

NOMADIC TOURISM MANAGEMENT: E-WOM, KOMPONEN DAYA TARIK 4A (ATTRACTION, ACCESSIBILITY, AMENITIES, ANCILLARY) SERTA PERSEPSI RISIKO TERHADAP MINAT BERKUNJUNG DIGITAL NOMAD

**Natasha Dewayani Sugiarto¹, Myrza Rahmanita², Doni Muhandiansyah³,
Rahmat Ingkadijaya⁴**

Institut Pariwisata Trisakti^{1,2,3,4}
natashadewayani@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth* (e-WOM), komponen daya tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) serta persepsi risiko wisatawan mancanegara khususnya kalangan *digital nomad*, terhadap minat berkunjung mereka ke DKI Jakarta dan Bali sebagai destinasi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner kepada 140 responden yakni wisatawan *digital nomad* yang belum pernah berkunjung ke Indonesia pada saat pandemi atau pasca pandemi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, e-WOM dan komponen daya tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung *digital nomad*. Peran moderasi persepsi risiko memperlemah pengaruh minat berkunjung antara e-WOM dan komponen daya tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) terhadap minat berkunjung. Simpulan penelitian bahwa kredibilitas profil pengirim ulasan sangat penting untuk memberikan informasi yang akurat dan sesuai dengan harapan pembaca ulasan, yaitu *digital nomad*.

Kata Kunci: Digital Nomad, *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), Komponen Daya Tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary), Minat Berkunjung, Pasca Pandemi, Persepsi Risiko.

ABSTRACT

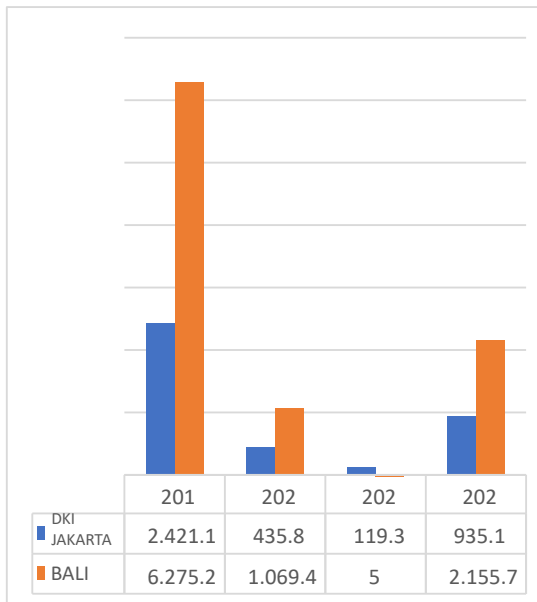
This research aims to determine the influence of electronic word of mouth (e-WOM), the 4A attraction components (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) and the risk perception of foreign tourists, especially digital nomads, on their interest in visiting DKI Jakarta and Bali as destinations in Indonesia. This research uses a quantitative approach, by distributing questionnaires to 140 respondents, namely digital nomad tourists who have never visited Indonesia during the pandemic or post-pandemic. The research results show that e-WOM and the 4A attraction components (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) have a positive and significant influence on digital nomads' interest in visiting. The moderating role of risk perception weakens the influence of visiting interest between e-WOM and the 4A attraction components (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) on visiting interest. The research conclusion is that the credibility of the review sender's profile is very important to provide accurate information and in line with the expectations of review readers, namely digital nomads.

Keywords: Digital Nomad, *Electronic word of mouth* (e-WOM), 4A Attraction Components (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary), Interest in Visiting, Post-Pandemic, Risk Perception.

PENDAHULUAN

Virus *Novel Corona* atau yang lebih dikenal sebagai COVID-19 telah mengakibatkan terjadinya *global pandemic* selama kurun waktu dua tahun belakangan ini, sejak ditetapkan oleh koordinator kesehatan umum internasional yaitu *World Health Organization (WHO)* pada tanggal 11 Maret 2020. Virus yang muncul pertama kali di kota Wuhan, Tiongkok ini menular sangat cepat dan menyebar ke segala penjuru dunia termasuk ke Indonesia beberapa bulan setelahnya semenjak kemunculannya pada Desember 2019. Sebagai tindakan atas penetapan pandemi global tersebut, pemerintah Republik Indonesia menerbitkan KEPPRES Nomor 12 Tahun 2020 tentang Penetapan Bencana Nonalam Penyebaran *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* mengikuti saran dari WHO yakni dengan penerapan *Physical Distancing* atau menjaga jarak yang dapat mengurangi serta membatasi interaksi antar individu. Demi memperkecil penyebaran COVID-19, tindakan yang diambil yakni dengan menyusulnya KEPPRES Nomor 7 Tahun 2020 tentang Gugus Tugas Percepatan Penanganan *Corona Virus Disease 2019 (COVID-19)* dan penetapan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau PSBB yang dimulai tanggal 10 April 2020. Kebijakan penerapan PSBB di guna membatasi kegiatan masyarakat dari kerumunan umum termasuk di dalamnya kegiatan sosial budaya, transportasi, fasilitas pelayanan dan fasilitas umum.

Dampak dari diberlakukannya PSBB yang sangat signifikan adalah terhentinya semua kegiatan perekonomian dari segala sektor, termasuk di dalamnya yakni sektor Pariwisata. Sebagai salah satu sektor penyumbang devisa negara terbesar bagi Indonesia, pariwisata masih menjadi primadona di Indonesia, yakni menjadi nomor dua setelah industri minyak dan gas. Pada saat pandemi COVID-19 dampak yang sangat kontras yakni penurunan kunjungan wisatawan yang menurun drastis, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara yang berwisata di Indonesia. PSBB yang lebih dikenal secara global dengan istilah *lockdown* mengakibatkan banyak wisatawan yang sudah datang berlibur untuk segera kembali ke negara asal mereka, karena adanya pengurangan transportasi yang beroperasi ditengah pandemi dan disusul dengan ditutupnya tempat-tempat wisata di Indonesia. Dengan kembali ke negara asal, para wisatawan merasa aman dan dapat mengikuti kebijakan negara mereka masing-masing dalam memerangi pandemi COVID-19 mulai dari karantina pasca kedatangan dari luar negeri, hingga proses vaksin yang diterapkan di masing-masing negara dengan ketetapan yang berbedabeda sesuai dengan anjuran dari WHO dan pemeriksaan kesehatan dari masing-masing individu.



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke DKI Jakarta dan Bali Tahun 2019-2022

(Sumber: BPS DKI Jakarta dan Bali, 2023)

Dalam laporannya pada gambar 1. BPS DKI Jakarta dan Bali (2023) mencatat bahwa kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali dan DKI Jakarta sangat menurun drastis pada tahun 2020 kuartal kedua dan terus terjadi hingga sepanjang 2021, sangat berbanding jauh dari kondisi sebelum pandemi yakni pada tahun 2019. Kondisi penurunan ini statis hingga kuartal pertama 2022, hingga adanya penerimaan kedatangan secara bertahap bagi wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia baik ke Bali langsung melalui jalur udara yakni Bandara I Gusti Ngurah Rai maupun jalur laut yakni Pelabuhan Benoa ataupun jalur darat setelah melalui karantina di DKI Jakarta dan melanjutkan dengan rute domestik ke Bali dari Jakarta.

Istilah *digital nomad* diberikan kepada para pengembara dari mancanegara yang tidak bergantung pada lokasi, mereka menggunakan teknologi untuk menunjang pekerjaan

mereka. Gaya hidup *digital nomad* ditunjang melalui beberapa inovasi, termasuk perangkat lunak manajemen konten, akses internet *WiFi* untuk dapat menghubungkan mereka dengan klien, dan pemberi kerja (Hayes, 2021). Para *digital nomad* umumnya menerima proyek lepas seperti penulis, *web programmer*, *digital consultant*, *influencer*, *content creator* dan masih banyak lagi terutama pekerjaan yang berhubungan dengan perkembangan teknologi dan komunitas, sebagian dari mereka termasuk dalam kategori *freelancer* namun ada juga profesional yang sedang bekerja jarak jauh. Dengan menjadi *digital nomad* mereka bisa bekerja sambil berlibur, karena mereka berpindah-pindah dari satu tempat ke tempat lain.

Nomadlist.com yakni situs web komunitas global para *remote workers* yang memberikan informasi dan ulasan destinasi terbaik di dunia untuk tinggal, bekerja, dan bepergian sebagai para pekerja jarak jauh. Penilaian tersebut diambil dari banyak indikator diantaranya biaya hidup, suhu, internet, kualitas hidup, komunitas, keamanan, dan lainnya. Selain informasi destinasi yang telah diulas oleh member *nomadlist*, website ini juga menawarkan fitur lainnya seperti lowongan pekerjaan, pertemuan komunitas, dan forum diskusi online bagi sesama *digital nomad* untuk berbagi informasi. Berikut adalah tabel peringkat *score* destinasi teratas dunia dan di Indonesia berdasarkan ulasan dari member yang terdaftar di situs *nomadlist*.

Tabel 1. Data *Top 10 Nomad Score Global*

No	Destinasi	Score	Number of Reviews
1	Lisbon, Portugal	4.21/5	2.739
2	Bangkok, Thailand	4.28/5	2.694
3	Canggu, Bali - Indonesia	4.18/5	1.539
4	Madeira, Portugal	4.19/5	353
5	Buenos Aires, Argentina	4.03/5	1.154
6	Mexico City, Mexico	4.03/5	1.598
7	Berlin, Germany	3.95/5	2.192
8	Zagreb, Croatia	4.08/5	422
9	Chiang Mai, Thailand	3.95/5	1.835
10	Gran Canaria, Canary Island	4.03/5	594

(Sumber: Nomadlist, 2023)

Pada tabel 1. Data *Top 10 Nomad Score Global*, hanya 1 destinasi di Indonesia yakni Canggu yang masuk ke dalam list menempati urutan ke 3 setelah Lisbon, Portugal dan Bangkok, Thailand. Hanya ada dua negara dari benua Asia yang masuk dalam list ini yakni Indonesia dan Thailand. Selain Bangkok, Thailand juga memiliki destinasi lainnya yang masuk sepuluh besar yakni Chiang Mai.

Persepsi risiko merupakan kombinasi dari keterkaitan antara antisipasi dampak potensial dan level ketidakpastian yang dirasakan konsumen terhadap suatu pembelian memengaruhi bagaimana mereka mengambil keputusan. (Panjaitan, 2019). Persepsi risiko khususnya wisatawan dalam mengunjungi suatu objek terbagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal sangat erat kaitannya dengan wisatawan itu sendiri seperti edukasi, umur, gaya hidup dan

kepribadian, sedangkan faktor eksternal bisa merujuk pada *electronic word of mouth* atau sumber informasi yang diterima dari internet atau ulasan dari wisatawan yang sudah berkunjung sebelumnya dan berbagai media mengenai gambaran objek wisata / *destination image* yang ingin dikunjungi (Yang, 2014). Kasus COVID-19 yang belum sepenuhnya tuntas di Indonesia mungkin akan menjadi pertimbangan bagi wisatawan yang akan datang, yakni diangka rata-rata 515 kasus per hari dikutip dari statistik *news.google.com* (2023).

Tujuan wisata nomaden didasarkan pada gagasan bahwa semakin menarik suatu tujuan bagi *digital nomad*, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk berkunjung. Menurut Sugiana (2014) suatu tempat dapat dikembangkan menjadi sebuah destinasi wisata untuk dikunjungi terutama perlu memenuhi 4 (empat) komponen kepariwisataan yang disebut 4A, yakni Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas dan Ansilari. Faktor-faktor wisata nomaden berikut ini dapat digolongkan ke dalam komponen pariwisata 4A diantaranya biaya hidup, kualitas akses internet, ketersediaan ruang kerja bersama, budaya dan daya tarik lokal, serta keamanan tempat tujuan menjadi pertimbangan bagi *digital nomad* dan dibagikan di website nomadlist. Jika suatu destinasi dapat memenuhi faktor-faktor tersebut, maka *digital nomad* cenderung akan memiliki persepsi yang positif, yang selanjutnya dapat memengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi destinasi. Namun pasca pandemi faktor yang akan mempengaruhi minat berkunjung *digital nomad* kemungkinan akan bertambah dikarenakan adanya risiko kesehatan terkait dengan COVID-19. Dalam dunia pariwisata, minat berkunjung melekat

pada destinasi yang memiliki daya tarik bagi wisatawan untuk datang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data dalam bentuk angka dan dianalisis dengan statistik, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mencari pengaruh *e-Wom*, komponen daya tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) serta persepsi risiko terhadap minat berkunjung *digital nomad* ke DKI Jakarta dan Bali.

Data Primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah menyebarkan kuesioner secara online melalui *google form* kepada responden secara online. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan adalah studi pustaka, laporan-laporan dan media online seperti *www.nomadlist.com* dan situs Badan Pusat Statistik (BPS) sebagai informasi pendukung penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara dan merupakan seorang *digital nomad* yang masih produktif, dan belum pernah mengunjungi DKI Jakarta atau Bali sebelumnya atau selama kurun waktu tahun 2020 hingga 2023 yakni pasca pandemi COVID-19. Jumlah responden sebanyak 140 yang di bagi secara proporsional menjadi 2 menyesuaikan dengan 2 lokus peneliti, yakni 75 Responden DKI Jakarta dan 75 Responden Bali.

Pada penelitian kali ini, variabel eksogen yaitu: (X1) *Electronic Word of Mouth* (e-WOM), (X2) Komponen Daya Tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) (M) Persepsi Risiko sebagai Variabel Moderating. Dalam penelitian ini, variabel endogen adalah (Y) minat berkunjung.

HASIL PENELITIAN

Demografi Responden

Tabel 2. Demografi Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	Pria	106	76%
2	Wanita	34	24%
Grand Total		140	100%

(Sumber: Olahan Data Primer, 2023)

Dari tabel 2, data demografi jenis kelamin di atas, pria memiliki jumlah responden yang lebih banyak yakni 106 orang (76%), sedangkan jumlah wanita hanya 34 orang (24%). Hal ini serupa dengan jurnal Haking (2017) dimana responden pada penelitiannya mengenai *digital nomad lifestyle* di Bali memperoleh jumlah pria lebih banyak daripada wanita.

Tabel 3. Demografi Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	25-34	57	41%
2	35-44	45	32%
3	45-54	20	14%
4	18-24	10	7%
5	>55	8	6%
Grand Total		140	100%

(Sumber: Olahan Data Primer, 2023)

Dari tabel 3, data demografi usia responden memiliki jangkauan yang berbeda, didominasi dengan usia 25-34 tahun memiliki jumlah responden terbanyak yakni 57 orang (41%) dan yang paling sedikit di usia >55 tahun sebanyak 8 orang (6%). Dapat disimpulkan bahwa kalangan *digital nomad* produktif di usia 25-34 tahun.

Tabel 4. Demografi Tingkat Pendidikan Responden

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	SMA	56	40%
2	Diploma	39	28%
3	Sarjana	23	16%
4	Magister	16	11%
5	Doktor	6	4%
Grand Total		140	100%

(Sumber: Olahan Data Primer, 2023)

Dari tabel 4, data demografi tingkat pendidikan responden memiliki tingkat pendidikan yang beragam, paling banyak yakni SMA sebanyak 40% berjumlah 56 orang, kemudian Diploma 28%, Sarjana 16%, Magister 11% dan yang terakhir Doktor sebanyak 11% berjumlah 6 orang.

Tabel 5. Demografi Status Pekerjaan *Digital Nomad*

No	Status Pekerjaan <i>Digital Nomad</i>	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	<i>Freelance</i>	52	37%
2	<i>Remote Employee</i>	45	32%
3	<i>Entrepreneur</i>	43	31%
Grand Total		140	100%

(Sumber: Olahan Data Primer, 2023)

Dari tabel 5 di atas, data responden dengan status pekerjaan sebagai *freelance* berjumlah 52 orang (37%) adalah yang terbanyak diantara dua lainnya, yakni *remote employee* sebanyak 45 orang (32%) dan *entrepreneur* sebanyak 43 orang (31%).

Tabel 6. Demografi Asal Negara Responden

No	Negara Asal	Jumlah Orang	Persentase (%)
1	United States of America	18	12.86%
2	Rusia	10	7.14%
3	Canada	9	6.43%
4	Ireland	9	6.43%
5	Portugal	8	5.71%
6	China	6	4.29%
7	Italy	6	4.29%
8	Thailand	6	4.29%
9	Australia	5	3.57%
10	Germany	5	3.57%
11	Netherlands	5	3.57%
12	South Korea	5	3.57%
13	Switzerland	5	3.57%
14	Japan	4	2.86%
15	Malaysia	4	2.86%
16	Singapore	4	2.86%
17	Brunei	3	2.14%
18	Denmark	3	2.14%
19	France	3	2.14%
20	Vietnam	3	2.14%
21	Austria	2	1.43%
22	Laos	2	1.43%
23	New Zealand	2	1.43%
24	Philippines	2	1.43%
25	Afghanistan	1	0.71%
26	Argentina	1	0.71%
27	Belgium	1	0.71%
28	Brazil	1	0.71%
29	Cambodia	1	0.71%
30	Egypt	1	0.71%
31	Greece	1	0.71%
32	India	1	0.71%
33	Finland	1	0.71%

No	Negara Asal	Jumlah Orang	Persentase (%)
34	Sweden	1	0.71%
35	United Arab Emirates	1	0.71%
Grand Total		140	100%

(Sumber: Olahan Data Primer, 2023)

Dari tabel 6 di atas, data asal negara responden terdiri dari 35 negara yang berbeda, dan negara dengan jumlah responden terbanyak berasal dari United States of America sebanyak 18 orang (12.86%), peringkat kedua yakni berasal dari Rusia sebanyak 10 orang (7.14%) dan peringkat ketiga dari Canada sebanyak 9 orang (6.43%).

PEMBAHASAN

Terdapat Pengaruh *E-WOM* terhadap Minat Berkunjung.

Dari hasil penelitian nilai t-statistik yang diperoleh adalah 3,554. Kemudian, dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya 0,05) dengan derajat kebebasan yang sesuai (misalnya derajat kebebasan n-2), nilai ttabel yang diperoleh adalah 1,978. Karena nilai t hitung (3,554) lebih besar dari nilai t-tabel (1,978), dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel *e-WOM* dan minat berkunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung *digital nomad*. Selain itu, *p-value* yang diperoleh adalah 0,001. Karena *p-value* (0,001) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (misalnya 0,05), maka kita dapat menolak hipotesis nol (tidak ada pengaruh) dan menerima hipotesis alternatif (ada pengaruh). Artinya, terdapat bukti yang kuat bahwa variabel *e-WOM* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat

berkunjung digital nomad. Selain itu, nilai original sample yang positif juga menunjukkan arah pengaruh positif antara variabel *e-WOM* dan minat berkunjung. Ini mengindikasikan bahwa semakin positif ulasan *e-WOM* yang diterima, semakin tinggi minat digital nomad untuk berkunjung

Terdapat Pengaruh Komponen Daya Tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) terhadap Minat Berkunjung

Dari hasil penelitian, nilai t-statistik untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah 2,368 . Ketika dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya 0,05) dengan derajat kebebasan yang sesuai, nilai t-tabel diperoleh sebesar 1,978. Karena nilai t hitung (2,368) lebih besar dari nilai t-tabel (1,978), dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel X2 (komponen daya tarik 4A) dan minat berkunjung. Hasil ini menunjukkan bahwa X2 (komponen daya tarik 4A) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung. Selain itu, *p-value* yang diperoleh adalah 0,023. Karena *p-value* (0,023) lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditetapkan (misalnya 0,05), maka hipotesis nol (tidak ada pengaruh) dapat ditolak dan hipotesis alternatif (ada pengaruh) dapat diterima. Artinya, terdapat bukti yang kuat bahwa variabel X2 (komponen daya tarik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung.

Terdapat Pengaruh *E-WOM* terhadap Minat Berkunjung yang Dimoderasi oleh Persepsi Risiko

Dari hasil penelitian nilai t-statistik untuk pengaruh variabel X1 (*e-WOM*) terhadap Y Minat Berkunjung dengan variabel moderasi M (persepsi risiko)

adalah 2,074. Ketika dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya 0,05) dengan derajat kebebasan yang sesuai, nilai t-tabel diperoleh sebesar 1,978. Karena nilai t hitung (2,074) lebih besar dari nilai t-tabel (1,978), dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel X1 (e-WOM) dan Y (minat berkunjung) yang dimoderasi oleh variabel M (persepsi risiko).

Terdapat Pengaruh Komponen Daya Tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) terhadap Minat Berkunjung yang Dimoderasi oleh Persepsi Risiko

Dari hasil penelitian, nilai t-statistik untuk pengaruh variabel X2 (komponen daya tarik 4A) terhadap Y (minat berkunjung) dengan moderasi variabel M (persepsi risiko) adalah 0,746. Ketika dibandingkan dengan nilai t-tabel pada tingkat signifikansi tertentu (misalnya 0,05) dengan derajat kebebasan yang sesuai, nilai t-tabel diperoleh sebesar 1,978. Karena nilai t hitung (0,746) lebih kecil dari nilai t-tabel (1,978), dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara variabel X2 (komponen daya tarik 4A) dan Y (minat berkunjung) yang dimoderasi oleh variabel M (persepsi risiko).

SIMPULAN

E-WOM (Electronic Word of Mouth) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung *digital nomad* ke DKI Jakarta dan Bali. Ulasan positif dan rekomendasi yang diberikan melalui platform online dapat meningkatkan minat digital nomad untuk mengunjungi kedua lokasi tersebut. Dari hasil penelitian didapatkan Variabel *e-WOM* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

minat berkunjung digital nomad dengan peningkatan pengaruh sebesar 26.8%. Berdasarkan analisis terhadap variabel *e-WOM*, dapat disimpulkan bahwa kualitas, kuantitas, dan keahlian pengirim ulasan berada dalam kategori yang baik. Namun, masih ada satu indikator yang perlu ditingkatkan, yaitu keahlian pengirim ulasan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas profil pengirim ulasan sangat penting untuk memberikan informasi yang akurat dan sesuai dengan harapan pembaca ulasan, yaitu *digital nomad*.

Komponen daya tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung digital nomad ke DKI Jakarta dan Bali. Keberadaan atraksi menarik, aksesibilitas yang baik, fasilitas yang memadai, dan dukungan pendukung lainnya memberikan daya tarik yang kuat bagi *digital nomad*. Berdasarkan analisis tersebut, hipotesis dalam penelitian ini dapat diterima. Variabel Komponen daya tarik 4 memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Variabel Y minat berkunjung digital nomad dengan peningkatan pengaruh sebesar 32.8%. Hanya ada beberapa item pada tiap indikator yang dinilai belum maksimal, yaitu: *Ancillary* yakni pada item *Accommodation Host* di Jakarta dan *Tourist Attraction Hospitality* di Bali. Hal ini menunjukkan bahwa pasca pandemi para pelaku pariwisata baik di DKI Jakarta maupun di Bali perlu meningkatkan pelayanan baik di sektor penginapan maupun destinasi wisata agar dapat memenuhi ekspektasi wisatawan *digital nomad* yang ingin datang berkunjung. Kemudian pada *Attraction* item objek wisata alam di Jakarta yang perlu di share ulasannya lebih banyak lagi di *social media*.

Persepsi risiko memoderasi pengaruh *e-WOM* terhadap minat berkunjung *digital nomad*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat persepsi risiko yang lebih tinggi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap minat berkunjung digital nomad dengan pengaruh yang memperlemah sebesar 20.5% sehingga hubungan *e-WOM* terhadap minat berkunjung *digital nomad* yang dimoderasi persepsi risiko hanya sebesar 6.3%. Responden merasa tidak dapat sepenuhnya mengendalikan apakah mereka akan tertular virus, atau seberapa serius gejala yang mereka alami jika tertular. Karakteristik-karakteristik ini dapat membuat individu merasa lebih rentan terhadap risiko, dan lebih khawatir tentang kemungkinan konsekuensi negatif dari bepergian pasca pandemi.

Persepsi risiko terbukti memoderasi secara negatif atau memperlemah secara signifikan atas pengaruh antara variabel komponen daya tarik 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary) terhadap minat berkunjung.

Pengaruh daya tarik 4A terhadap minat berkunjung *digital nomad* secara langsung tersebut berkurang sebesar 15,3%, sehingga menjadi 17,5%. Persepsi risiko yang tinggi dapat menjadi hambatan bagi digital nomad untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Namun, komponen daya tarik 4A yang baik dapat mengurangi pengaruh negatif persepsi risiko tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2023). *Open Journal Systems*. <https://bali.bps.go.id/subject/16/pariwisata.html> (diakses 4 Januari 2023).
Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2023). *Open Journal Systems*. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/pariwisata/article/download/80056/42759>

<https://doi.org/10.34133/2020/7286735> (diakses 24 Januari 2023).

- Chua, M. H., Cheng, W., Goh, S. S., Kong, J., Li, B., Lim, J. Y. C., Mao, L., Wang, S., Xue, K., Yang, L., Ye, E., Zhang, K., Cheong, W. C. D., Tan, B. H., Li, Z., Tan, B. H., & Loh, X. J. (2020). Face Masks in the New COVID-19 Normal: Materials, Testing, and Perspectives. *Research (Washington, D.C.)*, 2020, 7286735. <https://doi.org/10.34133/2020/7286735>
- Cooper, C. (2005). *Worldwide Destinations: The Geography of Travel and Tourism (Fourth Edition)*. Elsevier Butterworth Heinemann. Oxford
- Ferdinand, A. (2002). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Hair, J., Hollingsworth, C., Randolph, A., & Chong, A. (2017). An Updated and Expanded Assessment of PLS-SEM in Information Systems Research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442-458. <http://dx.doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>
- Haking, J. (2017). *Digital Nomad Lifestyle: A Field Study in Bali*. Degree Project In Industrial Management, Second Cycle, 30 Credits. Stockholm. Sweden
- Hayes, A. (2021, July 27). Digital Nomad. *Investopedia*. <https://www.investopedia.com/terms/d/digital-nomad.asp>.
- Hugo, V. (2023). Analisis Pengembangan Komponen 4A (Attraction, Amenities, Ancillary dan Accessibility) Daya Tarik Wisata Green Bowl Beach Bali. *Pradita University. Program Studi*

- Pariwisata. Tangerang.
[https://repository.pradita.ac.id/198/1/Anggita%20Grace%20Damank%20\(PW\).pdf](https://repository.pradita.ac.id/198/1/Anggita%20Grace%20Damank%20(PW).pdf)
- Kemenpar, Kementerian Pariwisata RI (2018). *Materi Rapat Kerja Nasional Pariwisata. Digitalisasi Destinasi dan Nomadic Tourism*. 22 Maret. BNDCC Nusadua Bali
- Lin, C., Wu, Y.-S., & Chen, J.-C. V. (2013). *Electronic Word-Of-Mouth: The Moderating Roles of Product Involvement and Brand Image*. TIIM. Proceedings of 2013 International Conference on Technology Innovation and Industrial Managemen. Phuket Thailand.
https://toknowpress.net/ISBN/978-961-6914-07-9/papers/S3_29-47.pdf
- Panjaitan, M. R. (2019). Pengaruh Persepsi Harga dan Persepsi Resiko terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula (Studi Kasus Konsumen Susu Dancow di Kota Medan). *Respository: Universitas HKBP Nommensen*.
<https://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3115>
- Prabawati, N. P. D. (2021). Desa Cangg, Bali Sebuah Basecamp Bagi Digital Nomad? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4 A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary). *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 91–108.
<https://doi.org/10.47608/jki.v14i2.2020.91-108>
- Sugiama, A. G. (2014). *Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata Edisi 1*. Guardaya Intimarta. Bandung.
- Suwarduki, P. R., Yulianto, E., Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Citra Destinasi Serta Dampaknya pada Minat dan Keputusan Berkunjung (Survei pada Followers Aktif Akun Instagram Indtravel yang Telah Mengunjungi Destinasi Wisata di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 37(2). 1-10.
<https://www.neliti.com/publication/s/87189/pengaruh-electronic-word-of-mouth-terhadap-citra-destinasi-serta-dampaknya-pada>
- Yang, E. C., & Nair, V. (2014). Tourism at Risk: A Review of Risk and Perceived Risk in Tourism. *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism (APJIHT)*, 3(2).
<https://doi.org/10.7603/s40930-014-0013-z>
- Zuhria, I. A., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Widiawati, D. (2022). Dampak Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Destinasi Wisata Religi Makam Gus Dur Kabupaten Jombang. *Jurnal Tesla: Perhotelan-Destinasi Wisata-Perjalanan Wosata*. 2(1). 1-11.
<https://eprints.unmer.ac.id/2964/1/11.%20Dampak%20Attraction%2C%20Accessibility%2C%20Amenity%2C%20Ancillary%20Terhadap%20Minat%20....pdf>