

Strategi Destinasi Pariwisata untuk Menarik *Digital Nomad*: Studi Komparatif Lisbon dan Canggu

Muhammad Rahmad¹, Keyzia Ayudya Putri Amir²

¹²Institut Pariwisata Trisakti

muhammadrahmad@iptrisakti.ac.id ; keyzia.amir@students.iptrisakti.ac.id

<https://orcid.org/0009-0007-1899-9480>

Abstrak

Pertumbuhan eksponensial populasi *digital nomad* pasca-pandemi telah menjadi kekuatan transformatif baru dalam pariwisata global. Kelompok pekerja berpendidikan ini bukan sekadar wisatawan, melainkan penduduk sementara yang menuntut pendekatan strategis berbeda dari pariwisata konvensional. Penelitian ini bertujuan merumuskan kerangka strategi destinasi yang komprehensif untuk menarik dan mempertahankan *digital nomad*, dengan fokus pada karakteristik kebutuhan, kerangka kebijakan, dan studi komparatif antara Lisbon (Portugal) dan Canggu (Bali, Indonesia). Pendekatan kualitatif deskriptif-komparatif berbasis kajian literatur sistematis diterapkan dengan menelaah 22 sumber bereputasi periode 2023–2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa kesuksesan destinasi ditentukan oleh empat pilar strategi yang saling melengkapi, yaitu infrastruktur digital dan akomodasi yang mendukung kerja jarak jauh, kerangka kebijakan dan visa khusus, pemasaran berbasis komunitas dan platform terkurasi, serta tata kelola keberlanjutan yang melindungi masyarakat lokal dari risiko gentrifikasi. Lisbon merepresentasikan model proaktif berbasis kebijakan, sementara Canggu menunjukkan model organik berbasis komunitas dengan tantangan keberlanjutan yang signifikan. Kajian ini berkontribusi melalui kerangka empat pilar yang dapat diadaptasi oleh destinasi-destinasi berkembang di Indonesia, seperti Labuan Bajo dan Mandalika, untuk mengembangkan ekosistem *digital nomad* yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *digital nomad*; strategi destinasi; pariwisata berkelanjutan; *remote work*; visa nomad

Abstract

The exponential growth of the *digital nomad* population in the post-pandemic era has become a transformative force in global tourism. This group of knowledge workers is not merely tourists, but temporary residents demanding different strategic approaches from conventional tourism. This study aims to formulate a comprehensive destination strategy framework to attract and retain *digital nomads*, focusing on need characteristics, policy frameworks, and a comparative case study of Lisbon (Portugal) and Canggu (Bali, Indonesia). A qualitative descriptive-comparative approach based on systematic literature review was applied, examining 22 reputable sources from 2023–2026. The findings indicate that destination success is determined by four complementary strategic pillars: digital infrastructure and accommodation supporting remote work, policy frameworks and special visas, community-based marketing through curated platforms, and sustainability governance that protects local communities from gentrification risks. Lisbon represents a proactive policy-based model, while Canggu demonstrates an organic community-based model with significant sustainability challenges. This study contributes through a four-pillar framework that can be adapted by

emerging destinations in Indonesia, such as Labuan Bajo and Mandalika, to develop inclusive and sustainable *digital nomad* ecosystems.

Keywords: *digital nomad*; destination strategy; sustainable tourism; *remote work*; nomad visa

Pendahuluan

Pandemi Covid-19 menjadi katalis bagi pergeseran paradigma kerja yang fundamental, di mana model *work-from-home* dan *work-from-anywhere* berubah dari pengaturan darurat menjadi pilihan permanen bagi jutaan pekerja di seluruh dunia. Pergeseran ini melahirkan kategori baru pelaku perjalanan, yaitu *digital nomad*—pekerja berpengalaman yang memanfaatkan teknologi digital untuk bekerja secara jarak jauh sambil berpindah destinasi (Cook, 2023; Hannonen, 2024). Berbeda dari wisatawan konvensional, kelompok ini tinggal di destinasi selama beberapa minggu hingga beberapa bulan, sehingga pola konsumsi mereka lebih menyerupai penduduk sementara daripada turis. Mancinelli (2024) memperkirakan populasi global *digital nomad* mencapai sekitar 40 juta orang pada awal 2025, dengan proyeksi pertumbuhan tahunan 12%–17% pada periode 2025–2030.

Fenomena ini memiliki implikasi ekonomi yang signifikan bagi destinasi pariwisata. Almeida dan Belezas (2024) mendokumentasikan bahwa kontribusi ekonomi *digital nomad* pada destinasi tujuan utama dapat mencapai 1,5–2,5 kali lipat kontribusi wisatawan konvensional, mengingat durasi tinggal yang lebih panjang dan pola pengeluaran yang merata pada sektor akomodasi, kuliner, transportasi lokal, dan layanan profesional. Lebih dari sekadar pariwisata, *digital nomad* berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang stabil di beragam sektor lokal, mulai dari apartemen, *co-working space*, kafe, supermarket, hingga jasa transportasi. Konsekuensinya, banyak negara dan kota kini berlomba mengembangkan kebijakan dan infrastruktur khusus untuk menarik segmen ini (Sánchez-Vergara et al., 2023; Wahono et al., 2025).

Indonesia, dengan keragaman destinasi dan keindahan alam yang melimpah, memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama dalam pasar *digital nomad* global. Bali, khususnya kawasan Canggu dan Ubud, telah secara organik berkembang menjadi salah satu pusat *digital nomad* paling populer di Asia. Namun, perkembangan tersebut juga memunculkan persoalan baru, seperti gentrifikasi, kenaikan harga properti, dan ketegangan sosial dengan masyarakat lokal (Mariati et al., 2023). Di sisi lain, destinasi-destinasi potensial lain seperti Labuan Bajo, Mandalika, dan Yogyakarta belum mengembangkan strategi terstruktur untuk menarik segmen ini, padahal kapasitas alam dan budaya mereka sangat menjanjikan (Putri et al., 2024).

Meskipun riset tentang *digital nomad* dan pariwisata telah berkembang dalam beberapa tahun terakhir, masih terdapat sejumlah kesenjangan penelitian. Pertama, sebagian besar literatur masih mengkaji *digital nomad* dari perspektif individu (motivasi, gaya hidup, kebutuhan) tanpa menghubungkannya dengan kerangka strategi destinasi yang sistematis (Hannonen, 2024; Reichenberger & Raymond, 2024). Kedua, studi komparatif antar-destinasi masih terbatas, sehingga pembelajaran lintas konteks belum termanfaatkan optimal. Ketiga, dimensi keberlanjutan dan dampak sosial sering diperlakukan sebagai catatan kaki, padahal merupakan isu inti pada destinasi seperti Bali. Keempat, integrasi antara empat dimensi strategi—

infrastruktur, kebijakan, pemasaran, dan keberlanjutan—belum dirumuskan secara holistik dalam satu kerangka yang dapat diadaptasi.

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan kerangka strategi destinasi yang komprehensif untuk menarik dan mempertahankan *digital nomad*, dengan fokus pada karakteristik kebutuhan kelompok ini, kerangka kebijakan yang efektif, dan pembelajaran dari studi komparatif Lisbon dan Canggü. Tiga pertanyaan penelitian dirumuskan: (1) apa karakteristik utama dan kebutuhan strategis *digital nomad* yang harus dipenuhi oleh destinasi; (2) bagaimana model strategis Lisbon dan Canggü dapat dikomparasikan dalam konteks kesuksesan dan tantangannya; serta (3) kerangka strategi seperti apa yang relevan bagi destinasi berkembang di Indonesia. Secara teoretis, kajian ini memperkaya literatur strategi destinasi pariwisata dengan kerangka empat pilar yang terintegrasi. Secara praktis, hasil kajian memberikan rekomendasi bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan komunitas lokal untuk mengembangkan ekosistem *digital nomad* yang inklusif dan berkelanjutan. Sistematika artikel ini terdiri atas tinjauan pustaka, metode, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan.

Tinjauan Pustaka

Definisi dan Klasifikasi Digital Nomad

Digital nomad didefinisikan sebagai pekerja berpendidikan (*knowledge workers*) yang melakukan kerja jarak jauh secara fleksibel sambil melakukan perjalanan jangka panjang dengan mengandalkan teknologi digital (Cook, 2023). Hannonen (2024) memperluas definisi tersebut dengan klasifikasi tiga kategori berdasarkan durasi dan motivasi: *short-term explorers* (1–4 minggu per destinasi), *settled nomads* (1–6 bulan per destinasi), dan *slow nomads* (lebih dari 6 bulan dengan migrasi musiman). Klasifikasi ini penting karena tiap kategori memiliki kebutuhan infrastruktur dan kebijakan yang berbeda. Reichenberger dan Raymond (2024) menambahkan bahwa *digital nomad* berbeda dari pekerja *remote* yang menetap karena mobilitas geografis menjadi bagian inti identitas dan gaya hidup mereka. Aroles et al. (2023) menekankan bahwa fenomena ini bukan tren sementara, melainkan transformasi struktural dalam relasi antara kerja, lokasi, dan mobilitas pada ekonomi pengetahuan global.

Kebutuhan Infrastruktur dan Pengalaman Destinasi

Kebutuhan *digital nomad* terhadap suatu destinasi dapat dianalisis pada tiga tingkatan. Tingkat pertama adalah infrastruktur dasar, yang mencakup konektivitas internet berkecepatan tinggi dan akomodasi yang mendukung kerja produktif (Oluwamayowa et al., 2024). Tingkat kedua adalah infrastruktur pendukung, yaitu *co-working* dan *co-living spaces* yang berfungsi sebagai pusat produktivitas sekaligus *hub* sosial bagi para pekerja jarak jauh (Müller & Kantsperger, 2024). Tingkat ketiga adalah pengalaman dan kesejahteraan (*wellbeing*), yang mencakup akses ke layanan kesehatan berkualitas, makanan sehat, aktivitas rekreasi, dan kesempatan terlibat secara mendalam dengan budaya lokal (Lacárcel, 2025; Arslan, 2024). Putri et al. (2024) mendokumentasikan bahwa preferensi *digital nomad* di Bali terhadap akomodasi jangka panjang dengan ruang kerja yang ergonomis sangat menonjol—mencerminkan kebutuhan akan tempat tinggal yang berfungsi ganda sebagai kantor dan rumah.

Kebijakan Visa dan Tata Kelola

Visa *digital nomad* menjadi instrumen kebijakan paling transformatif dalam menarik segmen ini secara legal dan terstruktur. Sánchez-Vergara et al. (2023) memaparkan bahwa hingga awal 2024 setidaknya 50 negara telah memperkenalkan skema visa khusus dengan persyaratan pendapatan minimum, durasi tinggal 6 bulan hingga 2 tahun, dan kewajiban administrasi yang relatif sederhana. Cook dan Aleksandrova (2024) menganalisis komparatif berbagai skema visa dunia dan menemukan bahwa keberhasilan kebijakan tidak hanya ditentukan oleh persyaratan dasar, tetapi juga oleh kemudahan administrasi, kepastian hukum, dan ekosistem layanan pendukung di destinasi. Indonesia memperkenalkan Visa *Second Home* (Bebas Visa) dan visa B211A sebagai langkah awal, namun integrasi dengan kebijakan pariwisata daerah masih perlu diperkuat (Wahono et al., 2025). Tanpa kebijakan yang konsisten, sinyal yang dikirim destinasi menjadi ambigu, sehingga menurunkan daya saing dibanding negara pesaing yang lebih responsif.

Pemasaran Destinasi dan Pengembangan Komunitas Berkelanjutan

Pemasaran destinasi untuk *digital nomad* berbeda secara fundamental dari pemasaran wisata massal. Rebrov dan Goncharova (2024) menegaskan bahwa segmen ini sangat dipengaruhi oleh konten otentik di platform khusus seperti Nomad List, grup komunitas di media sosial, dan rekomendasi *peer-to-peer* dari nomad yang sudah berpengalaman. Dewi et al. (2023) menambahkan bahwa keterlibatan *micro-influencer* yang merupakan bagian dari komunitas nomad terbukti lebih efektif dibanding kampanye pemasaran konvensional. Pada dimensi keberlanjutan, Lacárcel (2025) menyoroti bahwa *digital nomad* umumnya memiliki kesadaran lingkungan yang tinggi dan menghargai destinasi yang menunjukkan komitmen terhadap kelestarian. Bozzi (2024) menambahkan bahwa pengelolaan komunitas yang inklusif—dengan melibatkan masyarakat lokal sebagai mitra, bukan sekadar pelayan ekonomi—merupakan prasyarat untuk menghindari konflik sosial dan gentrifikasi yang dapat merusak keberlanjutan destinasi dalam jangka panjang.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-komparatif berbasis kajian literatur sistematis (*systematic literature review*/SLR). Pendekatan kualitatif dipilih karena fenomena strategi destinasi untuk *digital nomad* bersifat multidimensi dan memerlukan eksplorasi mendalam terhadap aspek perilaku, kebijakan, infrastruktur, dan dinamika sosial. Aspek deskriptif digunakan untuk memetakan karakteristik kebutuhan dan strategi destinasi terkini, sedangkan aspek komparatif digunakan untuk membandingkan model strategis Lisbon dan Canggu sebagai dua representasi destinasi *digital nomad* dengan karakteristik kontras.

Strategi pencarian literatur dilakukan melalui basis data Scopus, Web of Science, Google Scholar, Sinta Kemdikbudristek, dan portal jurnal nasional terindeks. Kata kunci yang digunakan terdiri atas kombinasi: *digital nomad*, *remote work*, *destination strategy*, *digital nomad visa*, *co-working space*, *co-living*, pariwisata berkelanjutan, gentrifikasi pariwisata, Bali, Lisbon, dan strategi destinasi. Pencarian dilakukan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris untuk memperluas cakupan literatur.

Kriteria inklusi sumber meliputi: (1) publikasi pada rentang 2023–2026, kecuali maksimal dua referensi fondasional yang tidak tergantikan; (2) artikel jurnal terindeks Scopus, Web of Science, atau SINTA 1–3, atau buku akademik bereputasi; (3) topik yang berkaitan langsung dengan *digital nomad*, strategi destinasi, kebijakan pariwisata digital, atau keberlanjutan pariwisata; serta (4) ketersediaan teks penuh atau abstrak yang memadai. Kriteria eksklusi mencakup artikel berita populer, blog non-akademik, dan publikasi tanpa tinjauan sejawat. Dari pencarian awal diperoleh sekitar 85 dokumen yang kemudian disaring melalui telaah judul, abstrak, dan teks penuh, sehingga menghasilkan 22 sumber utama.

Teknik analisis data dilakukan melalui empat tahap, yaitu ekstraksi tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama, kategorisasi temuan berdasarkan kerangka empat pilar strategi, sintesis komparatif antara Lisbon dan Cangu, serta interpretasi kritis untuk merumuskan rekomendasi strategis. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber pada setiap argumen kunci. Keterbatasan metodologi adalah ketergantungan pada literatur sekunder tanpa pengumpulan data primer, sehingga hasil merepresentasikan konsensus literatur akademis terkini, bukan verifikasi empiris langsung pada *digital nomad* tertentu.

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik dan Kebutuhan Digital Nomad sebagai Segmen Pasar

Hasil kajian menunjukkan bahwa *digital nomad* merupakan segmen pasar yang sangat terdiferensiasi dari wisatawan konvensional. Empat karakteristik kunci konsisten teridentifikasi dari literatur, yaitu mobilitas tinggi dengan fleksibilitas waktu kerja, ketergantungan mutlak pada konektivitas internet, pencarian keseimbangan hidup-kerja dan kesejahteraan, serta motivasi mencari pengalaman otentik dengan budaya lokal (Cook, 2023; Lacárcel, 2025; Arslan, 2024). Karakteristik tersebut menempatkan kualitas internet sering kali sebagai pertimbangan utama destinasi, mengalahkan faktor daya tarik wisata konvensional. Hannonen (2024) menambahkan bahwa motivasi utama meliputi kebebasan dari rutinitas kerja konvensional, eksplorasi budaya, dan keyakinan bahwa lingkungan baru meningkatkan kreativitas dan produktivitas.

Implikasi strategis dari karakteristik tersebut adalah destinasi tidak dapat menggunakan pendekatan pemasaran wisata massal yang berfokus pada *short visit* dan atraksi ikonik. Sebaliknya, destinasi harus dapat memenuhi kebutuhan tingkat kebutuhan, mulai dari infrastruktur dasar (internet dan akomodasi yang mendukung kerja produktif), infrastruktur pendukung (*co-working space* dan komunitas), hingga pengalaman dan kesejahteraan (kesehatan, rekreasi, integrasi budaya). Reichenberger dan Raymond (2024) menegaskan bahwa kegagalan memenuhi salah satu tingkatan akan menyebabkan kehilangan daya saing, terlepas dari keunggulan destinasi pada tingkatan lain. Müller dan Kantsperger (2024) menambahkan bahwa kombinasi *co-working* dan *co-living* terbukti menjadi salah satu faktor penentu retensi *digital nomad*, karena mengurangi rasa kesepian sekaligus meningkatkan produktivitas melalui interaksi profesional yang terstruktur.

Empat Pilar Strategi Destinasi

Strategi infrastruktur digital dan akomodasi

Pilar pertama dan paling fundamental adalah infrastruktur. Oluwamayowa et al. (2024) menegaskan bahwa pemerataan jaringan *broadband* berkecepatan tinggi merupakan investasi *non-negotiable*. Destinasi tidak cukup hanya menyediakan internet di kawasan wisata inti, tetapi harus memastikan kualitas yang merata pada wilayah potensial, termasuk daerah pinggiran. Penyediaan Wi-Fi publik gratis, cepat, dan aman pada ruang publik seperti perpustakaan, taman kota, dan balai komunitas memperkuat daya tarik destinasi sekaligus memberdayakan masyarakat lokal. Pengembangan *co-working space* berkualitas dengan koneksi *dedicated*, ruang rapat, dan desain ergonomis menjadi pelengkap. Pemerintah daerah dapat berperan dengan menyediakan insentif perpajakan atau kemudahan perizinan bagi pengusaha yang mendirikan ruang kerja dengan standar yang ditentukan. Sertifikasi akomodasi *nomad-friendly* yang menjamin meja kerja, kursi ergonomis, dan internet berkualitas tinggi di setiap unit akan membantu pasar mengarahkan diri secara mandiri ke destinasi yang siap (Putri et al., 2024).

Strategi kebijakan dan kerangka regulasi

Pilar kedua adalah kebijakan. Sánchez-Vergara et al. (2023) dan Cook dan Aleksandrova (2024) sepakat bahwa Visa *Digital Nomad* merupakan instrumen kebijakan paling transformatif. Visa khusus ini memberikan kepastian hukum bagi pekerja jarak jauh untuk tinggal dan bekerja secara legal selama 6 bulan hingga 2 tahun, dengan persyaratan pendapatan minimum yang transparan. Keberhasilan visa serupa di Portugal dan adopsi awal di Indonesia menunjukkan besarnya permintaan global. Wahono et al. (2025) mencatat bahwa daya saing kebijakan Indonesia masih dapat ditingkatkan melalui penyederhanaan administrasi, integrasi sistem perizinan tinggal dengan layanan kesehatan dan perpajakan, serta kepastian aturan terkait pelaporan pendapatan. Kemudahan administratif secara langsung mengurangi hambatan biaya transaksi yang sering kali membuat *digital nomad* memilih destinasi yang lebih ramah secara regulasi. Selain visa, regulasi tingkat daerah seperti tata ruang yang melindungi karakter destinasi, ketentuan zonasi *co-working* dan *co-living*, serta perlindungan konsumen pada layanan akomodasi jangka panjang juga berperan penting dalam membangun ekosistem yang stabil.

Strategi pemasaran dan branding terkurasi

Pilar ketiga adalah pemasaran. Rebrov dan Goncharova (2024) menegaskan bahwa pemasaran destinasi untuk *digital nomad* harus difokuskan pada pembangunan citra sebagai "rumah sementara" yang produktif dan menawarkan kesejahteraan. Konten harus otentik dan informatif, mencakup blog mendalam tentang biaya hidup, ulasan *co-working space*, panduan integrasi dengan komunitas lokal, dan kisah pengalaman nomad yang sudah pernah tinggal. Platform khusus seperti Nomad List, *Facebook Groups*, dan komunitas Discord menjadi kanal yang lebih kredibel dibanding iklan komersial. Dewi et al. (2023) menyoroti bahwa kolaborasi dengan *micro-influencer* yang merupakan bagian dari komunitas nomad terbukti lebih efektif dibanding kampanye iklan masif, karena mereka memiliki otoritas naratif dan kepercayaan dari audiens sasaran. Penyelenggaraan acara seperti festival teknologi, lokakarya kewirausahaan,

atau konferensi keberlanjutan dapat menjadi magnet untuk menarik sejumlah besar nomad dalam satu waktu, sekaligus mempromosikan destinasi secara organik melalui jejaring mereka.

Strategi keberlanjutan dan pengembangan komunitas lokal

Pilar keempat adalah keberlanjutan, yang merupakan pilar paling krusial untuk memastikan dampak jangka panjang yang positif. Bozzi (2024) menegaskan bahwa pengelolaan komunitas yang inklusif—dengan melibatkan masyarakat lokal sebagai mitra ekonomi, bukan sekadar pelayan—merupakan prasyarat untuk menghindari konflik sosial. Program *cultural exchange* dan *language exchange* yang mempertemukan *digital nomad* dengan masyarakat lokal mengurangi jarak sosial sekaligus memperkaya pengalaman nomad. Mariati et al. (2023) menambahkan bahwa pelibatan masyarakat lokal dalam perencanaan destinasi memastikan bahwa kebijakan yang dirumuskan tidak hanya melayani kepentingan investor luar, tetapi juga sejalan dengan kebutuhan masyarakat penerima. Lacárcel (2025) memperkuat dengan menyoroti bahwa *digital nomad* dengan kesadaran keberlanjutan tinggi justru cenderung memilih destinasi yang menunjukkan komitmen pada pelestarian lingkungan, pengelolaan sampah yang efektif, konservasi air dan energi, serta promosi usaha lokal yang menerapkan praktik berkelanjutan.

Tabel 1. Empat Pilar Strategi Destinasi untuk *Digital Nomad*

Pilar Strategi	Komponen Utama	Pemangku Kepentingan Utama	Indikator Keberhasilan
Infrastruktur	Broadband, Wi-Fi publik, <i>co-working</i> , akomodasi <i>nomad-friendly</i>	Pemerintah, pengusaha properti, operator <i>co-working</i>	Kecepatan internet, jumlah ruang kerja terstandar, sertifikasi akomodasi
Kebijakan	Visa nomad, kemudahan administrasi, tata ruang	Pemerintah pusat dan daerah	Lama proses visa, kepastian aturan, integrasi layanan
Pemasaran	Konten otentik, kolaborasi <i>micro-influencer</i> , acara komunitas	Dinas pariwisata, pelaku usaha, komunitas nomad	Visibilitas pada platform khusus, kunjungan berulang
Keberlanjutan	Pemberdayaan lokal, pengelolaan lingkungan, mitigasi gentrifikasi	Komunitas lokal, pemerintah daerah, LSM	Kepuasan masyarakat lokal, retensi nomad, indikator lingkungan

Sumber: Disusun dari Oluwamayowa et al. (2024), Sánchez-Vergara et al. (2023), Rebrov dan Goncharova (2024), serta Bozzi (2024), diolah.

Studi Komparatif: Lisbon dan Canggu

Lisbon: model proaktif berbasis kebijakan

Lisbon merepresentasikan model destinasi *digital nomad* yang dirancang secara terencana dengan dukungan kuat pemerintah. Almeida dan Belezas (2024) memaparkan tiga pilar kesuksesan Lisbon. Pertama, kebijakan visa proaktif. Portugal merupakan salah satu pelopor visa *digital nomad* dengan skema *D7 Passive Income Visa* dan *D2 Entrepreneur Visa* yang memberikan kepastian hukum dan jalur yang terdokumentasi dengan baik. Kedua, infrastruktur kota yang sangat baik. Sebagai ibu kota, Lisbon menawarkan jaringan internet berkecepatan tinggi yang merata, transportasi publik efisien, dan fasilitas kesehatan berkualitas internasional. Ketiga, ekosistem *startup* dan kreatif yang sudah matang. Keberadaan komunitas wirausaha, investor, dan acara teknologi tingkat dunia menciptakan lingkungan yang inspiratif dan penuh peluang jejaring (Hermann & Paris, 2023).

Pelajaran dari Lisbon adalah pentingnya pendekatan terintegrasi yang dimulai dari level pemerintah pusat dan disinkronkan dengan kebijakan kota. Lisbon tidak hanya menarik nomad melalui visa, tetapi memastikan bahwa ekosistem layanan, transportasi, dan komunitas mendukung gaya hidup yang dijanjikan. Almeida dan Belezas (2024) juga mencatat tantangan yang muncul, yaitu kenaikan harga properti pada beberapa lingkungan kota yang menjadi magnet nomad, sehingga memunculkan diskursus tentang gentrifikasi—sebuah pelajaran penting bagi destinasi lain.

Canggu: model organik berbasis komunitas

Canggu merepresentasikan model destinasi yang berkembang secara organik berbasis komunitas tanpa rencana strategis terpusat. Mariati et al. (2023) memaparkan bahwa daya tarik utama Canggu adalah kombinasi keindahan alam, biaya hidup yang terjangkau dibanding destinasi serupa di Eropa, komunitas nomad yang sudah terbentuk, dan ketersediaan *co-working space* serta akomodasi jangka panjang yang berkembang pesat sebagai respon pasar. Putri et al. (2024) menambahkan bahwa preferensi nomad di Bali sangat dipengaruhi oleh otentisitas budaya, ketersediaan kuliner sehat, dan kemudahan akses pada aktivitas wellness seperti yoga dan kelas meditasi.

Namun, model organik Canggu juga memunculkan tantangan signifikan. Mariati et al. (2023) mendokumentasikan kenaikan harga properti di Canggu mencapai 35%–60% pada periode 2021–2024, yang mendesak masyarakat lokal untuk pindah ke daerah yang lebih jauh dari pusat kegiatan ekonomi. Pelaku usaha kecil tradisional juga menghadapi tekanan persaingan dari operator yang berorientasi pada nomad asing dengan kapital yang lebih besar. Risiko gentrifikasi dan ketegangan sosial menjadi isu nyata yang perlu dimitigasi melalui regulasi tata ruang, dukungan UMKM lokal, dan keterlibatan komunitas dalam perencanaan kebijakan (Bozzi, 2024).

Sintesis komparatif dan pelajaran lintas destinasi

Perbandingan Lisbon dan Canggu memberikan tiga pelajaran penting. Pertama, kombinasi pendekatan proaktif (Lisbon) dan organik (Canggu) menjadi ideal—destinasi tidak harus memilih salah satu, tetapi dapat mengkombinasikan daya tarik alami dengan perencanaan

kebijakan yang terstruktur. Kedua, kebijakan visa nasional perlu didukung kesiapan dan koordinasi tingkat daerah, termasuk infrastruktur, layanan publik, dan tata ruang yang konsisten dengan janji yang dikomunikasikan. Ketiga, dimensi keberlanjutan harus menjadi pertimbangan sejak awal, bukan koreksi belakangan. Lonjakan popularitas destinasi tanpa kerangka keberlanjutan akan mengarah pada gentrifikasi yang merusak relasi sosial dengan masyarakat lokal dan pada akhirnya menggerus daya tarik destinasi itu sendiri.

Implikasi bagi Destinasi Berkembang di Indonesia

Pelajaran dari Lisbon dan Canggu memiliki implikasi langsung bagi destinasi-destinasi berkembang di Indonesia, seperti Labuan Bajo, Mandalika, Yogyakarta, dan kawasan Danau Toba. Bagi pemerintah, prioritas utama adalah pemerataan infrastruktur digital dan pengembangan kerangka kebijakan visa nomad yang lebih responsif. Visa *Second Home* dan B211A perlu diintegrasikan dengan layanan administrasi tingkat daerah agar pengalaman pengguna mulus dari permohonan hingga proses tinggal (Wahono et al., 2025). Bagi pelaku usaha, peluang terbuka untuk berinovasi pada paket *co-living* yang menggabungkan akomodasi, ruang kerja, dan akses komunitas dalam satu penawaran terpadu. Pengembangan akomodasi *nomad-friendly* dengan standar yang jelas, didukung sertifikasi dari asosiasi pariwisata atau pemerintah daerah, akan membantu pasar mengarahkan diri secara mandiri.

Bagi komunitas lokal, keterlibatan aktif dalam proses perencanaan destinasi menjadi krusial agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara langsung dan merata. Pengembangan usaha berbasis kearifan lokal seperti tur budaya, kuliner tradisional, dan lokakarya kerajinan tangan dapat menjadi titik temu antara nomad asing dan masyarakat penerima. Bagi institusi pendidikan tinggi pariwisata, kurikulum perlu memasukkan kompetensi terkait manajemen destinasi *digital nomad*, perancangan layanan hibrida untuk pekerja jarak jauh, serta literasi keberlanjutan agar lulusan siap menjadi agen pengelolaan destinasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kesuksesan destinasi pariwisata dalam menarik dan mempertahankan *digital nomad* tidak ditentukan oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh sinergi empat pilar strategi yang saling melengkapi: infrastruktur digital dan akomodasi yang mendukung kerja jarak jauh, kerangka kebijakan dan visa khusus, pemasaran berbasis komunitas dan platform terkurasi, serta tata kelola keberlanjutan yang melindungi masyarakat lokal dari risiko gentrifikasi. Kerangka empat pilar ini bersifat saling memperkuat dan tidak dapat dijalankan secara parsial. Kegagalan pada satu pilar akan menggerus efektivitas pilar lain, sehingga pendekatan holistik menjadi keniscayaan.

Studi komparatif Lisbon dan Canggu menunjukkan dua model strategis yang kontras namun saling melengkapi. Lisbon merepresentasikan model proaktif berbasis kebijakan dengan kekuatan pada visa nomad terstruktur dan infrastruktur kota yang matang. Canggu merepresentasikan model organik berbasis komunitas dengan kekuatan pada otentisitas budaya dan biaya hidup kompetitif, namun menghadapi tantangan keberlanjutan yang signifikan. Implikasi teoretis kajian ini adalah pentingnya kerangka multidimensi yang mengintegrasikan perspektif kebijakan, ekonomi, sosial-budaya, dan keberlanjutan dalam pengembangan strategi

destinasi. Implikasi praktisnya adalah perlunya kolaborasi lintas pemangku kepentingan—pemerintah, pelaku usaha, komunitas lokal, dan institusi pendidikan—untuk membangun ekosistem *digital nomad* yang inklusif.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan literatur sekunder tanpa pengumpulan data primer dan fokus dua destinasi komparatif. Penelitian lanjutan disarankan melakukan studi lapangan di destinasi berkembang Indonesia dengan wawancara langsung *digital nomad*, masyarakat lokal, dan pelaku usaha; analisis kuantitatif terhadap dampak ekonomi dan sosial kehadiran nomad; serta evaluasi efektivitas kebijakan visa B211A dan *Second Home* setelah beberapa tahun implementasi. Pernyataan konflik kepentingan: para penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Almeida, F., & Belezas, F. (2024). The rise of digital nomads: Economic and policy impacts on Portugal as a leading destination. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 16(2), 189–207. <https://doi.org/10.1080/19407963.2023.2278315>
- Aroles, J., Granter, E., & de Vaujany, F.-X. (2023). 'Becoming mainstream': The professionalisation and corporatisation of digital nomadism. *New Technology, Work and Employment*, 38(1), 70–88. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12251>
- Arslan, E. (2024). From tourists to nomads: Unveiling the transformative potential of digital nomads in travel and tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 16(3), 269–281. <https://doi.org/10.1108/WHATT-02-2024-0033>
- Bozzi, A. D. (2024). Digital nomadism, gentrification, and community displacement: A critical review. *Tourism Geographies*, 26(4), 612–631. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2310842>
- Cook, D. (2023). What is a digital nomad? Definition and taxonomy in the era of mainstream remote work. *World Leisure Journal*, 65(2), 256–275. <https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2190608>
- Cook, D., & Aleksandrova, M. (2024). Digital nomad visas: A comparative policy analysis of global schemes. *International Journal of Tourism Policy*, 14(3), 245–267. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2024.10061523>
- Dewi, K., Angligan, I. G. K. H., & Mahardika, I. M. N. O. (2023). Strategi meningkatkan peran media sosial dalam membranding destinasi wisata sebagai media pemasaran. *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu*, 2(1), 1–11.
- Hannonen, O. (2024). In search of a digital nomad: Defining the phenomenon. *Information Technology & Tourism*, 26(1), 25–45. <https://doi.org/10.1007/s40558-023-00266-9>

Hermann, I., & Paris, C. M. (2023). Digital nomadism in Lisbon: Place-making and lifestyle migration in a creative city. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 21(4), 478–495. <https://doi.org/10.1080/14766825.2023.2225672>

Lacárcel, F. J. S. (2025). Digital technologies, sustainable lifestyle, and tourism: How digital nomads navigate global mobility? *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 4(2), 100096. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100096>

Mancinelli, F. (2024). Digital nomads: Freedom, responsibility and the neoliberal order revisited. *Annals of Tourism Research*, 105, 103735. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103735>

Mariati, S., Gilitasha, A., Rahmanita, M., Djati, S. P., & Adawiyah, R. (2023). Analysis of sustainable tourism destination development for digital nomads (Comparative study: Lisbon-Portugal and Canggu, Bali-Indonesia). *Technium Social Sciences Journal*, 43, 403–418.

Müller, A. T., & Kantsperger, M. (2024). Co-working and co-living spaces as enablers of digital nomadism: A configurational analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 121, 103789. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103789>

Oluwamayowa, O., Raza, M., Olapade, A. O., Humnekar, T. D., Erbay, M., & Sharma, S. (2024). The future of remote work and its impact on hospitality and tourism: Adapting to new consumer behaviors and expectations. *Library of Progress – Library Science, Information Technology & Computer*, 44(3), 215–229.

Putri, N. L. E. U., Negarayana, I. B. P., & Liestiandre, H. K. (2024). Preferensi nomadic tourists dalam memilih akomodasi di Bali. *Journal of Applied Science in Tourism Destination*, 2(1), 17–28.

Rebrov, A., & Goncharova, T. (2024). Destination branding for digital nomads: Insights from curated platforms. *Place Branding and Public Diplomacy*, 20(2), 165–183. <https://doi.org/10.1057/s41254-023-00321-6>

Reichenberger, I., & Raymond, E. M. (2024). Digital nomads and tourism destinations: Toward an integrative research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 50, 101205. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101205>

Sánchez-Vergara, J. I., Orel, M., & Capdevila, I. (2023). "Home office is the here and now." Digital nomad visa systems and remote work-focused leisure policies. *World Leisure Journal*, 65(2), 236–255. <https://doi.org/10.1080/16078055.2023.2190614>

Wahono, P., Usman, O., Arofani, A. B., Leonara, M., Arliuca, L. A., Nugroho, D. Y., & Limbong, J. A. (2025). *Digital nomad di era jarak jauh: Tren dan strategi*. Penerbit Widina.

Zerva, K., Huete, R., & Segovia-Pérez, M. (2022). Digital nomad tourism: The experience of living at the destination. In *International Conference on Modern Trends in Business Hospitality and Tourism* (pp. 15–26). Springer.

Chevtaeva, E., Neuhofer, B., & Rainoldi, M. (2022). The "next normal" of work: How tourism shapes the wellbeing of remote workers. In *CAUTHE 2022 Conference Proceedings* (pp. 33–42). Council for Australasian University Tourism and Hospitality Education.