* diantaranya Canggu, Munggu, Ubud, Seminyak, Jimbaran, Uluwatu, Sanur, Denpasar, Amed, dan Kuta. Terdapat beberapa faktor yang menjadikan Bali sebagai destinasi populer di kalangan *Digital Nomad*, diantaranya seperti keindahan alam, biaya hidup yang lebih terjangkau, fasilitas yang lengkap, mudah mencari teman baru, terdapat banyak *co-working space*, serta masyarakat yang ramah.

Pada dasarnya letak perbedaan *Digital Nomad* dengan wisatawan lainnya yaitu terletak pada cara mereka melakukan pekerjaan, dan dapat ditemui di *co-working space* selain itu *Digital Nomad* melakukan kegiatan wisata seperti turis lainnya seperti mengunjungi atraksi wisata, menggunakan akomodasi pariwisata dan menggunakan transportasi (Mulyana, dkk ;2020). *Digital Nomad* merupakan wisatawan yang mempunyai waktu tinggal dengan jangka waktu menengah sampai dengan jangka panjang (Prabawati, 2020). Pada kondisi saat ini, model wisata nomad (*Nomadic Tourism*) dapat dikatakan memberi warna baru dalam perkembangan pariwisata Bali. Perkembangan usaha jasa akomodasi perlu dikelola dengan antisipasi munculnya wisata nomad (Mahadewi, 2018).

Akomodasi merupakan sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan, seperti tempat menginap atau tempat tinggal sementara untuk seseorang yang bepergian, akomodasi dapat berupa suatu tempat di mana seseorang dapat beristirahat serta menikmati jasa pelayanan dan hiburan yang tersedia (Hindrawan & Ordiyasa, 2013). ketersediaan akomodasi memberikan preferensi bagi *nomadic tourist* dalam memilih sebuah akomodasi yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan mereka.

Ketersediaan akomodasi memberikan preferensi bagi *nomadic tourist* dalam memilih sebuah akomodasi yang sesuai dengan keinginan atau kebutuhan mereka. Preferensi konsumen bersifat subyektif, dimana preferensi konsumen satu dengan konsumen lainnya berbeda disebabkan oleh perbedaan kepentingan dan banyak faktor (Bafadhal, 2020). Preferensi konsumen merupakan kecenderungan untuk memilih kombinasi produk yang lebih disukainya sesuai keinginan, kepentingan, dan selera. Hal tersebut berhubungan dengan perilaku konsumen.

Preferensi konsumen merupakan salah satu tahapan dari perilaku konsumen, dimana preferensi konsumen adalah langkah awal menjelaskan alasan atau motif seseorang menyukai suatu jenis produk daripada jenis produk lainnya (Oppier, dkk ;2021). Perilaku Konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Sunnyoto, 2012:251).

Maka dari itu, dengan mengetahui preferensi dari para *nomadic tourist* pemerintah atau pengusaha akomodasi dapat menyediakan akomodasi yang

sesuai dengan tuntutan serta keinginan mereka, karena waktu tinggal mereka yang terbilang cukup lama sehingga dapat berdampak baik bagi perekonomian Bali, serta dapat menjadikan Bali sebagai salah satu destinasi pilihan bagi *nomadic tourist*.

LITERATURE REVIEW

Perilaku

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut (Sunyoto, 2012:251). Cooper, et al (2008:43) menyatakan bahwa pengaruh pada perilaku konsumen dapat diringkas sebagai sikap, persepsi, citra, peran, motivasi, dan faktor penentu. Sejumlah peneliti telah berusaha untuk mengumpulkan pengaruh ini dan menyusunnya dalam bentuk model pengambilan keputusan konsumen.

Keputusan Pembelian

Menurut Sunyoto (2012:278) penjual perlu menyusun Struktur keputusan pembelian secara keseluruhan untuk membantu konsumen dalam pengambilan keputusan tentang pembeliannya. Setiap keputusan pembeli mempunyai suatu struktur sebanyak tujuh. Komponen-komponen tersebut meliputi keputusan tentang jenis produk, keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang penjualan, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang waktu pembelian, keputusan tentang cara pembayaran.

Preferensi

Pengertian Preferensi

Preferensi konsumen merupakan kecenderungan untuk memilih kombinasi produk yang lebih disukainya sesuai keinginan, kepentingan, dan selernya. Dalam hal ini, konsumen diasumsikan mampu membedakan setiap produk yang dihadapinya, serta mampu membuat daftar urutan preferensinya atas seluruh produk tersebut. Preferensi konsumen bersifat subjektif, dimana preferensi konsumen satu dengan konsumen lainnya berbeda disebabkan oleh perbedaan kepentingan dan banyak faktor (Bafadhal, 2020). Preferensi adalah salah satu perilaku konsumen yang menjadi tolak ukur dalam mengambil keputusan dalam menentukan pilihan. Preferensi memiliki empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologi, dan faktor pribadi (Setiadi, 2013).

Akomodasi

Jenis Sarana Akomodasi

Akomodasi secara umum dapat dibedakan menjadi 3 jenis yaitu:

- 1) Akomodasi komersil yang meliputi *hotel, motel, Hostel (Youth Hostel), cottage, bungalow, inn, guest house, apartment house, lodgment (losmen), floating hotel, pension, mansion house, ryokan, marina boatel, holiday flatlets, lodging house, boarding house, condominium hotel.*
- 2) Akomodasi semi komersil meliputi graha wisata remaja, asrama mahasiswa/pelajar, pondok pesantren, rumah sakit, *homestay, rooming house, holiday camp, camping ground/camping site, wisma, penginapan.*

3) Akomodasi non komersil meliputi *Mess* (yang dimiliki instansi pemerintah/departemen), *guest house* (dilingkungan Istana, khusus bagi tamu negara), rumah panti asuhan, pemondokan, *villa* (yang dimiliki secara pribadi).

Faktor-Faktor Memilih Akomodasi

Pada suatu akomodasi, terdapat beberapa atribut yang biasa digunakan dalam memilih akomodasi. Menurut Saksana & Thio (2019) terdapat beberapa atribut yang dianggap penting dalam memilih sebuah hotel seperti kamar, reputasi, lokasi, harga layanan dan fasilitas, serta makanan dan minuman. Berdasarkan Anuar, et al (2017) terdapat empat atribut dalam memilih hotel yaitu kebersihan, keamanan, pelayanan, dan fasilitas. Berdasarkan Rhee & Yang (2014) terdapat beberapa atribut yang dinilai penting dalam sebuah hotel yaitu nilai, pelayanan, kamar, kualitas tidur, lokasi, dan kebersihan. Berdasarkan Nutsugbodo, et al. (2021) terdapat empat indikator yang dapat mempengaruhi pemilihan akomodasi seperti harga (*price*), lokasi (*location*), keselamatan dan keamanan fasilitas (*Safety/Security*) dan fasilitas dan layanan yang disediakan (*Facility/service*).

Nomadic Tourism

Pengertian Nomadic Tourism

Nomadic Tourism menurut UNWTO adalah segala kegiatan bisnis yang menghubungkan gaya hidup dan budaya berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain dengan produk, layanan dan pengalaman di bidang pariwisata. *Nomadic Tourism* gaya wisata baru dimana wisatawan dapat menetap dalam jangka waktu tertentu di tujuan wisata dengan fasilitas *portable* dan dapat dipindahkan (Asisten Deputi Manajemen Strategis-Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2019 dalam Josary dkk, 2019).

Digital Nomad

Berdasarkan kemenpar dalam Mahadewi (2018) *Flashpacker*, atau disebut juga sebagai '*digital nomad*' merupakan salah satu jenis wisatawan nomad (*nomadic tourist*) *digital nomad* yaitu wisatawan yang menetap sementara di suatu tempat, sembari melakukan pekerjaan darimana saja. *Digital Nomad* adalah seseorang yang menggunakan teknologi untuk bekerja dan hidup dengan cara berpindah-pindah (Jacobs & Gussekloo, 2016).

METHODS

Objek dari penelitian ini yaitu preferensi *nomadic tourist* terhadap akomodasi di Bali. Lokasi dari penelitian ini dilakukan di Bali. Jenis data menggunakan data kualitatif dan kuantitatif, sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu *Asian Tourist* dan *Western Tourist*. Penentuan jumlah sampel mengacu pada *Isaac* dan *Michael*. Dalam penelitian ini, jumlah populasi dari *nomadic tourist* tidak diketahui sehingga jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 272 sampel atau responden dengan taraf kesalahan atau margin of error sebesar 10%. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara singkat, serta dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan teknik analisis data konjoin. Analisis konjoin telah menjadi salah satu pengembangan konsep dan alat

pengujian yang paling populer. Dengan analisis konjoin, responden melihat penawaran hipotesis yang berbeda yang dibentuk dengan menggabungkan berbagai tingkat atribut dan memberi peringkat pada atribut tersebut (Kotler dan Keller, 2016:469). Dalam merumuskan masalah analisis konjoin, peneliti harus mengidentifikasi atribut dan tingkat atribut yang akan digunakan dalam membangun stimuli. Tingkat atribut menunjukkan nilai yang diasumsikan oleh atribut. Dari sudut pandang teoritis, atribut yang dipilih harus menonjol dalam mempengaruhi preferensi dan pilihan konsumen (Malhotra dan Birks, 2007:706).

RESULT AND DISCUSSION

Pada penelitian ini jumlah sampel pada *Nomadic Tourist* yaitu 272 responden, diantaranya yaitu 75 *Asian Tourist* dan 197 *Western Tourist*. Persentase jumlah responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan sebesar 67% dibandingkan laki-laki sebesar 33%. Pada rentang usia didominasi oleh 26-30 tahun dengan persentase sebesar 50%, sedangkan usia >31 tahun mendominasi kedua dengan persentase sebesar 44%. Tingkat pendidikan didominasi oleh sarjana/diploma dengan jumlah persentase sebesar 66%, tingkat pendidikan kedua yang mendominasi yaitu magister sebesar 27%. Jenis pekerjaan didominasi oleh pengusaha sebesar 42% sedangkan *freelancer* merupakan jenis pekerjaan kedua yang mendominasi dengan persentase sebesar 13%. Frekuensi perjalanan yang mendominasi yaitu lebih dari 3 kali dengan jumlah persentase sebesar 70%, sedangkan frekuensi perjalanan kedua yang mendominasi yaitu 1-3 kali dengan jumlah 28%. Tujuan berkunjung didominasi oleh liburan dengan jumlah persentase sebesar 59% sedangkan tujuan berkunjung kedua yang mendominasi yaitu *Digital Nomad* dengan jumlah persentase sebesar 18%. *Nomadic Tourist* yang melakukan perjalanan sendiri/*solo traveler* mendominasi dengan jumlah persentase sebesar 53%, sedangkan *Digital Nomad* yang melakukan perjalanan bersama keluarga maupun pasangan mendominasi kedua dengan persentase masing-masing 19%. Sumber informasi mengenai Bali didominasi oleh berbagai media (seperti media sosial, website, teman) dengan jumlah persentase 38%, sedangkan sumber informasi kedua yang mendominasi adalah media sosial dengan jumlah persentase sebesar 30%. Jangka waktu tinggal didominasi oleh 2-3 minggu dengan jumlah persentase sebesar 31%, jangka waktu tinggal yang mendominasi kedua yaitu 1 bulan dengan jumlah persentase sebesar 21%. Jumlah kunjungan ke Bali 1-3 kali mendominasi dengan jumlah persentase sebesar 37%, sedangkan jumlah kunjungan 1 kali mendominasi kedua dengan jumlah persentase sebesar 36%. Destinasi favorit didominasi oleh Canggu dengan jumlah persentase sebesar 42%, sedangkan destinasi favorit yang mendominasi kedua yaitu Ubud dengan jumlah persentase sebesar 30%. Destinasi sebelum Bali yang dikunjungi yaitu didominasi oleh Singapore dengan persentase sebesar 12%, sedangkan Thailand mendominasi kedua dengan persentase sebesar 11%. Destinasi yang akan dikunjungi setelah Bali didominasi oleh Korea dengan persentase sebesar 10%, sedangkan Lombok mendominasi kedua dengan jumlah persentase sebesar 8%. Akomodasi yang digunakan Para *Nomadic Tourist* didominasi oleh *villa* dengan jumlah persentase sebesar 40%, sedangkan *homestay* mendominasi kedua dengan jumlah persentase sebesar 25%.

1. Uji Signifikansi dan Predictive Accuracy

Pada tabel korelasi menyajikan nilai korelasi Pearson's R dan Kendall's tau. Nilai korelasi tersebut dapat digunakan untuk mengukur ketepatan prediksi (predictive accuracy). Berikut merupakan hasil analisis nilai korelasi atribut menggunakan SPSS.

Tabel 1: Nilai Korelasi Atribut

	<i>Asian Tourists</i>		<i>Western Tourist</i>	
	Value	Sig.	Value	Sig.
Pearson's R	0,953	0,000	0,907	0,000
Kendall's tau	0,929	0,000	0,848	0,001

[Sumber: hasil olah data SPSS, 2022]

Berdasarkan pada tabel 1 Nilai korelasi Pearson's R dan Kendall's tau masing-masing cukup tinggi yaitu 0,935 dan 0,929 untuk *Asian Tourists* serta 0,907 dan 0,848 untuk *Western Tourist*. Apabila nilai signifikansi Pearson's R dan Kendall's tau $<0,05$, maka memiliki hubungan signifikan yang kuat. Jika nilai Pearson's R dan Kendall's tau $>0,5$ maka korelasi memiliki predictive accuracy kuat dan valid. Maka dapat disimpulkan bahwa pendapat dari 272 responden dapat diterima untuk menggambarkan preferensi wisatawan dalam memilih akomodasi di Bali.

2. Analisis Tingkat Kepentingan Atribut

Pada analisis tingkat kepentingan atribut, dapat dilihat atribut mana yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan dari tujuh atribut yaitu kamar, lokasi, layanan & fasilitas, makanan & minuman, kebersihan, keamanan, serta nilai/harga. Berdasarkan pada tabel 2 terlihat bahwa atribut yang paling dipertimbangkan oleh *Asian Tourist* dalam memilih akomodasi di Bali yaitu atribut nilai/harga dengan nilai 30,451, atribut selanjutnya yaitu keamanan dengan nilai 15,302. Atribut ketiga yang dipertimbangkan yaitu kamar dengan nilai 14,732, selanjutnya atribut keempat yaitu kebersihan dengan nilai 10,362. Atribut kelima yang dipertimbangkan yaitu layanan & fasilitas dengan nilai sebesar 10,244, lalu atribut keenam yaitu lokasi dengan nilai 9,831, serta atribut terakhir yaitu makan & minuman dengan nilai 9,078.

Tingkat kepentingan atribut yang paling dipertimbangkan oleh *Western Tourist* yaitu atribut nilai/harga dengan nilai 29,867, atribut selanjutnya yaitu keamanan dengan nilai 16,183. Atribut ketiga yang dipertimbangkan yaitu kamar dengan nilai 13,388, selanjutnya atribut keempat yaitu kebersihan dengan nilai 10,599. Atribut kelima yang dipertimbangkan yaitu lokasi dengan nilai sebesar 10,564, lalu atribut keenam yaitu layanan & fasilitas dengan nilai 10,415, serta atribut terakhir yaitu makan & minuman dengan nilai 8,984. Berikut merupakan hasil analisis tingkat kepentingan atribut menggunakan SPSS.

Berdasarkan pada tabel 2, atribut nilai/harga merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh *Asian Tourist* dan *Western Tourists*. Berdasarkan Nutsugbodo, et al. (2021) harga hotel (kamar) adalah salah satu faktor terpenting yang dipertimbangkan tamu sebelum memilih fasilitas. Harga dari suatu akomodasi bisa mahal atau terjangkau, dan setiap konsumen memiliki

motif yang berbeda-beda dalam memilih suatu harga. Dalam situs nomadlist, biaya terjangkau merupakan salah satu pertimbangan bagi *Digital Nomad* dalam menentukan destinasi yang akan dituju, biaya tersebut juga termasuk biaya akomodasi.

Makanan & minuman merupakan atribut yang sama-sama kurang dipertimbangkan oleh *Asian Tourists* dan *Western Tourists*. Hal tersebut dapat dijelaskan karena seorang *Nomadic Tourists* atau *Digital Nomad* merupakan seseorang yang melakukan pekerjaan dari jarak jauh sehingga mereka biasa menghabiskan waktu di tempat-tempat yang nyaman serta tempat-tempat yang dapat mempertemukan mereka dengan sesama *Digital Nomad* untuk membangun sebuah relasi yang baru seperti co-working space maupun café yang menyediakan tempat yang nyaman untuk bekerja. Sehingga mereka akan cenderung lebih sering membeli makanan di luar akomodasi.

Tabel 2: Tingkat Kepentingan Atribut

<i>Asian Tourists</i>		<i>Western Tourists</i>	
Nilai/Harga	30,451	Nilai/Harga	29,867
Keamanan	15,302	Keamanan	16,183
Kamar	14,732	Kamar	13,388
Kebersihan	10,362	Kebersihan	10,599
Layanan & Fasilitas	10,244	Lokasi	10,564
Lokasi	9,831	Layanan & Fasilitas	10,415
Makanan & Minuman	9,078	Makanan & Minuman	8,984

[Sumber: hasil olah data SPSS, 2022]

3. Analisis Utilitas Level Tiap Atribut

Analisis utilitas menunjukkan nilai dari setiap atribut yang diberikan oleh wisatawan. Pada nilai utilitas dapat dilihat preferensi responden secara keseluruhan terhadap suatu level dari masing-masing atribut. Pada penelitian ini, responden melakukan penyusunan peringkat dari yang paling disukai (8) hingga paling tidak disukai (1). Semakin besar nilai utilitas menunjukkan bahwa semakin besar preferensi wisatawan terhadap suatu atribut.

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa *Asian Tourists* lebih menyukai kombinasi level atribut yaitu akomodasi yang memiliki harga terjangkau (0,938), berada di tempat strategis (0,095), serta memiliki keamanan kawasan sekitar akomodasi (0,075). *Asian Tourists* lebih tertarik dengan kamar yang bersih dan nyaman (0,352), memiliki fasilitas lengkap (0,038), dibersihkan setiap hari (0,025), serta memiliki harga makanan terjangkau (0,938).

Western Tourists lebih menyukai kombinasi level atribut yaitu akomodasi yang memiliki harga terjangkau (0,876), berada di tempat strategis (0,114), serta memiliki keamanan akomodasi (0,036). *Western Tourists* lebih tertarik dengan kamar yang bersih dan nyaman (0,270), dengan pelayanan baik dan cepat (0,043), dibersihkan berdasarkan permintaan (0,026), serta memiliki kualitas makanan baik (0,043).

Tabel 3: Nilai Utilitas Atribut

Atribut		<i>Asian</i>	<i>Western</i>
		Utility Estimate	Utility Estimate
Kamar	Kebersihan dan kenyamanan kamar	0,352	0,27
	Kelengkapan amenities	-0,352	-0,27
Lokasi	Mudah diakses	-0,095	-0,114
	Berada di tempat strategis	0,095	0,114
Layanan & Fasilitas	Fasilitas lengkap	0,038	-0,043
	Pelayanan baik dan cepat	-0,038	0,043
Makanan & Minuman	Kualitas makanan baik	-0,042	0,043
	Harga makanan terjangkau	0,042	-0,043
Kebersihan	Dibersihkan setiap hari	0,025	-0,026
	Dibersihkan berdasarkan permintaan	-0,025	0,026
Keamanan	Keamanan akomodasi	-0,075	0,036
	Keamanan kawasan sekitar akomodasi	0,075	-0,036
Nilai/Harga	Terjangkau (affordable)	0,938	0,876
	Mahal (expensive)	-0,938	-0,876

[Sumber: hasil olah data SPSS, 2022]

Pada tabel 3 merupakan hasil analisis nilai utilitas. Berikut merupakan paparan nilai utilitas level tiap atribut pada *Asian Tourist* dan *Western Tourist*.

a. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut kamar

Asian Tourist dan *Western Tourist* sama-sama memilih kebersihan dan kenyamanan kamar. Kebersihan sangat penting, karena hal tersebut dapat membuat wisatawan merasa nyaman. Dilihat dari waktu tinggal mereka yang cukup lama, maka dengan kamar yang bersih dan nyaman akan membuat mereka merasa seperti tinggal di rumah. Pengelola akomodasi juga dapat memperhatikan interior serta desain pada kamar atau akomodasi agar dapat terlihat lebih menarik, sehingga dapat menimbulkan rasa nyaman.

b. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut lokasi

Asian Tourist dan *Western Tourist* sama-sama memilih akomodasi yang berada di tempat strategis. Hal tersebut dapat memudahkan mereka menjangkau tempat-tempat yang ingin dituju seperti café, working space, serta tempat wisata seperti pantai dan lain sebagainya. Sebagian besar dari mereka melakukan perjalanan sendiri/solo traveler, maka mereka akan mencari tempat-tempat yang memungkinkan mereka untuk bertemu dengan sesama *Digital Nomad*.

c. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut layanan & fasilitas

Pada atribut layanan & fasilitas terdapat perbedaan preferensi antara *Asian Tourist* dan *Western Tourist*. Diketahui bahwa *Asian Tourist* lebih memilih akomodasi dengan fasilitas lengkap, sedangkan *Western Tourist* lebih memilih akomodasi dengan pelayanan baik dan cepat. Hal tersebut berkaitan dengan jenis akomodasi yang dipilih yaitu villa, dimana villa memiliki fasilitas yang lebih lengkap. Dengan adanya perbedaan tersebut, dapat membantu pengusaha akomodasi dalam menentukan pangsa pasar yang ingin dituju.

- d. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut makanan & minuman
Pada atribut makanan & minuman, terdapat perbedaan preferensi antara *Asian Tourist* dan *Western Tourist*. Pada penelitian ini, *Asian Tourist* lebih memilih makanan dengan harga terjangkau, sedangkan *Western Tourist* lebih memilih makanan dengan kualitas baik. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Asian Tourist* lebih mempertimbangkan harga dibandingkan kualitas, begitu sebaliknya dengan *Western Tourist*.
- e. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut kebersihan
Pada atribut kebersihan, terdapat perbedaan preferensi antara *Asian Tourist* dan *Western Tourist*. Dimana *Asian Tourist* lebih menyukai akomodasi yang dibersihkan setiap hari, sedangkan *Western Tourist* lebih menyukai akomodasi dibersihkan berdasarkan permintaan. Dapat terlihat pada hasil tersebut bahwa *Asian Tourist* sangat memperhatikan kebersihan dari akomodasi mengingat pandemi yang telah terjadi. Berbeda halnya dengan *Western Tourist* yang lebih memilih membersihkan akomodasi berdasarkan permintaan, hal tersebut dapat dikarenakan mereka lebih menginginkan privacy karena tidak ingin diganggu. Dengan hal tersebut pengelola akomodasi harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan dari masing-masing wisatawan agar sesuai dengan apa yang mereka inginkan.
- f. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut keamanan
Pada atribut keamanan, terdapat perbedaan preferensi antara *Asian Tourist* dan *Western Tourist*. Dilihat bahwa *Asian Tourist* lebih memilih keamanan kawasan sekitar akomodasi sedangkan *Western Tourist* lebih memilih keamanan akomodasi. Pengelola akomodasi harus mampu memenuhi keinginan dari masing-masing wisatawan, suatu akomodasi harus memiliki fitur-fitur keamanan dan keselamatan seperti brankas, kunci pintu elektronik, sprinkler, serta kamera keamanan (CCTV). Hal tersebut dapat memberikan rasa nyaman dan menjamin keamanan dan keselamatan wisatawan.
- g. Preferensi *Nomadic Tourists* berdasarkan atribut nilai/harga
Atribut nilai/ harga merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh *Nomadic Tourist* baik *Asian Tourist* maupun *Western Tourist*. Dimana *Asian Tourist* dan *Western Tourist* lebih memilih akomodasi dengan harga terjangkau. Hal tersebut berhubungan dengan biaya hidup yang harus dikeluarkan, karena jangka waktu tinggal mereka yang cukup lama maka mereka harus pandai dalam mengelola keuangan. Berdasarkan hasil wawancara singkat yang dilakukan di lapangan, salah satu alasan *Nomadic Tourist* memilih Bali sebagai destinasi wisata yaitu harga atau biaya hidup yang relatif murah.

IMPLICATIONS

Banyaknya pilihan akomodasi di Bali menimbulkan persaingan antar pengelola usaha akomodasi di masing-masing daerah di Bali, mereka berlomba-lomba untuk menonjolkan produk yang dimiliki supaya dapat menarik minat wisatawan. Untuk menarik minat wisatawan, pihak pengelola akomodasi harus mampu membuat strategi yang tepat dengan memperhatikan preferensi wisatawan dalam memilih akomodasi khususnya bagi *Nomadic Tourists*.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut nilai/harga merupakan atribut yang paling dipertimbangkan oleh para *Nomadic Tourists* baik *Asian Tourists* maupun *Western Tourists*, sehingga pihak pengelola harus memperhatikan faktor-faktor harga yang mampu bersaing dengan kompetitor.

Nomadic Tourist atau *Digital Nomad* merupakan wisatawan yang sangat familiar dengan internet dan alat-alat elektronik seperti laptop dan telepon genggam. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan cara mereka memperoleh informasi mengenai Bali yaitu melalui media sosial dan website. Maka dari itu para pengelola akomodasi harus mampu mempromosikan akomodasi yang dimiliki secara digital seperti menggunakan sosial media, maupun Online Travel Agent (OTA) seperti traveloka, booking.com, airbnb, dan lain sebagainya. Hal tersebut juga berkaitan dengan teknologi yang saat ini sudah semakin maju dan berkembang. Sebagai salah satu destinasi wisata populer dunia baik dikalangan *Digital Nomad* maupun wisatawan pada umumnya, Bali harus mampu meningkatkan produk wisata yang dimiliki baik dari segi kualitas maupun kuantitas, sehingga Bali mampu memenuhi kebutuhan mereka. Mengingat *Digital Nomad* merupakan wisatawan yang memiliki pola perjalanan berpindah-pindah dan bergantung pada teknologi digitalisasi dan komunikasi, maka diharapkan pemerintah serta para pemangku kepentingan dapat mempersiapkan fasilitas penunjang seperti akses free wifi, meningkatkan fasilitas co-working space, kebijakan dalam pengembangan pariwisata khususnya *Nomadic Tourism*, serta meningkatkan akses transportasi baik darat, laut, maupun udara.

Media informasi dan komunikasi juga penting untuk ditingkatkan, dimana hal tersebut dapat bermanfaat sebagai sumber informasi dan juga promosi mengenai pariwisata, selain itu dapat sebagai media komunikasi dengan para *Digital Nomad* maupun wisatawan lainnya. Dengan begitu pemerintah serta para pemangku kepentingan dapat berkomunikasi dengan wisatawan sehingga mampu mengantisipasi segala kebutuhan mereka. Dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat, menjadikan pengguna internet seperti sosial media terus mengalami peningkatan. Penggunaan media digital sebagai pemasaran suatu destinasi wisata harus terus dioptimalkan, seperti penggunaan google business, website, maupun media sosial.

CONCLUSION AND LIMITATIONS

Berdasarkan dari hasil pembahasan, simpulan dari penelitian ini yaitu *Nomadic Tourists* baik *Asian* maupun *Western Tourists* memiliki kesamaan yaitu lebih mempertimbangkan nilai/harga dalam memilih akomodasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan atribut harga menjadi atribut yang paling dipertimbangkan diikuti dengan keamanan, kamar serta kebersihan. *Asian Tourists* lebih mempertimbangkan layanan & fasilitas kemudian lokasi, sedangkan *Western Tourists* lebih mempertimbangkan lokasi kemudian layanan & fasilitas. Atribut yang paling tidak dipertimbangkan dalam pemilihan akomodasi oleh *Nomadic Tourists* yaitu makanan & minuman.

Analisis utilitas menunjukkan *Asian Tourists* lebih menyukai kombinasi level atribut yaitu akomodasi yang memiliki harga terjangkau, berada di tempat strategis, memiliki keamanan kawasan sekitar akomodasi, kebersihan dan

kenyamanan kamar, memiliki fasilitas lengkap, dibersihkan setiap hari, serta memiliki harga makanan terjangkau. Untuk *Western Tourists* lebih menyukai kombinasi level atribut yaitu akomodasi yang memiliki harga terjangkau, berada di tempat strategis, memiliki keamanan akomodasi, kebersihan dan kenyamanan

kamar, pelayanan baik dan cepat, dibersihkan berdasarkan permintaan, serta memiliki kualitas makanan baik.

REFERENCES

- Anuar, J., et al. (2017, September 30). Hotel selection attributes among mature travellers at Redang island. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts (JTHCA)*, 267-276.
- Bafadhal, (2020). Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan. Malang: Media Nusa Creative.
- Devana, S. M., dkk. (2018, November). Preferensi Wisatawan Terhadap Pemilihan Akomodasi di Bali. *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 2, 286-299.
- Hindrawan, L. A., & Ordiyasa, I. W. (2013, Januari 19). Sistem Panduan Pemilihan Transportasi dan Akomodasi Pariwisata Untuk Wilayah Yogyakarta Berbasis Mobile. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia*, 14-29.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). United States: Pearson.
- Mahadewi, (2018). *Nomadic Tourism*, Wisata Pendidikan, Digitalisasi dan Wisata Event Dalam Pengembangan Usaha Jasa Akomodasi Homestay di Destinasi Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 1-13.
- Makimoto, T. (2013). *The Age of the Digital Nomad*. Tokyo: IEEE Solid-State Circuits Magazine.
- Malhotra, N. K., & Birks, D. F. (2007). *Marketing Research an Applied Approach* (3rd ed.). Milan: Prentice Hall.
- Michelle, d. (2018). Analisis Harapan dan Persepsi *Asian Tourist* dan *Western Tourist* Terhadap Kualitas Layanan Hotel di Bali. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 114-127.
- Müller, A. (2016). *The Digital Nomad: Buzzword or research category?* *A Social Work Journal*, 345-348.
- Mulyana, C., dkk. (2020, Desember 2). Persepsi dan Motivasi *Digital Nomad* Berwisata di Desa Tibubeneng, Canggu, Kuta Utara. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*, 8, 183-190.
- Nomadlist. (n.d.). Nomadlist. Retrieved Februari 18, 2022, from Nomadlist: <https://nomadlist.com/>
- Nutsugbodo, R. Y., et al. (2021). Choosing between alternative accommodation, using a discrete choice experiment. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 1-16.
- Oppier, H., dkk. (2021). *Ekonomi Mikro*. Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Prabawati, N. D. (2020, Desember). Desa Canggu, Bali Sebuah Basecamp Bagi *Digital Nomad*? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary). *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 91-108.
- Rhee, H. T., & Yang, S. B. (2014, June 26). How does hotel attribute importance vary among different travelers? An exploratory case study based on a conjoint

- analysis. Institute of Information Management, 1-16.
- Saksana, A. C., & Thio, S. (2019, Maret). Atribut-Atribut Yang Dinilai Penting Oleh Wisatawan Domestik dan Wisatawan Cina Dalam Memilih Hotel di Bali. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, V, 9-17.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawat, A. S., & Suarka, F. M. (2020). The Preference of Chinese Tourists in Choosing Accommodation in Badung Regency. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, VI, 224-236.
- Sunyoto, (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Jakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Thompson, B. Y. (2018). The *Digital Nomad* Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community. *International Journal of the Sociology of Leisure*, 1-16.
- UNWTO, & Gansukh. (2016). *Nomadic Tourism for Mongolia: Critical Issues in Silk Road Tourism*. Retrieved February 19, 2022 from https://webunwto.s3-eu-west-1.amazonaws.com/imported_images/45889/3._gansukh_damba.pdf
- Zhoua, L., et al. (2014). *Refreshing hotel satisfaction studies by reconfiguring customerreview data*. *International Journal of Hospitality Management*, 1-10.