

KARAKTERISTIK DAN *MEMORABLE TOURIST EXPERIENCE* SOLO TRAVELER PEREMPUAN MANCANEGARA MILENIAL DI KABUPATEN BADUNG

Sonia Desyanti Sirait¹, LGLK. Dewi², N.G.A.S Dewi³

Email: soniadesyanti047@student.unud.ac.id¹, leli_ipw@unud.ac.id², susrami_ipw@unud.ac.id³

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

Abstract: Changes in tourist preferences along with the development of digitalization simplify solo traveling planning. This flexibility drives the growing trend of solo traveling, especially among women. This study aims to understand the characteristics and describe the memorable tourist experiences of foreign female tourists, particularly the millennial generation, who travel solo in Badung Regency, Bali. Data were collected from 96 respondents through questionnaires, interviews, and observations. Data were analyzed descriptively. The findings indicate that most solo travelers are 25-year-old women from England, with the majority being unmarried. They tend to prefer accommodations such as hostels or homestays and plan their trips independently. Memorable tourist experiences were measured using seven sub-variables: hedonism, novelty, local culture, refreshment, meaningfulness, involvement, and knowledge. The refreshment sub-variable received the highest score (4.62), while the involvement sub-variable received the lowest (3.37). This study suggests further research on the travel patterns of solo travelers and digital nomad tourists. Additionally, it encourages tourism managers and local governments to enhance the types of tourism activities preferred by solo travelers to strengthen their engagement, such as cultural activities, wellness tourism, and local experiences, in order to reduce reliance on tourist attractions outside Badung Regency.

Abstrak: Perubahan preferensi wisatawan seiring perkembangan digitalisasi mempermudah perencanaan perjalanan mandiri. Fleksibilitas ini mendorong tren *solo traveling* yang semakin populer, terutama di kalangan perempuan. Studi ini bertujuan untuk memahami karakteristik dan mendeskripsikan *memorable tourist experience* wisatawan perempuan mancanegara, khususnya generasi milenial, yang melakukan perjalanan solo di Kabupaten Badung, Bali. Data dikumpulkan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi terhadap 96 responden yang dipilih menggunakan *purposive sampling*. Data dianalisis secara deskriptif. Temuannya menunjukkan bahwa mayoritas *solo traveler* adalah perempuan berusia 25 tahun asal Inggris, dan sebagian besar belum menikah. Mereka lebih memilih akomodasi seperti hostel atau *homestay* dan merencanakan perjalanan mereka secara mandiri. Pengalaman wisatawan yang berkesan diukur melalui tujuh sub-variabel: *hedonism*, *novelty*, *local culture*, *refreshment*, *meaningfulness*, *involvement*, dan *knowledge*. Subvariabel *refreshment* memperoleh skor tertinggi (4,62), sedangkan subvariabel *involvement* memperoleh skor terendah (3,37). Studi ini menyarankan temuan lebih lanjut mengenai pola perjalanan wisatawan *digital nomad* dan keterlibatan *solo traveler* di destinasi wisata lainnya. Selain itu, studi ini juga mendorong pengelola pariwisata dan pemerintah daerah untuk meningkatkan jenis aktivitas wisata yang memperkuat keterlibatan *solo traveler*, seperti kegiatan budaya, wisata *wellness* dan pengalaman lokal, guna mengurangi ketergantungan pada tempat wisata di luar Kabupaten Badung.

Keywords: solo traveler, female solo traveler, memorable tourist experience, millennial generation

PENDAHULUAN

Perjalanan solo semakin populer karena perubahan gaya hidup dan kemudahan perencanaan perjalanan melalui digitalisasi. Tren ini didorong oleh faktor sosial, demografis, dan ekonomi, termasuk

meningkatnya populasi individu lajang serta gaya hidup yang lebih individualistik. Perubahan ini menunjukkan pergeseran dari perjalanan berkelompok menuju perjalanan yang lebih personal dan mandiri.

Beberapa penelitian mendefinisikan perjalanan solo berdasarkan status kedatangan (McNamara & Prideaux, 2010) atau status hubungan (Chung et al., 2017). Bianchi (2016) dan Wilson (2004) menyoroti tingkat kesendirian dalam perjalanan, sementara Vonny DU (2017) menganggapnya sebagai aktivitas tanpa pendamping. Maldon (2017) menambahkan bahwa perjalanan solo mencakup pariwisata, backpacking, perjalanan bisnis, atau pencarian makna diri.

Perempuan telah menjadi segmen yang berkembang pesat dalam perjalanan solo. Angelina Villa-Clarke (2024) di Forbes.com menyebutkan bahwa menurut laporan Virtuoso, 71% dari semua *solo traveler* saat ini adalah perempuan. Tren ini semakin didukung oleh data dari U.S. Travel Association, yang mencatat peningkatan sebesar 131% dalam pencarian Google untuk “*solo female travel*” sepanjang tahun 2023.

Survei oleh Overseas Adventure Travel (OAT), sebagaimana dilaporkan oleh Validnews (2023), juga menemukan bahwa 85% *solo traveler* adalah perempuan dari berbagai latar belakang, mencerminkan meningkatnya kepercayaan diri mereka dalam menjelajahi dunia secara mandiri. Selain mendapatkan kebebasan untuk merancang perjalanan mereka sendiri, mereka juga mengalami pemberdayaan serta perubahan perspektif terhadap kehidupan (Wilson & Harris, 2006).

Tren ini juga semakin terlihat di Indonesia, data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menunjukkan bahwa 75% perjalanan bertema petualangan, budaya, atau alam dilakukan oleh perempuan. Selain itu, data yang sama mengungkapkan bahwa perempuan membuat 80% keputusan perjalanan, menegaskan peran utama mereka dalam perencanaan perjalanan. Di Amerika Serikat, 65% perempuan pernah bepergian tanpa pasangan, mencerminkan meningkatnya kenyamanan dan kemandirian dalam perjalanan solo. Tren ini juga terlihat dalam data Google Trends, yang menunjukkan peningkatan pencarian untuk “*Solo Travel*” dan “*Solo Female Travel*” sejak 2014. Meskipun pencarian menurun selama pandemi COVID-19, tren ini kembali meningkat seiring dengan pemulihan aktivitas perjalanan global.

Minat yang meningkat ini juga terlihat dalam data statistik yang mencerminkan tren positif kunjungan wisatawan perempuan, baik domestik maupun internasional. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, kunjungan wisatawan perempuan domestik meningkat dari 27,55% pada tahun 2022 menjadi 33,49% pada tahun 2023. Demikian pula, kunjungan wisatawan perempuan mancanegara meningkat dari 43,29% pada tahun 2022 menjadi 45,33% pada tahun 2023. Studi ini menegaskan semakin tingginya kepercayaan diri dan antusiasme perempuan dalam merasakan pengalaman perjalanan solo.

Namun, meskipun gender merupakan faktor penting, usia juga secara signifikan memengaruhi perilaku perjalanan solo. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan bahwa individu berusia 25–34 tahun atau yang lebih dikenal dengan generasi milenial mendominasi aktivitas wisata, baik domestik maupun mancanegara. Pada tahun 2021, wisatawan domestik dalam kelompok usia ini mencakup 26,01%, sementara wisatawan mancanegara sebesar 25,33%. Angka ini meningkat pada tahun 2022 menjadi 27,55% untuk wisatawan domestik dan 43,29% untuk wisatawan mancanegara. Tren kenaikan berlanjut pada tahun 2023, mencapai 33,49% untuk wisatawan domestik dan 45,33% untuk wisatawan mancanegara. Angka-angka ini menyoroti perlunya memahami karakteristik, pengalaman, dan preferensi wisatawan perempuan, terutama mereka yang bepergian secara solo. Studi ini berfokus pada segmen wisatawan solo perempuan mancanegara yang berkembang pesat, dengan jumlah yang hampir setara dengan wisatawan mancanegara laki-laki.

Generasi Milenial, yang didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara awal 1980-an dan awal 2000-an (Haroviz, 2012; Strauss & Howe, 2000), memainkan peran penting dalam mendorong tren perjalanan solo. Dikenal karena keterbukaan mereka terhadap eksplorasi budaya, penekanan pada perjalanan berbasis pengalaman, dan preferensi untuk penemuan diri, generasi milenial mewakili demografi yang sangat berinvestasi dalam menciptakan pengalaman perjalanan yang bermakna. Kemandirian finansial generasi milenial, kemahiran digital, dan kecenderungan untuk pengalaman perjalanan yang berkelanjutan dan

otentik semakin memperkuat peran mereka dalam mempromosikan perjalanan solo.

Meskipun tren perjalanan solo perempuan terus berkembang, faktor keamanan tetap menjadi pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan perjalanan. Penelitian lain menunjukkan bahwa *solo traveler* perempuan sering menghadapi hambatan sosial dan budaya, serta kekhawatiran terhadap keselamatan pribadi (Nguyen & Hsu, 2022; Global Solo Female Travelers, 2023). Perempuan cenderung lebih waspada terhadap risiko seperti pelecehan, penipuan, dan kekerasan (Jordan & Aitchison, 2008), kekhawatiran yang semakin diperkuat oleh beberapa kasus kriminal yang melibatkan wisatawan perempuan di Bali pada tahun 2023 dan 2024.

Hal ini sejalan dengan laporan UNWTO (2019) yang menyoroti bahwa pariwisata dapat memberdayakan perempuan dengan memberikan peluang kerja dan mengurangi ketimpangan gender. Namun, tantangan seperti akses yang tidak merata, kekhawatiran terhadap keamanan, dan stereotip gender masih menjadi hambatan yang signifikan. Oleh karena itu, menciptakan lingkungan perjalanan yang aman dan mendukung bagi *solo traveler* perempuan sangat penting agar mereka dapat bepergian dengan nyaman dan mendapatkan pengalaman yang bermakna.

Kabupaten Badung, sebagai destinasi wisata utama di Bali, menarik banyak wisatawan mancanegara. Hal ini tercermin dari meningkatnya jumlah kedatangan wisatawan mancanegara, yang naik dari 2.212.789 pada tahun 2022 menjadi 5.386.878 pada tahun 2023, dan mencapai 4.804.600 hingga September 2024 (Dinas Pariwisata Badung, 2024). Wilayah ini mencakup area terkenal seperti Kuta, Seminyak, Canggu, Jimbaran, Uluwatu, dan Nusa Dua, yang menawarkan beragam pengalaman, mulai dari keindahan alam dan atraksi budaya hingga kehidupan malam. Seiring dengan meningkatnya daya tariknya, Badung juga telah menjadi destinasi utama bagi *solo traveler* perempuan.

Meskipun tren perjalanan solo pada kalangan perempuan dan generasi milenial terus meningkat, studi mengenai segmen ini di Badung masih terbatas. Mengingat semakin banyaknya *solo traveler* perempuan yang

memilih Badung sebagai destinasi, studi ini akan berfokus pada karakteristik mereka serta pengalaman wisata yang berkesan. Temuan dari studi ini diharapkan dapat berkontribusi pada industri pariwisata dengan meningkatkan aspek keamanan, inklusivitas, dan pengalaman secara keseluruhan bagi *solo traveler* perempuan, sehingga menjadikan Badung sebagai destinasi yang lebih ramah bagi pasar yang terus berkembang ini.

METODE

Studi ini dilakukan di Kabupaten Badung dengan fokus pada tiga kecamatan utama: Kuta Selatan, Kuta Tengah, dan Kuta Utara. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada observasi yang menunjukkan tingginya jumlah wisatawan mancanegara, khususnya *solo traveler* perempuan, di wilayah tersebut. Hal ini semakin didukung oleh keberadaan berbagai destinasi wisata terkenal di ketiga kecamatan ini, seperti Canggu, Legian, Seminyak, Kuta, Jimbaran, Uluwatu, dan Nusa Dua, yang menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan. Untuk memperjelas pemahaman mengenai isu yang dibahas dalam studi ini, diperlukan definisi operasional variabel. Penetapan definisi operasional bertujuan untuk mencegah kesalahpahaman atau perbedaan interpretasi terhadap istilah yang digunakan. Selain itu, definisi operasional variabel memberikan batasan yang jelas dalam memahami isu yang menjadi fokus studi ini. Bagian berikut akan menjelaskan definisi operasional dari variabel yang digunakan dalam studi ini.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Karakteristik

Variabel	Sub-Variabel	Indikator
Karakteristik Wisatawan	<i>Trip Descriptor</i>	1. Lama kunjungan
		2. Akomodasi
		3. Pengorganisasian perjalanan
	<i>Tourist Descriptor</i>	1. Usia
		2. Tingkat pendidikan
		3. Pekerjaan
		4. Status
		5. Jumlah anggota keluarga dan komposisinya
		6. Asal negara
		7. Frekuensi berpergian sendiri

8. Preferensi wisata
9. Jumlah media sosial yang dimiliki
10. Media sosial yang paling sering digunakan
11. Durasi penggunaan media sosial setiap harinya
12. Penyebaran pengalaman perjalanan solo di media sosial

Sumber: Seaton & Bennet dalam Suwena et al. (2017)

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel *Memorable Tourist Experience*

Variabel	Sub-Variabel	Indikator
<i>Memorable Tourist Experience</i>	<i>Hedonism</i>	1. Sangat menikmati pengalaman berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
		2. Merasa senang karena mendapatkan pengalaman baru berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
		3. Merasa puas dan dimanjakan saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
		4. Aktif terlibat dalam berbagai aktivitas menarik dan menyenangkan selama berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
<i>Novelty</i>		1. Pengalaman baru didapat saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
		2. Berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung menjadi pengalaman sekali seumur hidup
		3. Berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung menawarkan pengalaman yang berbeda dari sebelumnya
		4. Berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung memberikan pengalaman yang unik
<i>Local Culture</i>		1. Memiliki kesan baik terhadap <i>local culture</i> saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
		2. Saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung mengalami secara dekat budaya lokal melalui interaksi
		3. Masyarakat lokal di sekitar Kabupaten Badung ramah
<i>Refreshment</i>		1. Berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung membantu menghilangkan stres
		2. Menikmati kebebasan dari rutinitas sehari-hari melalui pengalaman berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
		3. Merasa segar kembali setelah berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
<i>Meaningfulness</i>		1. Merasakan pengalaman yang berarti atau bermakna saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung

	2. Banyak manfaat yang diperoleh saat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan selama berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung
<i>Involvement</i>	1. Selalu terlibat dalam setiap aktivitas di daya tarik wisata yang dikunjungi di sekitar Kabupaten Badung
	2. Pengalaman yang didapat dari keterlibatan dalam setiap aktivitas saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung akan menjadi kenangan tak terlupakan
<i>Knowledge</i>	1. Berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung untuk mengeksplorasi hal-hal baru
	2. Saat berwisata sendiri di sekitar Kabupaten Badung mendapat banyak informasi dan pengetahuan baru

Sumber: Kim, et al (2012) dan Kamus Besar Bahasa Indonesia.

Berdasarkan tabel di atas, karakteristik wisatawan mancanegara dalam studi ini dianalisis menggunakan teori Seaton dan Bennett (1996), yang mencakup *tourist descriptor* dan *trip descriptor*. Analisis ini penting untuk memahami perilaku dan preferensi mereka. *Memorable Tourist Experience* dianalisis berdasarkan teori Kim et al. (2012), yang terdiri dari tujuh dimensi: *hedonism*, *novelty*, *local culture*, *refreshment*, *meaningfulness*, *involvement*, dan *knowledge*. Konsep ini tidak hanya berkaitan dengan ingatan wisatawan, tetapi juga memengaruhi persepsi dan loyalitas mereka terhadap destinasi.

Studi ini menggunakan data kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif terdiri dari nilai numerik yang dianalisis secara statistik untuk menjawab pertanyaan secara objektif, termasuk data kunjungan wisatawan dan kuesioner (Sugiyono, 2013; Sangadji, 2010). Sementara itu, data kualitatif berupa informasi deskriptif yang melengkapi data kuantitatif, seperti hasil wawancara, literatur, buku, observasi, dan jurnal penelitian (Sugiyono, 2015; Sangadji, 2010).

Data yang digunakan dalam studi ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui kuesioner yang diberikan kepada *solo traveler* perempuan mancanegara milenial di Kabupaten Badung (Sugiyono, 2015). Sementara itu, data sekunder bersumber dari literatur, buku, situs web, dokumentasi, dan penelitian sebelumnya untuk mendukung penulisan (Sugiyono, 2015).

Teknik pengumpulan data dalam studi ini meliputi observasi, kuesioner, wawancara, studi literatur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan di destinasi wisata seperti Canggu, Seminyak, dan Uluwatu. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data mengenai karakteristik wisatawan, perjalanan, dan pengalaman berkesan dengan menggunakan skala Likert 5 poin. Wawancara bertujuan untuk mengeksplorasi lebih lanjut pengalaman dan harapan responden. Studi literatur dilakukan dengan menelaah berbagai literatur, buku, dan jurnal untuk memperkuat kerangka teori, sementara dokumentasi mencakup pencatatan data serta visualisasi temuan melalui fotografi.

Studi ini menggunakan *purposive sampling* untuk memilih responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu *solo traveler* perempuan mancanegara milenial (24–39 tahun) yang pernah melakukan perjalanan solo ke Kabupaten Badung. Mengingat populasi yang besar, peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk menentukan ukuran sampel yang sesuai. Hasil perhitungan menghasilkan 96 responden dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 10%. Kriteria informan mencakup kesediaan untuk berpartisipasi, kondisi fisik dan mental yang sehat, serta kemampuan memberikan informasi mendalam. Data diproses dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif yang disajikan dalam bentuk tabel, grafik, atau diagram.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum

Studi ini dilakukan di Kabupaten Badung, Provinsi Bali, dengan fokus pada tiga kecamatan utama: Kuta Utara, Kuta Tengah, dan Kuta Selatan. Ketiga wilayah ini memiliki konsentrasi wisatawan tertinggi, didukung oleh daya tarik populer seperti Pantai Kuta, Seminyak, Canggu, Jimbaran, Nusa Dua, dan Uluwatu. Keberadaan destinasi-destinasi ini menjadikan kawasan tersebut sebagai pusat pariwisata utama di Bali Selatan. Dengan memilih area ini data yang diperoleh diharapkan dapat lebih akurat dalam merepresentasikan karakteristik dan pengalaman wisatawan. Selain itu, tingginya tingkat interaksi antara wisatawan dan destinasi di wilayah ini memberikan konteks yang kaya

untuk menganalisis MTE bagi *solo traveler* perempuan mancanegara milenial.

Karakteristik *Solo Traveler* Perempuan Mancanegara Milenial di Kabupaten Badung

Karakteristik wisatawan dibagi menjadi dua kategori: *tourist descriptor* dan *trip descriptor*. Karakteristik berdasarkan *tourist descriptor* mencakup negara asal, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, status pernikahan, jumlah anggota keluarga dan komposisinya, frekuensi perjalanan solo, preferensi wisata, jumlah akun media sosial yang dimiliki, platform media sosial yang paling sering digunakan, durasi penggunaan media sosial harian, serta kebiasaan berbagi pengalaman perjalanan solo di media sosial. Temuan dijelaskan sebagai berikut.

Solo traveler perempuan mancanegara di Kabupaten Badung didominasi oleh wisatawan berusia 25 tahun, dengan total 16 responden (16,7%). Wisatawan terbanyak berasal dari Inggris, yaitu sebanyak 21 responden (21,9%). Mayoritas memiliki gelar sarjana (S1), dengan jumlah 61 responden (63,5%). Sebagian besar *solo traveler* bekerja sebagai *freelancer*, dengan total 33 responden (34,4%).

Mayoritas *solo traveler* berstatus belum menikah, dengan total 90 responden (93,8%). Sebagian besar memiliki komposisi keluarga satu orang atau tinggal sendiri, sebanyak 59 orang (61,5%). Frekuensi perjalanan solo yang paling banyak adalah pengalaman pertama kali, yang dilaporkan oleh 40 orang (41,7%). Preferensi wisata yang paling populer adalah wisata alam, yang dipilih oleh 58 orang (60,4%).

Dalam hal media sosial, mayoritas *solo traveler* memiliki 3–4 media sosial, sebanyak 70 orang (72,9%), dengan Instagram sebagai *platform* yang paling sering digunakan oleh 69 orang (71,9%). Durasi penggunaan media sosial tertinggi adalah 2–4 jam per hari, yang dipilih oleh 57 responden (59,4%). Seluruh responden, sebanyak 96 orang (100%), bersedia membagikan pengalaman perjalanan solo mereka di media sosial.

Karakteristik berikutnya, yaitu *trip descriptor*, mencakup durasi tinggal, jenis akomodasi yang dipilih, dan metode perencanaan perjalanan. Mayoritas *solo traveler* melakukan perjalanan dengan durasi antara 29–91 hari, sebanyak 38 responden (39,5%). Jenis akomodasi yang paling banyak dipilih adalah hostel atau *homestay*, digunakan oleh 35 orang (36,5%). Dalam hal perencanaan perjalanan, seluruh responden, sebanyak 96 orang (100%), merencanakan perjalanan mereka secara mandiri.

Semua karakteristik yang telah disebutkan sebelumnya mengarah pada kesimpulan bahwa sebagian besar *solo traveler* perempuan dalam temuan ini dapat dikategorikan sebagai wisatawan *digital nomad*. Menurut Prabawati (2020), wisatawan *digital nomad* tidak hanya melakukan perjalanan untuk berlibur, tetapi juga untuk bekerja, sebuah konsep yang dikenal sebagai *workation*—kombinasi antara pekerjaan (*work*) dan liburan (*vacation*). Mereka tidak sekadar bepergian, tetapi mengintegrasikan pekerjaan ke dalam gaya hidup mereka, menciptakan keseimbangan antara eksplorasi dan produktivitas.

Dalam studi ini, mayoritas *solo traveler* bekerja sebagai *freelancer* yang memanfaatkan konsep *remote working*, memungkinkan mereka untuk bekerja dari mana saja selama tersedia koneksi internet. Salah satu indikator utama yang mendukung pengkategorian ini adalah durasi tinggal mereka yang lebih lama dibandingkan dengan wisatawan konvensional. Dengan masa kunjungan antara 29 hingga 91 hari, banyak dari mereka memilih jenis visa yang memungkinkan masa tinggal lebih panjang, menunjukkan bahwa perjalanan mereka bukan sekadar liburan jangka pendek, melainkan eksplorasi yang lebih mendalam.

Selain itu, preferensi mereka terhadap akomodasi yang terjangkau, seperti hostel dan *homestay*, mencerminkan pola perjalanan yang berfokus pada fleksibilitas dan efisiensi biaya—karakteristik utama dari *digital nomad*. Faktor pendukung lainnya adalah mayoritas dari mereka belum menikah, yang menunjukkan kecenderungan untuk tinggal di luar negeri dalam jangka waktu lebih lama.

Gaya hidup nomaden ini mendorong kemandirian yang lebih besar, memungkinkan mobilitas tinggi tanpa keterbatasan tanggung jawab domestik. Mereka juga menunjukkan karakteristik *digital nomad* dengan merencanakan perjalanan secara mandiri, menyesuaikan destinasi, durasi, dan aktivitas agar selaras dengan kebutuhan profesional. Fleksibilitas ini memungkinkan mereka memilih akomodasi yang mendukung produktivitas serta mengatur jadwal kerja, sehingga dapat menikmati pengalaman perjalanan tanpa mengganggu aktivitas profesional mereka.

Temuan ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan Prabawati (2020), yang menemukan bahwa Desa Canggu telah menjadi *basecamp* bagi *digital nomad*. Daya tarik utamanya terletak pada atraksi, fasilitas, aksesibilitas, dan layanan tambahan (4A) yang mendukung pariwisata *digital*. Canggu menawarkan koneksi internet yang stabil, ruang kerja bersama (*coworking spaces*) yang melimpah, serta komunitas yang mendukung, seperti *Canggu Nomad Girls* yang aktif di media sosial Facebook dan Instagram.

Memorable Tourist Experience Yang Dialami Oleh Solo Traveler Perempuan Mancanegara Milenial di Kabupaten Badung

Hasil distribusi kuesioner menggambarkan *Memorable Tourist Experience* (MTE) bagi *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung. Pengukuran dilakukan menggunakan skala Likert 1–5, di mana 1 berarti sangat tidak setuju dan 5 berarti sangat setuju. Setiap indikator dalam variabel diukur menggunakan skala ini untuk memperoleh gambaran pengalaman wisata secara objektif.

Temuan MTE diukur melalui tujuh dimensi atau sub-variabel, yaitu *Hedonism*, *Novelty*, *Local Culture*, *Refreshment*, *Meaningfulness*, *Involvement*, dan *Knowledge*. Secara keseluruhan, skor rata-rata pengalaman wisata tak terlupakan bagi *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung adalah 4.30.

Dimensi *Refreshment* memperoleh skor tertinggi (4.61), yang menunjukkan bahwa wisatawan merasa mendapatkan penyegaran fisik dan mental selama perjalanan mereka.

Local Culture berada di peringkat kedua dengan skor 4.54, mencerminkan interaksi positif wisatawan dengan masyarakat setempat.

Selanjutnya, *Hedonism* dan *Meaningfulness* masing-masing memperoleh skor 4.49, yang menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya menikmati perjalanan mereka, tetapi juga menemukan makna di dalamnya. Dimensi *Novelty* memperoleh skor 4.48, mencerminkan daya tarik terhadap pengalaman baru dan unik, sementara *Knowledge* memiliki skor 4.17, menunjukkan minat wisatawan dalam memperoleh wawasan selama perjalanan, meskipun bukan sebagai prioritas utama.

Di sisi lain, *Involvement* menjadi dimensi dengan skor terendah (3.37), yang mengindikasikan rendahnya tingkat partisipasi wisatawan dalam aktivitas wisata yang lebih mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat peluang untuk meningkatkan keterlibatan wisatawan dalam pengalaman wisata yang lebih interaktif dan partisipatif.

Studi ini menyoroti bahwa dimensi *refreshment* memainkan peran penting dalam membentuk *Memorable Tourist Experience* (MTE) bagi *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung. Temuan ini menunjukkan bahwa *refreshment* memperoleh skor tertinggi, yang mengindikasikan bahwa wisatawan mendapatkan manfaat besar dari melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari serta merasakan penyegaran fisik dan mental.

Dalam konteks pariwisata, *refreshment* merujuk pada pengalaman yang memungkinkan wisatawan mengurangi stres serta memulihkan keseimbangan emosional dan psikologis. *Solo traveler* perempuan milenial, terutama *digital nomad*, sering mencari ketenangan dan fleksibilitas selama perjalanan mereka. Motivasi utama mereka adalah mengalami kebebasan dan kemandirian tanpa perlu kompromi. Akibatnya, destinasi yang menyediakan pengalaman menyegarkan dan memulihkan menjadi daya tarik utama bagi segmen ini.

Konsep *refreshment* memiliki keterkaitan erat dengan *Escapism* dan Estetika, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Experience Economy* oleh Pine dan Gilmore (1999). *Escapism* memungkinkan wisatawan untuk sepenuhnya melepaskan diri dari rutinitas yang

membebani, memberikan kesempatan untuk terlibat dalam pengalaman baru yang mendalam. Sementara itu, Estetika berkaitan dengan apresiasi terhadap keindahan lingkungan sekitar, yang dapat menciptakan rasa relaksasi dan kenyamanan. Akibatnya, pengalaman *refreshment* sering kali ditandai dengan pencarian ketenangan dan penyegaran melalui interaksi dengan alam.

Temuan ini sejalan dengan teori *Stress Recovery* dari Ulrich (1991), yang menekankan efek restoratif lingkungan alam dalam mengurangi stres. Destinasi berbasis alam, seperti pantai dan sawah, memberikan rangsangan dengan intensitas lebih rendah dibandingkan dengan lingkungan perkotaan, sehingga lebih efektif dalam mengurangi tekanan psikologis. Hal ini mendukung hasil studi terkait karakteristik sebelumnya yang menunjukkan preferensi *solo traveler* perempuan mancanegara milenial di Kabupaten Badung adalah wisata alam. Selain itu, penelitian oleh Heesup et al. (2017) menemukan bahwa daya tarik alam termasuk dalam preferensi utama wisatawan muda. Temuan ini semakin menegaskan bahwa pengalaman *refreshment* memainkan peran penting dalam menciptakan *Memorable Tourist Experiences* (MTE) serta meningkatkan kesejahteraan psikologis bagi *solo traveler* perempuan milenial.

Local culture memainkan peran penting dalam membentuk MTE bagi *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung. Meskipun wisata budaya bukan merupakan preferensi utama mereka, interaksi dengan masyarakat setempat memberikan pengalaman emosional yang bermakna. Keramahan penduduk lokal menciptakan rasa keterhubungan dan penerimaan, sebagaimana tercermin dalam skor tinggi 4.80 untuk aspek “keramahan masyarakat lokal.” Selain itu, rasa aman yang mendapatkan skor 4.61 semakin meningkatkan kepercayaan diri dan kenyamanan wisatawan selama perjalanan mereka. Pada akhirnya, aspek ini juga berkontribusi dalam menjawab kekhawatiran terkait keamanan yang telah dibahas pada bagian latar belakang.

Interaksi dengan masyarakat lokal memberikan pengalaman budaya yang lebih mendalam, sejalan dengan pernyataan Spillane (1994) bahwa keterlibatan positif dengan

penduduk setempat menciptakan kesan perjalanan yang berkesan. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan temuan Ngo Hai Quynh et al. (2020), yang menekankan bahwa pertemuan antara wisatawan dan masyarakat lokal dapat memunculkan emosi positif serta menciptakan kenangan yang tak terlupakan.

Namun, beberapa wisatawan mengungkapkan kekhawatiran terhadap berkurangnya keaslian budaya lokal di kawasan yang telah mengalami komersialisasi tinggi. Seiring dengan berkembangnya pariwisata, upaya pelestarian warisan budaya menjadi penting untuk mencegah modernisasi yang berlebihan agar tidak mengikis identitas Bali. Menjaga keseimbangan ini akan mempertahankan daya tarik unik wilayah tersebut, memperkaya pengalaman wisatawan, serta memastikan keberlanjutan pariwisata jangka panjang di Kabupaten Badung.

Studi ini menemukan bahwa dimensi *involvement* memiliki skor terendah (3.37) dalam membentuk *Memorable Tourist Experience* bagi solo traveler perempuan milenial di Kabupaten Badung. Tingkat keterlibatan wisatawan dalam aktivitas di destinasi juga tergolong rendah (2.83), meskipun pengalaman yang diperoleh dari partisipasi tetap memberikan kesan yang cukup kuat (3.91). Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun *involvement* bukan faktor utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang tak terlupakan, dimensi ini tetap memiliki pengaruh tertentu. Oleh karena itu, diperlukan eksplorasi lebih lanjut mengenai strategi untuk meningkatkan keterlibatan wisatawan dalam berbagai aktivitas, sehingga dapat berkontribusi lebih signifikan terhadap MTE.

Secara konseptual, keterlibatan dalam MTE merujuk pada tingkat partisipasi wisatawan dalam menciptakan pengalaman, yang berkaitan dengan minat, respons emosional, dan dedikasi terhadap suatu aktivitas (Coudounaris & Sthapit, 2017). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan wisatawan, semakin kuat pula kemampuan mereka dalam mengingat dan mengenang pengalaman perjalanan mereka (Surya & Suwarno, 2023). Namun, keterbatasan variasi aktivitas wisata di Kabupaten Badung menjadi tantangan dalam meningkatkan keterlibatan wisatawan. Saat ini, aktivitas wisata di kawasan ini masih

didominasi oleh atraksi pantai dan kunjungan budaya yang terbatas, sehingga banyak solo traveler perempuan mencari pengalaman yang lebih beragam di daerah lain, seperti Ubud, Sidemen, dan Karangasem.

Keterbatasan ini juga berdampak pada daya saing destinasi. Putra (2013) menyatakan bahwa persaingan dalam industri pariwisata bergantung pada daya tarik aktivitas wisata yang ditawarkan. Kabupaten Badung masih tertinggal dalam menyediakan aktivitas yang lebih interaktif dan imersif bagi *solo traveler* perempuan. Diperlukan penambahan aktivitas khusus perempuan, seperti aktivitas wellness, acara sosial, serta pengalaman budaya yang lebih mendalam. *Wellness tourism* telah menjadi salah satu kebutuhan yang belum terpenuhi di Kabupaten Badung, sehingga wisatawan lebih memilih Ubud, yang dikenal sebagai pusat aktivitas *wellness* di Bali.

Ubud menawarkan pengalaman *wellness* yang kaya, termasuk yoga, meditasi, retreat spiritual, dan kelas memasak (Meikassandra et al., 2020). Konsep *wellness* ini sejalan dengan tradisi Hindu Bali, yang menekankan keseimbangan spiritual dan kesejahteraan holistik. Studi ini menemukan bahwa bahwa Kabupaten Badung, khususnya Uluwatu, memiliki potensi besar untuk mengembangkan wisata *wellness* serupa. Dengan meningkatkan variasi aktivitas interaktif dan wisata *wellness*, Kabupaten Badung dapat memperkuat daya tariknya bagi *solo traveler* perempuan milenial serta menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkesan.

Temuan ini berbeda dari penelitian yang dilakukan oleh Zatori et al. (2018) dan Mathis et al. (2016), yang menekankan bahwa *involvement* merupakan elemen krusial dalam pembentukan MTE. Penelitian mereka menyimpulkan bahwa wisatawan cenderung lebih mengingat pengalaman mereka jika mereka terlibat secara fisik, emosional, dan kognitif selama perjalanan. Oleh karena itu, strategi pengembangan destinasi sebaiknya berfokus pada peningkatan keterlibatan wisatawan melalui aktivitas yang lebih bervariasi dan imersif, sehingga dapat meningkatkan daya saing Kabupaten Badung dalam menarik *solo traveler* perempuan milenial.

Memorable Tourist Experience bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh budaya, aktivitas, interaksi sosial, serta preferensi wisatawan (Kim & Ritchie, 2021). Penelitian oleh Marschall (2012) menegaskan bahwa MTE berperan dalam keputusan wisatawan untuk kembali ke destinasi dan menjadi faktor penting dalam pengelolaan pariwisata (Kozak, 2001; Lehto dkk., 2004). Dalam konteks *solo traveler* perempuan mancanegara milenial di Kabupaten Badung, pengalaman wisata mereka sangat dipengaruhi oleh interaksi sosial, rasa aman, dan keterlibatan emosional dengan lingkungan (Coelho, 2017). Dengan memahami elemen-elemen MTE, pemangku kepentingan dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, temuan ini dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Berdasarkan pembahasan, karakteristik *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung dikategorikan ke dalam dua aspek: *tourist descriptors and trip descriptors*. Dalam aspek *tourist descriptor*, mayoritas *solo traveler* perempuan berusia 25 tahun (16,7%), dengan persentase tertinggi berasal dari Inggris (21,9%). Sebagian besar memiliki gelar sarjana (63,5%), bekerja sebagai freelancer (34,4%), belum menikah (93,8%), dan tinggal sendiri (61,5%). Wisatawan solo yang pertama kali melakukan perjalanan solo merupakan kelompok terbesar (41,7%), dengan preferensi utama pada wisata berbasis alam (60,4%). Terkait penggunaan media sosial, sebagian besar responden memiliki 3–4 media sosial (72,9%), dengan Instagram sebagai platform yang paling sering digunakan (71,9%), serta menghabiskan waktu 2–4 jam per hari di media sosial (59,4%). Seluruh responden bersedia membagikan pengalaman perjalanan solo mereka secara online. Dalam aspek *trip descriptor*, mayoritas *solo traveler* menetap di Kabupaten Badung selama

29–91 hari (39,5%), lebih memilih akomodasi seperti hostel atau homestay (36,5%), dan merencanakan perjalanan mereka secara mandiri (100%).

2. Berdasarkan pembahasan mengenai *memorable tourist experience* bagi *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung, sub-variabel yang paling dominan adalah *Refreshment*, dengan skor tertinggi sebesar 4,61. Hal ini menunjukkan bahwa *solo traveler* memperoleh manfaat dari pengurangan stres, merasakan kebebasan, dan merasa segar kembali setelah bepergian. Sub-variabel kedua yang paling menonjol adalah *Local Culture*, dengan skor 4,54, yang mencerminkan kesan positif terhadap tradisi lokal dan keramahan masyarakat setempat. Sub-variabel *Hedonism* (4,49) menggambarkan tingkat kesenangan dan kepuasan dalam perjalanan, diikuti oleh *Meaningfulness* (4,49), yang menyoroti keberadaan pengalaman yang bermakna. *Novelty* mencatat skor 4,48, menunjukkan daya tarik terhadap pengalaman unik dan baru. Sementara itu, sub-variabel *Knowledge* memperoleh skor 4,17, yang mencerminkan minat terhadap eksplorasi, meskipun tingkat keterlibatan dalam memperoleh informasi lebih rendah. Sub-variabel dengan skor terendah adalah *Involvement* (3,37), yang menunjukkan rendahnya partisipasi wisatawan dalam aktivitas wisata. Secara keseluruhan, *Refreshment* memiliki dampak paling signifikan terhadap pengalaman perjalanan, sedangkan *Involvement* memerlukan perhatian lebih lanjut untuk meningkatkan partisipasi wisatawan dalam aktivitas wisata.

Saran

Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi pola perjalanan *solo traveler* dan wisatawan *digital nomad*, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan *solo traveler* perempuan milenial mancanegara di Kabupaten Badung. Dari perspektif praktis,

pengelola pariwisata dan pemerintah daerah sebaiknya menyediakan aktivitas yang sesuai dengan minat *solo traveler*, mendiversifikasi penawaran wisata guna mendorong keterlibatan wisatawan yang lebih besar, serta mengurangi ketergantungan pada destinasi di luar Badung. Selain itu, peningkatan aspek keamanan dan kenyamanan menjadi prioritas utama untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi *solo traveler* perempuan.

Referensi

- Bianchi, C. (2015). *Solo Holiday Travellers: Motivators and Drivers of Satisfaction and Dissatisfaction*. International Journal of Tourism Research, 18(2), 197–208.
- Chung, J. Y., Baik, H.-J., & Lee, C.-K. (2017). *The role of perceived behavioural control in the constraint-negotiation process: The case of solo travel*. Leisure Studies, 36(4), 481–492.
- Coudounaris, D. N., & Sthapit, E. (2017). *Antecedents of memorable tourism experience related to behavioral intentions*. Psychology & Marketing, 34(12), 1084-1093.
- Dahlke, D. (2002). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage: Goods and Services are No Longer Enough*. Journal of Revenue and Pricing Management, 1(1), 90-92.
- Haroviz, H. (2012) *Peran Pemerintah Desa Dalam Memberdayakan*. Jurnal Administrasi Publik, 890-899.
- Heesup, H., Wansoo, K., & Kiattipoom, K. (2017). *Emerging youth tourism: fostering young travelers' conservation intentions*. Journal of Travel & Tourism Marketing, 34, 905-918.
- Jordan, F., & Aitchison, C. (2008). *Tourism and the sexualisation of the gaze: Solo female tourists' experiences of gendered power, surveillance and embodiment*. Leisure Studies, 27(3), 329-349.
- Kim, H. dan Chen, J.S. (2020). *Memorable Travel Experiences: Recollection vs Belief*. Tourism Recreation Research, 46(1), 124-131.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). *Development of a scale to measure memorable tourism experiences*. Journal of Travel Research, 51(1), 12-25.
- Marini, S., Aprilia, L. R., & Intan, A. J. M. (2022). *Tren Solo Traveler Dalam Minat Berwisata di Era New Normal: Perspektif Generasi Milenial*. Barista Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata, 9(2), 78–98.
- Marschall, S. (2012). *Personal memory tourism and a wider exploration of the tourism-memory nexus*. Journal of Tourism and Cultural Change, 10(4), 321-335.
- Mathis, E. F., Kim, H. L., Uysal, M., Sirgy, J. M., & Prebensen, N. K. (2016). *The effect of co-creation experience on outcome variable*. Annals of tourism research, 57, 62-75.
- Meikassandra, P., Prabawa, I. W. S. W., & Mertha, I. W. (2020). *Wellness Tourism in Ubud. "A Qualitative Approach to Study the Aspects of Wellness Tourism Development"*. Journal of Business on Hospitality and Tourism, 6(1), 79-93.
- McNamara, K. E., & Prideaux, B. (2010). *A typology of solo independent women travellers*. International Journal of Tourism Research, 12(3), 253–264.
- Miles, M.B, Huberman, A.M, & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook, Edition 3*. USA: Sage Publications.
- Muhamad, N. (2024). *Ini Daftar Kekhawatiran Perempuan saat Solo Traveling*. Katadata.<https://databoks.katadata.co.id/pariwisata/statistik/66e02cbb4208a/ini-daftar-kekhawatiran-perempuan-saat-solo-traveling>
- Prabawati, N. P. D. (2020). *Desa Cangg, Bali Sebuah Basecamp Bagi Digital Nomad? Identifikasi Produk Wisata Berdasarkan 4 A (Attraction, Amenity, Accessibility, Ancillary)*. Jurnal Kepariwisata Indonesia (pp. 91–93).
- Putra, T. R. (2013). *Peran Pokdarwis dalam Pengembangan Atraksi Wisata di Desa Wisata Tembi, Kecamatan Sewon-Kabupaten Bantul*. Jurnal Pembangunan Wilayah Dan Kota, 9(3), 225-235.
- Quynh, N. H., Nha, N. P. N., Hoai, N. T., & Gi-Du, K. (2020). *The role of customer engagement in the interrelationship process: moderating effect of customer experience*. International Journal of Business Innovation and Research, 23(1), 64-86.
- Sangadji, E.M. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Seaton, A.V. dan Bennett, M.M. (1996). *The Marketing of Tourism Product: Concepts, Issues and Cases*. London: International Thomson Business Press.
- Spillane, J.J. (1994). *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius: Yogyakarta

- Strauss, W., & Howe, N. (2000). *Millennials rising: The next great generation (Vol. 200)*. New York: Vintage Books.
- Survey Results: A Closer Look at Solo Travelers*. (2020). (Online). (<https://www.oattravel.com/?icid=global:logo>, Diakses 10 September 2024).
- Suwena, I.K. & Widyatmaja, I.G.N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Ulrich, R. S., Simons, R. F., Losito, B. D., Fiorito, E., Miles, M. A., & Zelson, M. (1991). *Stress recovery during exposure to natural and urban environments*. *Journal of environmental psychology*, 11(3), 201-230.
- Villa-Clarke, A. (2024). *Travel Trends Report 2025: The rise of the female Adventurer*. Forbes.com
- Wilson, E. (2004). *A 'journey of her own?': The impact of constraints on women's solo travel*. Doctoral dissertation, Griffith University.
- Wilson, E., & Harris, C. (2006). *Meaningful travel: Women, independent travel and the search for self and meaning*. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 54(2), 161-172.
- Yang, E. C. L. (2021). *What motivates and hinders people from travelling alone? A study of solo and non-solo travellers*. *Current Issues in Tourism*, 24(17), 2458-2471.
- Zatori, A., Smith, M. K., & Puczko, L. (2018). *Experience-involvement, memorability and authenticity: The service provider's effect on tourist experience*. *Tourism management*, 67, 111-126.