

## **NOMADIC TOURISM, WISATA PENDIDIKAN, DIGITALISASI DAN WISATA EVENT DALAM PENGEMBANGAN USAHA JASA AKOMODASI HOMESTAY DI DESTINASI WISATA**

**NI MADE EKA MAHADEWI**

eka.mahadewi@gmail.com

Program Studi Destinasi Pariwisata  
Sekolah Tinggi Pariwisata Bali

Jl. Dharmawangsa, Karpal, Nusa Dua Bali

### **ABSTRAK**

*Nomadic tourism atau wisata nomad merupakan terminologi yang belum lazim digunakan dalam kepariwisataan Bali. Model kegiatan wisata dalam bentuk wisata nomad, memberikan alternatif baru dalam pengembangan pariwisata Bali, khususnya kabupaten Badung. Kajian dan pendekatan teori konsep terhadap nomadic tourism, wisata pendidikan, digitalisasi dan wisata event dilakukan untuk mendapatkan model pengembangan destinasi wisata Bali secara umum. Kajian ini akan mengungkap secara teoritis peran penting dari sinergi wisata nomad (nomadic tourism), wisata pendidikan, digitalisasi dan event dalam menggerakkan roda perekonomian destinasi dengan bisnis homestay yang dikelolanya. Observasi lapangan dan pengumpulan data primer-sekunder dilakukan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat terkait Badung sebagai destinasi yang mendukung wisata nomad. Hasil akhir penelitian ini adalah implikasi pengembangan nomadic tourism, wisata pendidikan, digitalisasi dan event budaya terhadap pengembangan destinasi wisata di kabupaten Badung.*

**Kata Kunci :** *Nomadic tourism, Event, homestay, Digital*

### **ABSTRACT**

*Nomadic tourism or nomad tourism is a terminology that is not commonly used in the tourism of Bali. Model of tourism activities in the form of nomad tourism, providing a new alternative in the development of tourism in Bali, especially Badung regency. Study and approach of concept theory to nomadic tourism, educational tour, digitalization and tourism event is done to get model of Bali tourism destination development in general. This review will reveal theoretically the important role of nomadic tourism, educational tour, digitalization and event in driving the economy of destination with the homestay business it manages. Field observations and primary-secondary data collection were conducted to obtain useful information related to Badung as a destination that supports nomad*

*tours. The final result of this research is the implication of nomadic tourism development, educational tour, digitalization and cultural event to the development of tourist destinations in Badung regency.*

**Keyword :** *Nomadic tourism, Event, homestay, Digital*

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata menjadi *leading sector* dalam pembangunan nasional, berperan penting dalam penggerak ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan infrastruktur dan dalam pelaksanaannya melibatkan banyak pihak yaitu pemerintah, swasta dan masyarakat. Pada tahun 2015-2019, sektor pariwisata Indonesia mempunyai target sebagai berikut: memberikan kontribusi Pendapatan Nasional Bruto (PDB) 15%, devisa sebesar Rp 275 triliun, jumlah tenaga kerja 13 juta orang. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 20 juta, jumlah perjalanan wisatawan nusantara 275 juta dan peningkatan daya saing pariwisata Indonesia di dunia ke 30. Dalam upaya meningkatkan kunjungan wisatawan ke Indonesia, pemerintah telah mencanangkan tiga program unggulan agar wisatawan mendapatkan kemudahan ke Indonesia. Tiga program utama tersebut adalah 1) peningkatan digitalisasi, 2) pengembangan dan pengelolaan homestay; dan 3) kemudahan konektivitas antar destinasi, baik laut, udara dan darat. Hal yang penting dikaji lebih lanjut adalah mengenai pengelolaan destinasi, dimana destinasi yang menarik adalah destinasi yang mampu memberikan citra positif kepada wisatawan. Selain untuk menumbuhkan citra positif destinasi, informasi pariwisata yang mampu memberikan berita terkini melalui digitalisasi perlu mendapat perhatian. Selain itu usaha pariwisata dalam bentuk usaha jasa akomodasi berbentuk homestay diyakini akan memberi manfaat bagi masyarakat lokal dan memberi dampak yang berkelanjutan. 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.

Perjalanan wisatawan yang berpindah-pindah, sebagai bentuk dari wisata nomad dapat memberikan model pengembangan baru bagi destinasi. Saat ini di Kabupaten Badung telah dikembangkan usaha jasa akomodasi dalam bentuk homestay; namun dengan munculnya model wisata nomad, perlu ditelusuri jenis akomodasi wisata nomad yang berbentuk glamping yang disasar oleh wisatawan kategori *glampacker*, *luxpucker* dan *flashpucker*. Disisi lainnya dalam pelaksanaan pengelolaan homestay, tidak terlepas dari kegiatan wisatawan dengan tujuan menambah pengalaman baru, dengan aktivitas baru yang nyatanya juga berpindah-pindah. Kegiatan pariwisata dalam bentuk wisata nomad, wisata pendidikan dan digitalisasi, perlu diperhatikan dampaknya bagi homestay dan perkembangan destinasi. Perkembangan kegiatan pariwisata dalam bentuk wisata nomad, wisata pendidikan (*edutourism*) yang dipengaruhi oleh teknologi digital, dapat mempengaruhi perkembangan dan pertumbuhan destinasi di Bali, khususnya destinasi wisata kabupaten Badung.

## **PERMASALAHAN**

Dari paparan pendahuluan tersebut, permasalahan yang menjadi fokus kajian adalah (1) apa yang dimaksud dengan nomadic tourism dan kaitannya dengan wisata pendidikan, digitalisasi dan wisata event?; (2) bagaimanakah persepsi (stakeholders)

pariwisata Bali terhadap pesatnya perkembangan nomadic tourism sebagai bagian dari produk multi segmen wisata kabupaten Badung?; (3) apakah pengaruh nomadic tourism, wisata edukasi, digitalisasi dan event budaya bagi usaha homestay?. Dengan adanya permasalahan tersebut, maka tujuan dari kajian ini adalah untuk (1) Untuk mengetahui teori yang mendasar atas pengembangan nomadic tourism dan digitalisasi; (2) meninjau berbagai persepsi pemangku kepentingan (stakeholder) pariwisata Bali, khususnya kabupaten Badung terhadap praktik pengembangan nomadic tourism bagi pasar multi segmen kabupaten Badung, dan (3) pengaruh nomadic tourism, wisata pendidikan, digitalisasi serta event budaya terhadap pengembangan homestay dan destinasi wisata Badung.

## PEMBAHASAN

### Wisata Nomad (*Nomadic Tourism*)

Istilah wisata nomad ini dimulai dari adanya perjalanan yang berpindah-pindah yang dilakukan oleh petualang Mongolia. Dalam wisata nomad ini banyak dikemas wisata yang mengambil topic/cerita sejarah Mongolia. Contoh paket wisata yang ditawarkan adalah perjalanan berpindah-pindah 'Jengis Khan'. Definisi *nomadic tourism* atau wisata nomad adalah setiap kegiatan, bisnis yang menghubungkan gaya hidup nomaden (berpindah-pindah), menikmati produk destinasi, mendapatkan layanan dan pengalaman berwisata. Ciri dari wisatawan dengan kategori nomad ini adalah berumur di antara 35-55 tahun, pendidikan setara SMA sampai kuliah; memiliki pendapatan menengah dan tidak memiliki anak dibawah 12 tahun (UNWTO, 2016).

*Nomadic tourism* adalah gaya pariwisata baru, dimana wisatawan dapat menetap dalam kurun waktu tertentu disuatu destinasi wisata dengan amenities yang mudah dipindahkan

(portable) dan dapat berpindah-pindah (Kemenpar, 2018). Dari definisi tersebut dapat disebutkan bahwa *Nomadic Tourism* adalah kegiatan wisata yang dilakukan secara berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lainnya, dilakukan oleh wisatawan usia produktif berusia 35-55 tahun, memiliki pendapatan dan mengandalkan informasi terkini.

Indonesia melalui Kementerian Pariwisata di tahun 2018, telah mencanangkan program digitalisasi destinasi dan wisata nomad sebagai upaya cepat untuk mendatangkan wisatawan. Pengembangan ekosistem wisatawan nomad di Indonesia, dibedakan atas 3 jenis wisatawan nomad dengan kategori wisatawan *backpacker* jaman sekarang. Wisatawan backpackers identik dengan wisatawan yang hanya membawa tas gendong dalam setiap perjalanannya. Namun dalam wisata nomad, kategori backpacker menjadi sangat bermanfaat bagi destinasi, karena kelompok wisatawan ini memanfaatkan teknologi digital dalam setiap perjalanannya. Ketiga tipe wisatawan nomad tersebut menurut Kemenpar (2018) adalah: a) *Glampacker*, atau disebut sebagai wisatawan dengan kategori '*millennial nomad*'. Wisatawan ini mengembara untuk melihat dunia yang 'instagrammable', atau wisatawan yang memanfaatkan digitalisasi dalam mendokumentasikan momen perjalanan ke media instagram maupun facebook. Terdapat sejumlah 27 juta orang yang memiliki afinitas terhadap Indonesia dan tertarik dengan backpacking, camping dan nomadic tourism. b) *Luxpacker*, atau disebut sebagai wisatawan dengan kategori '*luxurious nomad*'; dimana wisatawan ini melakukan perjalanan mengembara untuk melupakan dunia daerah asal mereka dengan menggunakan fasilitas media online. Terdapat 7,7 juta wisatawan dengan kategori *luxpacker* ini, dan mereka menggunakan fasilitas perjalanan dengan

frekuensi tertentu di media Conde Nest travel, Expedia, booking.com, AirBnB, hotels.com, dan Agoda.com. c) *Flashpacker*, atau disebut sebagai wisatawan *Digital Nomad* yang menetap sementara pada suatu tempat, sembari bekerja darimana saja. Terdapat 5 juta wisatawan dengan kategori flashpacker yang memiliki afinitas terhadap Indonesia dan tertarik dengan dunia digital nomad. Untuk kategori ini, daerah Canggu di kecamatan Kuta Utara kabupaten Badung – Bali, mendapatkan predikat sebagai “digital nomad favorit nomer 1 paling disukai di dunia”. Canggu terpilih dengan predikat tersebut karena memenuhi syarat memberikan ‘ketenangan’ dan ‘kemudahan akses internet yang baik’ kepada wisatawan.

Wisata nomad (*nomadic tourism*) dalam pengembangan destinasi wisata, dibedakan atas 3 bagian yaitu: a) *Nomadic tourism Attraction*, adalah adanya bentuk atraksi yang memberikan hiburan ataupun event kepada wisatawan nomad. Atraksi hiburan dapat dikemas dari dari berbagai bentuk atraksi alam, buatan dan event. Contoh atraksi dalam bentuk event yang telah dikemas tiap bulan oleh kabupaten Badung untuk menarik wisatawan datang ke destinasi. b) *Nomadic Tourism Amenities* (fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan nomad) adalah adanya ketersediaan akomodasi dalam bentuk caravan. (1) *Caravan* ini dapat berpindah harian maupun mingguan, dan dapat diberhentikan di daerah yang indah di destinasi wisata; (2) *Glamping* atau glamp-camp (glamour camping), yaitu fasilitas menginap dalam bentuk tenda yang mewah dengan fasilitas hotel bintang. Pengalaman menyatu dengan alam dengan layanan fasilitas mewah; (3) *home-pod* atau fasilitas akomodasi dalam bentuk rumah telur, yang dapat dipindahkan dalam waktu yang lebih panjang dari

*glamping*. Bentuk *home-pod* ini lebih berat daripada *glamping*, sehingga lama tinggal di *home-pod* bisa lebih lama daripada di *glamping*. Fasilitas nomad di kabupaten Badung belum terdata dalam dinas terkait. Namun kondisi di lapangan kategori fasilitas nomad dapat disiapkan di daerah Badung Utara (Plaga) yang memiliki fasilitas lahan lebih lapang dan luas. Fasilitas nomad juga bisa disiapkan di daerah pesisir pantai bagi wisatawan nomad yang menginginkan akses digital lebih maksimal dengan pemandangan pantai. c) *Nomadic tourism Access*, adalah kemudahan yang diperoleh wisatawan nomad selama menuju ke destinasi dengan waktu yang lebih cepat. Jenis alat untuk mendapatkan kemudahan ke destinasi seperti adanya seaplane, helicity, maupun tinggal di kapal laut. Pembangunan akses nomad untuk kategori ini belum dapat disiapkan secara maksimal. Namun fasilitas akses yang dimiliki sekarang ini bisa dimaksimalkan dan dimanfaatkan untuk peruntukan akses nomad, seperti di bandara Ngurah Rai, pelabuhan Benoa, dan fasilitas mendaratnya heliped di hotel-hotel berbintang. Dalam kategori akses telekomunikasi; daerah Canggu Badung telah disebutkan sebagai destinasi terfavorit sebagai destinasi digital nomad. Kemudahan akses wifi menjadi bagian dari terminologi ini.

### **Homestay**

Awalnya, *homestay* dikenal di Amerika digambarkan sebagai rumah kecil yang menjadi pelindung bagi petani dari cuaca. *Homestay* tersebut berbentuk rumah beratap ilalang, sangat sederhana dalam perlengkapan rumah tangga. Seiring dengan perkembangan waktu, *homestay* berubah menjadi sebuah bangunan penginapan sebagai tempat peristirahatan yang sangat menyenangkan bagi para pekerja (Kemenpar,

2016). Di Indonesia, *homestay* menjadi perhatian pemerintah sejak adanya program desa wisata melalui PNPM Mandiri Pariwisata yang diselenggarakan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2009. Dalam pengembangan program desa wisata, *homestay* merupakan bagian dari daya tarik wisata yang didapatkan oleh wisatawan dalam kunjungannya ke desa wisata.

Dalam pengertian lainnya, sebuah *homestay* dengan kata-kata gabungannya (*home stay*) tinggal di rumah seseorang sebagai tamu yang membayar untuk jangka waktu singkat. Tamu disediakan akomodasi dan layanan oleh keluarga maupun secara individu (*peyayan*) dalam *homestay*. *Homestay* umumnya dibangun di daerah perdesaan (*rural destination*) dengan upaya menarik wisatawan yang telah datang ke daerah perkotaan (*urban destination*) dengan menawarkan suasana lingkungan alam perdesaan, akomodasi yang nyaman, aktivitas selama tinggal di *homestay*, makanan yang terjaga kebersihannya serta harga yang bersaing sesuai dengan fasilitas yang disediakan. *Homestay* menawarkan pengalaman unik dan menarik, dengan pengalaman belajar dengan lingkungan serta berinteraksi sosial dengan masyarakat. Tak jarang dalam kegiatan wisatawan di *homestay*, para wisatawan menganggap tuanrumah pemilik usaha akomodasi sebagai saudara angkat mereka. Kenyamanan dan rasa kekeluargaan yang diciptakan dalam melakukan kegiatan wisata di *homestay* menjadi bagian kenangan wisatawan.

*Homestay* yang dikelola oleh masyarakat dapat menjadi manfaat penting bagi pemerintah daerah dalam meningkatkan perekonomian daerah, dan secara tidak langsung akan mempopulerkan destinasi baru dengan sumber pendapatan baru bagi masyarakat desa (Gangotia, 2013 dalam Bhan

2014). Di *homestay* para tamu yang menginap mendapatkan kesempatan untuk meluangkan waktu bersama keluarganya maupun bersama keluarga tuan rumah dalam menikmati adat istiadat, nilai, budaya serta kehidupan masyarakat perdesaan (Devkota, 2010). Untuk menyampaikan informasi terkait sejarah desa, cerita menarik dan unik tentang alam, hasil bumi, sejarah desa, baik dalam bentuk alam maupun buatan dapat dikemas dalam bentuk wisata edukasi atau wisata pendidikan. Hal inilah menjadi bagian penting yang harus terus dikembangkan dalam pengelolaan *homestay* dalam desa wisata agar selalu menarik untuk dikunjungi. Daerah yang terkenal di Bali yang dapat dijadikan sebagai rujukan untuk mengetahui kombinasi wisata perdesaan dengan *homestay* yang dipadukan dengan wisata pendidikan, dapat dilihat di wilayah Ubud Gianyar yang sudah terkenal di dunia.

Dalam upaya untuk terus meningkatkan usaha jasa akomodasi dalam bentuk *homestay*, permintaan produk *homestay* banyak dipengaruhi oleh permintaan pengunjung. *Homestay* dinyatakan sebagai alat untuk memerangi kemiskinan di wilayah perdesaan (Ashley, 2000). Integrasi produk *homestay* dengan lingkungan perdesaan dengan aktivitas yang dilakukan seperti memasak, belajar menari, belajar melukis, belajar musik daerah, wisata budaya, trekking, wisata agro, wisata spiritual, wisata kesehatan, wisata petualangan, wisata lingkungan (*ekowisata*); dapat menjadi kemasan menarik wisata perdesaan yang memiliki *homestay*.

*Homestay* juga disebut sebagai sumber yang baik dalam menghasilkan mata uang asing di perdesaan. Perputaran uang dapat mengurangi kesenjangan dalam neraca pembayaran. Pemerintah mendapatkan sumber pendapatan pajak, mendapatkan manfaat

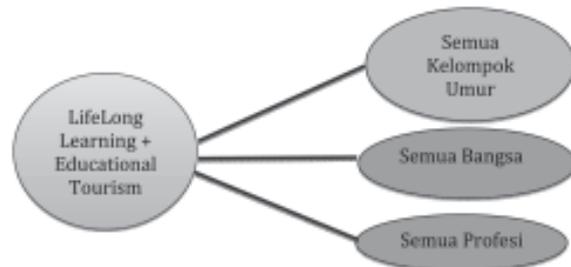
untuk membantu pertumbuhan ekonomi bangsa, dan turut menciptakan lapangan pekerjaan baru. Produk homestay dapat menjadi produk baru bagi desa dan menjadi sumber tumbuhnya produk baru lainnya, seperti industri kerajinan, industri peternakan, produk pertanian dan perkebunan (Budhatoki, 2013)

### Wisata Pendidikan (*Edutourism*)

Wearing (2001:23) menyebutkan bahwa wisata pendidikan merupakan bentuk wisata alternatif (*alternative tourism*) dengan wisata yang bersungguh-sungguh (*serious tourism*) dan wisata sukarela (*voluntourism*) untuk mewujudkan ekowisata dan wisata yang berkesinambungan dengan melibatkan masyarakat lokal.

*Educational tourism “ is a “ tourist activity undertaken by those who are undertaking an overnight vacation and those who are undertaking an excursion for whom education and learning is a primary or secondary part of their trip”.*(Brent Ritchie, 2009). *LLL is “all learning activity undertaken throughout life, with the aim of improving knowledge, skills and competence, within a personal, civic, social and/or employment-related perspective.*(European Commission, 2003)

Kegiatan wisata dalam bentuk wisata pendidikan adalah proses belajar sepanjang hidup (Ritchie, 2009 dalam Alena, 2011). Dalam kegiatan wisata pendidikan, keterlibatan berbagai bangsa, berbagai kelompok dan berbagai jenis pekerjaan atau profesi adalah menjadi bagian yang mendukung terbentuknya proses pembelajaran. Dengan adanya berbagai perbedaan tersebut, diharapkan pertukaran berbagai informasi dan kepentingan akan memberi warna bagi wisata pendidikan yang dikemas. Gambar 1 berikut merupakan model yang menjadi dasar pembelajaran yang menjadi bagian dari wisata pendidikan.



Gambar 1: Wisata Pendidikan sebagai bentuk Pembelajaran Sepanjang Hidup bagi setiap kelompok, bangsa dan profesi (Alena, 2011)

Wisata pendidikan dalam pelaksanaan kegiatannya banyak dipengaruhi oleh kebijakan yang dikeluarkan asosiasi yang saling bekerjasama dalam meningkatkan mutu dan kualitas layanan pendidikan, baik melalui kerjasama internasional, *inbound-outbound*, kegiatan wisata anak-anak, wisata remaja, dan bentuk wisata edukatif lainnya (Brent, Carr, Cooper, Drozdova, Zorin, Lubitseva, Kaverina, Kifiak, Tkachuk dalam Akhmedova, 2016). Wisata pendidikan juga digunakan sebagai alat dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat daerah tertinggal dan miskin. Dalam kepariwisataan ada istilah yang disebut dengan *Poverty Tourism*, dimana kegiatan pariwisata dilakukan ke daerah miskin, ke orang miskin dengan harapan daerah tertinggal/daerah miskin/orang miskin mendapat kesejahteraan melalui aktivitas wisata. Ausland (2010) membedakan *poverty tourism* menjadi tiga tipe genus perjalanan yaitu: *Education Travel*, ‘*Tourism*’ dan ‘*Voluntourism*’, di mana masing-masing memiliki tujuan tertentu: pembelajaran, rekreasi dan ketenagakerjaan.

Wisata Kemiskinan (*Poverty Tourism*) adalah bentuk wisata yang tidak lumrah atau belum umum didengar. Wisata kemiskinan sesungguhnya adalah wisata ‘pembangunan’, karena semua pelancong atau wisatawan yang terlibat didalamnya bertujuan untuk memberikan sumbangsih pendidikan, pengetahuan, motivasi kepada masyarakat kurang mampu. Istilah *poverty tourism* sebagai bentuk wisata bagi wisatawan yang

mengunjungi daerah miskin/orang kurang mampu; lebih terdengar baik dengan sebutan wisata pembangunan. Kegiatan *poverty tourism* dapat berupa proses pembelajaran dengan bentuk wisata pendidikan

(*edutourism*), wisata sukarela (*voluntourism*), dan berbagai bentuk kegiatan pariwisata (*tourism*) seperti pada ditunjukkan pada gambar 2 berikut.



Gambar 2: Taksonomi Wisata Pembangunan - *Poverty Tourism* (Ausland, 2017)

Perubahan gaya hidup dan trend berwisata, telah mengubah pola perjalanan wisatawan (Martin and Masser, 1987). Kegiatan perjalanan wisata telah menjadi bentuk baru yang disebut dengan istilah '*leisure education hybrid*' dimana pendidikan menjadi bagian penting dalam kegiatan pariwisata (Smith and Jenner, 1997).

Keragaman kegiatan wisata dapat digabungkan dan dikembangkan sebagai penawaran wisata pendidikan kepada wisatawan (Richie, 2003:14). Hal yang dapat ditawarkan tersebut adalah: a) Atraksi dan berbagai bentuk *event* yang menyediakan tempat untuk menambah pengalaman belajar seperti misalnya taman/kebun perdesaan, situs sejarah, wisata pantai, wisata agro dan wisata petualangan. b) Sumber daya yang khusus yang bertanggungjawab yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dalam proses pembelajaran yaitu sumberdaya manusia yang terlatih seperti karyawan, curator, juru bahasa, instruktur, dosen, pendongeng, peneliti dan

akademisi. c) Perencana perjalanan yang khusus yang disiapkan untuk mampu membantu merencanakan dan mengembangkan program pembelajaran bagi para pengunjung atau wisatawan, misalnya kelompok wisata minat khusus, organisasi konservasi, institusi pendidikan dan sekolah bahasa.

Pelaksanaan kegiatan wisata dalam bentuk wisata pendidikan, dapat dikombinasikan dengan bentuk wisata sukarela, atau yang disebut dengan *Voluntourism (volunteer tourism)*. *Voluntourism* diperkenalkan oleh Wearing (2001) sebagai bentuk kegiatan wisata yang bertujuan untuk mempertahankan kesejahteraan masyarakat di daerah tujuan wisata. Bentuk kegiatan wisata sukarela (*voluntourism*) didalamnya terdapat bentuk wisata pendidikan yang dipandang sebagai strategi pengembangan menuju pembangunan yang berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya alam, penduduk lokal, pengunjung lainnya dalam satu aktivitas yang saling

bersinergi. Peran homestay sebagai salahsatu bentuk akomodasi di perdesaan, mempunyai peran yang penting bagi tempat menginap pengunjung, tenaga sukarela dan wisatawan. Tenaga sukarela adalah tenaga yang dibayar oleh sponsor atau pihak ketiga, sehingga pengelola homestay tidak perlu khawatir untuk biaya yang ditimbulkan selama kegiatan wisata berlangsung. Kombinasi antara *edutourism*, *ecotourism*, *voluntourism* dan *homestay* dapat menjadi rangkaian wisata yang saling melengkapi.

### **Teknologi Digital dalam Pariwisata**

Teknologi adalah keseluruhan sarana untuk menyediakan barang atau jasa yang dipelrukan untuk kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Teknologi dalam kepariwisataan terus berkembang seiring dengan kebutuhan manusia memerlukan akses cepat. Menurut *United Nation Conference on Trade and Development* (UNCTED, 2004) mengulas akses teknologi informasi dapat menggunakan berbagai bentuk media dari bentuk telepon genggam, saluran internet, GPS (*Global Positioning System*), kamera digital, radio digital dan pemutar media digital. Penggunaan teknologi informasi memudahkan komunikasi dalam bisnis pariwisata. Kegunaan teknologi informasi tersebut adalah untuk 1) publikasi dan komunikasi; 2) pemasaran potensi daerah; 3) pengelolaan data; 4) operasional usaha pariwisata; dan 5) sebagai sistem informasi manajemen.

Kecepatan dan ketepatan teknologi semakin terus diminati karena manfaat yang telah diberikan bagi pihak yang berkepentingan dalam pariwisata. Teknologi memberi manfaat bagi pengusaha pariwisata dan bagi wisatawan maupun pengunjung. Bagi pengusaha pariwisata, teknologi informasi komunikasi dapat memberi manfaat pada: 1) efisiensi dan pengelola kapasitas perusahaan; 2) interaksi efektif dan sosialisasi produk; 3) revolusi

intermediasi produk wisata; 4) komunikasi dan promosi. Sedangkan di sisi lainnya, manfaat bagi wisatawan maupun pengunjung dari teknologi informasi komunikasi ini adalah bahwa TIK: 1) hemat waktu, hemat energi, hemat biaya; 2) informasi destinasi wisata; 3) penawaran produk wisata; 4) sumber ide ragam aktifitas wisata; 5) pencitraan destinasi wisata; 6) reservasi.

Dalam perkembangan teknologi dan pariwisata; telah muncul model *e-tourism* yang memanfaatkan berbagai media teknologi digital. Kim (2004) menyebutkan bahwa negara Korea telah mengimplementasikan kecanggihan teknologi komunikasi melalui digitalisasi di setiap usaha kecil dan menengah mereka sebagai sarana promosi. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses jual-beli atau pertukaran produk layanan, dan informasi melalui jaringan computer termasuk internet (Turban, Lee, King and Chung, 2000 dalam Kim, 2004).

Teknologi digital dunia dalam bentuk *e-commerce* ditahun mendatang (2018-2025) akan terus bergerak dalam bidang kepariwisataan, termasuk penerbangan, perjalanan dan akomodasi. Teknologi digital mampu memberi dampak positif dan berkontribusi bagi keberlanjutan sumber daya, baik manusianya maupun industrinya (WEF, 2017). Dalam perkembangan teknologi digital, tahun 2016 perusahaan online yang mempunyai keuntungan terbesar secara berurutan adalah apple, alphabet, Microsoft, amazon dan facebook. Dan perusahaan transport yang mendapatkan keuntungan terbesar adalah Grab dan Gojek, yang penghasilannya mengalahkan Blue Bird group dan Garuda Indonesia.

### **Peran Event bagi Destinasi**

Event disebut sebagai 'acara'. Dalam paparan ini, event tetap ditulis sebagai 'event', karena peristilahan event lebih sering

digunakan dalam kegiatan industri kepariwisataan. Event dapat dibedakan atas 2 hal, yaitu event yang dikemas dan event yang tidak dikemas. Event yang dibahas dalam riset ini adalah event yang dikemas, baik dalam bentuk festival, MICE (meeting, incentive, convention, exhibition), event budaya maupun event bisnis.

Untuk mewujudkan meningkatnya kunjungan wisatawan ke kabupaten Badung, telah dibentuk berbagai kegiatan wisata event yang menyeluruh dari Badung Utara ke badung Selatan; dari event budaya, event kuliner, event bahari, event music dan event lainnya. Agenda wisata event telah disusun sebagai berikut:

Tabel 1  
Event Wisata di Kabupaten Badung 2018

No	Nama Kegiatan (Event)	Waktu	Lokasi
1	Sundown Dancing Lesson	Tiap hari Minggu	Peninsula Nusadua
2	Berawa Beach Art & Festivals	22-25 Februari	Pantai Berawa
3	Chinese New Year	24-25 Februari	Peninsula Nusadua
4	Bali Heritage Food Festival	30-31 Maret	Peninsula Nusadua
5	Festival Bahari	09-25 Mei	Sepanjang pantai di kabupaten Badung
6	Bali Blues Festival	11-12 Mei	Peninsula Nusadua
7	Mekotek	9 Juni	Desa Munggu
8	Nusadua Light Festival	11 Juni – 22 Juli	Peninsula Nusadua
9	Bali & Beyond Travel Fair (BBTF)	26-30 Juni	Nusa Dua *
10	Acoustic Festival	Juli	Jabe Pura Puspem Badung
11	Festival Budaya Pertanian	15-18 Juli	Desa Plaga
12	Festival Uluwatu Art & Music	Agustus	Desa Pecatu
13	Barong Dance Festival	Agustus	Mengwi*
14	Festival Kuta Sea, Sand and Land	15-19 Agustus	Pantai Kuta
15	Badung Internasional Night Run	23 September	Peninsula Nusadua
16	IMF Side Event	8-12 Oktober	Nusa Dua
17	Perang Ketupat	24 September	Desa Kapal
18	WOMAD Bali (World of Music, Art and Dance)	Oktober	Peninsula Nusadua
19	ART Bali	1-4 Oktober	Peninsula Nusadua
20	Legian Beach Festival	11-15 Oktober	Pantai Legian
21	Festival Budaya Badung	7-14 November	Puspem Badung
22	Pesona Nusadua Fiesta	8-10 November	Peninsula Nusadua
23	New Year's Eve Party	31 Desember	hotel dan meeting venue

Sumber : BPPD Badung, ITDC, Disparda Badung; data diolah (2018)

Event dalam kaitannya dengan perencanaan destinasi wisata, Getz (1991:5) menyebutkan Event mempunyai peranan penting dalam pembangunan pariwisata. Terdapat 4 (empat) hal penting perlunya pariwisata event antara lain: a) Event sebagai atraksi (*attraction*), sangat jelas dapat

diungkapkan dimana kegiatan Pariwisata event merupakan atraksi/daya tarik tersendiri bagi sebuah destinasi. Atraksi adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat/dinikmati. Event sebagai atraksi dapat menjadi hiburan bagi destinasi wisata dan pengunjung homestay. Bagi wisatawan nomad, atraksi dalam bentuk

event ini dapat menjadi momen yang instagrammable didokumentasikan. b) Event sebagai pemberi citra destinasi (*image maker*); melalui kegiatan event sebuah destinasi dapat memasarkan dirinya untuk memberikan kesan dan pandangan terhadap destinasi yang ditawarkan. Kegiatan event yang membentuk citra destinasi dapat diberikan contoh dalam membantu lama tinggal wisatawan di destinasi. Bagi destinasi di era digital, event yang produktif membawa kearifan budaya lokal, diharapkan mampu memberikan pencitraan positif destinasi. c) Event sebagai pendorong tumbuhnya atraksi wisata (*animators of static attractions*). Melalui kegiatan event, dapat ditunjukkan segala bentuk atraksi yang merupakan ajang aktivitas dan kreativitas pelaku event. Tumbuhnya berbagai aktivitas event, akan menumbuhkan industri-industri ikutan berupa percetakan promosi online sebagai dampak hadirnya wisatawan yang mengunjungi event. Wisatawan nomad dapat berpindah-pindah tempat menyaksikan event yang dikemas. d) Event sebagai penggerak tumbuhnya pembangunan sektor lain (*catalyst for other development*). Melalui event, pertumbuhan sektor lain secara tidak langsung tumbuh untuk melengkapi kegiatan event yang dilaksanakan. Contoh dari dampak ini misalnya dengan adanya homestay di wilayah perdesaan; akan menumbuhkan usaha jasa makanan di sekitar *homestay*. Pendapatan tidak hanya diterima oleh pemilik homestay, namun juga dapat dinikmati oleh pengusaha makanan yang juga adalah masyarakat umum. Dengan adanya *Nomadic Tourism*, memberikan kesempatan bagi masyarakat yang berkecimpung dalam usaha akomodasi mengemas berbagai bentuk fasilitas nomad, seperti *glamcamp*, *egg-pod* atau rumahkemah.

### **Sinergitas *Nomadic Tourism*, Wisata Pendidikan, Digitalisasi dan Wisata Event dalam Pengembangan Usaha Akomodasi Homestay di Destinasi**

Dengan adanya kreatifitas dan perkembangan teknologi dengan digitalisasinya; destinasi wisata semakin banyak mengemas paket menarik. Dan yang perlu menjadi rekomendasi adalah bahwa destinasi yang dikemas tidak hanya cukup dengan mengemas wisata edukasi; tapi sebaiknya dikombinasikan dengan perkembangan teknologi dan fungsinya memberikan kesempatan wisatawan untuk berpindah-pindah menyaksikan aktivitas event wisata di berbagai destinasi wisata. Semakin banyaknya usaha homestay, perlu didukung oleh adanya regulasi dan panduan yang memadai bagi pengelola bisnis akomodasi rakyat ini. Indikator keamanan, kenyamanan, ketertiban, kebersihan, keindahan, keramahan dan kenangan tetap diperlukan untuk menjadi bagian dari pengelolaan homestay. Dukungan pemerintah dan media online adalah indikator pendukung lainnya dalam menyukseskan bisnis homestay. Sehingga dengan demikian, keseluruhan hasil produk jasa homestay dapat dinikmati masyarakat dan menjadi usaha yang terus berkesinambungan.

Dalam upaya pengembangan usaha jasa akomodasi yang berbentuk homestay; dengan hadirnya wisata nomad ini memberikan peluang bagi pemilik usaha homestay untuk mengembangkan bisnis industri ini. Keterbatasan jumlah kamar dapat diantisipasi dengan penambahan akomodasi dalam bentuk *glamcamp*, *egg-pod* maupun bentuk akomodasi *portable* lainnya. Pengembangan usaha jasa homestay juga terbuka bagi pengusaha di daerah yang memiliki lahan

cukup untuk pembuatan *glamcamp*, *egg-pod* atau akomodasi *portable* ini.

## SIMPULAN

Perkembangan teknologi yang disertai dengan digitalisasinya dalam berbagai sektor, memberikan kesempatan bagi industri pariwisata untuk terus meningkatkan kualitas produknya. *Nomadic tourism* adalah bentuk wisata berpindah-pindah dengan memanfaatkan fasilitas teknologi dan digitalisasi, dengan kebutuhannya terhadap atraksi nomad (*nomadic attraction*), fasilitas nomad (*nomadic amenities*) dan akses nomad (*nomadic accessibilities*). Kebutuhan informasi wisata dalam setiap destinasi, dapat ditumbuhkembangkan melalui kemasan produk wisata pendidikan (*edutourism*).

Ketika wisatawan nomad melakukan aktivitas berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lainnya, wisata event adalah salahsatu indikator bentuk wisata yang akan menggerakkan wisata nomad berkunjung dari satu destinasi ke destinasi lainnya. Sinergitas wisata nomad, wisata pendidikan, digitalisasi dan wisata event adalah bentuk wisata kekinian dalam era generasi Y atau generasi millennial yang akan menjawab tantangan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke destinasi. Untuk meningkatkan pelayanan berbasis digital, pemerintah kabupaten Badung telah menentukan 982 titik untuk dipasang wifi yang menyasar sekolah, bale banjar, puskesmas, kantor desa, kantor camat dan kantor pemerintahan (Nusa Bali, 2018). Model sinergitas antar indicator penelitian digambarkan sebagai berikut.



Gambar 3

Model Sinergitas Pengembangan Usaha Pariwisata, *Nomadic Tourism*, Wisata Pendidikan, Wisata Event, Digitalisasi menuju pariwisata Alternatif dan Berkelanjutan (Adopsi Martin and Masser, 1987; Getz, 1991; Wearing, 2001; Ricthie, 2003; Alena, 2011; UNWTO, 2016; Ausland, 2017; WEF, 2017; Kemenpar, 2018)

## SARAN DAN REKOMENDASI

Sebagai destinasi wisata dunia, Bali yang banyak ditopang oleh pariwisata kabupaten Badung, perlu terus meningkatkan produk wisatanya baik secara kualitas maupun kuantitas. Perkembangan teknologi dan komunikasi sangat dibutuhkan oleh wisatawan nomad yang pola perjalanannya berpindah-pindah. Untuk memenuhi kebutuhan wisatawan kekinian yang memanfaatkan teknologi komunikasi dan digitalisasi, maka pemerintah daerah perlu melakukan hal berikut: 1) meningkatkan akses online (*free wifi*) di seluruh destinasi kabupaten Badung khususnya dan Bali secara umum dengan mempertimbangkan faktor keamanan dan kenyamanan; dipasang di pusat-pusat bisnis pariwisata. 2) meningkatkan kualitas akses transportasi darat, laut, udara;

dari, ke dan menuju obyek dan destinasi wisata untuk mendukung peningkatan kunjungan wisatawan. 3) meningkatkan fasilitas meeting venue (convention hall atau gedung kesenian) untuk memfasilitasi aktivitas event MICE dan bentuk event lainnya. 4) memberikan kemudahan izin usaha pariwisata, yang tercakup dalam 13 usaha pariwisata sesuai UU no.10 tahun 2009; antisipasi dampak wisata nomad. 5) melakukan promosi berkesinambungan dengan sinergi stakeholder professional. 6) meningkatkan media informasi online disetiap dinas, unit, sub unit pemerintahan; yang juga bermanfaat sebagai materi promosi pariwisata. 7) secara berkesinambungan memberikan pelatihan kepariwisataan kepada masyarakat dan industri terkait pariwisata

## Daftar Pustaka

- Akhmedova. 2016. *Educational Tourism, Defining the Concept*, Public Administration. Republik Ukraine. KhNUE
- Alena, Nikolaeva. 2011. *Educational Tourism as a Strategy to Professionalization of Lifelong Learning*. Univeristy of Latvia. Novgorod State University. Rusia
- Ausland, Aaron. 2017. *Poverty Tourism: A Debate in Need of Typological Nuance, Poverty Tourism Taxonomy*. [https://www.huffingtonpost.com/aaron-ausland/poverty-tourism-taxonomy-\\_b\\_697399.html](https://www.huffingtonpost.com/aaron-ausland/poverty-tourism-taxonomy-_b_697399.html)
- Bhan, Suraj. 2014. *Homestay Tourism in India: Opportunities and Challenges*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Vol. 3 (2) - (2014) ISSN: 2223-814X. Kurukshetra University, Kurukshetra Haryana, India
- BPPD Badung, ITDC. Dinas Pariwisata Kabupaten Badung. 2018. Kegiatan Event Pariwisata Badung 2018.
- Getz, D.1991. *Festivals, Special Events, and Tourism*. Van Nostrand Reinhold. New York
- Ibrahim, Yahaya. Abdul Rasid Abdul Razzaq. 2007. *Homestay Program and Rural Community Development in Malaysia*. Universiti Malaysia Terengganu. Universiti Tun Hussein Onn Malaysia.
- Kemenpar, Kementerian Pariwisata RI. 2018. Materi Rapat Kerja Nasional Pariwisata. Digitalisasi Destinasi dan *Nomadic Tourism*. 22 Maret. BNDCC Nusadua Bali.
- Kim, Chulwon. 2004. *E-Tourism, An Innovative Approach for The Small and Medium Sized Tourism Enterprises (SMTEs) in Korea*. Kyunghee University Korea.

- Nusa Bali. 2018. Badung pasang wifi gratis di 982 titik. 14 Januari. [www.nusabali.com](http://www.nusabali.com)
- Pataki, Eva. "Going somewhere". *The Nomad and the Tourist in Monica Ali's Brick Lane, Hanif Kureishi's The Buddha of Suburbia and Nirpal Singh Dhaliwal's Tourism*. University of Debrecen.
- Richie, Brunt. Carr, Neil. Cooper, Christ. 2003. *Managing Educational Tourism. Aspects of Tourism*. Channel View Publication. Frankfurt.
- Smith Jenner. 1997. *Educational Tourism and Interpretation*. Working paper 50369 Oslo 21.05.2013 3680 PROTOUR Jan Vidar Haukeland Odd Inge Vistad Karoline Daugstad Heidi G. Degnesdemark
- UNWTO, 2018, Press Release UNWTO and ATTA EDU Program; <http://media.unwto.org/press-release/2014-11-04/unwto-and-adventure-travel-trade-association-release-global-report-adventur>,
- UNWTO. Ganzukh. 2016. Nomadic Tourism for Mongolia. Critical Issues in Silk Road Tourism. [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3.\\_gansukh\\_damba.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/3._gansukh_damba.pdf).
- WEF. World Economic Forum. 2017. *Digital Transformation Initiative Aviation, Travel and Tourism Industry*. In collaboration with Accenture. Switzerland.
-