



MOTIVASI DIGITAL NOMAD BERKUNJUNG PADA ERA PANDEMI COVID-19 DI KEROBOKAN, BALI

Yuki Sofia¹, Putu Eka Wirawan², Febianti³, Komang Trisna Pratiwi Arcana⁴

¹Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia, Email: yukisofia25@gmail.com

²Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia, Email: wirawanputu@gmail.com

³Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia, Email: febianti@ipb-intl.ac.id

⁴Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional, Denpasar, Indonesia, Email: trisnapratiwi@ipb-intl.ac.id

ABSTRAK

Digital nomad termasuk ke dalam *nomadic tourist* dan merupakan individu yang tidak lelah berpindah maupun bepergian untuk menjelajah tempat baru, akan tetapi masih melakukan rutinitas sehari-harinya yang bergantung pada teknologi untuk bekerja. Pada masa kini *digital nomad* sangat banyak jumlahnya di seluruh wilayah pariwisata karena jaman yang semakin *modern* yaitu pemanfaatan teknologi yang maksimal dan serba *digital*. Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode yang bertujuan meneliti untuk suatu keadaan secara objektif menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya. Penelitian dilakukan mulai dari tanggal 17 April 2022 hingga 7 Mei 2022 selama 3 minggu. Populasi target dalam penelitian ini adalah *digital nomad* yang ada di Kerobokan, Bali pada era pandemi *Covid-19*. Data untuk penelitian ini data tentang motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali, data tersebut dikumpulkan dengan kuesioner di dapatkan sebanyak 31 responden dengan teknik aksidental sampling yang memiliki arti sampel yang dijumpai atau siapa saja yang cocok dijadikan sampel sesuai kriteria sampel. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis faktor konfirmatori. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terbentuk 4 faktor baru yang memotivasi *digital nomad* ke Kerobokan, Bali di era pandemi *Covid-19*. Hasil penelitian ini di kemudian hari bisa menjadi referensi baru dalam bidang analisis faktor motivasi *digital nomad* dan sebagai rekomendasi ataupun saran untuk penelitian yang akan datang.

Kata Kunci: Digital Nomad; Motivasi wisata; Analisis faktor; Pandemi Covid-19

NOMAD DIGITAL MOTIVATION VISITS IN THE ERA COVID-19 PANDEMIC IN KEROBOKAN, BALI ABSTRACT

Digital nomads are classified as *nomadic tourists* and are individuals who are not tired of moving or traveling to explore new places, but still carry out their daily routines that rely on technology to work. Nowadays, *digital nomads* are very numerous in all tourism areas because of the increasingly modern era, namely the maximum use of technology and all digital. This study uses quantitative descriptive analysis, which is a method that aims to examine a situation objectively using numbers, starting from collecting data, interpreting the data as well as the appearance and results. The research was conducted from April 17, 2022 to May 7, 2022 for 3 weeks. The target population in this study were *digital nomads* in Kerobokan, Bali during the



Covid-19 pandemic era. The data for this study is data about the motivation of digital nomads to visit Kerobokan, Bali, the data was collected by using a questionnaire and obtained as many as 31 respondents with accidental sampling technique which means that the sample is found or who is suitable as a sample according to the sample criteria. The collected data were analyzed using confirmatory factor analysis. The results showed that 4 new factors were formed that motivated digital nomads to Kerobokan, Bali in the era of the Covid-19 pandemic. The results of this study can later become a new reference in the field of digital nomad motivation factor analysis and as a recommendation or suggestion for future research.

Keywords : *Digital nomad, Travel motivation, Factor analysis, Covid-19 Pandemic*

Copyright ©2023. UHN IGB Sugriwa Denpasar. All Right Reserved

I. PENDAHULUAN

Bisnis pariwisata telah mengalami pertumbuhan yang pesat dan berkontribusi besar terhadap perekonomian dunia (Adnyana, 2021). Sejak lama, Bali menjadi salah satu destinasi wisata dunia yang diminati wisatawan mancanegara. Daya tarik utama Bali adalah keindahan alam dan kebudayaan masyarakat yang bernilai keserasian dan keselarasan hidup yang ideal dan bermutu tinggi.

Sebagian besar pariwisata Bali menjadikan budaya sebagai daya tarik utamanya, sehingga mampu menciptakan sebuah konsep keberagaman hidup yang bersifat akulturatif dengan dunia wisatawan. Akibatnya, masyarakat Bali memiliki sebuah kehidupan yang berkaitan dengan dunia keseharian dan dunia pariwisata (Mahardika, Nurjaya, dan Istislam, 2016).

Di masa sekarang telah berkembang wisata dengan jenis *nomadic tourism*, yakni salah satu aktivitas wisata yang memiliki pola hidup berpindah-pindah (Gansukh, 2016). Menurut penjelasan Menteri Pariwisata, sejak adanya pandemi Covid-19, fenomena *nomadic tourism di Indonesia* mulai berkembang, sehingga setiap individu harus memperhatikan kebersihan dan kesehatan serta mengarahkan adanya layanan yang bersofat digital.

Sejak lama, pariwisata Bali identik dengan wisata yang bersifat *mass tourism*, bahkan kegiatan MICE di tingkat nasional dan regional banyak dilakukan di Bali dengan cara langsung. Namun karena adanya pandemi yang disebabkan virus covid-19, pariwisata dan hospitality Bali mengalami mati suri, hingga memunculkan berbagai macam strategi bertahan (Nuruddin, dkk, 2020). Maka tidak mengherankan jika di masa sekarang, pariwisata Bali lebih disukai oleh wisatawan jenis *digital nomad*.

Di masa sekarang, Bali Indonesia menduduki peringkat pertama dengan skor 5, setelah itu disusul oleh Bangkok dan Thailand dengan skor 4,62. Posisi berikutnya adalah Chiang Mai Thailand dengan skor 4,54. Adapun destinasi wisata bagi wisatawan nomaden di Bali adalah Ubud dan Canggu. Keberadaan Ubud Gianyar sebagai destinasi wisata bagi *digital nomad* bermula sejak tahun 2014 yang kemudian disusul daerah Canggu Badung.

Seiring berjalannya waktu, *digital nomad* semakin berkembang di daerah Kerobokan Badung Bali, sehingga menarik untuk dikaji. Keunikan lain adalah bahwa mereka melakukan wisata dengan tujuan mencari uang di Bali, seperti *coworking space*. Dengan latar belakang di atas, maka kajian ini bertujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui motivasi “digital nomad” berkunjung ke Kerobokan Bali pada era pandemi Covid-19.

Beberapa kajian yang serupa sudah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya, diantaranya Mulyana dan kawan-kawan yang membahas aktifitas digital nomad di Desa Tibubeneng Cangu Kuta Utara Bali, Kajian Mahadewi yang mengkaitkan wisata nomaden dengan pengembangan usaha jasa akomodasi *homestay* di Badung, kajian Prabawati dengan fokus pada identifikasi produk wisata (*attraction, amenity, accessibility, ancilliary*) terhadap wisata *digital nomad*. Dari beberapa kajian yang sudah ada, belum ada kajian yang membicarakan tentang motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan Bali di era pandemi, sehingga kajian ini menarik dilakukan.

II. LITERATUR REVIEW

Beberapa kajian serupa dengan tema *digital nomad* sudah banyak dilakukan, baik di Bali maupun di beberapa lokasi lain di Indonesia. Namun dari beberapa kajian tersebut belum mencerminkan dengan lokasi dan fokus kajian ini. Berikut adalah kajian yang dimaksud, Pertama kajian Mulyana, dkk (2020), tentang *digital nomad* di Desa Tibubeneng Cangu Kuta Utara. Menurut kajian tersebut, wisatawan *digital nomad* di sana mayoritas berasal dari Australia dan Eropa yang kebanyakan berprofesi sebagai seorang pengusaha. Hal yang menjadi motivasi utama mereka datang ke sana adalah motivasi gengsi dan harga diri.

Kajian Mahadewi (2018) tentang keterkaitan *nomadic tourism* dengan pengembangan usaha jasa akomodasi *homestay* pada destinasi wisata, menjelaskan bahwa terdapat sinergitas antara wisata *nomad*, wisata pendidikan, digitalisasi dan wisata *event* di kalangan generasi *millennial*, sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Salah satu caranya adalah dengan menentukan 982 titik untuk dipasang *wifi* yang menysasar ke sekolah, bale banjar, puskesmas, kantor desa, kantor camat dan kantor pemerintahan (Ni Made Eka Mahadewi, 2018).

Penelitian Nisrina, dkk (2022) dengan judul, “Perancangan E-Guidebook Wisata Digital Nomad di Kota Bandung”, menjelaskan bahwa Kota Bandung memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata untuk menjadi pilihan bagi wisatawan digital nomad. Oleh karena itu, berbagai data dan fakta terkait wisata digital nomad dapat diolah menjadi sebuah media informasi yang disampaikan dalam E-Guidebook. Perancangan EGuidebook ini dilakukan melalui aplikasi Canva dan dapat diakses melalui QR Code dan link agar memudahkan pengguna. Penjelasan mengenai komponen 4A dilakukan secara rinci agar dapat menjadi media informasi bagi pelaku digital nomad di Kota Bandung (Alya Mega Nisrina, dkk, 2022).

Ni Putu Diah Prabawati melakukan penelitian dengan judul, “Desa Cangu, Bali Sebuah Basecamp Bagi Digital Nomad? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4 A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary)”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa identifikasi produk wisata bersarkan 4A yaitu atraksi, amenitas, aksesibilitas, dan pelayanan tambahan. Wisatawan digital nomad menjadikan Desa Cangu sebagai basecamp dikarenakan seluruh komponen penunjang aktifitas wisata digital tersedia. Adanya komunitas seperti digital camp dan akademi nomad membentuk sebuah ekosistem bagi wisatawan nomad. Adapun hal yang hendaknya dapat dibenahi yaitu faktor lalu lintas dan keamanan. Faktor tersebut menjadi bahan masukan bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan pelayanan dalam menarik wisatawan (Ni Putu Diah Prabawati, 2020).

Gabriela Bunga Permata Sari, dkk melakukan penelitian dengan judul, “Pengembangan Kawasan Wisata Borobudur Highland dengan Konsep Nomadic Tourism (Objek Studi: Zona Otorita Kawasan Pariwisata Borobudur, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah)”. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Kawasan Wisata Borobudur Highland berada di lokasi yang cukup strategis karena bedarad di kawasan KSN Borobudur dan Sekitarnya sehingga dalam proximity terdapat banyak destinasi wisata dan memiliki akeseibilitas yang baik dengan terhubungnya

dengan New Yogyakarta International Airport (NYIA). Berdasarkan analisis tapak Kawasan Wisata Borobudur Highland berada di kelerengan yang curam dan berada di kawasan rawan bencana longsor. Sehingga menghasilkan area yang dapat terbangun dengan luas 28,7 Ha. Dari hasil analisis best practices didapat kunci kesuksesan wisata yaitu memiliki penginapan yang baik dan memiliki atraksi wisata yang unik. Selain itu, kawasan wisata alam untuk atraksi spot selfie dengan panorama keindahan alam menjadi kunci kesuksesan (Gabriela Bunga Permata Sari, dkk, 2019).

Fransisco Situmorang dan Nararya Narottama melakukan penelitian dengan judul, “Peran Kaum Milenial dalam Pengembangan Digital Nomadic Tourism sebagai Badan Usaha Milik Desa (Studi Kasus pada Desa Wisata Pelaga Kabupaten Badung Bali)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital nomadic tourism* merupakan salah satu produk pariwisata yang potensial untuk dikembangkan oleh kaum milenial di Desa Wisata Pelaga sebagai Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) (Fransisco Situmorang dan Nararya Narottama, 2019).

III. METODE

Penelitian ini dimulai pada bulan Februari 2022 sampai Juli 2022. Lokasi penelitian ini adalah Kerobokan, Bali. Teknik pengumpulan data meliputi kuesioner dan dokumentasi. Jenis kuesioner ada dua, yaitu tertutup dan terbuka. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuisisioner tertutup dengan sudah ada pilihan jawaban yang tersedia, responden hanya memilih jawaban yang dianggap benar. Peneliti mencari responden secara langsung ke wilayah Kerobokan, Bali. Sedangkan dokumentasi digunakan untuk mendapatkan data maupun informasi dapat berbentuk gambar dan dokumen untuk mendukung hasil penelitian ini (Sugiyono, 2014). Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi fenomena dan aktivitas digital nomad yang berada di Kerobokan, Bali pada era pandemi Covid-19.

Teknik analisis data meliputi uji caliditas, yaitu uji mengukur valid atau tidaknya setiap pernyataan dalam kuesioner partisipasi digital nomad. Syarat yang harus dipenuhi agar penelitian dapat dilanjutkan adalah jika dimana jumlah r hitung akan lebih besar dari pada r tabel maka dikatakan valid. Namun bila sebaliknya atau tidak memenuhi syarat tersebut maka akan dinyatakan tidak valid dan tidak dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Sementara itu, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa jawaban setiap pertanyaan pada kuesioner stabil atau dapat dibilang tidak berubah-ubah di setiap waktu. Beberapa syarat yang harus di ikuti adalah nilai dari Cronbach Alpha harus di kisaran angka 0,6 hingga lebih sama dengan 0,8 maka dikatakan baik hingga reliabel.

Selain itu, analisis faktor digunakan dalam penelitian ini, yaitu salah satu proses pengolahan data berguna untuk mencari setiap hubungan atau hubungan antar variabel yang ada dimana yang berawal berdiri sendiri dapat dibentuk menjadi sekelompok variabel yang memiliki jumlah lebih sedikit. Penelitian ini menggunakan analisis faktor untuk mencari motivasi apa saja yang paling menonjol membuat digital nomad berkunjung ke Kerobokan, Bali pada era pandemi Covid-19.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian digunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian dilakukan mulai dari tanggal 17 April 2022 hingga 7 Mei 2022 selama 3 minggu. Populasi yang terdapat di penelitian ini adalah *digital nomad* yang ada di Kerobokan, Bali pada era pandemi *Covid-19* merupakan populasi target. Data yang terkumpul data tentang motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan,

Bali, data tersebut dikumpulkan dengan kuesioner di dapatkan sebanyak 31 responden dengan teknik aksidental sampling yaitu sampel yang dijumpai atau siapa saja yang cocok dijadikan sampel sesuai dengan kriteria sampel. Kuesioner ini meneliti mengenai karakteristik dan juga motivasi terdiri dari 2 (dua) bagian yaitu; faktor pendorong motivasi wisatawan yang berisi 10 (sepuluh) item pernyataan dan faktor penarik motivasi wisatawan yang berisi 12 (dua belas) item pernyataan. Item pernyataan diambil dari indikator-indikator faktor pendorong dan faktor penarik motivasi wisatawan yang telah dipilih. Dari dua puluh dua pertanyaan tersebut dibentuk 5 (lima) *alternative* jawaban berdasarkan skala likert. Karakteristik responden dapat dilihat di bawah ini.

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Karakteristik	Keterangan	Jumlah Orang	Jumlah persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	13	42 %
		Perempuan	18	58 %
	Total		31	100 %
2	Umur	17-25 Tahun	14	45 %
		26-35 Tahun	17	55 %
	Total		31	100 %
3	Asal Tempat	Bali	2	7 %
		Luar Bali dalam negeri	23	74 %
		Luar Negeri	6	19 %
	Total		31	100 %
4	Pekerjaan	Digital Marketing	3	9,6 %
		Business Owner	9	29,6 %
		Interior Designer	2	6,4 %
		Investor	1	3,2 %
		Admin Media Sosial	1	3,2 %
		Agent Ansurance	1	3,2 %
		Trader	3	9,6 %
		Video Editor	1	3,2 %
		Clothing Designer	1	3,2 %
		Content Creator	2	6,4 %
		Host	1	3,2 %
		Owner Event Organizer	1	3,2 %
		Mahasiswa	3	9,6 %
Lainnya	2	6,4 %		
Total		31	100 %	

Sumber: Data Primer, 2022 (diolah)

Hasil dari pengujian validitas dilakukan dengan IBM SPSS Versi 23 yang tercantum pada Tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No Butir	Variabel	r hitung	r tabel	Kriteria
1	x1	0,772	0,344	Valid
2	x2	0,641	0,344	Valid
3	x3	0,783	0,344	Valid
4	x4	0,723	0,344	Valid
5	x5	0,730	0,344	Valid
6	x6	0,850	0,344	Valid
7	x7	0,439	0,344	Valid
8	x8	0,716	0,344	Valid
9	x9	0,673	0,344	Valid
10	x10	0,864	0,344	Valid
11	x11	0,725	0,344	Valid

12	x12	0,787	0,344	Valid
13	x13	0,853	0,344	Valid
14	x14	0,526	0,344	Valid
15	x15	0,612	0,344	Valid
16	x16	0,752	0,344	Valid
17	x17	0,761	0,344	Valid
18	x18	0,798	0,344	Valid
19	x19	0,804	0,344	Valid
20	x20	0,832	0,344	Valid
21	x21	0,796	0,344	Valid
22	x22	0,813	0,344	Valid

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Seperti pada Tabel 2 semua nilai r-hitung dari setiap indikator menunjukkan 0,344 maka dapat dikatakan bahwa semua indikator motivasi sudah valid sehingga dapat dilakukan penelitian. Uji reliabilitas dengan menggunakan program IBM SPSS Versi 23, hasil tersebut dapat dicermati pada Tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	MOTIVASI	0,958	reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Dapat dilihat hasil uji reliabilitas di atas variabel motivasi menunjukkan *Cronbach Alpha* diatas 0,60 sehingga *instrument* dalam penelitian ini adalah *reliable*. Selanjutnya dilakukan Uji KMO dan *Bartlett Test*. Hasil Uji KMO dan *Bartlett Test* pada Tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji KMO dan Bartlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			.796
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	df	760.884
	Sig.		.0001

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Uji KMO dan *Bartlett Test* bertujuan melihat hubungan antar semua faktor. Dari hasil Tabel 4. dapat ditemukan nilai KMO sebesar 0,796 yang artinya yang berarti menunjukkan bahwa jumlah sampel mencukupi. Angka signifikansi diatas sebesar 0 (nol) lebih kecil dari pada 0,5 berarti variabel tersebut layak dilakukan penelitian lebih mendalam. Kemudian akan dilakukan pengambilan variabel dengan menghilangkan faktor yang menunjukkan nilai dari MSA kurang dari pada 0,5. Berikut adalah Tabel 4.5 Nilai MSA *Anti-Image Correlation* dibawah ini.

Tabel 5. Nilai MSA Tabel Anti-Image Correlation

No	Variabel	Nilai MSA
1	Melakukan relaksasi atau penyegaran	0,762
2	Pelepasan diri dari lingkungan yang membosankan atau kegiatan rutinitas	0,831
3	Kebutuhan menikmati kesenangan	0,708
4	Mempererat hubungan kekerabatan yang susah didapatkan ketika di hari-hari biasa	0,919

No	Variabel	Nilai MSA
5	Kebutuhan menunjukkan kelas atau gaya hidup serta menunjukkan eksistensi atau gengsi yang menjadi dorongan meningkatkan status atau derajat sosial	0,778
6	Menambah hubungan sosial dengan masyarakat lokal yang dikunjungi bersama teman	0,865
7	Pariwisata untuk kenikmatan seksual	0,539
8	Mengetahui dan belajar budaya lain dapat dikatakan pariwisata budaya	0,795
9	Mengetahui diri sendiri seperti apa karena beberapa individu yang biasanya dengan perjalanan atau melakukan perjalanan dapat mengetahui jalan hidup diri sendiri yang biasa disebut <i>self-fulfilment</i>	0,731
10	Melakukan wisata religius	0,776
11	Adanya fasilitas yang menunjang seperti jalan raya yang bagus, rel kereta api, bandara yang nyaman dan lainnya	0,873
12	Adanya layanan di bidang akomodasi yang bagus dan nyaman	0,771
13	Adanya fasilitas atau <i>service</i> untuk atraksi atau rekreasi	0,835
14	Adanya fasilitas atau layanan yang disediakan seperti <i>shopping center</i>	0,735
15	Adanya fasilitas atau layanan yang diberikan destinasi dengan beragam makanan maupun minuman	0,718
16	Adanya daya tarik alami destinasi yang dituju sangat menarik	0,800
17	Adanya jaminan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan	0,803
18	Adanya daya tarik dengan penggunaan teknologi yang dimiliki oleh destinasi	0,786
19	Adanya daya tarik budaya seperti adat istiadat, festival, bangunan bersejarah dan lainnya	0,819
20	Adanya daya tarik sosial seperti sikap perilaku penduduknya, bahasa yang dikuasai dan kualitas hidup yang baik	0,844
21	Adanya daya tarik ekonomi seperti harga barang yang terjangkau	0,839
22	Mendapatkan akses kecepatan internet yang baik maka dapat mengerjakan pekerjaan jarak jauh	0,864

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada Tabel 5 menunjukkan semua faktor dapat di proses dikarenakan keseluruhan nilai dari MSA > 0,5. Maka berikutnya akan masuk dalam analisis *communalities* untuk mengetahui faktor-faktor yang ada dan bisa dijelaskan. Hasil analisis *communalities* dapat dilihat pada Tabel 6 sebagai berikut.

Tabel 6. Tabel Analisis *Communalities*

Variabel	Initial	Extraction
Melakukan relaksasi atau penyegaran	1.000	0,653
Pelepasan diri dari lingkungan yang membosankan atau kegiatan rutinitas	1.000	0,952
Kebutuhan menikmati kesenangan	1.000	0,846
Mempererat hubungan kekerabatan yang susah didapatkan ketika di hari-hari biasa	1.000	0,627
Kebutuhan menunjukkan kelas atau gaya hidup serta menunjukkan eksistensi atau gengsi yang menjadi dorongan meningkatkan status atau derajat sosial	1.000	0,983
Menambah hubungan sosial dengan masyarakat lokal yang dikunjungi bersama teman	1.000	0,884
Pariwisata untuk kenikmatan seksual	1.000	0,763
Mengetahui dan belajar budaya lain dapat dikatakan pariwisata budaya	1.000	0,945

Variabel	Initial	Extraction
Mengetahui diri sendiri seperti apa karena beberapa individu yang biasanya dengan perjalanan atau melakukan perjalanan dapat mengetahui jalan hidup diri sendiri yang biasa disebut <i>self-fulfilment</i>	1.000	0,686
Melakukan wisata religius	1.000	0,881
Adanya fasilitas yang menunjang seperti jalan raya yang bagus, rel kereta api, bandara yang nyaman dan lainnya	1.000	0,618
Adanya layanan di bidang akomodasi yang bagus dan nyaman	1.000	0,851
Adanya fasilitas atau <i>service</i> untuk atraksi atau rekreasi	1.000	0,868
Adanya fasilitas atau layanan yang disediakan seperti <i>shopping center</i>	1.000	0,820
Adanya fasilitas atau layanan yang diberikan destinasi dengan beragam makanan maupun minuman	1.000	0,752
Adanya daya tarik alami destinasi yang dituju sangat menarik	1.000	0,697
Adanya jaminan keamanan dan kenyamanan bagi wisatawan	1.000	0,685
Adanya daya tarik dengan penggunaan teknologi yang dimiliki oleh destinasi	1.000	0,768
Adanya daya tarik budaya seperti adat istiadat, festival, bangunan bersejarah dan lainnya	1.000	0,846
Adanya daya tarik sosial seperti sikap perilaku penduduknya, bahasa yang dikuasai dan kualitas hidup yang baik	1.000	0,849
Adanya daya tarik ekonomi seperti harga barang yang terjangkau	1.000	0,743
Mendapatkan akses kecepatan internet yang baik maka dapat mengerjakan pekerjaan jarak jauh	1.000	0,896

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Tabel 6 berperan penting dan diketahui dimensi paling besar yang dimiliki merupakan variabel kebutuhan menunjukkan kelas atau gaya hidup serta menunjukkan eksistensi atau gengsi yang menjadi dorongan meningkatkan status atau derajat sosial (*prestige*) sebesar 0,983 dan yang terkecil adalah variabel adanya fasilitas yang menunjang seperti jalan raya yang bagus, rel kereta api, bandara yang nyaman (*transportation and travel services*) sebesar 0,618. Dapat disimpulkan semakin tinggi nilai dari *communalities* maka akan semakin tinggi sifat variabel yang bisa digantikan oleh faktor hasil. Setelah melakukan analisis *communalities* ke tahap selanjutnya yaitu analisis *Total Variance Explained*. Proses yang menunjukkan berapa besar angka persentase dari keragaman semua yang dapat digambarkan dengan keragaman faktor yang ditemukan. Khusus faktor yang mempunyai nilai Eigenvalues lebih besar atau sama dengan 1 yang akan bertahan. Hasil *Total Variance Explained* pada Tabel 7 dapat dicermati dibawah ini.

Tabel 7. Hasil Total Variance Explained

Component	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	12.320	56.001	56.001	5.564	25.293	25.293
2	2.461	11.185	67.186	5.269	23.952	49.244

3	1.753	7.968	75.154	1.753	7.968	75.154	3.603	16.376	65.620
4	1.080	4.911	80.065	1.080	4.911	80.065	3.178	14.445	80.065
5	.986	4.480	84.545						
6	.642	2.917	87.463						
7	.505	2.297	89.759						
8	.502	2.281	92.041						
9	.391	1.776	93.817						
10	.307	1.395	95.212						
11	.233	1.059	96.271						
12	.204	.929	97.200						
13	.158	.720	97.920						
14	.143	.649	98.569						
15	.084	.384	98.953						
16	.073	.333	99.286						
17	.066	.302	99.588						
18	.026	.118	99.706						
19	.022	.100	99.806						
20	.018	.081	99.888						
21	.015	.068	99.956						
22	.010	.044	100.000						

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Setelah melakukan proses analisis *communalities* dan hasilnya masih terdapat keraguan karena nilai korelasi masih belum pasti oleh karena itu dilanjutkan dengan rotasi faktor. Dapat dilihat pada Tabel 7 hasil dari rotasi faktor didapatkan nilai setiap variabel atau indikator dibagi ke dalam 4 (empat) faktor baru yang terbentuk fokus terhadap hubungan paling besar faktor dan akan menjadikan bagian ke dalam faktor tersebut. Berikut adalah hasil proses suatu rotasi suatu faktor dari Tabel 4.7 *Total Variance Explained* yaitu :

1. Faktor satu : *relaxation, play, social interaction*, wisata religius (*wish-fulfilment*), *natural environment*, keamanan dan kenyamanan, faktor sosial, *network stability*.
2. Faktor dua : *strengthening family bonds*, keinginan dalam mencari diri sendiri (*self-fulfilment*), pelayanan transportasi, pelayanan atraksi wisata dan rekreasi, *technological factors, cultural factors, economic factors*.
3. Faktor tiga : seks, jasa transportasi, *shopping services, food and beverage services*.
4. Faktor empat : *escape, prestige*, keinginan mempelajari orang lain atau daerah lain.

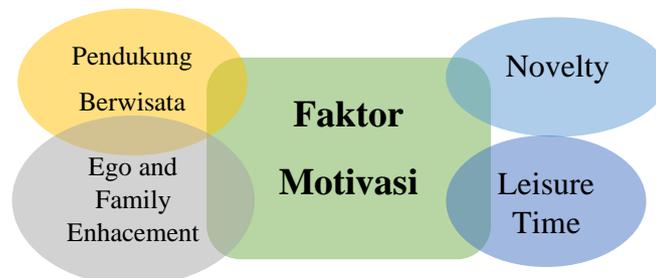
Keempat kelompok faktor diatas merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali pada era pandemi *covid-19*. Jika ingin mengetahui keadaan faktor baru yang muncul tidak mempunyai hubungan antara satu dengan yang lain dapat diketahui melalui *Component Transformation Matrix*. Berikut adalah Tabel 8 *Component Transformation Matrix*

Tabel 8. Component Transformation Matrix

Component	Pertama	Kedua	Ketiga	Keempat
1	.619	.596	.373	.350
2	-.360	-.351	.739	.447
3	-.055	.188	.552	-.810
4	-.696	.697	-.095	.144

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS Versi 23, 2022

Dapat dilihat pada Tabel 8 Component Transformation Matrix, nilai dari hubungan yang terletak di letak atau diagonal pertama mendekati 0,5 yaitu 0,619, 0,739, 0,552 dan 0,697. Maka dapat dikatakan bahwa keempat faktor yang terbentuk sudah benar karena bernilai hubungan yang tinggi pada diagonal utamanya. Pada hasil penelitian diatas telah dijelaskan analisis faktor yang dilakukan penulis dengan lengkap untuk mencari jawaban atas penelitian ini. Oleh karena itu didapatkan faktor-faktor baru berjumlah 4 (empat) faktor yang akan digambarkan oleh penulis dalam sebuah diagram yang mudah dipahami pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Faktor Baru yang Terbentuk

Sumber : Sari, Desmala, Kusumah & Marhanah, 2022

Dapat dilihat pada diagram Gambar 4.2 diatas diketahui bahwa terbentuk 4 (empat) faktor baru yang memotivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan di era pandemi *Covid-19* adalah :

1. Faktor pertama bernama dengan faktor pendukung berwisata yang didalamnya terdapat variabel seperti *relaxation, play, social interaction, wisata religius (wish-fulfilment), natural environment, political and legal factors, social factors* dan *network stability* .Faktor ini bernilai *eigenvalue* sebesar 12.320.
2. Faktor kedua bernama faktor *novelty* yang didalamnya terdapat beberapa variabel yaitu *strengthening family bonds, keinginan dalam mencari diri sendiri (self-fulfilment), accommodation services, recreation and attraction services, technological factors, cultural factors* dan *economic factors*. Faktor ini bernilai *eigenvalue* sebesar 2.461.
3. Faktor ketiga bernama faktor *ego and family enhancement* yang didalamnya ada beberapa variabel yaitu seks, *transportation and travel services, shopping services* dan *food and beverage services*. Faktor ini bernilai *eigenvalue* sebesar 1.753.
4. Faktor keempat bernama faktor *leisure time* yang didalamnya terdapat beberapa variabel seperti *escape, prestige* dan keinginan mempelajari orang lain atau daerah lain. Faktor ini bernilai *eigenvalue* sebesar 1.080.

Dapat dilihat hasil dari proses analisis yang dilakukan peneliti dari bermacam-macam penelitian terdahulu ditemukan 22 indikator terhadap motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali di era pandemi *Covid-19*. Dari ke 22 (dua puluh dua) indikator yang telah di analisis membentuk 4 (empat) faktor baru. Faktor yang terbentuk akan dibandingkan dengan faktor awal yang ada. Faktor-faktor awal yang telah diproses hasilnya akan bersatu ke dalam faktor-faktor yang baru. Oleh karena itu faktor baru yang telah terbentuk lebih baik untuk digunakan dengan tujuan mengetahui motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali pada era pandemi *Covid-19*.

Faktor-faktor awal yang telah dianalisis hasilnya akan melebur ke dalam faktor-faktor yang baru. Perbedaan yang muncul setelah faktor baru tersebut dikemukakan ternyata sudah

mewakili beberapa faktor dari beberapa penelitian terdahulu yang berbeda. Faktor baru yang ditemukan oleh peneliti dapat digunakan dalam beberapa penelitian terdahulu (wirawan, 2021) yang menyatakan bahwa dengan hadirnya digital nomad juga akan memberikan kesejahteraan kepada masyarakat yang ada disekitarnya sehingga memiliki kaitan dengan analisis faktor motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali tanpa memerlukan analisis dari banyak faktor lainnya. Oleh karena itu faktor baru yang telah ditemukan lebih efisien untuk digunakan sebagai aspek penilaian untuk mengetahui motivasi *digitalnomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali pada era pandemi *Covid-19*.

V. SIMPULAN

Hasil penelitian serta pembahasan dengan analisis faktor ditemukan empat faktor yang terbentuk yang merupakan jawaban dari motivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali pada era pandemi *Covid-19*. Faktor yang telah dihasilkan akan dikomparasikan dengan beragam faktor diawal serta dari penelitian terdahulu. Beberapa faktor yang terbentuk memiliki nama faktor *novelty*, faktor pendukung berwisata, faktor *leisure time* dan faktor *ego and family enhancement*. Dari keempat faktor, faktor yang paling memiliki angka tertinggi adalah faktor pendukung berwisata dengan besar *eigenvalue* 12.320 sedangkan faktor yang mempunyai *eigenvalue* terendah yang berarti kurang mendominasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali di era pandemi *Covid-19* adalah faktor *leisure time* dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1.080. Dengan begitu hasil dari penelitian ini mengandung saran yang dapat lebih memperhatikan faktor apa saja yang memotivasi *digital nomad* berkunjung ke Kerobokan, Bali pada era pandemi *Covid-19*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan terimakasih kepada Rektor, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat serta Kepala Program Studi Diploma IV Manajemen Kepariwisata Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional yang telah memberikan masukan dan saran terhadap penulisan artikel ini. Penulis juga mengucapkan kepada reviewer yang telah memberikan masukan sehingga artikel ini dapat lebih sempurna.

REFERENSI

- Adnyana, M. 2020. *Dampak Green Tourism Bagi Pariwisata Berkelanjutan Pada Era Revolusi Industri 4.0*. Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi. Vol. 4 (3), 1582-1992.
- Alya, M N, dkk. 2022. *Perancangan E-Guidebook Wisata Digital Nomad di Kota Bandung*. Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar Bandung (Vol. 13, No. 1, pp.1352-1358).
- Cipta, M dkk. 2020. *Persepsi Dan Motivasi Digital Nomad Berwisata Di Desa Tibubeneng, Canggu, Kuta Utara*. Jurnal Industri Perjalanan Wisata. Vol. 8(2). 183-190.
- Desmala, S. 2018. *Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus*. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation, Vol. 1(2), 11-22.
- Diah, P. 2020. *Desa Canggu, Bali Sebuah Basecamp Bagi Digital Nomad ? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary)*. Jurnal Kepariwisata Indonesia. Vol. 14(2). 91-108.
- Francisco, S. (2019, July). *Peran Kaum Milenial Dalam Pengembangan Digital Nomadic Tourism Sebagai Badan Usaha Milik Desa (Studi Kasus Pada Desa Wisata Pelaga*

- Kabupaten Badung Bali*). Seminar Riset Terapan Hospitaliti & Kepariwisata Indonesia (pp. 314-331).
- Gabriela, B P S, dkk. 2019. *Pengembangan Kawasan Wisata Borobudur Highland Dengan Konsep Nomadic Tourism (Objek Studi: Zona Otorita Kawasan Pariwisata Borobudur, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah)*. Jurnal STUPA (Sains, Teknologi, Urban, Perancangan, Arsitektur), Vol.1(2). 2217-2228.
- Hermawan, H. 2018. *Metode Kuantitatif Untuk Bidang Riset Kepariwisata*. Doi: 10.17605/OSF.IO/YBSW9
- Juniasih, K. 2021. *Instagramable dan Influencer Pengaruhnya Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Milenial ke Pantai Petitenget Kerobokan*. Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian. 10 Desember 2021. Denpasar.
- Laxmiwaty, D. 2019. *Evaluasi Keterpengaruhannya Komponen Pariwisata di Daya Tarik Pariwisata Arung Jeram Papualangi*. Tulisan Ilmiah Pariwisata. Vol. 2(2). 114-129.
- Layendra, M. 2021. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Konsumen Memilih Makanan Organik di Restaurant Sari Organik Ubud Bali*. Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas, Vol. 5(2). 144-159.
- Mahadewi, Eka. 2018. *Nomadic tourism, Wisata Pendidikan, Digitalisasi, dan Wisata Event Dalam Pengembangan Usaha Jasa Akomodasi Homestay di Destinasi Wisata*. Jurnal Kepariwisata, Vol. 17(1), 1-13.
- Mahardika, Putra, I Nyoman Nurjaya dan Istislam. 2014. *Rencana Reklamasi Teluk Benoa Peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 45 Tahun 2011 Tentang Rencana Tata Ruang Kawasan Perkotaan Denpasar, Badung, Gianyar dan Tabanan*
- Minnie, M. 2017. *Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng*. Jurnal Industri Perjalanan Wisata, Vol. 5(2), 76-91.
- Mulyana, Cipta, I Putu Sudana dan Putu Agus Wikanatha Sagita. 2020. *Persepsi dan Motivasi Digital Nomad Berwisata Di Desa Tibubeneng, Canggu, Kuta Utara*. Jurnal Industri Perjalanan Wisata, Vol. 8(2), 183-190.
- Nuruddin. 2020. *Strategi Bertahan Hotel di Bali Saat Pandemi Covid-19*. Jurnal Kajian Bali. Vol. 10(2), 579-602.
- Permata, S. 2019. *Motivasi Wisatawan Mancanegara Berwisata ke Ubud, Kabupaten Gianyar*. Jurnal Kepariwisata, Vol 18(1), 45-55.
- Septianto, F. 2022. *Mediatisasi Digital Nomaden (Studi Deskriptif Tentang Digital Nomaden di Yogyakarta)*
- Tunjungsari, R. 2018. *Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali*. Jurnal Pariwisata Terapan, Vol. 2(2), 108-121.
- Utari, D. 2021. *Motivasi dan Persepsi Wisatawan Nusantara ke Jatiluwih, Tabanan*. Jurnal Industri Perjalanan Wisata, Vol. 9(2), 285-293.
- Wirawan, P.E., et al. (2021). Portrait of International Backpacker Tourism During the COVID - 19 Pandemic in Bali. *Journal of Environmental Management and Tourism*, (Volume XII, Summer), 4(52): 886-894. DOI:10.14505/jemt.v12.4(52).03

BIODATA PENULIS

. **Yuki Sofia**, salah satu mahasiswi Diploma IV Manajemen Kepariwisata yang aktif dalam melakukan penelitian di bidang pariwisata

Putu Eka Wirawan, SST.Par., M.Par, saat ini penulis sebagai Dosen di Institut Pariwisata Dan Bisnis Internasional yang selama ini mengkaji tentang pariwisata dan budaya. ID Scopus: 57218898175.