

PERILAKU KONSUMSI PARIWISATA PADA TREN *WORK FROM BALI* SAAT PANDEMI COVID-19

Mahmudah Budiatiningsih* & Anindya Kenyo Larasti

<http://doi.org/10.5614/wpar.2024.22.2.03>

Diserahkan : 10 Agustus 2024

Diterima: 24 Desember 2024

Diterbitkan: 31 Desember 2024

*Penulis korespondensi, e-mail:
mahmudahb@unram.ac.id

Program *work from Bali* saat pandemi Covid-19 bertujuan untuk memberikan stimulus ekonomi di Bali, akan tetapi belum diketahui apakah tren *work from Bali* memberikan dampak ekonomi bagi sektor pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pekerja *work from Bali* memiliki rata-rata lama tinggal di Bali selama lebih dari 1 bulan. Selama bekerja dari Bali, para pekerja juga melakukan konsumsi produk dan jasa pariwisata seperti tinggal di penginapan, mengunjungi pusat-pusat kuliner, mengunjungi tempat wisata, bekerja di *coworking space* dan *café*, serta membeli oleh-oleh sebelum meninggalkan Bali. Aktivitas WFB berkontribusi signifikan pada pemulihan ekonomi lokal di Bali.

Kata Kunci: Covid-19, Konsumsi, Pariwisata, *Work from Bali*.

Pandemi COVID-19 yang terjadi di hampir seluruh belahan dunia berdampak pada berbagai bidang kehidupan terutama bidang kesehatan, ekonomi, transportasi dan perjalanan. Dalam waktu singkat, kasus COVID-19 mulai banyak ditemukan di berbagai negara dan menelan banyak korban jiwa. Pada 11 Maret 2020, World Health Organization (WHO) resmi mengumumkan COVID-19 sebagai pandemi (www.who.int). Pemerintah Indonesia melalui Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) menetapkan status tanggap darurat COVID-19 per 28 Januari 2020 melalui SK Kepala BNPB Nomor 9.A. tahun 2020 (bnpb.go.id).

Pada masa tanggap darurat, pemerintah menetapkan berbagai kebijakan untuk mengantisipasi penyebaran virus corona seperti menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak, larangan berkumpul, membatasi keluar rumah, dan membatasi perjalanan antar wilayah (provinsi/kota). Pemerintah juga menerapkan kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di berbagai wilayah dengan kasus Covid-19 yang cukup tinggi untuk memutus persebaran virus corona, terutama di Pulau Jawa dan Bali. Salah satu aturan PSBB adalah pelarangan melakukan perjalanan ke luar wilayah. Kebijakan PSBB ini bertujuan untuk memutus rantai penyebaran virus, sehingga pada masa PSBB ini pemerintah menghimbau penerapan *work from home* (WFH) pada instansi pemerintah maupun instansi swasta.

Kebijakan PSBB dinilai efektif dalam menekan penularan kasus Covid-19, namun pada sisi lain justru berdampak negatif bagi perekonomian di Indonesia. Salah satu sektor yang sangat terdampak dari kebijakan PSBB yaitu pariwisata. PSBB berdampak besar bagi daerah tujuan wisata yang

perekonomian daerahnya banyak didukung oleh sektor pariwisata. Banyak pekerja pariwisata yang terpaksa dirumahkan. Usaha-usaha pariwisata seperti perhotelan, biro perjalanan wisata, pedagang souvenir dan oleh-oleh, dan lainnya, banyak yang gulung tikar dan terpaksa tutup karena tidak dapat menutup biaya operasional.

Setelah memasuki masa adaptasi kebiasaan baru (*new normal*), pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memperkenalkan program *Work from Bali*. Program ini diluncurkan dengan tujuan untuk memberikan stimulus ekonomi di Bali yang sangat terpuak akibat pandemi. Lebih lanjut, program ini juga menjadi salah satu upaya untuk mempromosikan Bali sebagai alternatif tempat bekerja saat pandemi. *Work from Bali* kemudian menjadi tren, di mana banyak orang, baik wisatawan mancanegara maupun domestik, tinggal sementara di Bali pada masa adaptasi kebiasaan baru sambil bekerja. Akan tetapi belum diketahui apakah tren *Work from Bali* memberikan dampak ekonomi yang positif bagi sektor pariwisata.

Perilaku Konsumsi Pariwisata

Perilaku konsumsi umumnya berkaitan dengan aktivitas yang dilakukan orang-orang ketika memperoleh, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk baik barang maupun jasa (Kozak & Decrop, 2009). Sementara dalam model perilaku konsumen Engel et al. (1995), perilaku konsumen mencakup tiga tahapan yaitu tahap sebelum pembelian, tahap konsumsi, dan tahap setelah konsumsi. Pada tahap pertama, sebelum melakukan perjalanan, wisatawan potensial mengenali kebutuhan dan motivasi untuk pergi berwisata, selanjutnya mereka akan mencari informasi dari berbagai destinasi dan

memilih destinasi yang tepat untuk dikunjungi (Klenosky & Gitelson, 1998; Um & Crompton, 1990 dalam Kozak & Decrop (2009)).

Tahapan kedua adalah tahap konsumsi, yaitu mengunjungi destinasi dan merasakan produk dan/atau jasanya (Kozak & Decrop, 2009). Ini merupakan fase di mana pengalaman langsung wisatawan terjadi, yang nantinya akan menjadi dasar bagi evaluasi mereka. Tahapan ketiga perilaku konsumen adalah evaluasi, di mana wisatawan membandingkan pengalaman mereka dengan informasi yang diperoleh sebelumnya serta harapan pribadi mereka (Pizam et al, 1978 dalam Kozak & Decrop, 2009). Hasil dari evaluasi ini sering kali mempengaruhi minat kunjungan Kembali wisatawan ke destinasi tersebut.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005), terdapat lima tahapan yang dilalui wisatawan dalam mengambil Keputusan untuk melakukan perjalanan wisata: (1) kebutuhan dan keinginan untuk melakukan perjalanan, (2) pencarian dan penilaian informasi, (3) keputusan untuk melakukan perjalanan wisata, (4) persiapan perjalanan dan pengalaman wisata, serta (5) evaluasi kepuasan perjalanan wisata. Tahapan-tahapan ini mencerminkan proses pengambilan Keputusan yang kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor baik internal maupun eksternal.

Menurut UU RI No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sementara produk pariwisata dapat didefinisikan sebagai seluruh barang dan jasa yang disediakan dalam rangka memenuhi kebutuhan wisatawan. Contoh produk wisata antara lain: penginapan, layanan makanan dan minuman, jasa pemandu wisata, layanan *tour and travel*, oleh-oleh, dll.

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dikemukakan sebelumnya, perilaku konsumsi pariwisata dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan wisatawan sebelum, selama, dan setelah melakukan konsumsi produk pariwisata. Perilaku konsumen dalam membeli suatu produk biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor cultural, social, personal, dan psychological (Kotler dkk., 2019: 145). Hal yang sama berlaku dalam konteks pariwisata, di mana keputusan wisatawan untuk membeli produk wisata dipengaruhi oleh kombinasi faktor-faktor tersebut.

Tren *Work from Bali*

Work from Bali merupakan salah satu bentuk *workation* atau *work while on vacation*, yang memungkinkan pekerja untuk melakukan pekerjaan mereka dari Lokasi seperti *resort*, *work-space*, maupun tempat wisata lainnya dalam kurun waktu tertentu (Matsushita, 2021a, 2021b). Konsep *workation* sudah lama menjadi tren di kalangan pekerja freelance. Pekerja *freelance* berupa pekerja individu seringkali mencari ruang kantor alternatif yang memungkinkan untuk bekerja mandiri maupun untuk berinteraksi dan berkolaborasi dengan pengguna

lain, untuk mendapatkan fasilitas yang lebih baik, fleksibilitas waktu, kenyamanan lokasi, dll. (Leclercq-Vandelannoitte and Isaac 2016; Spinuzzi 2012; Uda 2013; Uda 2021). Selain itu, banyak organisasi yang juga mulai mengeksplorasi fleksibilitas, efisiensi, dan kreativitas dalam ruang kerja, dengan memanfaatkan tren ini untuk mendorong produktivitas dan inovasi (Gandini 2015 dalam Uda 2021). Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta ketersediaan peralatan untuk bekerja secara *online* menjadi pendorong utama berkembangnya tren ini.

Menurut Mungkasa (2020), bekerja jarak jauh adalah pengaturan bekerja leluasa yang memungkinkan bekerja jauh dari kantor sepanjang atau sebagian waktu. Para pekerja *workation* merasa bahwa mereka melakukan pekerjaan sambil menikmati waktu luang di resor, atau bekerja dalam situasi di mana mereka menghabiskan waktu luangnya (Matsushita, 2021a).

Work from Bali merupakan tren bekerja dari Bali, yang merupakan destinasi wisata. Tren ini memberi kesempatan bagi para pekerja untuk bekerja sekaligus berwisata, sehingga mereka dapat menikmati lingkungan yang inspiratif sambil tetap produktif. Tren ini berkembang saat masa adaptasi kebiasaan baru (*new normal*) dan dipromosikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia sebagai upaya untuk mendukung pemulihan sektor pariwisata Bali yang terdampak oleh pandemi Covid-19. Sebelum tren *work from Bali* menjadi lebih dikenal selama pandemi, Ubud telah terkenal sebagai salah satu destinasi *workation* yang populer di kalangan pekerja *remote* untuk bekerja dari Ubud (Matsushita, 2021a).

Perilaku Konsumsi Pariwisata pada Tren *Work from Bali*

Tren *work from Bali* yang dikenal pada masa pandemi berhasil menarik sejumlah besar pekerja untuk bekerja dari Bali. Hal ini sejalan dengan tujuan pemerintah memperkenalkan tren ini yaitu untuk menghidupkan kembali pariwisata di Bali yang sempat mati suri saat Pandemi Covid-19. Tren ini menunjukkan bahwa Bali tidak hanya mampu bertahan sebagai destinasi wisata, tetapi juga menjadi destinasi *workation* yang populer di kalangan pekerja.

Para pekerja yang melakukan *work from Bali* memiliki *length of stay* atau lama tinggal yang sangat beragam sesuai dengan kebutuhan bekerja dan kebijakan perusahaan. Pada hasil survei, sebanyak 12% pekerja memiliki lama tinggal kurang dari 7 hari, 29% tinggal selama 7-14 hari, 17% tinggal selama 15-30 hari; 17% tinggal selama 1-3 bulan; 18% tinggal selama 3-6 bulan; dan 17% tinggal di Bali hingga lebih dari 6 bulan.

Lebih dari 50% pekerja *work from Bali* memiliki lama tinggal lebih dari 1 bulan. Durasi tinggal yang lebih panjang ini dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian Bali. Shanti (2023) mengungkapkan bahwa lama menginap wisatawan berpengaruh signifikan terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Bali. Selama berada di Bali, para pekerja *work from*

Bali mengkonsumsi berbagai barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makan, minum, tempat tinggal, serta kegiatan wisata lainnya (Windayani & Sri Budhi, 2017).

Selama berada di Bali, sebagian besar pekerja work from Bali memilih menginap di *homestay* atau *guest house*, dengan persentase mencapai 41%. Sebanyak 35% pekerja memilih penginapan lainnya, 12% menginap di hotel, dan 12% tinggal di rumah keluarga atau rumah kedua mereka. Biaya rata-rata yang dikeluarkan pekerja untuk akomodasi adalah Rp 270.000 per hari.

Selama work from Bali, para pekerja sering mengunjungi tempat-tempat wisata di sekitar tempat menginap. Sebagian besar pekerja mengunjungi tempat wisata 1 hingga 2-3 kali per minggu, dengan persentase masing-masing 41%. Sekitar 12% pekerja mengunjungi tempat wisata 4-5 kali per minggu, dan 6% lebih dari 5 kali per minggu. Biaya transportasi yang dikeluarkan oleh pekerja selama work from Bali rata-rata adalah Rp 45.000 per hari.

Selama work from Bali, para pekerja memenuhi kebutuhan makan mereka dengan berbagai cara, termasuk di tempat menginap (*penginapan/homestay/guest house/hotel*), warung makan sekitar, restoran, dan tempat kuliner terkenal di Bali. Hampir semua pekerja mencoba makan di semua jenis tempat tersebut. Selain itu, mereka juga menikmati wisata kuliner dengan mencoba berbagai restoran dan tempat makan populer di Bali. Rata-rata, biaya yang dikeluarkan pekerja untuk makan sehari-hari adalah Rp 110.000.

Selama work from Bali, pekerja memilih berbagai tempat untuk bekerja, termasuk tempat menginap, *coworking space*, dan *café*. Sebanyak 29% pekerja hanya bekerja di tempat menginap, sementara 71% lainnya bekerja di tempat menginap, *café*, dan *coworking space* secara bergantian. Rata-rata biaya tambahan untuk bekerja dari *café* dan *coworking space* adalah Rp 40.000 per hari.

Setelah selesai work from Bali, hampir semua pekerja membeli oleh-oleh. Rata-rata biaya yang dikeluarkan pekerja untuk membeli oleh-oleh sebesar Rp 300.000.

Selama work from Bali, seluruh pekerja mengkonsumsi produk dan jasa wisata. Pengeluaran belanja mereka bervariasi: 29% pekerja menghabiskan < Rp 5.000.000; 18% mengeluarkan antara Rp 10.000.001 – Rp 15.000.000; 18% lainnya menghabiskan antara Rp 30.000.001 – Rp 50.000.000; 17% mengeluarkan antara Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000; 12% belanja > Rp 50.000.000; dan 6% sisanya menghabiskan antara Rp 15.000.001 – Rp 20.000.000.

Pekerja work from Bali dengan durasi tinggal yang lebih lama cenderung mengeluarkan pengeluaran belanja yang lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa work from Bali dapat meningkatkan konsumsi produk dan jasa pariwisata di Bali. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sari (2018) yang mengungkapkan bahwa kehadiran wisatawan dapat menjadi stimulus kegiatan perekonomian di suatu daerah.

Setelah pandemi COVID-19, tren *Work from Bali* (WFB) tetap menjadi pilihan populer bagi pekerja jarak jauh, meskipun telah terjadi perubahan signifikan dalam pendekatan dan dampaknya. Pada tahun 2023, sebanyak 5.273.258 wisatawan mancanegara Bali (bali.bps.go.id, 2024) dan 9.877.911 wisatawan nusantara berkunjung ke Bali (bali.bps.go.id, 2024). Masih banyak *digital nomad* yang memilih Bali sebagai destinasi wisata sekaligus sebagai tempat untuk bekerja secara *remote*. Bali menawarkan kombinasi unik antara fasilitas kerja yang memadai, cuaca tropis, dan keindahan budaya lokal, yang membuatnya tetap menarik bagi *digital nomad* dan pekerja asing (Smith, 2023). Di sisi lain, inisiatif promosi pemerintah selama masa pandemi kini beralih menjadi dominasi sektor swasta, seperti pengembangan *coworking space* dan vila dengan fasilitas kerja lengkap (Traveloka, 2023).

Secara ekonomi, WFB telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pemulihan Bali. Pendapatan dari sektor akomodasi dan *coworking space* meningkat hingga 20% selama 2023 dibandingkan tahun sebelumnya (BPS Bali, 2023). Selain itu, pekerja jarak jauh yang tinggal untuk jangka waktu lebih lama cenderung membelanjakan lebih banyak uang, memberikan dampak ekonomi positif yang lebih besar dibandingkan wisatawan biasa. Namun, ada tantangan yang muncul, seperti penyalahgunaan visa turis oleh pekerja asing, yang dapat merugikan ekonomi formal dan menimbulkan konflik dengan masyarakat lokal (Darmayasa, 2024).

Selain itu, preferensi pekerja juga mengalami perubahan pasca-pandemi. Sebagian besar pekerja kini mencari lokasi dengan keseimbangan kerja dan kehidupan yang optimal, termasuk fasilitas seperti internet cepat dan lingkungan kerja yang nyaman (Jones, 2023). Bali telah menyesuaikan diri dengan kebutuhan ini melalui peningkatan infrastruktur digital dan layanan pendukung lainnya. Meski demikian, arus pekerja asing yang tinggi telah meningkatkan biaya hidup dan harga properti, yang menjadi tantangan tersendiri bagi penduduk lokal.

Ke depan, Bali memiliki peluang besar untuk menjadi pusat kerja jarak jauh global. Pemerintah dapat mempertimbangkan pengenalan visa *digital nomad*, seperti yang diterapkan di Estonia dan Thailand, untuk memastikan regulasi yang jelas dan memberikan daya tarik tambahan bagi pekerja internasional (World Economic Forum, 2022). Dengan langkah ini, diharapkan tren WFB dapat berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi yang optimal, serta menjaga keseimbangan dengan kebutuhan masyarakat lokal.

Kesimpulan

Tren *Work from Bali* memberikan kontribusi positif pada sektor pariwisata. Hal ini terlihat dari konsumsi dari berbagai aktivitas wisata yang dilakukan oleh pekerja *work from Bali*, termasuk menginap di penginapan, mengunjungi tempat wisata, menikmati kuliner lokal, bekerja dari *coworking space* dan *café*, serta membeli makanan dari warung dan restoran di sekitar penginapan. Para pekerja juga membelanjakan kebutuhan

sehari-hari, menggunakan jasa transportasi local, dan membeli oleh-oleh. Aktivitas ini menunjukkan bahwa pekerja *work from Bali* berkontribusi signifikan pada pemulihan ekonomi lokal di Bali. Pasca pandemi COVID-19, tren WFB juga masih menjadi pilihan populer bagi *digital nomad*. Bali

memiliki peluang besar untuk menjadi pusat kerja jarak jauh global. Akan tetapi diperlukan regulasi khusus yang mengatur terkait *digital nomad* secara jelas untuk mengantisipasi kriminalitas dan penyalahgunaan visa oleh wisatawan.

Daftar Pustaka

- BPS Bali. (2023). Laporan Ekonomi Bali 2023. Badan Pusat Statistik.
- Jumlah wisatawan mancanegara ke Bali tahun 2023 diakses melalui <https://bali.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjgiMQ==/banyaknya-wisatawan-mancanegara-ke-bali-dan-indonesia--1969-2023.html> diakses pada 17 Desember 2024 pukul 16.00.
- Jumlah wisatawan nusantara ke Bali tahun 2023 diakses melalui <https://bali.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjkjMQ==/banyaknya-wisatawan-domestik-bulanan-ke-bali--2004-2023.html> diakses pada 17 Desember 2024 pukul 16.00.
- Covid-19 as pandemic diakses melalui <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020> diakses pada 8 Maret 2022 pukul 10.26.
- Darmayasa, I. K. (2024). "Regulasi Visa untuk Digital Nomad di Bali." Bali Memo.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. 1995. Consumer Behavior, 8th d, Orlando: The Dryden Press
- Ferrari, G., Mondéjar Jiménez, J., & Secondi, L. (2018). Tourists' Expenditure in Tuscany and its impact on the regional economic system. Journal of Cleaner Production, 171, 1437–1446.
- Jones, R. (2023). "Remote Working Preferences Post-Pandemic." Journal of Global Work Trends.
- Matsushita, Keita. (2021a). Workation and the Doubling of Time and Place in Hidenori Tomita (ed.), The Second Offline, Advances in Information and Communication Research 3, Springer Nature Singapore Pte Ltd. DOI: 10.1007/978-981-16-2425-4_7.
- Matsushita, Keita. (2021b). Workations and Their Impact on the Local Area in Japan. in Marko Orel, Ondřej Dvouletý, Vanessa Ratten. (eds.), The Flexible Workplace, Human Resource Management, Springer: Switzerland. DOI: 10.1007/978-3-030-62167-4_12
- Metin, Kozak and Decrop, Alain. 2009. Handbook of tourist behavior: theory & practice. New York: Routledge.
- Mungkasa, Oswar. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19, The Indonesian Journal of Development Planning, Vol. IV (2). diakses pada 8 Maret 2022 pukul 11.21
- Persamaan droplet diakses melalui website Kemdikbud <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/selingan?page=3> diakses pada 8 Maret 2022 pukul 10.17.
- Philip Kotler, Gary Armstrong, Lloyd C. Harris, Hongwei He. 2019. Principles of marketing. Description: Eighth European Edition. Hoboken: Pearson.
- Sari, D. P. (2018). Apakah Ada Peranan Aktivitas Wisata Dalam Peningkatan Ekonomi Daerah Di Kota Bogor?. Barista: Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata, 5(1), 12-22.
- Shanti, N. P. K. (2023). Pengaruh Kunjungan Wisatawan, Jumlah Objek Wisata, dan Lama Menginap dalam Pengembangan Ekonomi Lokal Provinsi Bali. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis, 1507-1515.
- SK Kepala BNPB Nomor 13.A tahun 2020 diakses melalui <https://bnpb.go.id/berita/keputusan-kepala-badan-nasional-penanggulangan-bencana-nomor-13-a-tahun-2020-tentang-perpanjangan-status-keadaan-tertentu-darurat-bencana-wabah-penyakit-akibat-virus-corona-di-indonesia> diakses pada 8 Maret 2022 pukul 11.05
- SK Kepala BNPB Nomor 9.A. tahun 2020 diakses melalui <https://bnpb.go.id/berita/keputusan-kepala-badan-nasional-penanggulangan-bencana-nomor-9a-tahun-2020> diakses pada 8 Maret 2022 pukul 11.00.
- Smith, J. (2023). "Digital Nomads and Emerging Destinations." Travel and Work Journal.
- Traveloka. (2023). "Coworking Space in Bali: Post-Pandemic Trends." Travel Insights.
- Uda, Tadashi. (2021). Expressing Experiences of Coworking Spaces: Insights from Social Media. In M. Orel, O. Dvouletý, & V. Ratten (Eds.), The Flexible Workplace: Coworking and Other Modern Workplace Transformations (pp. 157–172). (Human Resource Management). Springer, Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-62167-4_9.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

Windayani, I., & Sri Budhi, M. (2017). Pengaruh Kunjungan Wisatawan, Tingkat Hunian Hotel, Pengeluaran Wisatawan Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan

Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Bali. E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana, 6(2), 195–224.

World Economic Forum. (2022). "Digital Nomad Visa: A Growing Trend." World Economic Forum Report.



Mahmudah Budiatiningsih menempuh pendidikan Strata 1 pada Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada (2012-2016). Penulis melanjutkan studi Magister pada Program Studi Perencanaan Kepariwisata di Sekolah Arsitektur, Perencanaan, dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung (2019-2021). Saat ini penulis aktif sebagai dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mataram.



Anindya Kenyo Larasti menempuh pendidikan Strata 1 pada Program Studi S1 Pariwisata, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada (2012-2016). Penulis melanjutkan studi Master pada program Management and Sustainable Tourism di Adam Smith Business School dan School of Interdisciplinary, University of Glasgow, Skotlandia (2018-2019). Saat ini penulis aktif sebagai konsultan dan peneliti pariwisata di Roote Trails.