

## PERILAKU BERWISATA WISATAWAN MILENIAL DI DAYA TARIK WISATA PANTAI PANDAWA, KABUPATEN BADUNG, BALI

Kadek Darmiati <sup>a,1</sup>, I Gusti Agung Oka Mahagangga <sup>a,2</sup>

<sup>1</sup> kadekdarmiati362@gmail.com, <sup>2</sup> okamahagangga@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Sarjana Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Dr. R. Goris, Denpasar, Bali 80232 Indonesia

### Abstract

*The COVID-19 pandemi situation has made Indonesia's tourism trend move massively towards new tourism, namely trends that prioritize personalized, customized, localized, and smaller sizes. After the COVID-19 pandemi, the tourism industry experienced a change in trend that was inseparable from the emergence of new patterns of behavior in society that pay more attention to health and safety in carrying out tourism activities and changing people's needs in planning their holidays. Especially for the millennial generation who have a great curiosity, so that they sometimes go beyond the boundaries of the habits of previous generations. Especially when it comes to traveling or taking advantage of free time. This study aims to identify the behavior of millennial tourists at the Pandawa Beach Tourist Attraction after the COVID-19 pandemi. This study uses mixed research methods (qualitative and quantitative) with data collection techniques namely, observation, interviews, questionnaires and literature study. The results of the analysis obtained show that the behavior of millennial generation tourists in traveling tends to be very "dependent" on information and technology. The millennial generation's dependence on technology influences the way they travel, starting from the dreaming, planning, booking, experience, and sharing phases. The convenience offered by technology makes consumption patterns of millennial tourists shift to OTA and also tend to choose natural tourism destinations.*

**Keyword:** *tourist behavior, millennial tourists, tourist attraction.*

### I. PENDAHULUAN

Bali salah satu destinasi pariwisata populer di Indonesia dan kebanyakan mata pencaharian warga Bali berkaitan dengan pariwisata sehingga sangat merasakan akibat dari adanya wabah COVID-19. Semenjak diumumkan bahwa virus telah masuk ke beberapa negara menyebabkan banyak wisatawan yang membatalkan kunjungan ke Bali sehingga mengakibatkan tingkat kunjungan wisatawan turun drastis. Sehingga, pandemi COVID-19 mendorong pemerintah Indonesia untuk menerapkan pembatasan kegiatan dan bepergian kemana-mana. Tidak hanya itu akses untuk bepergian keluar negeri juga ditutup untuk memperkecil penyebaran virus corona. Namun akhir-akhir ini angka penyebaran COVID-19 dinyatakan menurun dan kondisi darurat yang pernah dinyatakan pemerintah pun telah berubah menjadi normal. Hal ini mendorong sektor pariwisata kembali beroperasi lagi.

Namun tidak dapat dipungkiri pasca COVID-19 perilaku masyarakat bisa saja berubah karena banyak masyarakat yang lebih memperhatikan kesehatan dan keselamatan ketika bepergian keluar rumah. (Dermawan, 2022). Oleh karena itu pemerintah berupaya untuk menciptakan pariwisata yang tetap memperhatikan protocol

kesehatan serta menerapkan standar kesehatan yang telah ditentukan yaitu berupa *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang berbentuk clean, health and safety (CHS). Upaya ini diharapkan mampu mendorong sektor pariwisata kedepannya.

Munculnya perubahan kebiasaan pengunjung pariwisata merupakan tantangan baru bagi para pengelola dalam meningkatkan kunjungan wisata. Perubahan ini disebabkan oleh kemunculan COVID-19 yang sudah tidak dapat dielakkan lagi. Kebiasaan pariwisata yang dilakukan dengan rombongan terutama bagi para keluarga diisukan akan berubah menjadi pariwisata yang dilakukan dengan kelompok kecil atau bahkan hanya dilakukan oleh satu orang saja (*solo traveling*). Kemunculan tren itu adalah salah satu kebijakan kesehatan yang menyarankan untuk melakukan *social distancing* atau pembatasan sosial sehingga untuk bepergian secara ramai sudah tidak diperbolehkan lagi. Kemudian masyarakat akan cenderung melakukan pariwisata melalui jalur darat disebabkan banyaknya persyaratan yang harus dilengkapi jika bepergian melalui jalur udara. Namun tentunya hal tersebut bisa menjadi keuntungan bagi masyarakat lokal karena wisatawan tidak diperbolehkan ke luar negeri untuk sementara waktu.

Untuk menghindari adanya kesamaan penelitian maka penulis melakukan telaah pustaka dengan tujuan untuk menjadi pembanding dan pembeda dengan penelitian lainnya. Telaah hasil penelitian pertama dilakukan oleh Rahmattullah Harianja dan kawan-kawan (2022), yang berjudul "Perilaku Berwisata Wisatawan Nusantara Pasca Pandemi COVID-19". Letak persamaan dalam penelitian ini adalah ruang lingkup penelitian yang sama-sama membahas tentang perilaku wisata pasca pandemi COVID-19, namun perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yakni di Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Swabawa, A. A. P., Meirejeki, I. N., & Setena, M. (2021) dengan judul "Persepsi Wisatawan terhadap Eksistensi Kawasan Wisata Alam Pantai Pandawa Desa Kutuh Badung Bali". Penelitian ini memiliki kesamaan pada lokasi yaitu di daya tarik Pantai Pandawa.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan berlokasi di Daya Tarik Pantai Pandawa, Desa Kutuh, Kabupaten Badung, Bali. Data penelitian ini menggunakan data kualitatif (Sugiono, 2014:13-14) dan data Kuantitatif (Sugiono, 2015). Sedangkan sumber data adalah data sekunder (Moleong, 2005) yang diperoleh dari profil Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa dan perilaku berwisata wisatawan milenial di Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa. Data yang dikumpulkan akan diolah menggunakan riset pustaka (*library research*) (Zed, M. 2004) yaitu mengumpul dan mengolah data yang dihasilkan dari riset pustaka berupa buku, jurnal, serta dokumen-dokumen lain terkait dengan penelitian. Teknik riset data menggunakan teori yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1984). Analisis data kualitatif dilakukan dengan proses interaktif secara terus menerus yang akan menghasilkan data jenuh tanpa ada informasi baru lagi. Analisis data dilakukan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi data dilakukan dengan pengumpulan data dan bahan yang sesuai dengan tema penelitian. Kemudian data tersebut dimasukkan dalam cartokitt sebagai coding data. Hasil dari reduksi data tersebut akan dijadikan sub bab data yang siap untuk disajikan. Kemudian tahap penyajian data adalah tahap lanjutan setelah reduksi data. Pada tahap ini data akan disajikan dalam bentuk naratif yaitu dengan mendeskripsikan data tersebut dengan jelas diiringi dengan analisis peneliti. Setelah data disajikan dengan lengkap maka tahap akhir yang

akan dilakukan adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi data. Tahap ini adalah pengambilan kesimpulan sementara dari hasil reduksi dan penyajian data. Disebut dengan kesimpulan sementara karena bisa berubah apabila ditemukan data dan bukti lain di lapangan yang dapat membantah kesimpulan sementara tersebut. Jika data yang diperoleh di lapangan sama maka dapat diambil kesimpulan yang baku untuk disajikan secara naratif dalam penelitian.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kondisi Eksisting Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

Menurunnya jumlah masyarakat yang terdampak COVID-19 membuat aktivitas masyarakat termasuk berlibur bisa kembali berjalan seperti sebelum pandemi. Seiring di longgarkannya persyaratan masuk Bali, menyebabkan wisatawan mengalami peningkatan yang signifikan. Hal tersebut diperkuat dalam wawancara yang dilakukan bersama Ketua Badan Perencanaan dan Pengelolaan Pantai Pandawa Bapak Duartha yang mengatakan :

"Meskipun dalam situasi pandemi, kunjungan wisatawan ke Pantai Pandawa tetap ada. Namun belakangan ini kunjungan terus mengalami peningkatan bahkan dalam beberapa minggu ini kunjungan wisatawan sudah mencapai sekitar 2000 pengunjung per hari. Prediksi saya, bulan Juli kunjungan wisatawan akan mendekati normal, walaupun tidak senormal sebelum COVID-19" (28/3).

Berdasarkan data yang diperoleh dari catatan pengelola, sejak tahun 2022 hingga Mei ini kunjungan wisatawan ke Pantai Pandawa meningkat sebanyak 60% jika dibandingkan pada masa melonjaknya pandemi COVID-19. Lonjakan paling tinggi terjadi pada Mei lalu karena bersamaan dengan libur *Idul Fitri* dan libur panjang sekolah. Alhasil pada waktu itu jumlah wisatawan meningkat hingga 71.000 pengunjung. (suarabali.id 1/6). Wisatawan tersebut didominasi oleh keluarga yang datang secara berombongan. Memang pada umumnya saat liburan panjang sekolah maka tempat wisata akan dipenuhi oleh rombongan keluarga yang berlibur bersama dengan keluarga. Tidak hanya rombongan keluarga, wisatawan juga didominasi oleh perusahaan dan instansi-instansi swasta dan non swasta yang mengadakan *family gathering*.

Peningkatan jumlah wisatawan yang datang membuat DTW Pantai Pandawa harus siap siaga menyediakan fasilitas dan sarana kesehatan yang lengkap sesuai dengan standar CHSE. Namun

berdasarkan informasi yang ditemukan penulis tempat wisata tersebut tidak penuh membludak secara langsung karena wisatawan datang secara bergantian. Ada yang datang dipagi hari dan ada juga yang datang di sore hari. Kedatangan wisatawan yang beragam ini malah memberikan kemudahan bagi pengelola karena tidak akan terjadi kepadatan di arena pantai ataupun tempat parkir.

Banyaknya wisatawan yang tertarik berkunjung ke Pantai Pandawa tentunya didukung oleh kelengkapan fasilitas pariwisata yang disediakan. Banyak atraksi-atraksi dilakukan di sepanjang pantai. Kemudian fasilitas yang disediakan juga lengkap mulai dari hiburan, makanan, serta penginapan dengan harga yang beragam. Selain itu, daya tarik wisata Pantai Pandawa ini juga mudah untuk diakses, dalam artian jalan yang ditempuh untuk menikmati keindahan Pantai Pandawa mudah untuk dilalui. Sehingga bisa dikatakan Daya Tarik Pantai Pandawa memiliki kelengkapan komponen produk sebagai tempat wisata yang meliputi *attraction* (atraksi), *accessibility* (aksesibilitas), *amenities* (fasilitas) dan *ancillary* (kelembagaan). Komponen ini lebih dikenal dengan konsep 4A yang terdapat di Pantai Pandawa yakni:

#### a. Attraction (Atraksi)

Salah satu hal penting dalam menarik wisatawan adalah atraksi. Secara umum atraksi ini dibedakan menjadi 3 macam yaitu atraksi alam, atraksi budaya, serta atraksi buatan. Atraksi alam bisa dilihat dari keindahan Pantai Pandawa itu sendiri. Pengunjung bisa menikmati pemandangan tebing kapur yang bisa dilihat di kanan kiri pantai. Lokasi pantai yang terletak di balik tebing kapur ini membuat Pantai Pandawa sangat cocok untuk menikmati alam dan juga bisa menjadi spot foto yang eksotis. Suasana yang disuguhkan Pantai Pandawa ini juga dapat memberikan ketenangan kepada para pengunjung karena lingkungan pantai masih asri disertai dengan desiran ombak angin laut yang menyegarkan di pagi dan malam hari. Sore hari pengunjung bisa menikmati keindahan *sunset* yang sangat indah. Pada siang hari pantai ini cocok dijadikan sebagai tempat untuk berjemur dan pada sore hari wisatawan dapat berenang, memancing serta menikmati keindahan alam.

Pantai Pandawa ini bisa menjadi salah satu tujuan destinasi wisata yang bisa dijadikan untuk tempat berlibur dengan teman, keluarga ataupun pasangan. Salah satu aktivitas yang dapat dilakukan selama berada di daya tarik ini yaitu menimbun diri di pasir pantai untuk terapi

kesehatan. Selain itu, terdapat wisata edukasi terumbu karang yang bisa dinikmati oleh pengunjung.

Untuk atraksi budaya yang merupakan daya tarik wisata yang disajikan dalam keberagaman budaya masyarakat Desa Kutuh. Berbagai jenis adat istiadat dan tarian yang masih dilestarikan hingga sekarang menjadi salah satu bentuk hiburan bagi pengunjung. Salah satu bentuk tarian yang selalu rutin untuk ditampilkan adalah Sendratari Ramayana. Tarian ini sering diiringi dengan tarian kecak dan barong ditampilkan saat upacara di Pura *Kahyangan Tiga* (Pura Desa, Pura *Puseh*, dan Pura *Dalem*). Selain tari ada juga upacara adat berupa kremasi dengan sistem gotong royong yang masih sangat melekat di jiwa masyarakat Desa Kutuh. Pertunjukan tarian tradisional seperti kecak ini di pentaskan di Pantai pandawa setiap harinya, namun semenjak pandemi pertunjukan ini jarang dilaksanakan karena menurunnya jumlah wisatawan secara drastis menjadikan minimnya permintaan dari wisatawan. Kemudian Pantai Pandawa memiliki kegiatan khusus yang dilakukan setiap malam tahun baru. Agenda ini akan dilakukan dengan mendirikan sebuah panggung di kawasan pantai. Panggung tersebut akan menjadi tempat dalam penampilan beragam seni dan tarian di nusantara. Pentas seni ini juga akan diakhiri dengan kembang api yang sangat meriah di langit Pantai Pandawa. Agenda ini disebut dengan *Pandawa Beach Festival* yang salah satunya bertujuan untuk mempromosikan pantai pandawa.

Atraksi buatan adalah bentuk daya tarik dari Pantai pandawa yang objeknya hasil buatan tangan manusia. Salah satu daya tarik buatan ini adalah Patung Pandawa yang menjadi ikonik Pantai Pandawa. Patung ini dipahat dari tebing-tebing yang ada di sekitar pantai pandawa menjadi lima buah patung pandawa. Itulah mengapa akhirnya pantai ini disebut dengan Pantai pandawa (*Pandawa Beach*). Patung ini bisa dilihat ketika baru memasuki Pantai Pandawa yaitu setelah melewati papan nama pantai. Patung ini bisa dilihat dari kiri dan kanan pengunjung. Patung ini dimulai dari patung *Dewi Kunti* yang kemudian diikuti dengan 5 patung pandawa diantaranya *Patung Dharma Wangsa* (nama lain *Yudistira*), *Patung Bima*, *Patung Arjuna*, *Patung Nakula* dan *patung Sahadewa* yang merupakan tokoh utama dari kisah *Mahabarata*. Tinggi dari setiap patung tersebut adalah lima meter dengan lebar patung sebesar 2,5 meter.

#### b. *Accessability* (aksesibilitas)

Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan

masyarakat untuk menjangkau lokasi pantai. Inilah yang menjadi salah satu daya tarik bagi pantai Pandawa karena masyarakat juga bisa menggunakan roda dua untuk menjangkau lokasi. Letak pantai yang strategis dan berdekatan dengan objek wisata lainnya membuat wisatawan berbondong-bondong untuk mendatanginya. Pantai pandawa ini berdekatan dengan Kuta Selatan, seperti Pantai *Green Bowl*, Pantai *Nyang-Nyang*, Pura *Luhur Uluwatu*, Pantai *Padang-Padang*, Patung *Garuda Wisnu Kencana*, dan lain-lain. Akses untuk mencapai pantai ini terbilang sudah memadai karena hanya berjarak sekitar 18 Km dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai. Alhasil tidak hanya masyarakat daerah setempat yang bisa mengunjungi, wisatawan mancanegara dan luar kota juga sangat mudah mengakses lokasi Pantai Pandawa ini.

#### c. *Amenities* (fasilitas)

Sarana dan prasarana merupakan segala fasilitas yang diperlukan pengunjung untuk mendukung aktivitas selama berada di daerah tujuan wisata. Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa ini menyediakan beberapa fasilitas yang cukup lengkap untuk memastikan wisatawan merasa betah dan memungkinkan untuk melakukan kunjungan kembali ke Pantai Pandawa. Adapun fasilitas yang dapat ditemukan di sekitaran pantai ini diantaranya, penginapan (villa dan hotel), rumah makan hingga restoran, *beach club*, *Lelangon* (tempat pertunjukan Tari Kecak) dan *artshop*. Sedangkan fasilitas di area pantai sudah terdapat toilet umum, area parkir yang luas, Mushola, *tourist information center*, rumah makan, jasa pijat dan spa, penyewaan kano dan sunbed, gazebo, tempat sampah dan tempat mencuci tangan yang di letakkan di beberapa titik. Fasilitas yang ada di Pantai Pandawa cukup lengkap.

#### d. *Ancillary* (Kelembagaan)

Pantai pandawa ini dikelola oleh sebuah organisasi yang disebut dengan BUMDA (Bhaga Usaha Manunggal Desa Adat). Organisasi ini dibentuk oleh masyarakat Desa Kutuh berdasarkan Pararem Desa Adat Kutuh Nomor 01 Tahun 2014 dan diperkuat dengan Surat Keputusan Bendesa Adat Kutuh Nomor 12/KEP-DAK/XII/2014 tertanggal 12 Desember 2014 yang tujuannya adalah untuk mengelola dan memaksimalkan potensi wisata Desa Kutuh melalui kerja sama yang saling membangun serta menghindari sikap saling egois dalam mengelola potensi Desa Kutuh.

## Perilaku Berwisata Wisatawan Milenial di Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa

### a. Fase *Dreaming*

Fase ini adalah fase paling utama yang dilakukan seorang wisatawan sebelum bepergian. Setiap orang akan membayangkan dan merencanakan terlebih dahulu tempat yang akan dikunjungi ketika berlibur (Batra, 2021; Pencarelli dkk., 2021). Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan terhadap wisatawan yang pernah mengunjungi pantai Pandawa didapatkan hasil bahwa mayoritas responden mengatakan bahwa ketika telah tersertifikasi CHSE adalah saat terbaik untuk melakukan liburan. Pernyataan ini disampaikan oleh 56% responden. Kemudian, diikuti dengan 21% wisatawan yang berpendapat bahwa waktu terbaik berkunjung ke Pantai Pandawa adalah masa ketika PPKM telah dibebaskan. Kemudian 1% responden menyatakan siap melakukan wisatawan kemana saja tanpa memperhatikan faktor dan kondisi apapun. Kemudian yang terakhir adalah sebesar 11% responden siap untuk berwisata ketika telah mendapatkan vaksin kedua atau ketika masyarakat Bali secara mendominasi telah divaksin COVID-19.

Sedangkan untuk tipe kendaraan yang digunakan oleh responden terbagi menjadi tiga kategori. Pertama 40% responden memilih untuk menggunakan mobil sendiri. 37% responden memilih menggunakan sepeda motor karena dianggap lebih simple dan lebih mudah ketika berada dalam situasi macet. Kemudian yang terakhir adalah 15% responden memilih untuk menggunakan transportasi umum.

### b. Fase *Planning*

Fase ini adalah fase perencanaan tempat yang akan dikunjungi oleh responden ketika berwisata. (Batra, 2021; Pencarelli dkk, 2021). Menurut pengakuan responden yang pernah mengunjungi Pantai pandawa yang menjadi daya tarik serta faktor yang paling penting dalam melakukan kunjungan ke tempat wisata adalah kebersihan, keamanan, keindahan serta wisata tersebut telah memenuhi protocol kesehatan secara lengkap. Pernyataan ini disampaikan oleh 70% responden. Kemudian 21% responden menyatakan faktor terpenting dalam memilih tempat wisata adalah keunikan dari tempat wisata itu sendiri baik dari segi pemandangan maupun kegiatan yang dilakukan. Kemudian 9% responden menyatakan disebabkan oleh uniknya budaya di Pantai Pandawa.

Sedangkan aktivitas wisata yang di pilih di Pantai Pandawa responden dapat memilih lebih dari satu opsi, yaitu adalah aktivitas menikmati suasana pantai dan foto-foto (95%), menikmati atraksi wisata seperti *cano*, *snorkeling* dan paragliding (41%), daya tarik wisata budaya (22%), wisata kuliner (25%) dan wisata belanja (11%).

Setelah itu penyebaran kuesioner terkait dengan media yang digunakan untuk mencari tempat wisata terbagi menjadi tiga kategori yakni, media sosial (54%), website (13%), dan 33% wisatawan mencari informasi langsung melalui teman/keluarga. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa wisatawan milenial lebih memilih sosial media sebagai pusat informasi dalam menentukan tujuan destinasi wisata.

#### c. Fase *Booking*

Fase ini adalah cara yang digunakan responden untuk melakukan pemesanan ke tempat wisata tersebut mulai dari pemesanan travel keberangkatan jika menggunakan transportasi umum hingga pemesanan penginapan, dan restaurant. Pemesanan bisa dilakukan secara online maupun offline dengan mendatangi lokasi wisata (Batra, 2021).

Pada fase *booking* ini responden akan benar-benar memperhatikan tempat wisata yang ingin dikunjungi tersebut. Sebanyak 76% responden menyatakan tertarik untuk memesan destinasi wisata dengan penampilan sekelas dan keunikan tempat tersebut. Kemudian 24% responden melihat video-video cuplikan tentang tempat wisata baik yang disampaikan oleh *travel blogger* hingga *review* terhadap tempat wisata tersebut. 65% responden memilih tempat tersebut berdasarkan akomodasi dari tiket perjalanan melalui *travel agent*.

Kemudian wisatawan yang memutuskan untuk memesan secara langsung tanpa melihat spesifikasi tempat wisata sebanyak 16% (*booking online*) serta wisatawan yang membooking secara offline (14%). Selanjutnya sebanyak 5% responden masih menggunakan travel agen konvensional.

Proses pemesanan yang dilakukan dengan melihat video melalui *smartphone* ataupun menggunakan OTA adalah salah satu bentuk kemudahan yang disediakan untuk melakukan reservasi tempat wisata impian. Promosi ini biasanya bisa ditemukan di berbagai sosial media seperti facebook, instagram, TikTok dan lain sebagainya.

#### d. Fase *Experience*

Fase ini adalah jawaban dari wisatawan yang telah melakukan kunjungan ke sebuah destinasi wisata. Responden akan diberikan pertanyaan dengan satu jawaban yang harus dipilih. Pada fase ini responden akan ditanya terkait dengan pengalaman yang paling berkesan ketika mengunjungi Pantai Pandawa. Dari 100 orang responden yang diteliti sebanyak 93 orang (93%) menyatakan sangat menikmati kunjungan ke Pantai Pandawa dikarenakan suasana keindahan pantai. Diikuti dengan aktivitas budaya yakni menonton pertunjukkan kesenian sebesar 42%, aktivitas bermain *cano* sebesar 25%, 19% untuk wisata kuliner, 10% untuk aktivitas berenang di pantai dan 9% untuk atraksi paragliding.

Menurut pengakuan wisatawan pengalaman yang paling berkesan adalah aktivitas menikmati suasana pantai baik *sunset* maupun *sunrise* masing-masing 93% dan aktivitas menonton pertunjukkan kesenian sebesar 42%. Selain itu, perilaku berwisata wisatawan milenial mayoritas lebih memilih berwisata bersama keluarga secara mandiri (59%), kemudian diikuti berwisata bersama teman/komunitas secara mandiri sebesar 33%, berwisata ke tempat yang sudah dikunjungi sebanyak 5% dan terakhir berwisata secara backpacker sebesar 3%.

Selanjutnya untuk jenis tempat makan yang disukai selama berwisata sebagian besar responden atau wisatawan lebih memilih tempat makan khas daerah (61%), diikuti 24% tempat makanan yang murah, kemudian 11% wisatawan memilih di *café/restoran* besar dan terakhir 4% wisatawan memilih restoran cepat saji.

#### e. Fase *Sharing*

Pada fase ini berisi tentang perilaku wisatawan untuk berbagi pengalamannya baik melalui media sosial ataupun dengan bercerita secara *face to face*. Bagian ini berisikan preferensi wisatawan (Pencarelli dkk., 2021).

Fase sering ini berisi tentang keinginan para wisatawan untuk membagikan pengalamannya selama berwisata di Pantai Pandawa yang biasanya sering dilakukan di sosial media seperti upload foto, atau *vlog* selama berlibur. Berdasarkan data hasil kuesioner didapatkan sebesar 78% responden yang merupakan generasi milenial membagikan pengalaman liburannya di media sosial. Responden menyebarkan melalui sosial media seperti TikTok, facebook, instagram dan juga melalui status di Whatsapp. Sedangkan 13% responden membagikan pengalamannya melalui cerita kepada keluarga dan juga teman dekat. 9% wisatawan lainnya lainnya membagikan

pengalaman berwisatanya melalui komentar website. Adapun sosial media yang paling sering digunakan oleh wisatawan milenial dalam membagikan pengalamannya yakni sebanyak 77 orang atau sebesar 77% wisatawan menggunakan Instagram, 18% menggunakan facebook, 2% menggunakan TripAdvisor, 2% menggunakan Twitter dan 1% lainnya menggunakan Line.

Implikasi teori dari hasil penelitian mengenai preferensi wisatawan milenial di Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mendatangi Pantai pandawa adalah generasi milenial yang berusia 19-28 tahun. Penelitian ini sama dengan hasil penelitian Ketter & Avraham (2021), bahwa wisatawan milenial memilih lokasi wisata berdasarkan marketing digital yang dijalankan oleh objek wisata dalam bentuk video singkat ataupun *travel blogger*. Kemudian pada fase booking juga terlihat perbedaan yang mana banyak generasi milenial yang mengarah pada pemesanan melalui OTA.

Kemudian pada fase *dreaming*, preferensi generasi milenial sebagai wisatawan lebih memperhatikan kepada protocol kesehatan yang sudah sesuai dengan CHSE. Karena sebuah tempat wisata akan lebih bebas dan aman jika tidak berada dalam kondisi PPKM. (Hystad dkk., 2016). Penelitian ini setara dengan penelitian dari Ivanova dkk (2021) pada wisatawan di Bulgaria, hasilnya menunjukkan mayoritas wisatawan nusantara siap untuk kembali berwisata setelah berada dalam keadaan yang normal dan aman. (dalam Rahmatulla,2022)

Pada fase *planning*, yang menjadi pilihan dari wisatawan masa depan adalah wisata alam contohnya adalah pantai. Hal ini karena wisatawan beranggapan bahwa berwisata ke luar ruangan resikonya lebih kecil untuk tertular dibandingkan dengan wisata pada sebuah ruangan yang padat dan tertutup. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Lebrun dkk., (2021) berwisata alam di tengah pandemi COVID-19 menjadi trend baru yang cukup diminati oleh para wisatawan.



Gambar 1. Tren Wisata Pasca Pandemi Berdasarkan Preferensi Wisatawan Milenial di DTW Pantai Pandawa  
Sumber : Hasil Olahan Data, 2022

Berdasarkan hasil penelitian maka diperoleh suatu tren perilaku wisatawan milenial yang mengarah pada penggunaan teknologi yang semakin canggih. Hal ini sesuai dengan hasil survey bahwa generasi milenial adalah generasi yang aktif menggunakan teknologi seperti bermedia sosial termasuk dalam menentukan tujuan wisata. Dengan tingginya persentase penggunaan media sosial, kemudian dari hasil penelitian tersebut generasi milenial lebih memilih menggunakan Instagram dalam membagikan pengalamannya.

Perubahan perilaku wisatawan dan dibarengi dengan tren pariwisata yang bergeser membuat wisatawan lebih memilih wisata alam dalam kondisi *new normal* ini, khususnya wisatawan yang berbasis petualang. Wisata alam bersifat *outdoor* dan memberikan wisatawan keleluasaan dalam menikmati lingkungan dan keindahan alam sekitar.. Selain itu, wisata alam merupakan perjalanan wisata yang sehat dan aman dengan resiko rendah terdampak COVID-19. Maka dari itu, Pantai Pandawa menjadi salah satu tujuan wisata generasi milenial dalam memilih wisata alam yang ada di Bali.

Meskipun generasi milenial adalah generasi yang fasih akan teknologi, mereka tetap memperhatikan kesehatan dan keselamatan ketika memilih preferensi sebuah destinasi wisata. Oleh karena itu penerapan CHSE di daerah destinasi wisata sangat mempengaruhi minat kunjungan wisatawan.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan mengenai karakteristik wisatawan generasi milenial yang datang mengunjungi Pantai Pandawa dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang berkunjung tergolong ke dalam golongan *junior millennial* yang berumur 19–28 tahun. Generasi milenial umumnya memanfaatkan teknologi dalam memilih preferensi tempat wisata yang ingin dituju. Ketergantungan generasi milenial terhadap teknologi, mempengaruhi cara melakukan perjalanan, mulai dari fase *dreaming, planning, booking, experience, dan sharing*. Generasi milenial lebih memilih untuk mengadakan *travelling* di alam bebas karena dianggap lebih aman. Selain itu, pola perilaku berwisata wisatawan milenial khususnya Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa lebih memilih untuk melakukan perjalanan yang *safety* dan selamat serta mengutamakan destinasi wisata yang susah memenuhi kriteria CHSE.

Berdasarkan kesimpulan diatas saran yang diperoleh yakni:

##### a. Saran untuk Pemerintah

Melihat karakteristik wisatawan milenial dan pola perilaku di Daya Tarik Wisata Pantai Pandawa pasca pandemi tentu menjadi sarana dalam menentukan target pasar dalam meningkatkan Kembali jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, pemerintah daerah sebaiknya meningkatkan promosi melalui media sosial untuk menarik minat kunjungan wisatawan sehingga mendatangkan lebih banyak wisatawan nusantara ke Bali terkhusus ke DTW Pantai Pandawa.

##### b. Saran untuk Pengelola di Kawasan Pantai Pandawa

Untuk pihak pengelola sebaiknya perlu mempersiapkan masyarakatnya terkait tata kelola destinasi pasca pandemi, dimana implementasi CHSE yang berkesinambungan diperlukan untuk mewujudkan *safe travel*. Adaptasi terkait teknologi, informasi, komunikasi dapat dikaitkan dalam program pemasaran digital kedepannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- A.Agung Putu Swabawa, I Nyoman Meirejeki. (2021). *Persepsi Wisatawan Terhadap Eksistensi Kawasan Wisata Alam Pantai Pandawa Desa Kutuh Badung Bali*. Warmadewa Management and Business Journal, 3(1) pp.85- 99.
- Anom, I. P., Par, M., Mahagangga, I. G. A. O., & Sos, S. (2019). *Handbook Ilmu Pariwisata: Karakter dan Prospek*. Prenada Media.
- Astrid Krisdayanthi. (2021). NEW NORMAL PARIWISATA BALI DI MASA PANDEMI PADA DAERAH TUJUAN WISATA TANAH LOT, KABUPATEN TABANAN. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 5(2), 49–56.
- Bungin, Burhan. 2007. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta : PT Grafindo Persada.
- Bungin, Burhan. 2013. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan, Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenanda Media Group.
- Dermawan, Risky (2022) *Berwisata Pasca Pandemi*. Jurnal Ilmu Ekonomi Pembangunan, 17 (1). ISSN 2086-7565.
- Ida Bagus Gede Paramita, & I Gede Gita Purnama Arsa Putra. (2021). NEW NORMAL BAGI PARIWISATA BALI DI MASA PANDEMI COVID 19. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 5(2), 57–65.
- Ivanova, M., Ivanov, I. K., & Ivanov, S. (2021). Travel behaviour after the pandemi: the case of Bulgaria.Anatolia. <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1818267>
- Mckinsey (2020) *Beyond Corona Virus: The Path to Next Normal* <https://www.mckinsey.com/industries/healthcare-systems-and-services/our-insights/beyond-coronavirus-the-path-to-the-next-normal#>
- Moleong, Lexy. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, W. (2021, Desember 9). Wisatawan Nusantara Tampil sebagai Penopang Kebangkitan Pariwisata.Sindonews. Melalui <<https://lifestyle.sindonews.com/read/623791/156/wisatawan-nusantara-tampil-sebagai-penopang-kebangkitan-pariwisata-1639062723>>
- Pemerintah Indonesia. 2009. Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009, No 11. Sekretariat Negara.Jakarta
- Pencarelli, T., Gabbianelli, L., & Savelli, E. (2021). The tourist experience in the digital era: the case of Italian millennials. *Sinergie Italian Journal of Management*. <https://doi.org/10.7433/s113.2020.10>
- Pitana, I Gede dan Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.Yogyakarta.Andi
- PUJIANIKI, Ni Nyoman; DIRGAYUSA, I Gusti Ngurah Putra; JANUATMIKA, I Made Rai. PENGELOLAAN WILAYAH PESISIR DI PANTAI PANDAWA. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*, [S.l.], p. 10-17, jan. 2020. ISSN 2541-5484. Available at: <<https://ojs.unud.ac.id/index.php/jits/article/view/58686>>. Date accessed: 01 june 2022.
- Rahmattullah Harianja, Rifki Rahmanda Putra, Asep Nurul Ajiid Mustofa, Mentari Pratami, Andi Syahputra, & Surya Tri Esthi Wira Utama. (2022). *Perilaku Berwisata Wisatawan Nusantara Pasca Pandemi*

COVID-19. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 7(1), 34–44.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.

Sulaeman. (2021, Juni 29). Kuartal I-2021, Kunjungan Wisman Anjlok Tapi Wisatawan Domestik Mulai Stabil. Merdeka.com. Melalui <<https://www.merdeka.com/uang/kuartali-2021-kunjungan-wisman-anjlok-tapi-wisatawan-domestik-mulai-stabil.html>

Sunarya, Rega (2020) *Identifikasi Pola Perilaku Wisatawan Milenial Terhadap Pariwisata ( Studi Kasus : Kota Bandung )*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.

Suwena I Kt, Widyatmaja I Gst Ngr. 2017." Ilmu Pengetahuan Dasar Pariwisata". Denpasar:Pustaka Larasan.

Swabawa, A. A. P., Meirejeki, I. N., & Setena, M. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Eksistensi Kawasan Wisata Alam Pantai Pandawa Desa Kutuh Badung Bali. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 3(2), 85-99.

Toubes, D. R., Vila, N. A., & Fraiz Brea, J. A. (2021). Changes in consumption patterns and tourist promotion after the COVID-19 pandemi. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. <https://doi.org/10.3390/jtaer16050075>

Wiweka, K, Wachyuni, Nuryadina, Nyoman Adnyana, Putu Pramania Adnyana (2019). Perilaku Berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata*. Vol. 4, No. 3.