

Strategi Resiliensi Usaha Jasa *Co-Working Space* Terhadap Krisis Di Kawasan Pariwisata Canggu, Kecamatan Kuta Utara

Michaellino Aprilliando Gunawan^{a,1}, I Made Adikampana^{a,2}

¹ michaellapril@gmail.com, ² adikampana@unud.ac.id

^a Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

Abstract

This research was conducted to analyze the resilience strategy of the co-working space business in the Canggu Tourism Area against a crisis. Meanwhile, to analyze the data in this study used the four-function adaptive cycle concept application. The data used in this study is qualitative data obtained from primary and secondary data sources. Data collection techniques in this study consisted of interviews, observation, literature study, and documentation. The results showed that there were two stages in the four-function adaptive cycle that were not passed by co-working space business in the Canggu Tourism Area during the crisis, namely the growth phase and the conservation phase. Meanwhile, two other stages, namely the release phase and the reorganization phase, were passed during the crisis. The results show that during the release phase there were various problems that arose, starting from a lack of capacity, prices that were too high, as well as member safety and comfort. Meanwhile, in the reorganizing phase, the resilience of the co-working space comes from member loyalty which is built from various means, such as listening to members complaints and providing the best service that create word of mouth from the member itself.

Keyword: Resilience Strategy, Co-working Space, Digital Nomadism, Digital Nomad

I. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata dan teknologi belakangan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan, kehadiran teknologi mendorong perkembangan dan memberi warna baru bagi sektor pariwisata. Kombinasi antara pariwisata dan teknologi ini kemudian memunculkan sebuah gaya hidup baru yang sering disebut *digital nomadism*. *Digital nomadism* merupakan tren gaya hidup baru yang tercipta sebagai kombinasi dari pariwisata, rekreasi, pekerjaan profesional jarak jauh (*remote worker*), perjalanan global dan kehidupan nomaden. Istilah *digital nomadism* pertama kali diperkenalkan oleh Makimoto dan Manners pada tahun 1997 yang memprediksi lahirnya pekerjaan jarak jauh di masa depan (Mouratidis, 2018).

Gaya hidup ini berusaha untuk memadukan hasrat bepergian (perjalanan) secara terus-menerus (nomaden) dengan pekerjaan digital jarak jauh (Mancinelli, 2020; Narrotama, 2018; Olga, 2020; Schlagwein dan Jarrahi, 2020; Thompson, 2019). Sedangkan orang yang melakukan praktik *digital nomadism* disebut sebagai wisatawan *digital nomad*. Meski terbilang baru, perkembangan *digital nomadism* sangatlah pesat yang perlahan namun pasti mendorong berbagai destinasi diseluruh dunia berlomba – lomba mengembangkan kawasan pariwisata yang mendukung tren atau gaya hidup *digital nomadism*.

Salah satu destinasi yang merespon kemunculan tren baru ini adalah Bali, pulau dengan julukan *island of Gods* ini telah memiliki dua kawasan yang menjadi sentra *digital nomadism* yakni Kawasan

Pariwisata Ubud dan juga Canggu. Cikal bakal perkembangan *digital nomadism* pertama kalinya ditandai dengan adanya pembangunan layanan *co-working space* pertama bernama Hubud di Kawasan Pariwisata Ubud pada tahun 2013 (Haking, 2017). Adapun urgensi dari pembangunan layanan tersebut adalah untuk mengakomodasi kebutuhan wisatawan *digital nomad* ketika hendak melakukan perjalanan.

Meski perkembangan *digital nomadism* diawali dengan pembangunan layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata Ubud, Kawasan Pariwisata Canggu belakangan berkembang jauh lebih pesat bahkan telah menggeser popularitas Ubud sebagai sentra *digital nomadism*. Pada akhir tahun 2018, website nomadlist.com merilis Canggu sebagai destinasi terfavorit bagi *digital nomad* di dunia dan mendapatkan nomad score paling tinggi yaitu 5 (lima) dari skala tertinggi 5 (lima) dibandingkan kota-kota di negara lain (Mulyana, 2020). Kesiapan Canggu sebagai kawasan favorit para *digital nomad* juga dibuktikan dengan pembanguann berbagai fasilitas pariwisata mulai dari akomodasi penginapan, restoran atau rumah makan, dan yang tidak kalah penting layanan *co-working space* yang menjadi sebuah keharusan.

Co-working space dipahami sebagai sebuah lingkungan atau ruang dimana beberapa profesi dapat bekerja dalam suatu area secara bersamaan baik dalam ruang privat ataupun ruang kerja terbuka (Metz & Archuleta, 2016). Ruang kerja pada *co-working space* digunakan oleh orang-orang dengan latar yang berbeda-beda antara lain yaitu, *entrepreneur, freelancer, startup, asosiasi, konsultan,*

investor, seniman, peneliti, pelajar dan lain-lain (Leforestier, 2009: 03). Menurut Nash, dkk (2020) layanan *co-working space* merupakan ruang yang kerap dipilih oleh para *digital nomad* karena menyediakan beragam fasilitas fisik untuk bekerja, memberikan implikasi kooperatif, memfasilitasi interaksi sosial dan memungkinkan teknologi seluler mereka berfungsi dengan baik.

Kendati demikian, pariwisata merupakan sektor yang sangat sensitif terhadap masalah kesehatan, bencana alam, keamanan, epidemi, politik, citra dan reputasi destinasi (Chang dkk, 2020; Ma dkk, 2020; Mao dkk, 2010; Niyaz, 2015). Isu – isu yang ada kerap kali membawa dampak terhadap eksistensi pariwisata beserta seluruh fasilitas pariwisata yang termasuk di dalamnya, tak terkecuali usaha jasa *co-working space*. Memasuki akhir tahun 2020 sektor pariwisata dihadapkan pada sebuah krisis baru dalam bidang kesehatan yakni Pandemi Covid-19. Kemunculan pandemi menjadi momok yang menakutkan dan membawa dampak buruk yang cukup besar.

Penurunan jumlah kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara terjadi akibat kebijakan pembatasan yang dilakukan pemerintah. Hal ini juga mengakibatkan terjadinya penutupan sejumlah usaha di bidang pariwisata untuk mencegah penyebaran virus corona karena sektor pariwisata melibatkan interaksi dan perjalanan wisatawan dari daerah asal ke destinasi (Gosling dkk, 2020). Penutupan berbagai usaha di bidang pariwisata tidak hanya memberikan dampak finansial saja tetapi juga memberikan dampak yang lebih besar seperti kebangkrutan. Menariknya dalam penelitian ini hal yang berbeda ditunjukkan oleh berbagai usaha di bidang pariwisata khususnya layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata yang masih bertahan selama krisis tersebut berlangsung.

Berbagai layanan *co-working space* di kawasan ini seolah menunjukkan adanya resiliensi atau ketahanan terhadap krisis yang sedang berlangsung ketika beberapa layanan di kawasan pariwisata lainnya mengalami kebangkrutan dan tidak beroperasi kembali. Secara umum, resiliensi (ketahanan) dapat dipahami sebagai daya pegas atau daya kenyal yang dilakukan individu untuk bertahan terhadap setiap keadaan, tekanan, atau kesulitan yang dihadapi (Cahyani, 2019:14). Konsep resiliensi umumnya sangat identik dengan ilmu psikologi, namun pengaplikasian konsep ini sangat kompatibel di berbagai sektor pembangunan. Salah satunya oleh sektor pariwisata dimana resiliensi melihat sejauh mana kegiatan pariwisata mampu berjalan beriringan dengan perubahan masyarakat, tingkat resiliensi masyarakat diukur dari kemampuan beradaptasi dan merespon setiap keadaan dengan baik (Cheer dan Lew, 2018:5).

Ketahanan atau resiliensi layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü inilah yang kemudian menjadi penting untuk diteliti. Penelitian ini dilakukan sebagai upaya menjawab pertanyaan bagaimana berbagai layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata dapat bertahan terhadap sebuah krisis. Hasil penelitian ini penting sebagai bahan evaluasi pengelola layanan *co-working space* di kawasan pariwisata lain guna menghadapi krisis yang akan dihadapi dimasa mendatang.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Kawasan Pariwisata Canggü yang dilakukan selama satu bulan yakni sejak bulan Mei hingga Juni 2022. Terdapat tiga layanan *co-working space* yakni Kinship Studio, Puco Rooftop dan Bwork *Co-working Space* yang dijadikan sebagai representatif layanan usaha *co-working space* di Kawasan Pariwisata Canggü. Adapun pengambilan data terkait resiliensi ini dilakukan saat Pandemi Covid-19 sebagai krisis yang sedang terjadi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang disajikan dalam bentuk kata verbal bukan dalam bentuk angka (Muhadjir, 1996; Kusmayadi, 2000). Untuk memperoleh data tersebut, terdapat dua sumber data yang digunakan yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung di lapangan sehingga bersifat *up to date* ((Barlian, 2016; Radjab dan Jam'an, 2017) sedangkan, data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak melalui penelitian secara langsung melainkan data yang diperoleh dari berbagai penelitian atau sumber-sumber, bahkan riset yang telah ada sebelumnya (Barlian, 2016; Silaen dan Widiyono, 2013).

Sumber data tersebut kemudian diperoleh melalui berbagai cara seperti observasi, wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Adapun informan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *purposive sampling* yakni, metode penentuan sumber data dipertimbangkan terlebih dahulu, bukan diacak dengan kata lain informan ditentukan sesuai dengan kriteria terpilih yang relevan dengan masalah penelitian (Bungin, 2007). Melalui penelitian ini informan kunci yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengelola usaha jasa *co-working space*. Sedangkan, informan pendukung dalam penelitian ini adalah para pekerja di layanan *co-working space* dan wisatawan *digital nomad* yang menjadi *member* aktif di layanan *co-working space* yang ada. Untuk menganalisis data dalam penelitian ini digunakan teknik deskriptif kualitatif yang terbagi ke dalam tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data yang masih kasar yang diperoleh di lapangan. Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung sampai

laporan tersusun. Dalam penelitian ini, reduksi data merupakan bagian analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data sehingga kesimpulan final dapat diambil dan diverifikasi. Setelah mereduksi data yang ada, maka akan dilakukan penyajian data. Penyajian data merupakan tahap menyusun sekumpulan informasi – informasi, yang telah didapatkan baik di lapangan maupun hasil olah data. Adapun bentuk penyajian data dalam penelitian ini adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan bentuk ini maka akan memudahkan, untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

Langkah selanjutnya, adalah tahap akhir dimana data yang telah disajikan akan disimpulkan. Penarikan kesimpulan dalam penelitian ini dilakukan untuk mencari atau memahami makna, keteraturan pola kejelasan, dan alur sebab akibat atau proporsisi Sebagaimana yang disampaikan Sugiyono (2015:252), bahwa kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan sebuah temuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Adapun temuan tersebut dapat berupa deskripsi atau gambaran tentang objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga diteliti untuk lebih jelas dan juga dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep resiliensi atau ketahanan dari pariwisata kerap kali dikaitkan dengan adanya konsep sosio-ekologis. Holling & Meffe (1996) menyebutkan bahwa konsep pengelolaan untuk resiliensi sosio-ekologis berkaitan dengan pemeliharaan sistem yang memberi sifat resiliensi tanpa mengorbankan kemampuan mereka untuk mengatasi dan beradaptasi terhadap perubahan masa depan.

Adapun untuk menganalisis resiliensi atau ketahanan usaha jasa *co-working space* terhadap krisis dalam penelitian ini digunakan kerangka sistem resiliensi sosio-ekologis yang dikemukakan oleh Hooling (2001) yakni sebuah manifestasi kompleks adaptif pada skala temporal dan spasial yang mengarah kepada siklus berulang. Siklus tersebut kemudian dikenal dengan nama siklus adaptif empat fungsi (Gambar 1).

Terdapat empat fase perkembangan dalam siklus adaptif empat fungsi ini yakni: Fase Pertumbuhan (*exploitation*), Fase Konservasi (*conservation*), Fase Perombakan (*release*) dan Fase Pengorganisasian Kembali (*reorganization*). Fase pertumbuhan adalah tahapan dimana modal awal dan potensi yang dimiliki dikembangkan dan dikelola dengan baik. Selanjutnya, fase konservasi pada fase ini mulai dibentuklah pengorganisasian dan konektivitas internal untuk mendukung dan mengoptimalkan modal atau potensi yang ada.

Fase selanjutnya adalah fase pelepasan yang kerap kali mengiringi fase konservasi, pada fase ini terjadi berbagai permasalahan yang mendorong ke arah perubahan. Fase berikutnya adalah fase pengorganisasian kembali, dalam fase ini terjadi penataan ulang dan perubahan besar yang mendorong terciptanya sebuah resiliensi atau ketahanan.

Gambar 1. Siklus Adaptif Empat Fungsi
Sumber: Hooling, 2021

Selanjutnya, hasil analisis ketahanan atau resiliensi usaha jasa *co-working space* terhadap krisis Pandemi Covid-19 tersebut dipaparkan sebagai berikut:

Fase Pertumbuhan (*Growth/Exploitation*)

Dalam siklus adaptif yang dikemukakan oleh Hooling (2001) fase pertumbuhan merupakan sebuah fase awal siklus adaptif ini dimulai, yang ditandai dengan adanya kebangkitan secara perlahan-lahan sebuah usaha dari krisis yang sedang dihadapinya. Dalam penelitian ini fase ini dimulai ketika terjadi sebuah kebangkitan kembali layanan *co-working space* setelah mengalami berbagai permasalahan mulai dari penurunan kinerja kerja, penurunan jumlah *member*, hingga kerugian finansial akibat krisis tak kunjung usai.

Namun, menariknya hasil temuan di lapangan menunjukkan hal yang berbeda dimana kehadiran Pandemi Covid-19 rupanya tidak memberikan dampak berupa penurunan baik kinerja kerja, jumlah *member*, hingga kerugian finansial pada usaha *co-working space* yang berada di Kawasan Canggü. Fase pertumbuhan yang dimaksudkan dalam siklus adaptif ini tidak terjadi sebagaimana yang seharusnya. Fase pertumbuhan layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata Canggü rupanya telah terjadi sejak tahun 2016 ketika berbagai layanan *co-working space* yang ada di kawasan ini mulai merintis usahanya. Para pengelola layanan *co-working space* menuturkan bahwa krisis yang dihadapi terjadi saat awal perintisan seperti jumlah *member* yang sangat minim, konsep yang tidak sesuai dengan permintaan pasar (*digital nomad*), hingga permasalahan terhadap perang harga antar satu layanan dengan yang lain.

Fase Konservasi (*Conservation*)

Fase konservasi merupakan sebuah titik balik yang berlangsung hampir bersamaan dengan fase pertumbuhan, fase ini diartikan sebagai berbagai upaya pengorganisasian serta kolaborasi yang dilakukan guna mendukung pertumbuhan yang terjadi. Dalam penelitian ini fase konservasi merupakan fase dimana layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü mulai berbenah diri dan mengoptimalkan pertumbuhan kembali dengan menyediakan berbagai upaya seperti pengorganisasian dan kolaborasi.

Pengorganisasian diartikan sebuah langkah atau upaya yang dikeluarkan oleh sebuah destinasi, dalam hal ini *co-working space* untuk menunjang berbagai aktivitas wisatawan dengan penyediaan kebutuhan wisatawan *digital nomad*. Sedangkan, kolaborasi dimaksudkan sebagai bentuk kerjasama dan sistem pengelolaan bersama yang memberikan warna baru bagi layanan *co-working space*. Kendati demikian, hasil penelitian juga menunjukkan hal yang menarik bahwa fase konservasi dalam siklus adaptif ini berlangsung jauh sebelum adanya Pandemi Covid-19 sama dengan fase pertumbuhan. Fase konservasi telah dimulai sejak akhir tahun 2016 hingga 2017 ketika layanan *co-working space* sudah mampu mengatasi berbagai permasalahan yang terjadi pada fase sebelumnya.

Fase Perombakan (*Release*)

Perombakan yang terjadi pada fase ini diartikan sebagai sebuah permasalahan yang muncul dan mendorong ke arah perubahan ketika krisis berlangsung. Dalam penelitian ini fase perombakan terjadi saat adanya Pandemi Covid-19 di berbagai layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü. Hasil penelitian menunjukkan selama pandemi berlangsung ditemukan berbagai permasalahan baru yang dihadapi layanan *co-working space* khususnya ketika layanan *co-working space* dibatasi dengan kebijakan pemerintahan seperti Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB), PSSBB Transisi, Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Adapun permasalahan yang muncul akibat kebijakan tersebut sangatlah beragam mulai dari, permasalahan terkait keterbatasan ketersediaan area kerja, harga *co-working* yang terlalu tinggi, hingga permasalahan terkait pelayanan dan kenyamanan *member*.

Permasalahan terkait dengan keterbatasan ketersediaan area kerja bagi para *member* terjadi karena adanya kebijakan pembatasan jumlah maksimal orang dalam suatu area *indoor* dan juga kebijakan menjaga jarak aman yang dikeluarkan pemerintah. Pengelola sejumlah layanan *co-working space* menuturkan bahwa kebijakan pemerintah ini mengharuskan mereka untuk melakukan pengurangan jumlah wisatawan *digital nomad* yang

dapat mengakses ruang kerja sehingga kerap kali wisatawan *digital nomad* yang datang tetapi bukan *member* tidak memperoleh area kerja. Layanan *co-working space* hanya menyediakan area kerja bagi para *member* tetap mereka.

Harga layanan *co-working space* juga kerap kali dirasa terlalu mahal mengingat kondisi sosial ekonomi saat pandemi yang tidak stabil. Hasil penelitian menemukan banyak wisatawan *digital nomad* baik *member* atau non-*member* yang mengeluhkan hal tersebut. Permasalahan yang juga kerap ditemui selama pandemi adalah keluhan terkait kenyamanan *member* yang berkurang akibat adanya penerapan kebijakan pemerintah seperti keharusan menggunakan masker saat berada di area *indoor*.

Fase Pengorganisasian Kembali (*Reorganization*)

Fase pengorganisasian kembali atau *reorganization* merupakan sebuah fase yang dapat dikatakan sebagai solusi dari permasalahan yang ada pada fase pelepasan atau *release*. Dalam fase ini akan terlihat secara utuh perubahan tata kelola serta strategi resiliensi dari berbagai permasalahan yang ada di fase sebelumnya. Fase perorganisasian kembali dalam penelitian ini berlangsung ketika telah memasuki era *new normal*, dimana berbagai upaya telah diambil oleh para pengelola layanan *co-working space* dalam mengatasi berbagai permasalahan.

Era *new normal* diartikan sebagai sebuah era baru untuk hidup berdampingan dengan pandemi. Hal ini terlihat jelas dengan pengurangan berbagai kebijakan pemerintah yang tidak seketat sebelumnya. Salah satu aksi adaptif yang diterapkan diseluruh layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü adalah penerapan protokol kesehatan mulai dari pengecekan suhu tubuh, kewajiban penggunaan masker, dan membatasi jarak ketika berada di ruangan yang diterapkan bagi para *member* dan seluruh pekerja. Sedangkan, untuk mengatasi permasalahan terkait harga layanan *co-working space* yang terlalu tinggi saat pandemic, berbagai layanan hadir dengan memberikan penawaran harga baru yang beragam dengan keunggulan masing – masing sehingga wisatawan *digital nomad* dapat menyesuaikan dengan kebutuhannya.

Dalam menciptakan sebuah ketahanan atau resiliensi berbagai layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata Canggü memiliki cara yang berbeda. Berbagai layanan tidak menggunakan potongan harga, promosi besar-besaran, berbagai macam diversifikasi produk dan hal-hal yang umumnya dilakukan berbagai usaha jasa atau produk ketika menghadapi sebuah krisis. Hasil penelitian menemukan bahwa kunci resiliensi atau ketahanan yang ada di berbagai layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata Canggü terletak pada loyalitas *member* itu sendiri. Adapun strategi atau upaya untuk

membangun loyalitas tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Mendengarkan *Member* (*listening to the member*).

Keberadaan dan kehadiran *member* merupakan kunci utama dari keberhasilan layanan *co-working*, *member* menjadi sumber pendapatan utama dan untuk bertahan khususnya dalam menghadapi sebuah krisis *co-working space* harus mampu mempertahankan keberadaannya. Selama krisis Pandemi Covid-19, berbagai layanan *co-working space* harus menjamin kenyamanan, kesenangan, kepuasan, serta didukung dengan pembaharuan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan para *member*.

Pandemi Covid-19 tentu membawa dampak yang cukup signifikan bagi para *member*, untuk itu selain menjadi tempat untuk bekerja layanan *co-working space* harus dapat menjadi 'rumah' atau 'safe place' bagi para *member* untuk berkeluh kesah dan mendengarkan apa yang menjadi kebutuhannya ditengah krisis yang berlangsung. Dengan demikian, wisatawan akan merasa nyaman dan tentunya akan meningkatkan kemungkinan untuk tetap bertahan di layanan *co-working space* yang telah dipilihnya.

2. Memberikan Pelayanan Terbaik (*services*)

Pelayanan merupakan hal yang utama dalam sebuah usaha jasa dan bagi *digital nomad* ketika pelayanan sebuah layanan *co-working* sudah baik maka terdapat kecenderungan *digital nomad* akan tetap tinggal. Namun, jika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan apa yang diinginkan maka mereka kerap kali akan beralih dan memilih untuk mencari tempat lain. Hasil penelitian menemukan bahwa salah satu bentuk pelayanan yang paling banyak diterapkan di berbagai layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü adalah ketika menghadapi krisis Pandemi Covid-19 adalah *personalize services*.

Personalize service diartikan sebagai sebuah upaya mendekatkan diri dengan para *member*, mengenal dan memahami lebih dalam. Setidaknya para pekerja di layanan *co-working space* harus mengenali wajah, mengetahui nama, dan hal-hal sederhana lainnya seperti menyapa para *member* dan menanyakan bagaimana kabar mereka. Pelayanan seperti inilah yang nantinya akan membuat para *member* merasa nyaman dan memutuskan untuk terus menjadi bagian dari sebuah layanan *co-working space*. Kerahmatan dari para pekerja serta budaya lokal juga kerap kali menjadi salah satu faktor yang dipertimbangkan wisatawan *digital nomad* ketika hendak memilih destinasi dan layanan *co-working* (Alexander, 2017).

3. Peran *Member* (*word of mouth*)

Resiliensi atau ketahanan yang dimiliki berbagai layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü juga tidak lepas dari peran serta *member* itu sendiri. Ketika layanan *co-*

working telah memberikan pelayanan terbaiknya, maka secara tidak langsung akan terbangun sebuah loyalitas *member*. Loyalitas inilah yang kemudian mendorong *member* untuk memberikan rekomendasi dan informasi kepada orang lain, teman, maupun keluarganya untuk juga ikut serta menjadi bagian dari layanan *co-working space* tersebut. Tindakan ini kerap kali disebut dengan istilah *word of mouth*.

Menurut Widjaja (2016) *word of mouth* adalah tindakan konsumen memberikan informasi kepada konsumen lain (antar pribadi) non-komersial baik merek, produk maupun jasa. Konsumen akan lebih percaya kepada merek yang sudah teruji di masyarakat (Kartajaya, 2017; Eriza, 2017). Hal inilah yang terjadi pada berbagai layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata Canggü. Meski berada ditengah krisis akibat pandemi ketika jumlah kunjungan wisatawan menurun, layanan *co-working space* di kawasan ini tidak pernah mengalami penurunan jumlah *member* aktif.

Hasil penelitian menunjukkan hal sebaliknya, dimana wisatawan *digital nomad* yang hendak bergabung sangatlah banyak sehingga perlu ditetapkan *waiting list* mengingat pembatasan kapasitas selama pandemi. Rupanya hal ini terjadi karena adanya peran dari para *member* tetap yang merekomendasikan layanan *co-working* tersebut kepada teman sesama *digital nomad* yang dikenalnya maupun memberikan rekomendasi dan informasi tentang layanan *co-working* tersebut dalam beragam grup komunitas *digital nomad* baik *offline* maupun *online*.

Disamping itu, sebagai upaya menunjang resiliensi atau ketahanannya layanan *co-working space* di Kawasan Pariwisata Canggü juga melakukan optimalisasi media sosial sebagai lahan *marketing* ketika krisis sedang berlangsung. Adapun alasan pemilihan strategi *marketing* menggunakan media sosial sangatlah terkait dengan biaya yang jauh lebih murah dan kemudahan menjangkau lebih banyak orang daripada harus melakukan strategi *marketing* seperti menggunakan jasa *influencer* atau *content creator* yang menawarkan harga yang jauh lebih tinggi dan efisiensi dalam jangkauannya tidak seluas penggunaan media sosial.

IV. KESIMPULAN

Sebagaimana yang telah dibahas pada bagian sebelumnya analisis dalam penelitian ini menggunakan konsep siklus adaptif empat fungsi dari Holing (2001). Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua dari empat fase yang tidak dilalui layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Canggü ketika krisis Pandemi Covid-19 yakni, fase pertumbuhan (*growth/exploitation*) dan fase konservasi (*conservation*). Kedua fase ini sudah dilalui diawal perintisan karir di tahun 2016 hingga

2017 jauh sebelum pandemi berlangsung. Sedangkan, dua fase lainnya yakni fase perombakan (*release*) dan fase pengorganisasian kembali (*reorganization*) dilalui ketika krisis Pandemi Covid-19 sedang berlangsung. Pada fase perombakan kembali, layanan *co-working space* dihadapkan dengan berbagai permasalahan mulai dari keterbatasan ketersediaan area kerja, harga *co-working* yang terlalu tinggi, hingga permasalahan terkait pelayanan dan kenyamanan member akibat penerapan kebijakan pemerintah saat krisis berlangsung.

Kendati demikian, permasalahan yang dibahas sebelumnya berhasil diatasi ketika memasuki fase pengorganisasian kembali yang ditandai dengan adanya peralihan ke era *new normal* (hidup berdampingan dengan pandemi). Adapun strategi resiliensi dan ketahanan yang ditunjukkan layanan *co-working space* yang berada di Kawasan Pariwisata Cangu muncul dari adanya loyalitas *member* yang terbangun dari beberapa upaya seperti: mendengarkan keluhan *member* dan memberikan pelayanan terbaik, dan hadirnya *word of mouth* dari *member* layanan *co-working* itu sendiri.

Hasil penelitian ini juga memiliki dua implikasi yakni teoritis dan juga praktis. Secara teoritis penelitian ini memiliki implikasi dalam merumuskan konsep destinasi *digital nomadism* dan konsep strategi resiliensi yang belum dikembangkan sebelumnya. Konsep ini kemudian dapat menjadi landasan yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya maupun dikembangkan sesuai indikator yang lebih baik dan mutakhir. Disamping itu, penelitian juga berkontribusi dalam memperkaya literatur mengenai strategi resiliensi usaha jasa dalam menghadapi krisis yang masih sangat minim.

Sedangkan, secara praktis hasil penelitian mengimplikasikan adanya strategi resiliensi atau ketahanan usaha jasa *co-working space* yang dapat digunakan sebagai bahan evaluasi para pemangku kepentingan (*stakeholder*) pariwisata di berbagai kawasan tidak hanya Cangu dalam mendukung keberlangsungan usaha jasa *co-working space* saat krisis di masa yang akan datang. Sejumlah strategi tersebut didasarkan pada hasil analisis berbasis fakta empiris yang sangat penting dalam perumusan kebijakan bagi pihak terkait pasca krisis.

REFERENSI

- Aryadi, Yuswan. (2017). *Co-working Space* di Kota Pontianak. Jurnal Online Mahasiswa. Vol/5. No/2. Universitas Tanjungpura.
- Barlian, Eri. (2016). Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Padang: Penerbit Sukabina Press.
- Bungin, Burhan. (2007). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial lainnya. Jakarta: Putra Grafika.
- Cahyani, P. W. A. (2019). Resiliensi Masyarakat Eks Lokalisasi Gandul Desa Gesing. Kecamatan Semanding Kabupaten Tuban Dalam Tinjauan Teori

- Struktural Fungsi Talcott Parson. (Doctoral Dissertation). Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Chang, Chia-Lin, Michael McAleer, Vicente Ramos. (2020). *A Charter for Sustainable Tourism After COVID-19*. Sustainability, (12): 1-4
<http://dx.doi.org/10.3390/su12093671>.
- Cheer, J.M. & Lew, A.A. (2018). *Tourism, Resilience and Sustainability: Adapting to Social, Political and Economic Change (1st Edition)*. United Kingdom: Routledge.
- Deguzman, Genevieve. Andrew Tang. (2001). *Working in the "Un office" a Guide to Coworking for Indie Workers, Small Businesses, and Nonprofits*. Night Owls Press. San Francisco, C.
- Eriza, Z. N. (2017). Peran Mediasi Citra Merek dan Persepsi Risiko pada Hubungan antara *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) dan Minat Beli (Studi pada Konsumen Kosmetik *E-Commerce* di Solo Raya). Komunitas: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi.
- Haking, J. (2017). *Digital Nomad Lifestyle A Field Study in Bali*. KTH Royal Institute of Technology School of Industrial Engineering and Management. Stocholm: Sweden.
- Holling CS and GK Meffe. (1996). *Command and Control and The Pathology of Natural Resource Management*. Conservation Biology 10:328-337.
- Holling CS. 2001. *Understanding The Complexity of Economic, Ecological, and Social Systems*. Ecosystems 4, 390-405.
- Jordan, Elizabeth & Amy Javernick-Will. (2012). *Measuring Community Resilience and Recovery: A Content Analysis of Indicators*. Construction Research Congress. University of Colorado: Boulder.
- Kartajaya, Hermawan. (2017). *Marketing for Competitiveness: Asia To The World-In The Age Of Digital*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Kartika, I Made, dkk. (2020). Pengaruh Perkembangan Pariwisata Terhadap Perubahan Ahli Fungsi Lahan di Desa Cangu, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Jurnal Kajian Pendidikan FKIP Universitas Dwijendra. Vol/11. No/1. Universitas Dwijendra.
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. (2000). Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Leforestier, A. (2009). *The co-working space concept*. Ahmedabad: CINE Term Project.
- Ma, Haiyan, Yung-ho Chiu, Xiacong Tian, Juanjuan Chang, Quan Quo. (2020). *Safety or Travel: Which is More Important? The Impact of Disaster Events on Tourism*. Sustainability, 12 (3038): 1-12.
<http://dx.doi.org/10.3390/su12073038>.
- Makimoto, T., & Manners, D. (1997). *Digital nomad*. New York: Wiley.
- Makimoto, Tsugio. (2013). *The Age of the Digital Nomad: Impact of CMOS Innovation*. Appeared in *IEEE Solid State Circuits*, Vol.5, No.1, PP.40-47.
- Mancinelli, Fabiola. (2020). *Digital Nomads: Freedom, Responsibility and The Neoliberal Order*. Information Technology and Tourism. Heidelberg: Springer Verlag GmbH. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00174-2>.
- Mao, Chi-Kuo, Cherg G. Ding, Hsiu-Yu Lee. (2010). Post-SARS Tourist Arrival Recovery Pattern: An Analysis Based on a Catastrophe Theory. Tourism

- Management, 31: 855-861.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.09.003>.
- Metz, Josh, & Gina Archuleta. (2016). *Market Feasibility Study Coworking Space*. Institute for Innovation & Economic Development.
- Mohn, T. (2017). *The Digital Nomad Life: Combining Work and Travel*. The New York Times.
(Online).(<https://www.nytimes.com/2017/04/03/business/digital-nomads-work-tourism.html>, diakses 11 Mei 2022 pukul 01.09 WITA).
- Moreira, Antonio Carrizo. (2013). O Agora Das Bibliotecaspublicasou a Biblioteca Agora. Trabalho De Grupo 2.Coimbra.
- Mouratidis, Georgios. (2018). *Digital nomadism: Travel, Remote Work and Alternative Lifestyles*. Tesis. Lund: Lund University.
<https://lup.lub.lu.se/studentpapers/search/publication/8948916>.
- Muhadjir, Prof Dr. H. Noeng. (1996) Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Penerbit Rake Sarasin.
- Mulyana, Cipta, dkk. (2020). Persepsi dan Motivasi Wisatawan Digital Nomad Berwisata di Desa Tibubeneng, Canggü, Kuta Utara. Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata). Vol/8. No/2. Universitas Udayana.
- Narottama, Nararya. (2018). *Pariwisata dan Digital Nomad di Bali: Konversi Modal Budaya menjadi Modal Ekonomi*. Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers Pariwisata dalam Pusaran Gelombang Revolusi Digital 4.0. Denpasar: Udayana University Press.
- Nash, Eryn Caleece, Mohammad Hossein Jarrahi, Will Sutherland. (2020). *Nomadic Work and Location Independence: The Role of Space in Shaping the Work of Digital nomads*. *Human Behaviour and Emerging Technologies*: 1-12.
<https://doi.org/10.1002/hbe2.234>.
- Novriandi, R. (2017). Lima Keuntungan Jadi Pekerja Nomad (<https://www.kincir.com/chillax/job-education/5-keuntungan-jadi-pekerja-digital-nomad>).
- Olga, Hannonen. (2020). *In search of a Digital nomad: Defining the Phenomenon*. *Information Technology & Tourism*.
- Prester, Julian, Dubravka Cecez-Kecmanovic. (2019). *Becoming a Digital nomad: Identity Emergence in The Flow of Practice*. Munich: Proceeding 40th International Conference on Information Systems.
- Purgat, Małgorzata Bartosik. (2018). *Digital Nomads- Entrepreneurship or New Lifestyle? Polandia Poznan University*.
- Septiani, Noni, Pedia Aldy, Yohannes Firzal. (2017). Perancangan Coworking Space di Pekanbaru Berdasarkan Prinsip Desain Ludwig Wies Van Der Rohe. Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Teknik, 4 (1): 1-9.
- Silaen, Sofar, Widiyono. (2013). Metodologi Penelitian Sosial untuk Penulisan Skripsi dan Tesis. Bogor : Penerbit In Media.
- Sills, Campbell, A. & Stein, M. B. (2007). *Psychometric analysis and refinement of the Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC) validation of a 10-Item Measure of Resilience*. *Jurnal of Traumatic Stress*. 20(6), 1019-1028.
- Situmorang, Fransisco. (2022). *Tourism Recovery Based on Digital Nomadism Post Covid-19 in Ubud Bali*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Sugiyono (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Widjaja, A. T. (2016). Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention*: Sebuah Studi Kasus Mengenai Perilaku Konsumen Terhadap Jasa Ojek Online Gojek. *Bisnis Dan Manajemen*, 53, 241-253.