

FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN WISATAWAN DOMESTIK DALAM MEMILIH AKOMODASI DI DESA WISATA CANGGU SEBAGAI TEMPAT *STAYCATION*

Putu Diah Kesumadewi¹, AA. Manik Pratiwi²

Email: diahkusumadewi@unud.ac.id¹, a.manikpratiwi@unud.ac.id²

^{1,2}Program Studi Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan,
Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: The Covid 19 pandemic has caused the tourism sector to experience a decline due to reduced tourist activity. One of the government regulations to avoid crowds makes most people prefer to stay at home longer. To continue to comply with government regulations to avoid crowds, some people can still carry out tourist activities by staying in accommodation that is close to where they live. This habit is known as a staycation. Canggu Tourism Village is one of the destinations that is popular with domestic tourists for staycation activities. This research aims to examine and analyze the determining factors in domestic tourists' decisions in choosing accommodation in the Canggu Tourism Village as a staycation location. This research used 100 respondents with purposive sampling. Data will be analyzed using quantitative descriptive analysis and using factor analysis. Based on the results of calculations using factor analysis, there are 16 variables which are grouped into 4 factors, namely push and pull factors, recommendation factors and social media, self-motivation and the location and atmosphere of accommodation in the Canggu Tourism Village. Providing accommodation services with a staycation concept must be well organized and always innovated so that tourists will return to visit this village.

Abstrak: Pandemi Covid 19 membuat sektor pariwisata mengalami penurunan akibat berkurangnya aktivitas wisata. Salah satu aturan pemerintah untuk menghindari kerumunan membuat kebanyakan orang lebih memilih untuk tinggal di rumah lebih lama. Untuk tetap menaati peraturan pemerintah agar tetap menghindari kerumunan maka sebagian masyarakat tetap dapat melakukan aktivitas wisata dengan menginap di akomodasi penginapan yang berada dekat dengan lokasi tempat tinggal mereka. Kebiasaan ini dikenal dengan istilah *staycation*. Desa Wisata Canggu menjadi salah satu destinasi yang diminati oleh wisatawan domestik untuk melakukan aktivitas *staycation*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis faktor-faktor penentu keputusan wisatawan domestik dalam memilih akomodasi di Desa Wisata Canggu sebagai tempat *staycation*. Penelitian ini menggunakan 100 responden dengan purposive sampling. Data akan dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan menggunakan analisis faktor. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan analisis faktor terdapat 16 variabel yang dikelompokkan ke dalam 4 faktor, yaitu faktor pendorong dan penarik, faktor rekomendasi dan media sosial, motivasi diri dan lokasi serta suasana akomodasi di Desa Wisata Canggu. Penyediaan layanan akomodasi dengan konsep *staycation* agar ditata dan selalu dibuatkan inovasi dengan baik sehingga wisatawan akan berkunjung kembali ke desa ini.

Keywords: accommodation, determining factors, staycation, tourists.

PENDAHULUAN

Pandemi Covid 19 berdampak terhadap semua industri di Indonesia bahkan dunia, termasuk industri pariwisata. Pandemi Covid 19 membuat sektor pariwisata mengalami penurunan akibat berkurangnya aktivitas wisata. Salah satu aturan pemerintah untuk menghindari kerumunan membuat kebanyakan orang lebih

memilih untuk tinggal di rumah lebih lama. Hal ini tentu membuat sebagian besar orang menjadi jenuh dan bosan karena terpaksa melakukan aktivitas di dalam rumah secara terus menerus. Untuk tetap menaati peraturan pemerintah agar tetap menghindari kerumunan maka sebagian masyarakat tetap dapat melakukan aktivitas wisata dengan menginap di akomodasi

penginapan yang berada dekat dengan lokasi tempat tinggal mereka. Kebiasaan ini dikenal dengan istilah *staycation*. *Staycation* dapat dilakukan pada beberapa akomodasi seperti hotel berbintang, hotel melati, villa, pondok wisata dan sebagainya.

Desa Wisata Cangu menjadi salah satu destinasi yang diminati oleh wisatawan domestik untuk melakukan aktivitas *staycation*. Banyaknya akomodasi penginapan yang terdapat di desa ini membuat wisatawan memilih desa ini menjadi salah satu destinasi favorit untuk melakukan *staycation*. Desa Cangu merupakan salah satu desa wisata yang berlokasi di kabupaten Badung. Desa ini menawarkan beragam daya tarik wisata alam yang pastinya sangat diminati oleh wisatawan baik mancanegara maupun domestik. Namun pandemi Covid 19 membuat berkurangnya kunjungan wisatawan mancanegara karena Indonesia memperketat masuknya wisatawan asing yang akan berkunjung ke Indonesia. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke desa Cangu saat pandemi Covid 19 adalah wisatawan lokal maupun domestik.

Wisatawan domestik melakukan aktivitas *staycation* di beberapa akomodasi yang tersebar di Desa Cangu. Hal ini membuat penyedia akomodasi harus terus berinovasi menyediakan layanan yang tepat agar wisatawan domestik merasa puas dan berkeinginan melakukan kunjungan *staycation* kembali. Hal ini menjadi perhatian penting untuk mengetahui apa yang menjadi penentu wisatawan domestik untuk melakukan *staycation* pada akomodasi di Desa Cangu.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengkaji dan menganalisis faktor-faktor penentu keputusan wisatawan domestik dalam memilih akomodasi di Desa Wisata Cangu sebagai tempat *staycation*.

METODE

Lokasi penelitian terletak di Desa Cangu yang merupakan salah satu Desa di Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Informan penelitian adalah pemilik, pengelola akomodasi di Desa Cangu serta wisatawan domestik yang menginap pada akomodasi di Desa Cangu. Responden penelitian adalah wisatawan domestik yang melakukan *staycation* pada akomodasi di Desa Cangu dengan jumlah 100 orang. Sampel diambil dengan purposive sampling. Teknik pengumpulan data dengan

menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara.

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data secara deskriptif kuantitatif yaitu data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian diinterpretasikan. Teknik analisa data yang digunakan adalah Deskriptif Kuantitatif, Skala Likert, Uji validitas, Uji reliabilitas dan Analisis Faktor. Adapun sistematis analisis faktor adalah sebagai berikut:

1. Menghitung Korelasi Indikator

Memilih variabel yang dianggap layak untuk dimasukkan dalam analisis selanjutnya, dengan mengenakan sejumlah pengujian pada semua variabel dan mengeluarkan variabel yang terbukti tidak layak. Dalam hal ini menggunakan metode (KMO) dan *Barlett test of sphericity* dengan syarat (KMO) memiliki nilai 0,5 keatas, dan pengukuran MSA (*Measure Of Sampling Adequacy*) pada *anti image matrices* dengan syarat MSA sebesar 0,5. Proses analisis faktor dapat dilanjutkan ke langkah selanjutnya apabila nilai KMO dan MSA melebihi angka 0,5.

2. Ekstraksi Faktor

Melakukan ekstraksi terhadap variabel-variabel yang ada sehingga terbentuk satu atau lebih faktor. Metode yang digunakan untuk melakukan proses ekstraksi adalah *Principal Componet Analysis*.

3. Rotasi Faktor

Rotasi faktor diperlukan jika metode ekstrasi faktor belum menghasilkan komponen faktor utama yang jelas. Tujuan dari rotasi faktor adalah agar dapat memperoleh struktur faktor yang lebih sederhana agar mudah diinterpretasikan. Metode rotasi faktor yang digunakan *Varimax Method* adalah metode rotasi artogonal untuk meminimalisasi jumlah indikator yang mempunyai *eigen value* tinggi pada setiap faktor.

4. Interpretasi Faktor

Interprestasi faktor dilakukan dengan cara mengelompokkan faktor yang mempunyai faktor loading yang tinggi kedalam faktor. Interpretasi faktor pada penelitian ini menetapkan 0,5 sebagai loading faktor. Variabel yang memiliki nilai yang kurang dari 0,5 akan dikeluarkan. Faktor yang sudah di kelompokkan akan di namai dengan nama lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Desa Cangu yang memiliki luas area adalah \pm 524,00 Ha. Dimana Desa Cangu berbatasan dengan beberapa wilayah yakni Desa Dalung, Desa Tibubeneng, Desa Pererenan serta Samudera Indonesia. Desa Cangu terletak sekitar 10-kilometer utara dari bandara udara Ngurah Rai. Desa Adat Cangu terdiri atas 7 banjar dinas, dimana masing-masing banjar memiliki Kelian Banjar Dinas.

Desa Cangu merupakan salah satu desa yang memiliki perkembangan pariwisata yang baik dengan menyediakan sejumlah akomodasi. Villa, homestay dan *guest house* merupakan beberapa akomodasi yang digemari oleh wisatawan yang menginginkan akomodasi penginapan yang mengutamakan privasi di Desa Cangu.

Berdasarkan hasil penelitian, terlihat bahwa responden penelitian lebih banyak berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 57 orang sedangkan laki-laki berjumlah 43 orang. Perbandingan jumlah responden antara perempuan dan laki-laki tidak terlalu berbeda jauh.

Karakteristik responden berdasarkan golongan umur ditunjukkan dengan jumlah terbanyak pada golongan umur 25 sampai 34 tahun dengan jumlah 60%. Golongan umur ini merupakan golongan umur produktif dimana pada golongan umur ini kebanyakan wisatawan melakukan eksplorasi pada tempat-tempat wisata yang menawarkan hal-hal dengan inovasi yang baru. Desa Cangu merupakan salah satu kawasan yang tepat bagi wisatawan dengan usia produktif karena banyak terdapat daerah tujuan wisata serta industri pariwisata yang selalu inovatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah responden penelitian terbesar berasal dari kota Denpasar yakni sebesar 65%. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas *staycation* diminati bagi wisatawan yang tinggal tidak terlalu jauh dari tempat mereka melakukan aktivitas *staycation*. Denpasar dan Cangu dapat ditempuh dengan waktu \pm 15 menit, ini memudahkan bagi wisatawan domestik untuk tidak perlu menghabiskan waktu lebih lama dalam menempuh perjalanan ke tujuan menginap. Keuntungan bagi wisatawan yang menempuh perjalanan tidak jauh dari tempat asal akan memberikan waktu lebih banyak untuk menghabiskan waktu *staycation*.

Jumlah responden terbesar adalah bekerja

sebagai wiraswasta. Bekerja sebagai wiraswasta memberikan peluang lebih besar untuk mengatur waktu untuk melakukan liburan. Pemilihan *staycation* menjadi pilihan yang tepat bagi orang yang bekerja sebagai wiraswasta untuk menghabiskan liburan yang singkat tanpa harus menghabiskan banyak waktu.

Responden dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi yakni sebesar 88%. Lulusan perguruan tinggi baik strata 1 maupun strata 2 serta strata 3. Responden dengan pendidikan terakhir perguruan tinggi memilih aktivitas *staycation* yang saat ini menjadi salah satu pilihan tepat terutama dalam kondisi era new normal. Menghabiskan waktu *staycation* tidak memerlukan waktu yang panjang.

Analisis Faktor

Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang secara substantif bermakna dalam arti bahwa faktor-faktor tersebut meringkas variabel-variabel yang diukur menjadi variabel-variabel yang lebih sedikit jumlahnya, maka dilakukan langkah-langkah dalam analisis faktor sebagai berikut:

1. Merumuskan Masalah

Perumusan masalah telah dikemukakan pada bab sebelumnya dengan jelas dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 12 variabel.

2. Membuat Matrik Korelasi

Semua data yang masuk diolah dengan menggunakan analisis faktor dan menghasilkan matrik korelasi. Dengan adanya matrik korelasi dapat diidentifikasi variabel-variabel yang saling berhubungan. Variabel yang tidak berhubungan dengan variabel lain dikeluarkan dari analisis. Untuk mengetahui apakah suatu variabel itu memenuhi syarat kecukupan atau tidak, digunakan *Measure of Sampling Adequency* (MSA) dan Komunalitas, dimana batas kecukupan MSA dan Komunalitas adalah lebih dari 0,5. Pada lampiran kolom *Communalities* menunjukkan bahwa semua variabel memenuhi syarat kecukupan karena berada di atas 0,5 sehingga dapat dilakukan penganalisisan selanjutnya. Nilai *Eigenvalue* setiap faktor memenuhi syarat karena lebih besar dari 1, total varian keempat faktor adalah 68,998 sehingga memenuhi syarat kecukupan total varian sebesar 69 %.

3. Menentukan Jumlah Faktor
Metode yang digunakan adalah Principle Component Analysis (PCA). Untuk menentukan jumlah faktor dapat didasarkan pada nilai Eigenvalue, Percent of Variance, dan Communalitive Percent. Jika didasarkan pada eigenvalue, suatu faktor akan mempengaruhi keputusan wisatawan memilih akomodasi sebagai tempat *staycation* di Desa Wisata Canggu, apabila nilai eigen valuenya lebih besar dari 1,0, jika didasarkan pada Percent of Variance harus memiliki nilai lebih besar dari 5,0, sedangkan jika didasarkan pada Communalitive Percent nilai minimum adalah 60%. Dari hasil analisis jumlah faktor yang didasarkan pada kriteria tersebut sebanyak 4 faktor.
4. Rotasi Faktor
Matrik faktor digunakan untuk menyatakan variabel-variabel baku dari faktor. Variabel yang memiliki faktor *loading* tinggi menunjukkan bahwa antar faktor dan variabel memiliki korelasi yang tinggi. Faktor *loading* dari masing-masing variabel dapat digunakan untuk menginterpretasikannya, namun masih sulit diinterpretasikan karena masih mempunyai korelasi dari berbagai variabel. Oleh karena itu, diperlukan suatu rotasi faktor untuk menyederhanakan matrik tersebut agar mudah untuk diinterpretasikan. Metode rotasi faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Varimax Procedure*, yaitu metode rotasi yang bersifat orthogonal (tidak berkorelasi), dimana mampu mengurangi jumlah variabel yang memiliki *loading* > 0,5 sehingga menimbulkan adanya matrik faktor yang telah sederhana dan mudah untuk diinterpretasikan.
5. Interpretasi faktor mengacu pada hasil analisis yang telah diringkas pada tabel 5. 3. Pada tabel tersebut tampak bahwa 16 variabel yang ada tersebar pada 4 faktor dengan total varian sebesar 68,998 dan dengan kisaran faktor loading antara 0,519 hingga 0,865. Interpretasi hasil analisis tiap-tiap faktor dapat dijelaskan sebagai berikut:

Faktor Penentu

Faktor pertama yang menempati ranking tertinggi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan memilih akomodasi di Desa Wisata Canggu sebagai

tempat *staycation*, adalah gabungan dari variabel memanfaatkan waktu libur, villa yang ramah lingkungan, memiliki harga yang sesuai, fasilitas yang ditawarkan sesuai dengan keinginan wisatawan dan aktivitas *staycation* yang dilakukan. Faktor tersebut memiliki nilai eigenvalue terbesar yaitu 5,503 dan mampu menjelaskan keragaman (varian) dari variabel-variabel yang diobservasi sebesar 34,395%. Faktor pertama ini diberi nama faktor pendorong dan penarik.

Faktor kedua terdiri atas variabel lokasi akomodasi yang berdekatan dengan tempat tinggal wisatawan, direkomendasikan oleh keluarga, ditentukan oleh keluarga, pemilihan akomodasi di Desa Wisata Canggu ditentukan oleh trend yang berlaku serta dibagikan pada platform media sosial. Faktor tersebut memiliki nilai eigenvalue sebesar 2,391 dan mampu menjelaskan keragaman (varian) dari variabel-variabel yang diobservasi sebesar 14,941 %. Faktor kedua diberi nama Rekomendasi dan Media Sosial.

Faktor ketiga terdiri atas variabel keyakinan diri sendiri, pemilihan akomodasi merupakan pilihan yang tepat, kunjungan dipengaruhi oleh kunjungan sebelumnya serta mempelajari terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menginap pada akomodasi di Desa Wisata Canggu. Faktor tersebut memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,851 dan mampu menjelaskan keragaman (varian) dari variabel-variabel yang diobservasi sebesar 11,569 %. Faktor ketiga ini diberi nama Motivasi Diri.

Faktor keempat terdiri atas variabel Lokasi akomodasi di Desa Wisata Canggu yang strategis serta memiliki ciri khas budaya bali. Faktor tersebut memiliki nilai eigenvalue sebesar 1,295 dan mampu menjelaskan keragaman (varian) dari variabel-variabel yang diobservasi sebesar 8,093 %. Faktor ini diberi nama Lokasi dan Suasana Akomodasi

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan memilih akomodasi di Desa Wisata Canggu sebagai tempat *staycation* adalah Faktor pertama ini diberi nama Pendorong dan Penarik, Faktor kedua adalah Rekomendasi dan Media Sosial, Faktor ketiga adalah Motivasi Diri dan Faktor keempat adalah Lokasi dan Suasana Villa. Diantara keempat faktor tersebut, faktor yang dominan adalah

faktor pendorong dan penarik.

Saran

Saran bagi pemerintah sebaiknya menata Desa Canggal agar dapat menjadi Desa penyedia layanan akomodasi dengan mengedepankan sustainability atau berkelanjutan. Hal ini agar pariwisata dapat berkembang dengan baik di Desa ini. Penyediaan layanan akomodasi dengan konsep *staycation* agar ditata dan selalu dilakukan inovasi dengan baik sehingga wisatawan akan berkunjung kembali ke desa ini.

Kepustakaan

- Anwar, Rosihan (editor). 2022. Nara Villa, Lokasi Staycation Paling Friendly di Cangu. <https://radarwali.jawapos.com/ekonomi/hospitality/12/10/2022/nara-villa-lokasi-staycation->. Denpasar: PT. Bali Intermedia Pers. Diunduh pada 17 November 2022.
- Arini, I. A. D. , Paramita, I. B. G. & Triana. K. A. 2020. Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Budaya Hindu*. Volume 1, No. 2, Oktober 2020.
- Cambridge Dictionary. 2021. *Staycation*. Diunggah pada 23 Desember 2021. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/staycation>.
- Departemen Pendidikan Indonesia. 2008. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka.
- Dwi Astuti, Ratih dan Diena M. Lemy. 2022. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Wisatawan Dalam Pemilihan Destinasi Wisata Semasa Pandemi Covid-19. *Pariwisata*, Vol. 9 No. 2 September 2022.
- Hanafiah, Adang Sutedia, Iskandar Ahmaddien. 2020. Pengantar Statistika. Bandung: Widina Bhakti Persada
- Kholik. A dkk. 2020. Perilaku Konsumen (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar). Bandung: Widina Bhakti Persada. <https://repository.penerbitwidina.com/media/314623-prilaku-konsumen-ruang-lingkup-dan-dasar-9ca2f01f.pdf>
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Prabawati, Ni Putu Diah. (2020). Desa Cangu, Bali Sebuah Basecamp bagi Digital Nomad? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4 A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary). *Jurnal Kepariwisata Indonesia* 14 (2) (2020). . <http://jki/article/view/160/48>. Diunduh 23 November 2022.
- Pradnya Dewi, Ni Wayan Ana dan Made Sudiana Mahendra, Agung Suryawan Wiranatha. 2017. Faktor Pendorong Dan Penarik Orang Bali Berwisata Ke Luar Negeri. *JUMPA Volume 3 Nomor 2 Januari 2017*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Restiyanti, Prasetijo dan John J. O. I Ihwalauw. 2005. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rianto, M. Nur. 2010. Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah. Bandung: Alfabeta
- Schiffman dan Lazar Kanuk. 2000. *Customer Behavior*. Internasional Edition, Prentice Hall Inc.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Consumer Behaviour 7th Edition (Perilaku Konsumen)*. Jakarta: PT. Indeks.
- Soekadji, R. G. 2000. *anatomy Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama
- Sugihartono, dkk, 2007. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Pers
- Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Pendidikan*. Jakarta: EGC.
- Tokan, Matilda Relu Lama. 2014. Kawasan Villa dengan Penataan Landsekap Agrowisata di Kota Singkawang. *Jurnal online mahasiswa Arsitektur Universitas Tanjungpura*. Volume 2 Nomor 1
- Wiranatha, A. A. P. A. S, Pujaastawa, I. B. G. , Suryawardani, I. G. A. O & Sudana, I. P. 2019. *Analisa Pasar dan Indeks Kepuasan Wisatawan Nusantara*. Dinas Pariwisata Propinsi Bali.