



SEMINAR RISET TERAPAN
HOSPITALITI DAN KEPARIWISATAAN INDONESIA

INSPIRE

2019



PROCEEDING

Seminar Riset Terapan Hospitaliti dan Kepariwisataaan Indonesia 2019

Co Host :



SEKOLAH TINGGI PARIWISATA
BANDUNG



FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS UDAYANA

online proceeding available

 <http://inspire.stpbali.ac.id>

**PROSIDING SEMINAR
INSPIRE 2019
SEMINAR RISET TERAPAN HOSPITALITI DAN
KEPARIWISATAAN INDONESIA**

**“Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti
Indonesia yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan”**

**Kamis, 11 Juli 2019
Kampus Sekolah Tinggi Pariwisata Bali**

**Penerbit:
Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali**

INSPIRE 2019

SEMINAR RISET TERAPAN KEPARIWISATAAN DAN HOSPITALITI INDONESIA

Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan

Steering Committee

- 1) Drs. Dewa Gde Ngurah Byomantara, M.Ed. (Ketua/Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bali)
- 2) Dr. Irene Hanna H. Sihombing (Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bali/Program Pascasarjana STP Bali)
- 3) Dr. Atang Sabur Safari (Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung/Program Pascasarjana STP Bandung)
- 4) Dr. I Nyoman Sunarta (Dosen Universitas Udayana/Dekan Fakultas Pariwisata)
- 5) Eka Diraksa Putra, PhD (Dosen School of Hotel and Tourism Management, Hongkong Polytechnic University)

Reviewer

- 1) Dr. I Putu Utama
- 2) Dr. Ida Ayu Putri Widawati
- 3) Dr. Ni Made Eka Mahadewi
- 4) Dr. Irene Hanna. H Sihombing
- 5) Putu Diah Sastri Pitanatri, S.ST.Par., M.Par
- 6) Luh Yusni Wiarti, SE., M.Par., M.Rech
- 7) Ni Made Tirtawati, S.Si., M.Par
- 8) Ida Bagus Agung Gde Widana, SH., DIpl.TM., M.Par
- 9) Gusti Ayu Dewi Hendriyani, A.Par., M.Par
- 10) I Wayan Sukma Winarya Prabawa, M.Par., M.Pro

Panelis/Pembahas

- 1) Dr. Atang Sabur Safari (STP Bandung)
- 2) Dr. Sukmadi (STP Bandung)
- 3) Dr. I Ketut Budarma (Politekning Negeri Bali)
- 4) Dr. Putu Ratni Sari (Univ. Udayana)
- 5) Dr. Putu Sucita Yanti (Univ. Udayana)
- 6) Dr. I Nyoman Sukma Arida (Univ. Udayana)
- 7) Dr. I Ketut Murdana (STP Bali)
- 8) Dr. Ida Ayu Putri Widawati (STP Bali)
- 9) Dr. Amirosa Ria Satiadji (STP Bali)
- 10) Dr. Irene Hanna. H. Sihombing (STP Bali)
- 11) Luh Yusni Wiarti, SE., M.Par., M.Rech (STP Bali)

Organizing Committee:

Pengarah : Ketua STP Bali
Penanggung Jawab : Drs. I Wayan Muliana, M.Ed.
Ketua : Dr. Irene Hanna H. Sihombing
Wakil Ketua : Dr. I Putu Utama
Sekretaris : I Wayan Sukma Winarya P, M. Par., M.Pro
Koordinator Event :
1) Dr. Amirosa Ria Satiadji
2) Ni Made Tirtawati, S.Si., M.Par
3) Hardina, S.Pd., M.Pd

Koordinator Transportasi
Dan Akomodasi :
1) I Gusti Agung Febrianto, S.Par., M.Par
2) I Gede Geria

Penyunting Editor :
1) I Putu Bali Pradika, S.Kom
2) Putu Ayu Puspitawati, S.Kom
3) Komang Bangkit Wijaya, S.Ds
4) Komang Dian Permatajaya, S.S

Umum & IT Support:
1) I Gede Darmika
2) IGM Darmaweda
3) I Wayan Widana
4) I Nyoman Tikel

Koordinator Publikasi:
1) Putu Gargita
2) I Kadek Yuliartha

Penerbit :

Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali

Redaksi :

Jln. Dharmawangsa Kampial, Kel Benoa, Kec Kuta Selatan
Kota Badung 80363
Telp (0361) 773537 - 73538
Selulter Panitia: +628113988728
Email: infopasca@stpbbali.ac.id
Website: <http://pasca.stpbali.ac.id>

Cetakan pertama, Juli 2019

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ke dalam bentuk apapun, termasuk fotokopi atau merekam dengan teknik apapun, tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan anugerahNya sehingga buku prosiding Seminar Riset Terapan Hospitaliti dan Kepariwisata Indonesia (INSPIRE) dapat terwujud. Buku prosiding ini terdiri dari hasil penelitian, review, dan hasil pengabdian yang dilakukan oleh peneliti yang berasal dari berbagai instansi yang beragam. Setiap artikel yang terdapat dalam prosiding ini sudah dipresentasikan dalam Seminar Nasional INSPIRE yang sudah terselenggara pada hari Kamis, 11 Juli 2019 di Gedung Widyatula STP Bali. Kegiatan ini merupakan kegiatan seminar riset terapan yang pertama yang akan direncanakan setiap tahun. Hasil dari Seminar Nasional INSPIRE tersebut kemudian didokumentasikan dalam prosiding ini.

Seminar Nasional Riset Terapan yang pertama ini memiliki tema: Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti Indonesia yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan. Dinamika perkembangan industri pariwisata sangatlah pesat. Inovasi terstruktur maupun spontan memodifikasi sistem pariwisata dalam skala nasional dan internasional. Hal ini menjadikan pariwisata menjadi industri besar yang memerlukan kesiapan sumberdaya manusia yang mampu mengelola industri ini. Pendidikan serta riset terapan di perguruan tinggi dewasa ini telah menjadi bagian dari fokus pemerintah guna membangun daya saing pendidikan tinggi di Indonesia. Penyebarluasan hasil riset, baik yang berbasis keilmuan maupun keterampilan telah menjadi hal yang fundamental sebagai bentuk inovasi masyarakat akademis untuk dapat mengambil peran dan berkontribusi dalam pemecahan masalah yang bersifat global, nasional, baik pada sisi pemerintahan, masyarakat, industri dan lingkungan.

Seminar dapat terlaksana dengan sukses atas bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu kami ucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu terselenggaranya seminar ini.

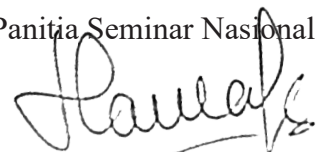
Kami menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan prosiding Seminar Nasional INSPIRE ini sehingga saran dan kritik yang membangun sangat diperlukan. Semoga prosiding ini bermanfaat bagi para pembaca dan pihak yang memerlukan.

Kami bersyukur bahwa gagasan kami ini mendapat respon yang sangat baik dimana tercatat Seminar Nasional INSPIRE diikuti pemakalah berasal dari Sekolah Tinggi Pariwisata Bali, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, Fakultas MIPA Universitas Udayana, Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional, Politeknik Pariwisata Makasar, Universitas Prasetya Mulya, Universitas Pelita Harapan dan Universitas Mahasaraswati.

Akhir kata, kami menyadari bahwa pelaksanaan Seminar Nasional INSPIRE 2019 maupun penerbitan buku prosiding ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati kami mohon dimaafkan. Kiranya Tuhan Yang Maha Esa memberkati dan melindungi kita semua dan memberikan anugerahNya kepada seluruh pendukung Seminar Nasional INSPIRE dan penerbitan buku prosiding ini.

Nusa Dua, 11 Juli 2019

Ketua Panitia Seminar Nasional INSPIRE



Dr. Irene Hanna H. Sihombing, SE, MM

SAMBUTAN

KETUA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA BALI

Om Swastyastu,

Marilah kita bersama memanjatkan puja dan puji syukur kehadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa (Tuhan Yang Maha Esa) karena atas Asung Kertha Wara NugrahaNya telah terselenggara acara Seminar Nasional Riset Terapan Hospitaliti dan Kepariwisata Indonesia pada hari Kamis, 11 Juli 2019 di Gedung Widyatula STP Bali.

Seminar Nasional Riset Terapan pertama ini telah selesai dilaksanakan dan sudah berlangsung dengan sangat baik sekaligus berhasil mewujudkan sebuah buku prosiding yang memuat seluruh artikel yang sudah dipresentasikan. Sesuai dengan visi Program Magister Terapan STP Bali untuk menjadi program pascasarjana terapan (vokasi) yang unggul di bidang perhotelan dan kepariwisataan maka tema yang diangkat tahun ini adalah Membangun Tata Kelola Destinasi dan Industri Hospitaliti Indonesia yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan. Tema pertama ini kiranya akan menjadi awal langkah pengembangan potensi perhotelan dan keparawisataan yang berbasis kearifan lokal yang memiliki daya saing dan berkelanjutan. Kiranya pada tahun berikutnya tema lain dapat semakin mengembangkan riset terapan pada bidang pengelolaan perhotelan dan kepariwisataan serta mendesiminasikan pengetahuan dan teknologi terapan bagi penguatan industri perhotelan dan pariwisata yang berdaya saing internasional.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah menyumbangkan tenaga, waktu, dan pikiran demi terlaksananya Seminar Nasional INSPIRE dan penerbitan buku prosiding ini. Kiranya apa yang kita semua sudah lakukan menjadi karma yang baik yang memberikan manfaat bagi kita semua.

Nusa Dua, 11 Juli 2019
Ketua STP Bali



Drs. Dewa Gde Ngurah Byomantara, M.Ed

DAFTAR ISI

Susunan Editorial	ii
Kata Pengantar	iv
Sambutan Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali.....	v
Daftar Isi	vi

Bab 1 : Hospitaliti

1. Pengaruh Viral Marketing Terhadap Buying Intention Low Cost Carrier (LCC) Domestik di Bali Melalui Online Travel Agent (OTA) (Ni Putu Astis Mahariani)	1
2. Pengaruh Kompetensi dan Performance Appraisal Terhadap Promosi Jabatan Karyawan Pada Departemen Housekeeping di Hotel Ayodya Resort Bali (I Wayan Agus Wirnawan, Irene Hanna Sihombing, Ni Desak Made Santhi Diwyartha).....	7
3. Pengaruh Employee Cross Training dan Organizational Citizenship Behaviour Terhadap Kinerja Karyawan F&B Service The Patra Bali Resort & Villas (Indra Adhitya, I Ketut Surata, Ni Kade Juli Rastitiati)	16
5. Pengaruh Customer Relationship Management dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kinerja Organisasional di Tea Tree Spa (Gede Maharta, I Ketut Surata, Ida Ayu Kalpikawati)	22
4. Pengaruh Beban Kerja Terhadap Turnover Intention Dengan Employee Engagement Sebagai Variabel Mediasi di Sun Island Hotel & Spa Legian (Yatnya Pradnya, I Ketut Surata, I Putu Esa Widaharthana).....	27
5. Pengaruh Stres Kerja dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention Karyawan di Le Meridien Bali Jimbaran (Dewa Agung Ayu Sinta Pramesti Dewi).....	30
6. Analisis Pelaksanaan Pelatihan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Housekeeping Attendant di Holiday Inn Resort Baruna Bali (Ni Luh Putu Sri Aryastuti, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati, I Gusti Agung Gede Witarsana)	40
7. Tourists Satisfaction Towards Management Of Homestay In Lumajang Regency (Ni Desak Made Santi Diwyartha, Putu Diah Prabawati).....	50
8. Pengaruh Servant Leadership dan Komitmen Organisasional Terhadap Organizational Citizenship Behavior di Hotel Montigo Resorts Nongsa, Batam (Ida Ayu Miswadita Anindi)	56
9. Pengaruh Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Berbasis Timeshare Hotel : Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi di Karma Royal Bali (Ni Luh Dita Priliani)	76
10. Pengaruh Best Available Rate Dan Kepercayaan Terhadap Keadilan Harga Pada Saluran Distribusi Online di The Ritzcarlton, Bali (Kadek Astri Utarini Darmawan, Dewa Ketut Sujatha, Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati)	87

11. Pengaruh Penjualan Offline dan Online Travel Agent Terhadap Tingkat Pendapatan Kamar di Grand Mirage Resort And Thalasso Spa Bali
(I Putu Satya Wiguna, Irene Hanna H. Sihombing, Ni Desak Made Santi Diwyarthi).....84

Bab 2 : Pariwisata

12. Positioning Of Online Motor Taxi (Gojek-Case) Towards Tourism Activities In Bali
(Made Handijaya Dewantara).....94
13. The Theory Of Planned Behavior Sebagai Model Untuk Memahami Wisatawan Millennials Di Indonesia
(Jessyca Yulianty).....101
14. Pengaruh Citra Destinasi dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Wisatawan Millennial Mancanegara di Bali
(Ni Luh Kadek Laksmi Wulandani)108
15. Karakteristik dan Identifikasi Aktivitas Leisure and Recreation Wisatawan Backpacker di Kawasan Wisata Kintamani Bangli Bali
(Fanny Maharani Suarka)115
16. Forecasting Foreign Tourists Visits To Bali: A Comprehensive Study
(I Wayan Sumarjaya)131
17. Strategi Pengembangan Tourism Supply Chain Destinasi Wisata Bahari Pantai Madasari Kabupaten Pangandaran
(Tiffany Chairunnisa Ramadhania)139
18. Analisis Faktor-Faktor Prediktor Niat Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Wisata Kota Denpasar Sebagai Heritage City
(Putu Surya Laksana Rahjasa)155
19. Destination Attributes Yang Menentukan Keputusan Wisatawan Memilih Destinasi Tanjung Benoa
(I Made Gede Darma Susila)165
20. Cangu : Digital Nomadic Destination ? Sebuah Pendekatan Perspektif Wisatawan
(Destria Widya, Luh Yusni Wiarti, I Wayan Sukma Winarya Prabawa)176
21. Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kawasan Kota Lama, di Kota Semarang
(Irene Adiola)184
22. Potensi Wisata Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kota Singkawang
(Yustisia Kristiana, Theodosia C. Nathalia)190
23. Pariwisata Dalam Implementasi Konsep Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia
(Nyoman Surya Wijaya, Komang Trisna Pratiwi Arcana, I Wayan Eka Sudarmawan).....202
24. Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Dampak Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan Dari Pengembangan Air Terjun Tegenungan di Desa Kemenuh, Kabupaten Gianyar
(I Putu Yogi Pramaharta, I Made Subrata)213

25. The Role Of Young Tourismpreneur In Promoting Tourism Destination Case Study: Nusa Lembongan Bali-Indonesia (I Gede Gian Saputra, Ni Made Tirtawati)	226
26. Pengembangan Paket Wisata Halal Bagi Wisatawan Muslim Asean di Bali (M. Tanggap Sasmita)	233
27. Pengaruh City Branding dan Citra Kota Terhadap Minat Wisatawan Berkunjung Ke Kabupaten Dan Kota di Jawa Barat (Pada 9 Kabupaten Dan 7 Kota di Jawa Barat) (Rezka Aida Pspn)	251
28. Pengaruh Sosial Media Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Ke Destinasi Pariwisata Bali (Putu Deo Cahya Widyatmika, Luh Yusni Wiarti, Hanugerah Kristiono Liestiandre)	274
29. Analisis Dampak Ekonomi dan Sosial Budaya di Kampung Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata Unggulan di Kabupaten Karawang (Mya Rahayu)	284
30. Pengaruh Modal Sosial, Orientasi Kewirausahaan dan Peran Pemerintah Terhadap Kinerja Usaha Pariwisata di Kabupaten Jembrana, Bali (Gandhiadi, G K, Eka Nila Kencana, I P)	313

Bab 3 : Desa Wisata

31. Peran Kaum Milenial Dalam Pengembangan Digital Nomadic Tourism Sebagai Badan Usaha Milik Desa (Studi Kasus Pada Desa Wisata Pelaga Kabupaten Badung Bali) (Fransisco Situmorang, Nararya Narottama)	314
32. Persepsi Wisatawan dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Ke Obyek dan Daya Tarik Wisata Desa Budaya KertalanguDenpasar – Bali (Ni Putu Helda Silpia Apriyani).....	332
33. Model Strategi Pemasaran Desa Wisata Kaba Kaba Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Tabanan (Gede Wiliam).....	344
34. Pemetaan Potensi Desa Dalam Mengembangkan Desa SawanMenjadi Desa Wisata (Made Susilawati)	355
35. Pengembangan Mina Wisata di Kedongan (Rahma Fibriani Dili Putri).....	361
36. Community Perception To The Role Of Government In Realizing Sustainable Tourism Development At Penglipuran Tourism Village, Bangli Regency (I Nengah Sandi Artha Putra).....	366
37. Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Kampung Tua Terih Sebagai Desa Wisata di Kota Batam (Agatha Hidayat).....	375

38. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Desa Wisata Besan Klungkung (Ni Ketut Sutrisnawati).....	381
39. Implementasi Nila-Nilai Tri Hita Karana Pada Homestay di Desa Munduk, Kabupaten Buleleng, Bali (Ida Ayu Kapikawati, Ni Wayan Chintia Pinaria, I Gusti Agung Febrianto)	390
40. Investigasi Pengaruh Tourism Experience Dan Tourist Engagement Dalam Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan di Desa Wisata Pinge, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali (I Made Sugita Darma Teja	399
41. Persepsi Wisatawan Terhadap Daya Tarik Wisata Bahari Yang Berlandaskan Green Economy di Desa Pemuteran Buleleng (Komang Trisna Pratiwi Arcana, I Gede Wawan Anggada)	411
42. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Homestay di Desa Wisata Pangsan Kabupaten Badung (Nyoman Arto Suprpto).....	425

Bab 4 : Gastronomi

43. Gastronomic Tourism Implementation In Destination Branding In Gili Indah Village, North Lombok (Luh Putu Kartini).....	434
44. Camera Eats First: A New Trend Of Gastronomy Tourism In Digital Era (Putu Devi Rosalina).....	441
45. Restaurant Marketing Strategy Formulation: Local Cuisine Vs Halal Food Case Study Of Casual Restaurants In Ubud, Bali (I Nyoman Arcana, I Nyoman Wiratnaya)	449
46. Motivasi, Kepuasan, dan Loyalitas Wisatawan Mancanegara Menikmati Kuliner Lokal Di Kabupaten Badung – Bali (I Gusti Ayu Dewi Hendriyani).....	465

Bab 5 : Event dan Festival

47. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Exhibitor Dalam Mengikuti Sanur Village Festival Ke-13 di Desa Sanur (Amirosa Ria Satiadji, Ni Komang Indah Tri Yanti)	477
48. Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Event Ubud Food Festival Dalam Pembentukan Brand Image Sponsor (Ida Ayu Sutarini)	494
49. Dampak Penyelenggaraan Denpasar Festival Terhadap Aspek Sosial dan Ekonomi Masyarakat di Desa Dauh Puri Kangin, Denpasar, Bali. (Ni Wayan Deitha Larassati Subawa, Luh Putu Citrawati)	502

CANGGU : DIGITAL NOMADIC DESTINATION ? SEBUAH PENDEKATAN PERSPEKTIF WISATAWAN

Destria Widya

destriawidya@gmail.com

Luh Yusni Wiarti

yusni168@gmail.com

I Wayan Sukma Winarya Prabawa

sukmawinarya@stpbbali.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Citra Canggu sebagai Digital Nomadic Destination yang dilihat dari Citra Kognitif, Citra Afektif dan Citra Konatif. Teknik Analisis Data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Analisis Faktor Eksploratori yang bertujuan untuk membentuk variabel laten baru dari variabel asli yang sudah ada. Penelitian ini dilakukan kepada 150 responden wisatawan mancanegara yang mengunjungi Canggu sebagai Digital Nomadic. Hasil dari penelitian ini yaitu Citra Kognitif terekstrasi menjadi enam (6) faktor baru : Amenitas, Aksesibilitas dan Keselamatan, Atraksi, Kenyamanan dan Fasilitas Komunikasi, sedangkan Citra Afektif dan Citra Konatif hanya menjadi satu (1) faktor. Hasil menunjukkan bahwa citra afektif dan konatif lebih besar dari citra kognitif, yang memiliki arti apa yang didapatkan dan dirasakan wisatawan melebihi harapan dan ekspektasi yang wisatawan miliki.

Kata Kunci : Digital Nomadic Destination, Kognitif, Afektif, Konatif

PENDAHULUAN

Kementerian Pariwisata mengeluarkan strategi baru dengan menawarkan 100 *digital destination* dan *nomadic tourism* guna merealisasikan target kunjungan 17 juta wisatawan mancanegara dan 275 wisatawan nusantara di tahun 2018 (Prabawa, 2017:39). *Digital destination* dan *nomadic tourism* sangat erat kaitannya dengan generasi milenial, dimana generasi milenial merupakan wisatawan yang sangat berpotensi bagi *digital destination* dan *nomadic tourism*. *digital destination* adalah sebuah produk wisata yang kreatif dan dikemas secara kekinian (zaman now). Sedangkan *nomadic tourism* adalah gaya pariwisata baru, dimana wisatawan dapat menetap dalam kurun waktu tertentu di suatu destinasi wisata dengan amenities yang mudah dipindahkan (portable) dan dapat berpindah – pindah (Kemenpar, 2018).

Berkembangnya sebuah destinasi, tidak lepas dari peran citra suatu destinasi tersebut. Salah satu destinasi pariwisata yang dikenal banyak oleh generasi milenial yaitu Bali. Hal ini tidak terlepas dari peran citra Bali sebagai “*The Island of God*” dan citra lainnya yang berada di benak wisatawan. Untuk mempertahankan citra tersebut, pemerintah berupaya mendukung perkembangan pariwisata di Bali dengan menjadikan Canggu sebagai destinasi pariwisata favorit tujuan wisatawan generasi milenial dan digital nomadic. Canggu menjadi destinasi pariwisata nomor 1 di seluruh dunia berdasarkan nomadlist.com (2019).

Digital nomadic adalah seseorang yang memutuskan untuk bekerja secara lepas dan

memanfaatkan teknologi sehingga tidak terikat oleh waktu dan tempat (Jessica, 2018). Kelompok wisatawan ini sangat erat kaitannya dengan unsur digital yang tidak lain berhubungan dengan internet atau komunikasi di dunia maya. *Digital nomadic* menjadi salah satu dari 3 kelompok besar turis backpacker diseluruh dunia yang mencapai 5 juta orang yang menetap sementara di suatu destinasi sembari bekerja.

Berkaitan dengan fenomena tersebut, pemerintah memanfaatkan hal tersebut dengan menargetkan *digital nomadic* sebagai wisatawan paling potensial untuk strategi yang sedang dikembangkan yaitu *digital destination* dan *nomadic tourism*. Berdasarkan permasalahan tersebut diatas serta dengan berlandaskan pada penelitian terdahulu maka peneliti tertarik melaksanakan penelitian untuk mengetahui citra canggu sebagai *digital nomadic destination*

LANDASAN TEORI

Citra Destinasi

Citra destinasi merupakan salah satu faktor yang memotivasi wisatawan dalam menentukan aktivitas pariwisatanya (Ritchie E. , 1991). Citra destinasi dapat diartikan sebagai gambaran dari pengetahuan. Keyakinan diri, prasangka atau emosi mengenai suatu objek (Bond-Bovy, 1977). Gambaran dari 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang saling berhubungan untuk membentuk sikap dalam perjalanan wisata (Gartner, 1996). Komponen kognitif, afektif dan konatif merupakan komponen yang dapat digunakan dalam penelitian untuk mengukur sikap responden. Citra kognitif adalah pengetahuan dan pemikiran seseorang tentang suatu obyek (Agapito et al., 2013). Komponen afektif yaitu kesan, prasangka, imajinasi, pemikiran-pemikiran-emosional, keyakinan, persepsi, harapan yang dimiliki seseorang atas suatu tempat spesifik tertentu. Citra destinasi wisata konatif adalah bagaimana seseorang menggunakan informasi yang dimilikinya dalam mengambil suatu tindakan (Agapito et al., 2013).

Digital Nomadic

Digital Nomad adalah orang yang bekerja dan tinggal berpindah - pindah dengan memanfaatkan teknologi (Investopedia, 2017). Seorang digital nomad tidak memiliki keterikatan waktu dan tempat dalam bekerja sehingga mereka bisa independen untuk mengerjakan sesuatu yang sesuai dengan hati dan minat. Pada tahun 2017, WYSE Travel Conferedetion melakukan survei kepada lebih dari 57.000 pelancong muda tentang gaya perjalanan mereka dan 0,6% responden mengaku diri mereka sebagai 'digital nomadic' dibandingkan sebagai 'backpacker' atau 'tourist'. Sementara 0,6% mungkin terdengar kecil jika dibandingkan seluruh wisatawan dunia, namun itu mewakili sekitar 1,8 juta perjalanan internasional per tahun.

METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah Citra Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination*, dengan menjadikan 150 wisatawan digital nomadic sebagai responden. Adapun variabel yang dipakai di penelitian ini yaitu variabel bebas (X). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Penelitian ini mencari cita kognitif, afektif dan konatif Canggu sebagai Digital Nomadic Destination. Citra Kognitif terdiri dari indikator Enviromental Characteristic, Infrastructure, Attraction, Social Environment dan Accesibility (Prayag, 2009), sedangkan citra afektif terdiri dari indicator Distressing – Relaxing,

Unpleasant – Pleasant, Boring – Exciting dan Sleepy – Lively (Belhassen, 2006) dan citra konatif terdiri dari indikator future actions

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis Faktor Eksploratori, menggunakan SPSS 23 untuk membentuk faktor – faktor baru.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Wisatawan

Dalam penelitian ini menggunakan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Wisatawan yang bisa dijadikan responden adalah *digital nomadic* yang pernah mengunjungi Canggu. Berikut adalah Tabel 1.1 karakteristik wisatawan berdasarkan Asal Benua, Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan, Pendapatan, Frekuensi Kunjungan, Sumber Informasi dan Pengetahuan Canggu sebagai Digital Nomadic Destination.

Tabel 1.1 Karakteristik Wisatawan Digital Nomadic

No	Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)	
1.	Asal Benua	Eropa	62	41,3
		Amerika	18	11,9
		Asia	50	33,3
		Australia	18	12
		Afrika	2	1,3
2.	Jenis Kelamin	Perempuan	82	54,7
		Laki - laki	68	45,3
3.	Usia	17 – 24 tahun	36	24
		25 – 32 tahun	79	52,7
		33- 40 tahun	32	21,3
		41 – 48 tahun	3	2
		49 – 56 tahun	0	0
	>56 tahun	0	0	
4.	Pekerjaan	Entrepreneur	69	46
		Pelajar/mahasiswa	9	6
		Professionals	30	20
		Businessman	2	1,3
		Pemerintahan	1	0,7
		Karyawan pribadi	30	20
5.	Pendapatan	Lainnya	9	6
		\$>500	8	5,3
		\$500 – 1000	23	15,3
		\$1000 – 1500	42	28
	\$>1500	77	51,3	
6.	Frekuensi Kunjungan	Bukan pertama kali	102	68
		Pertama Kali	48	32
7.	Sumber Informasi	Media Sosial	60	40
		Majalah,Koran	1	0,7
		Internet	54	36
		Televisi, Radio	0	0
		Keluarga, Teman, kerabat	32	21,3
	Lainnya	3	2	
8.	Pengetahuan Canggu sebagai Digital Nomadic Destination	Tahu	90	60
		Tidak Tahu	60	40

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Analisis Faktor Eksploratori (EFA)

Citra Kognitif

Hasil analisis menunjukkan bahwa Citra Kognitif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* terekstrasi menjadi beberapa faktor yang dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Analisis Faktor Citra Kognitif

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :		0,737						
Bertlett's Test of Sphericity		0,000						
Significant :		0,000						
		Rotated Component Matrix (Faktor)						Keterangan Faktor
Kode	Indikator	1	2	3	4	5	6	
Kog 8	Easy to find accomodation	0,800	0,036	0,020	0,221	0,048	0,009	Amenitas
Kog 6	Many co-working space to work	0,752	-0,016	-0,050	0,064	0,226	0,258	
Kog 22	Easy to find private transportation	0,712	0,034	0,047	0,025	0,020	-0,122	
Kog 9	Appealing local food cuisine and variety of food	0,506	-0,292	0,173	0,417	0,000	0,234	
Kog 20	Location is reachable	0,503	0,378	0,219	0,120	0,249	0,014	Aksesibilitas dan Keselamatan
Kog 28	Walkability area	0,026	0,849	-0,022	0,073	0,156	-0,013	
Kog 19	Well organized traffic signs	0,100	0,790	0,045	-0,062	0,031	-0,017	
Kog 17	Traffic safety	0,078	0,762	0,332	-0,072	0,053	0,190	
Kog 21	Easy to find public transport	-0,021	0,594	-0,079	0,041	-0,449	-0,121	
Kog 7	Easy to find healthcare service	-0,253	0,510	0,258	0,315	-0,309	0,353	Sosial
Kog 15	LGBT Friendly	-0,041	0,092	0,803	0,161	-0,153	0,142	
Kog 16	Racial tolerance	0,310	0,082	0,656	0,118	0,116	0,126	
Kog 13	Have low crime	-0,119	0,172	0,639	-0,133	0,275	-0,182	
Kog 14	Local people friendly to foreign	0,324	-0,135	0,567	0,118	0,480	-0,015	Atraksi
Kog 11	Many place to surfing	0,193	-0,029	-0,025	0,821	0,071	-0,129	
Kog 12	Many yoga studio	0,097	0,066	0,110	0,620	0,282	0,141	
Kog 10	Have good nightlife	0,513	-0,013	0,152	0,572	-0,031	0,105	Kenyamanan
Kog 2	Restful atmosphere	0,186	0,108	0,122	0,150	0,774	-0,071	
Kog 1	The temperature is comfortable	-0,009	0,115	-0,008	0,352	0,503	0,389	Fasilitas Komunikasi
Kog 3	The area is clean	-0,199	0,319	0,213	0,263	0,501	0,220	
Kog 4	Many free wifi in Canggu area	-0,029	-0,149	0,199	0,070	-0,032	0,813	
Kog 5	Internet speed fast and usable	0,274	0,265	-0,172	-0,052	0,106	0,625	
% of Variance :		13,476	13,437	10,176	9,259	8,294	7,659	
Cumulative % :		62,300						

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Tabel 1.2 menunjukkan hasil analisis faktor citra Kognitif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination*. Ditunjukkan bahwa nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*) yang dihasilkan mencapai 0,737. Nilai tersebut mampu melampaui nilai ambang yang ditentukan yaitu 0,5. Selain itu, nilai signifikansi yang ditunjukkan adalah 0,000 yang artinya bahwa setiap variabel (indicator) citra kognitif memiliki korelasi signifikan.

Sehingga, hasil yang ditunjukkan pada nilai KMO dan signifikansi membuktikan bahwa variabel yang digunakan untuk mengukur Citra Afektif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* layak digunakan dalam analisis faktor. Dilihat dari nilai loading faktor yang dihasilkan, Tabel 5.9 juga menunjukkan bahwa Citra Kognitif Canggu terekstrasi menjadi enam (6) faktor setelah dilakukan rotasi yaitu :

1. Faktor Amenitas, indikator – indikator pembentuknya adalah Kog 8 (Easy to Find Accomodation), Kog 6 (Many co-working space to work), Kog 22 (Easy to find private transportation), Kog 9 (Appealing local food cuisine and variety of food) dan Kog 20 (Location is Reachable).
2. Faktor Aksesibilitas dan Kenyamanan, indikator – indikator pembentuknya adalah Kog 28 (Walkability Area), Kog 19 (Well organized traffic signs), Kog 17 (Traffic Safety), Kog 21 (

- Easy to find public transportation) dan Kog 7 (Easy to find healthcare).
3. Faktor Sosial, indikator – indikator pembentuknya adalah Kog 15 (LGBT Friendly), Kog 16 (Racial Tolerance), Kog 13 (Have Low Crime) dan Kog 14 (Local people friendly to foreign).
 4. Faktor Atraksi, indikator – indikator pembentuknya adalah Kog 11 (Many place to surfing), Kog 12 (Many Yoga Studio) dan Kog 10 (Have good nightlife).
 5. Faktor Kenyamanan, indikator – indikator pembentuknya adalah Kog 1 (The temperature is comfortable) dan Kog 3 (The area is clean).
 6. Faktor Fasilitas Komunikasi, indikator – indikator pembentuknya adalah Kog 4 (Many free wifi in Canggu area) dan Kog 5(Internet Speed and Usable).

Citra Afektif

Citra Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* dapat dilihat dari citra afektif meliputi bagaimana perasaan wisatawan yang ditunjukkan pada Tabel 1.7.

Tabel 1.3 Analisis Faktor Citra Afektif

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :		0,781
Bertlett's Test of Sphericity		
Significant :		0,000
Kode	Indikator	Component Matrix (Faktor I)
AIK 1	Canggu is relaxing destination	0,763
AIK 2	Canggu is pleasant destination	0,919
AIK 3	Canggu is exciting destination	0,908
AIK 4	Canggu is lively destination	0,887
% of Variance :		75,948
Cumulative %:		75,948

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Pada Tabel 1.3 dapat dijelaskan bahwa nilai KMO yang dihasilkan sebesar 0,781 serta nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* layak untuk dianalisis menggunakan analisis faktor. Hasil menunjukkan bahwa citra afektif dari Canggu hanya terekstrasi menjadi satu faktor. Sehingga, citra tersebut tetap dikatakan sebagai Faktor Afektif. Adapun nilai loading faktor yang paling besar adalah bahwa Canggu merupakan destinasi yang menyenangkan yaitu 0,919.

Keempat pernyataan yang digunakan untuk mengukir citra Canggu memiliki selisih nilai kecil dengan nilai rata – rata diatas 0,7. Artinya, citra Afektif Canggu yang dirasakan oleh wisatawan cukup besar. Di samping itu, persentase keragaman faktor yang dihasilkan pun cukup tinggi yaitu 75 %. Hal ini menunjukkan bahwa Citra Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* berdampak positif terhadap Citra Afektif Canggu dengan persentase keragaman mencapai 75 %.

Citra Konatif

Citra Afektif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destiantion* merupakan citra yang paling akhir dirasakan oleh wisatawan. Citra tersebut muncul setelah citra kognitif dan afektif dari Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination*. Hasil analisis terhadap citra konatif dapat diamati pada Tabel 1.4.

Tabel 1.4 Analisis Faktor Cita Konatif

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy :		0,826
Bertlett's Test of Sphericity		
Significant :		0,000
Kode	Indikator	Component Matrix (Faktor) I
Kon 1	Will come for work nomadic again in Canggu	0,871
Kon 2	Will recommend friends and relatives to visit Canggu	0,773
Kon 3	Will recommend Canggu as digital Nomadic Destination	0,913
Kon 4	Will inform positive things about Canggu as Digital Nomadic Destination	0,905
% of Variance :		75,203
Cumulative %:		75,203

Sumber : Hasil Penelitian, 2019

Hasil analisis faktor pada Tabel 1.4 menunjukkan bahwa Citra Afektif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* terekstrasi menjadi satu faktor saja sehingga tetap dikatakan sebagai Faktor Konatif. Sebelum itu, pengujian terhadap nilai KMO dan signifikansi menunjukkan hasil yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan sehingga variabel citra konatif dapat dianalisis lebih lanjut menggunakan analisis faktor.

Nilai loading faktor menunjukkan bahwa Citra Konatif yang paling dirasakan oleh wisatawan yaitu Akan merekomendasikan Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* dengan nilai loading faktor 0,913. Citra Konatif lain yang tertinggi yaitu keinginan wisatawan untuk memberi informasi positif mengenai Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination*.

Nilai persentase keragaman faktor yang dihasilkan pada Tabel 5.11 yaitu sebesar 75 % juga menunjukkan Citra Konatif Canggu yang cukup besar terhadap Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination*. Sehingga, keinginan wisatawan *Digital Nomadic* untuk berkunjung kembali berkerja secara nomadic dinilai positif dari persentase keragaman yang dihasilkan

SIMPULAN

1. Citra kognitif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* setelah dilakukan analisis faktor eksploratori terekstrasi menjadi enam (6) factor
2. Citra Afektif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* setelah dilakukan analisis faktor eksploratori hanya terekstrasi menjadi satu faktor. Citra dengan loading faktor tertinggi atau citra yang paling positif yaitu *Canggu is pleasant destination*.
3. Citra Konatif Canggu sebagai *Digital Nomadic Destination* setelah dilakukan analisis faktor eksploratori hanya terekstrasi menjadi satu faktor. Indikator "*Will recommend Canggu as Digital Nomadic Destination*" merupakan citra dengan loading faktor tertinggi.
4. Dapat disimpulkan bahwa citra afektif lebih tinggi dibandingkan citra kognitif, yang memiliki arti apa yang dibayangkan atau ekspektasi wisatawan melebihi apa yang wisatawan dapat dan rasakan.

SARAN

Citra afektif Canggü memiliki nilai yang paling positif, namun citra kognitif memiliki nilai ambang dibawah afektif yang memiliki arti apa yang wisatawan dapatkan dan rasakan melebihi ekspektasi yang wisatawan miliki sebelum mengunjungi Canggü. Untuk itu, perlu mempertahankan citra afektif agar tetap terjaga.

Untuk menjaga dan mempertahankan citra konatif yang wisatawan rasakan, perlu meningkatkan citra kognitif dan citra konatif Canggü agar wisatawan *Digital Nomadic* dapat kembali lagi mengunjungi Canggü dengan Image yang lebih positif.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya memetakan Citra Canggü dari wisatawan saja, hubungan dengan keputusan wisatawan untuk kembali berkunjung masih belum terungkap. Penelitian lanjutan terkait keinginan berkunjung kembali wisatawan perlu dilakukan lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agapito, D., Valle, P., & Mendes, J. (2013). The cognitive-affective-conative model of destination image: A confirmatory analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 30(5), 471-48
<http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2013.803393>
- Alcaniz, E. B., Garcia, I. S., & Blas S. S. (2009). The functional-psychological continuum in the cognitive image of a destination: A confirmatory analysis. *Tourism Management*, 30(5), 715-723.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.10.020>
- Baloglu, Seyhmus & David Bringberg. (1997). Affective Image of Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, Vol 35, No 4, hal 11-15.
- Basaran, Umit (2016). Examining the Relationship of Cognitive, Affective and Conative Destination Image : A Research on Safranbolu Turkey. *International Business Research*; Vol. 9, No. 5; 2016.
- BPS Badung. (2017). Kecamatan Kuta Utara Dalam Angka. Bhineka Karya. Bali
- Hasan, Husein., Asdar M., & Jusni. (2016). Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan dalam Melakukan Kunjungan Wisata di Kota Tidore Kepulauan. *Skripsi*. Universitas Hassanudin: Makassar.
- Kemenpar, Kementerian Pariwisata RI. 2018. Materi Rapat Kerja Nasional Pariwisata. Digitalisasi Destinasi dan *Nomadic Tourism*. 22 Maret. BNDCC Nusadua Bali.
- Khairani. (2009). Analisis Variabel Yang Berpengaruh Terhadap Pembentukan Citra Daerah Tujuan Wisata : Studi Kasus Wisatawan Nusantara Yang Berwisata Ke Yogyakarta Periode 2007-2009. *Skripsi*. Universitas Indonesia.
- Mouratidis, Georgios. (2018). Digital Nomadism (Travel, Remote Work and Alternative Lifestyle. Journal Departement of Arts Lund University.
- Nugraha, Thian. (2017). Analisis Citra Bandung sebagai Destinasi Wisata Belanja. *Skripsi*. Politeknik Negeri Bandung.
- Paradiso, April (2018). *Nomadic Tourism Temporary Solution for Good*. Jakarta.

- Prabawa, IWSW (2017). Online Marketplace dan Tourist Virtual Communities di Industri Pariwisata (Inovasi Disruptive dalam Industri Pariwisata). Jurnal Ilmiah Hospitality Management. Vol 8, No 1, Desember 2017, hal 39 – 46.
- Ramadhan, I. 2018. Info Lengkap Wisata Desa Cunggu.
(<http://indonesia.tripcanvas.co.id> diakses 1 April 2018)
- Roostika, Ratna. (2012). Citra Merek Tujuan Wisata dan Perilaku Wisatawan : Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata (Jurnal, Manajemen dan Akuntansi Yogyakarta, 2012).
- Santoso, Singgih. (1999). SPSS : Mengolah Data Statistik Secara Profesional. Jakarta : PT Elex Media Komputerindo.
- Sukearsana, Dharma & Nuarsa. 2015. Kajian Daerah Terintrusi Air Laut di Wilayah Pesisir Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung (Jurnal Echotropic Universitas Udayana Volume 9 Tahun 2015 Denpasar)
- Wanting, Baiq. (2018). Dampak Festival Bau Nyale Terhadap Citra Destinasi KEK Mandalika Lombok. (Skripsi). Bali : STPNB
- Anonim, 2017. Buku Profil Desa Cunggu. Pemerintah Kabupaten Badung
-