

ANALISIS PREFERENSI WISATAWAN *STAYCATION* KE DAYA TARIK WISATA DI BADUNG, BALI

Vinna Lauw¹, I Nyoman Sudiarta², Putu Agus Wikanatha Sagita³

Email: vinna.lauw@gmail.com¹, sudiarta.nyoman@yahoo.co.id², aguswika@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: Staycation is a tourism trend that is currently very popular with people of all ages, including the millennial generation as the potential age group. Almost millennial generation spend their time at Badung Regency to experience staycation. The variety of tourism products and their supporting facilities in Badung Regency will make some preferences. Therefore, this study aims to determine the characteristics and preferences of the millennial generation for tourism products while enjoying staycation in Badung Regency. The sampling technique used purposive sampling method on 100 respondents aimed to Balinese millennial generation. The data analysis technique used descriptive quantitative with cross-tabulation and chi-square test to determine the relationship between variables. The results showed that the major characteristics of millennial generation who do staycations in Badung Regency are female, living in Denpasar City, aged between 19-24 years old, unmarried status, have an undergraduate educational background, work as employe of private company, planning for a vacation, getting information via social media/ internet, doing a staycation with friends, self-organizing the trip, travelling for a night, spending less than IDR. 200,000.00 during the trip, staycation on holidays, and frequently having their staycation in Badung Regency, which is more than 5 times a year. The preferences of the millennial generation who experiencing staycation in Badung Regency are hotel-type accommodation, using motorbike, buying food and beverage at warungs, and choosing beach as their favorite tourism attractions.

Abstrak: *Staycation* merupakan tren wisata yang saat ini disukai oleh berbagai golongan usia, termasuk didalamnya adalah usia yang sangat potensial yaitu generasi milenial. Kabupaten Badung merupakan destinasi di Bali yang banyak dipilih oleh generasi milenial untuk menghabiskan waktu liburan *staycation*. Banyaknya pilihan produk wisata di Kabupaten Badung akan menimbulkan pertimbangan untuk memilih produk wisata yang lebih disukai atau yang dikenal dengan istilah preferensi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan preferensi *staycation* generasi milenial terhadap produk wisata yang ada di Kabupaten Badung. Teknik penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* pada 100 wisatawan lokal Bali yang termasuk dalam generasi milenial. Teknik analisis data yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan perhitungan analisis *crosstab* dan uji *chi-square* untuk mengetahui hubungan antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi milenial yang melakukan *staycation* di Kabupaten Badung memiliki karakteristik antara lain mayoritas berjenis kelamin perempuan, berdomisili di Kota Denpasar, berusia 19-24 tahun, berstatus belum menikah, memiliki latarbelakang pendidikan S1, bekerja sebagai pegawai swasta, yang bertujuan untuk berlibur/ rekreasi, mendapatkan informasi melalui media sosial/ internet, melakukan *staycation* bersama teman, mengorganisasikan perjalanannya secara mandiri, melakukan wisata selama 1 malam (2 hari), menghabiskan biaya kurang dari Rp. 200.000 selama perjalanan, melakukan *staycation* pada hari libur, dan cukup sering kembali melakukan *staycation* di Kabupaten Badung yaitu sebanyak lebih dari 5 kali dalam setahun. Adapun preferensi generasi milenial yang berwisata *staycation* di Kabupaten Badung yaitu, didominasi oleh pilihan akomodasi hotel, menggunakan transportasi motor, menikmati makan dan minum di warung, dan memilih atraksi wisata pantai sebagai tujuan favorit.

Keywords: preferences, staycation, millennial generation, tourism product.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan kegiatan komoditas yang dibutuhkan oleh hampir setiap orang. Pola dan gaya hidup masyarakat yang semakin sibuk dalam rutinitasnya, sempitnya waktu membuat banyak orang membutuhkan wisata untuk melepaskan ketegangan dan memperoleh suasana baru yang menyenangkan dan menghibur. Oleh karena itu, aktivitas wisata menjadi sebuah kebutuhan yang dinilai penting dan sangat mempengaruhi kualitas kehidupan masyarakat masa kini. Menyadari betapa pentingnya kebutuhan akan berwisata juga telah mempengaruhi pertumbuhan jumlah wisatawan secara global. Pertumbuhan jumlah wisatawan ini juga diikuti oleh tren pariwisata yang selalu berubah setiap waktu. Berbagai faktor pun mempengaruhi, salah satunya adalah perilaku wisatawan milenial yang besar pengaruhnya terhadap sebuah perkembangan pariwisata. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang dikutip dalam laporan *Indonesia Millennial Report*, generasi milenial diproyeksi akan menjadi generasi yang mendominasi struktur demografi Indonesia. Dari jumlah populasi yang dominan, generasi milenial memberikan dampak signifikan bagi industri pariwisata yakni sebagai pasar yang potensial. Tren wisata *staycation* adalah pilihan tren yang banyak dipilih oleh generasi milenial. *Staycation* memiliki arti berlibur dengan cara berdiam di rumah atau rekreasi di jarak yang masih dapat ditempuh dalam waktu singkat (tirto.id, 2017). Konsep liburan *staycation* sangat diminati oleh generasi milenial, karena selain dapat merasakan menjadi wisatawan di kota tempat tinggalnya sendiri, juga dapat merasakan suasana berlibur dengan biaya rendah.

Kabupaten Badung merupakan salah satu dari 9 Kabupaten/ Kota di Bali yang memiliki posisi yang sangat strategis yang dalam wilayahnya terdapat tempat-tempat wisata paling populer antara lain Jimbaran, Nusa Dua, Uluwatu, Canggu, Kerobokan, Kuta, Legian. Pembangunan pariwisata di Kabupaten Badung juga lebih unggul, ditambah keindahan alam mempesona dan produk wisata yang lengkap mengakibatkan Kabupaten Badung sebagai “*Tourist Centre*” dengan kunjungan wisatawan mancanegara maupun domestik tertinggi diantara kabupaten lainnya di Bali. Kabupaten Badung merupakan daerah yang sangat potensial untuk dikunjungi oleh generasi milenial yang ingin berwisata

staycation, karena memiliki atraksi wisata yang beragam serta tempat rekreasi dan hiburan yang tidak terdapat di Kabupaten/ Kota lainnya di Bali. Banyaknya pilihan produk wisata yang ada di Kabupaten Badung akan menimbulkan suatu keinginan atau kesukaan terhadap suatu benda atau produk serta jasa yang disebut dengan istilah preferensi. Menurut Pyndick & Rubenfield dalam Widodo, 2014 preferensi konsumen adalah suatu cara praktis untuk menggambarkan bagaimana orang lebih suka terhadap suatu barang lebih dari yang lain. Keinginan akan suatu produk dan jasa berbeda antara calon konsumen yang satu dengan yang lainnya. Oleh karena itu, pengelola atraksi wisata perlu mengetahui keinginan dan kebutuhan dari calon konsumen yang dalam penelitian ini adalah generasi milenial sebagai pasar potensial, sehingga dapat meningkatkan kepuasan saat berkunjung. Hal tersebut sangat bermanfaat bagi keberlangsungan pariwisata Bali khususnya di Kabupaten Badung dalam mengembangkan produk dan jasa wisata.

Berdasarkan fenomena dan pemaparan diatas, maka penelitian ini penting untuk dilakukan guna mengetahui preferensi dari generasi milenial di Bali terhadap produk wisata di Kabupaten Badung yang dalam penelitian ini disebut wisata dengan konsep *staycation*.

METODE

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui preferensi *staycation* generasi milenial terhadap produk wisata di Kabupaten Badung. Variabel yang digunakan adalah variabel karakteristik dengan indikator *tourist descriptor* dan *trip descriptor*, dan variabel preferensi produk wisata dengan indikator akomodasi, transportasi, tempat makan dan minum, dan atraksi wisata. Untuk mendapatkan data dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data antara lain: observasi, kuisisioner, dokumentasi dan kepustakaan.

Teknik penentuan sampel pada penelitian ini dilakukan secara *purposive*. Penelitian ini menggunakan kuisisioner yang dibagikan kepada 100 orang generasi milenial dengan kriteria yang mengacu pada konsep *staycation* menurut Yesawich, 2010 antara lain wisatawan lokal Bali, berusia antara 19-37 tahun, melakukan wisata berbiaya rendah, berwisata minimal selama 1 malam (2 hari),

membeli/ menggunakan produk wisata di Kabupaten Badung dengan jarak tempuh maksimal 80 km dari tempat tinggal.

Kuisisioner dalam penelitian ini dijabarkan dalam 3 bagian yaitu, identitas responden dan motif perjalanan yang menggunakan rujukan teori dari Seaton & Bennet, 1996 yang terdiri dari *tourist descriptor* dan *trip descriptor*, serta preferensi produk wisata yang menggunakan rujukan teori dari Yoeti, 2002 yang terdiri dari akomodasi, transportasi, tempat makan dan minum, dan atraksi wisata. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan perhitungan tabulasi silang (*crosstab*) dan uji *chi-square* menggunakan *software* SPSS versi 22 untuk mengetahui hubungan antara variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kabupaten Badung merupakan salah satu dari 9 Kabupaten/ Kota yang berada dalam wilayah Provinsi Bali, yang memiliki luas 418,52 km² atau 7,43% dari luas keseluruhan Pulau Bali. Terbagi dalam enam kecamatan antara lain Mengwi, Kuta Selatan, Kuta Utara, Kuta, Abiansemal, dan Petang dengan total jumlah penduduk sebanyak 683.200 pada tahun 2020. Kabupaten Badung sebagai pusat pariwisata Bali mencakup tempat-tempat wisata paling populer antara lain Jimbaran, Nusa Dua, Uluwatu, Canggu, Kerobokan, Kuta dan Legian. Kabupaten Badung juga memiliki lokasi yang cukup strategis karena hanya membutuhkan beberapa jam perjalanan dari setiap tempat di Bali sehingga dapat dengan nyaman dan mudah dijangkau. Oleh karena itu, Kabupaten Badung merupakan wilayah yang paling potensial dalam perkembangan pariwisata karena memiliki atraksi wisata, sarana transportasi, mudah dalam akses, pilihan akomodasi yang beragam dan ketersediaan produk pendukung lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan lokal milenial.

Karakteristik *Staycation* Generasi Milenial di Kabupaten Badung

Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebarkan kepada 100 orang wisatawan lokal milenial, menunjukkan bahwa generasi milenial yang melakukan *staycation* di Kabupaten Badung memiliki karakteristik yang beragam. Berikut penjabaran

karakteristik *staycation* generasi milenial di Kabupaten Badung menurut *tourist descriptor* dan *trip descriptor*:

1. Berdasarkan jenis kelamin, didominasi oleh perempuan dengan presentase 54% sedangkan laki-laki 46%. Perbedaan presentase yang tidak jauh menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki memiliki ketertarikan yang sama dalam berwisata *staycation* di Kabupaten Badung.
2. Berdasarkan domisili, mayoritas berasal dari Denpasar dengan presentase 63%. Hal ini disebabkan karena Kota Denpasar memiliki jarak terdekat menuju Kabupaten Badung dibandingkan Kabupaten lainnya, selain itu wisatawan lokal milenial umumnya berdomisili di Denpasar untuk bekerja dan menempuh pendidikan.
3. Berdasarkan umur, didominasi oleh umur 19-24 tahun dengan presentase 96% karena kelompok umur tersebut memiliki ketertarikan yang tinggi dalam menjelajahi hal-hal baru yang ada disekitarnya termasuk didalamnya adalah tren wisata baru seperti *staycation*.
4. Berdasarkan status, hampir seluruh responden merupakan wisatawan lokal milenial yang belum menikah dengan presentase 99%. Responden yang belum menikah dapat mengalokasikan waktu, uang, dan minatnya untuk melakukan wisata dibandingkan responden yang dengan status menikah yang lebih memprioritaskan waktu dan uangnya untuk kebutuhan keluarga.
5. Berdasarkan tingkat pendidikan, didominasi oleh generasi milenial dengan tingkat pendidikan akhir S1 dengan presentase 68%. Hasil data ini sesuai dengan kelompok umur 19-24 tahun yang lebih produktif dan aktif dalam menjelajahi hal baru seperti tren *staycation*.
6. Berdasarkan pekerjaan, mayoritas merupakan pegawai swasta dengan presentase 46% dan diikuti oleh pelajar/ mahasiswa 39%. Hal ini disebabkan karena kalangan pegawai dan pelajar memiliki kesibukan yang cukup padat sehingga sangat memerlukan liburan sebagai sarana melepas stres.
7. Berdasarkan tujuan perjalanan, didominasi oleh generasi milenial dengan tujuan berlibur/ rekreasi dengan

- presentase 79%, hasil data ini sesuai dengan tujuan *staycation* yakni untuk melepas stres dan relaksasi dari rutinitas sehari-hari.
8. Berdasarkan sumber informasi perjalanan, didominasi oleh generasi milenial yang memperoleh informasi melalui sosial media/ internet dengan presentase 74%. Hal ini disebabkan oleh kedekatan generasi milenial dengan teknologi, khususnya dalam mengakses *platform* sosial media seperti instagram dan website tentang wisata.
 9. Berdasarkan partner perjalanan, didominasi oleh yang melakukan *staycation* bersama teman dengan presentase 71%. Hal ini disebabkan karena golongan usia yang sama atau tidak jauh berbeda umumnya memiliki ketertarikan dan minat yang sama dalam memilih suatu hal dan sekaligus lebih menyenangkan jika dilakukan bersama.
 10. Berdasarkan pengorganisasian perjalanan, seluruh responden memilih mengorganisasikan perjalanannya secara mandiri. Selain disebabkan karena menghemat biaya, juga dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain: jarak yang dekat, lingkungan tempat wisata yang sudah dikenal oleh responden, dan agar tidak terikat oleh jadwal perjalanan/ lebih bebas.
 11. Berdasarkan lama waktu perjalanan, didominasi oleh generasi milenial yang berwisata selama 1 malam (2 hari) dengan presentase 80%. Hal ini disebabkan karena biaya dan waktu yang terbatas. Selain itu, produk wisata yang terdapat di Kabupaten Badung memiliki jarak yang berdekatan sehingga dapat dinikmati dalam waktu yang singkat.
 12. Berdasarkan pengeluaran selama perjalanan, mayoritas mengeluarkan biaya <Rp. 200.000 untuk sehari dengan presentase 52%. Biaya yang kecil sesuai dengan konsep wisata *staycation* yang merupakan liburan alternatif berbiaya rendah, agar dapat tetap menikmati liburan tanpa mengganggu keadaan finansialnya.
 13. Berdasarkan waktu melakukan perjalanan, didominasi oleh yang berwisata pada hari libur dengan presentase 47%. Hal ini disebabkan karena generasi milenial ingin

memanfaatkan waktu senggangnya dengan berekreasi untuk menyegarkan pikiran akibat penatnya rutinitas sehari-hari.

14. Berdasarkan periodisitas perjalanan, mayoritas responden telah melakukan *staycation* di Kabupaten Badung sebanyak lebih dari 5 kali dengan presentase 67%. *Staycation* dapat dilakukan pada hari libur yang sempit dan dengan biaya yang terjangkau sehingga dapat dilakukan lebih sering dibandingkan dengan wisata yang jauh dari tempat tinggal/ luar negeri.
15. Berdasarkan kesediaan kembali, seluruh responden memilih ingin kembali melakukan *staycation* di Kabupaten Badung. Hal ini disebabkan karena pilihan produk wisata di Kabupaten Badung yang beragam dan disukai oleh generasi milenial.

Preferensi *Staycation* Generasi Milenial Terhadap Produk Wisata di Kabupaten Badung

Preferensi adalah kecenderungan memilih sesuatu yang lebih disukai antara suatu pilihan dengan pilihan-pilihan lainnya yang ada. Dalam penelitian ini, responden yang merupakan generasi milenial dari wisatawan lokal Bali memilih produk wisata yang lebih disukai ketika melakukan *staycation* di Kabupaten Badung. Preferensi produk wisata dijabarkan dalam 4 indikator antara lain akomodasi, transportasi, tempat makan dan minum, dan atraksi wisata.

Tabel 1. Preferensi *Staycation* Generasi Milenial Terhadap Produk Wisata di Kabupaten Badung

No	Produk Wisata	Klasifikasi	Presentase
1	Akomodasi	Hotel	35%
		Villa	33%
		<i>Homestay</i>	25%
		Hostel	5%
		Bungalow	2%
2	Transportasi	Motor	63%
		Mobil	37%
3	Tempat Makan & Minum	Warung	43%
		Restoran	22%
		<i>Cafe</i>	22%
		<i>Beach Club</i>	7%
		Lainnya	5%
		Bar	1%
4	Atraksi Wisata	Wisata	41%
		Pantai	
		Wisata	23%
		Budaya	
		<i>Sightseeing</i>	10%
		Festival/ <i>event</i>	7%
		Taman	7%
		Bermain Air	
		<i>Watersport</i>	7%
		<i>Shopping Center</i>	3%
		Wahana	1%
Bermain			
Teater	1%		

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan Tabel 1, preferensi produk wisata yang paling disukai dari indikator akomodasi adalah hotel dengan presentase 35% diikuti oleh akomodasi villa sebanyak 33%. Banyaknya pengguna jasa hotel disebabkan karena hotel merupakan jenis akomodasi yang paling awam diketahui wisatawan lokal dan banyaknya jumlah hotel yang tersebar diseluruh wilayah Kabupaten Badung juga memudahkan untuk menemukan jenis akomodasi ini. Selain itu, jasa akomodasi hotel dan villa sudah banyak yang terintegrasi dengan platform *e-commerce*, sehingga memudahkan wisatawan lokal dalam melakukan pemesanan atau *booking* kamar

yang disertai banyaknya harga paket murah atau promo yang disediakan.

Berdasarkan preferensi produk wisata yang paling disukai dari indikator transportasi, didominasi oleh pilihan motor dengan presentase 63% dan pada urutan kedua adalah mobil dengan presentase 37%. Terdapat beberapa alasan wisatawan lokal milenial memilih menggunakan transportasi motor antara lain karena responden merupakan golongan ekonomi menengah ke bawah yang tidak memiliki mobil, kemudian disebabkan juga karena bahan bakar kendaraan bermotor lebih hemat, alasan ketiga adalah jarak yang tidak terlalu jauh dan akses yang mudah sehingga masih nyaman jika ditempuh dengan motor, alasan terakhir adalah karena mengendarai motor memiliki sensasi atau daya tarik tersendiri seperti menikmati udara segar secara langsung, perjalanan sambil melihat pemandangan, dan dapat dengan mudah menyalip sehingga terhindar dari kemacetan.

Berdasarkan preferensi produk wisata yang paling disukai dari indikator tempat makan dan minum, didominasi oleh pilihan warung dengan presentase 43%. Alasan utama wisatawan lokal milenial memilih warung adalah harga yang terjangkau bahkan cenderung murah, selain itu disebabkan juga oleh menu-menu makanan yang sudah familiar sehingga tidak akan kecewa dengan rasanya yang sudah pasti sesuai selera.

Berdasarkan preferensi produk wisata yang paling disukai dari indikator atraksi wisata, didominasi oleh pilihan wisata pantai dengan presentase 41%. Beberapa pantai yang paling banyak dikunjungi oleh responden adalah Pantai Kuta, Balangan, Padang-padang, Melasti, dan Pandawa. Dalam penelitian ini, responden juga mengungkapkan beberapa alasan yang melatarbelakangi kunjungannya ke atraksi wisata yang berada di wilayah Kabupaten Badung antara lain: lokasi yang dekat sehingga lebih menghemat biaya transportasi, menambah wawasan dan memuaskan rasa ingin tahu tentang atraksi tersebut, merupakan tempat yang cocok untuk melepas penat dari kesibukan sehari-hari, atraksi memiliki review yang bagus dan terkenal dimedia sosial, memiliki banyak aktivitas yang dapat dinikmati dalam satu atraksi, dan alasan terakhir adalah karena tempat yang indah untuk berfoto.

Analisis Tabulasi Silang (*Crosstab*) Dengan Uji *Chi-Square* antara Preferensi Produk Wisata dengan Karakteristik Generasi Milenial

Dalam analisis tabulasi silang ini, peneliti menyilangkan variabel preferensi produk wisata yang terdiri dari 4 indikator antara lain: akomodasi, transportasi, tempat makan & minum, dan atraksi wisata, dengan variabel karakteristik yang terdiri dari 2 indikator yaitu *tourist descriptor* dan *trip descriptor*. Berdasarkan hasil tabulasi silang dan uji *chi-square*, terdapat 3 preferensi produk wisata yang memiliki hubungan dengan 4 sub-indikator dari karakteristik generasi milenial atau memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-sided)* $< 0,05$ yang menunjukkan adanya hubungan antara 2 variabel, yang dijabarkan sebagai berikut:

Hasil uji *chi-square* antara akomodasi dengan domisili adalah 0,019 yang artinya $0,019 < 0,05$ menunjukkan adanya hubungan antara preferensi akomodasi dengan domisili sehingga pemilihan jenis akomodasi berhubungan dengan domisili dari generasi milenial yang berwisata *staycation* di Kabupaten Badung. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Veransya (2020) yang mendapatkan hasil bahwa daerah asal wisatawan berhubungan dengan keputusan dalam memilih akomodasi. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Solikhin (2017) juga menyebutkan bahwa hotel yang mudah dijangkau dari segi akses dan jarak juga menjadi faktor yang mempengaruhi konsumen memilih akomodasi. Domisili dapat mempengaruhi pemilihan jenis akomodasi karena domisili mempengaruhi jarak yang ditempuh sehingga apabila jaraknya semakin jauh maka wisatawan lokal akan memilih akomodasi yang berkualitas dan nyaman setelah perjalanan yang panjang, atau dapat pula sebaliknya yaitu karena jarak yang jauh, wisatawan lokal yang hendak berwisata akan menghabiskan banyak biaya untuk bahan bakar kendaraan sehingga akan memilih akomodasi yang lebih murah untuk mengurangi pengeluaran.

Hasil uji *chi-square* antara preferensi transportasi dengan partner perjalanan menunjukkan nilai 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$ menunjukkan adanya hubungan antara preferensi transportasi dengan partner perjalanan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Veransya

(2020) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *trip mate* atau partner perjalanan dengan preferensi transportasi selama berwisata. Dari hasil tabulasi silang antara preferensi transportasi dengan partner perjalanan memperlihatkan generasi milenial yang berwisata bersama teman dan sendiri lebih memilih menggunakan moda transportasi motor, sedangkan yang berwisata bersama keluarga lebih memilih menggunakan mobil. Hasil tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sijabat (2013) yang menyatakan bahwa jumlah keluarga atau orang mempengaruhi pilihan moda transportasi. Hal ini karena motor memang cocok digunakan ketika sendiri karena lebih efisien dan cocok juga digunakan bersama teman karena lebih menyenangkan, sedangkan berwisata bersama keluarga lebih cocok menggunakan mobil karena selain lebih efisien untuk membawa banyak penumpang juga lebih aman dan nyaman jika membawa anggota keluarga yang lanjut usia.

Hasil uji *chi-square* antara preferensi tempat makan dan minum dengan jenis kelamin menunjukkan nilai 0,013 yang artinya $0,013 < 0,05$ menunjukkan adanya hubungan antara preferensi tempat makan dan minum dengan jenis kelamin. Jika dilihat dari tabulasi silang antara preferensi tempat makan dan minum dengan jenis kelamin, perempuan cenderung memilih restoran dan cafe yang mengutamakan keindahan, kenyamanan, dan kebersihan, sedangkan laki-laki cenderung mengutamakan harga dan menu makanan sehingga lebih memilih warung. Hal ini didukung juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Sonsaka (2011) mengenai perilaku konsumtif pada remaja yang menunjukkan bahwa konsumen perempuan cenderung lebih emosional, sedangkan laki-laki lebih menggunakan nalar dalam jumlah uang yang dibelanjakan. Kecenderungan tersebut sesuai dengan sifat perempuan yang lebih selektif dan sensitif, serta menyukai keindahan sedangkan laki-laki cenderung lebih acuh dan memilih sesuatu berdasarkan kebutuhan.

Hasil uji *chi-square* antara preferensi tempat makan dan minum dengan tingkat pendidikan menunjukkan nilai 0,048 yang artinya $0,048 < 0,05$ menunjukkan adanya hubungan antara preferensi tempat makan dan minum dengan tingkat pendidikan. Tingkat pendidikan seseorang dapat mempengaruhi

beberapa hal seperti pendapatan dan selera, sehingga berpengaruh dengan tempat makan dan minum yang dipilih untuk menyesuaikan *budget*. Jika dilihat dari tabulasi silang antara preferensi tempat makan dan minum dengan tingkat pendidikan, cukup banyak lulusan S1 yang memilih restoran dan cafe sedangkan lulusan SMA cenderung memilih warung, hal menunjukkan bahwa tingkat pendidikan S1 memiliki budget yang lebih tinggi daripada tingkat pendidikan SMA.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Karakteristik generasi milenial yang melakukan *staycation* di Kabupaten Badung menurut *tourist descriptor* menunjukkan karakteristik yaitu, didominasi oleh masyarakat lokal yang berjenis kelamin perempuan, berdomisili di Kota Denpasar, berusia 19-24 tahun, berstatus belum menikah, memiliki latarbelakang pendidikan S1, dan bekerja sebagai pegawai swasta. Selanjutnya, karakteristik berdasarkan *trip descriptor* menunjukkan hasil yaitu, didominasi oleh masyarakat lokal yang bertujuan untuk berlibur/ rekreasi, mendapatkan informasi mengenai produk wisata *staycation* melalui media sosial/ internet, melakukan *staycation* bersama teman, mengorganisasikan perjalanannya secara mandiri, melakukan wisata selama 1 malam (2 hari), menghabiskan biaya sebanyak kurang dari Rp. 200.000 selama perjalanan, melakukan *staycation* pada hari libur, dan cukup sering kembali melakukan *staycation* di Kabupaten Badung yaitu sebanyak lebih dari 5 kali dalam setahun.

Preferensi *staycation* generasi milenial terhadap produk wisata di Kabupaten Badung diklasifikasi menjadi empat preferensi, yaitu preferensi akomodasi, preferensi transportasi, preferensi tempat makan dan minum, dan preferensi atraksi wisata. Preferensi *staycation* generasi milenial terhadap produk wisata di Kabupaten Badung yaitu, didominasi oleh pilihan akomodasi hotel, menggunakan transportasi motor, menikmati makan dan minum di warung, dan memilih atraksi wisata pantai sebagai tujuan favorit.

Hasil tabulasi silang dan uji *chi-square* menunjukkan 4 indikator dari karakteristik generasi milenial yang melakukan *staycation* di Kabupaten Badung memiliki hubungan dengan 3 preferensi produk wisata, yaitu terdapat hubungan antara preferensi

akomodasi dengan domisili, terdapat hubungan antara preferensi tempat makan dan minum dengan jenis kelamin dan tingkat pendidikan dan terdapat hubungan antara preferensi transportasi dengan partner perjalanan.

Saran

Saran kepada pengusaha atau pengelola atraksi wisata agar lebih memperhatikan minat dan daya beli dari wisatawan *staycation*, serta meningkatkan variasi aktivitas pada atraksi untuk menghindari kesan monoton sehingga dapat menarik wisatawan *staycation* untuk kembali berkunjung.

Saran kepada pemerintah Kabupaten Badung untuk lebih memperhatikan masalah kemacetan pada jalur-jalur lalu lintas menuju tempat wisata, meningkatkan keamanan dan kenyamanan di area tempat wisata mengingat banyaknya kasus pencurian kendaraan dan barang berharga, serta memperhatikan masalah kebersihan di wilayah Kabupaten Badung demi keberlanjutan dan keasrian area wisata.

Saran kepada masyarakat dan akademisi yang tertarik melakukan penelitian lanjutan, mengingat penelitian ini membahas tentang karakteristik dan preferensi wisatawan *staycation* yang berkunjung ke daya tarik wisata di Kabupaten Badung, maka diperlukan pembahasan lebih mendalam mengenai motivasi dan persepsi wisatawan *staycation* mengenai daya tarik wisata di Kabupaten Badung.

Kepustakaan

- James, Alexandra. 2014. *Using Lifestyle Segmentation to Develop Lodging Packages for Staycation Travelers: An Exploratory Study College Students*. Ohio: Kent State University
- Seaton, A. V & M. M. Bennet. 1996. *The Marketing of Tourism Product: Concepts, Issue, and Cases*. London: International Business Press.
- Sijabat, R & Ratnasari, A. 2013. *Model Pemilihan Moda Pergerakan Komuter di Kecamatan Sayung*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Solikhin, A. 2017. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Hotel Sebagai Sarana Akomodasi di Kota Solo*. Surakarta: Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid Surakarta.
- Sonsaka, M. 2011. *Remaja Dalam Kubangan Konsumeris*. Kompasiana.com. Diakses tanggal 29 Februari 2021 pukul 21.15 WITA.
- Veransya, Nanda Tiara. 2020. *Preferensi dan Motivasi Wisatawan Mengunjungi Beach Club di Bali*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Widodo, Adhityo Jatisukmono. 2014. *Analisis Preferensi Pengunjung Kedai Kopi Terhadap Menu Kedai Kopi di Kota Semarang (Studi kasus: 4 kedai kopi di Kota Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Yoeti, Oka A. 2002. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.