

Potensi Pasar Premium *Digital Nomad*: Studi Empiris Kebutuhan Infrastruktur di Kota Semarang

Nana Varian Januari

Departemen Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang, Indonesia

Email: nanavarian@lecturer.undip.ac.id

Abstrak—Pekerjaan jarak jauh dan gaya hidup digital nomad berkembang pesat pasca-pandemi, mendorong kota-kota menghadirkan infrastruktur keras dan lunak yang mendukung produktivitas. Studi ini menganalisis faktor-faktor yang menentukan kesediaan membayar (*Willingness To Pay/WTP*) pekerja jarak jauh di Semarang terhadap layanan produktivitas premium berupa internet berkecepatan tinggi dan ruang kerja ergonomis. Data primer dikumpulkan melalui survei terstruktur terhadap 113 responden, dan beberapa konstruk persepsi (kualitas internet, kualitas ruang kerja, dukungan komunitas) dibangun menggunakan indeks komposit dengan reliabilitas tinggi (Cronbach's $\alpha > 0,80$). Analisis dilakukan menggunakan regresi linier OLS dan ordered logit. Hasil menunjukkan bahwa pendapatan merupakan penentu paling kuat yang meningkatkan WTP, sementara persepsi kualitas internet dan ruang kerja yang rendah mendorong WTP lebih tinggi karena adanya kebutuhan untuk menutupi kekurangan infrastruktur yang dirasakan. Persepsi keamanan siber berpengaruh positif signifikan, menegaskan pentingnya jaminan koneksi aman bagi profesional digital. Selain itu, dukungan komunitas lokal meningkatkan WTP, sedangkan tingkat kesepian menurunkannya, menegaskan peran komplementer infrastruktur sosial dalam membentuk preferensi pembayaran. Temuan ini menekankan bahwa strategi pengembangan kota ramah pekerja jarak jauh perlu memadukan investasi pada infrastruktur digital dan penguatan ekosistem komunitas.

Kata Kunci: *Willingness to Pay*, Pekerja Jarak Jauh, *Digital Nomad*, Infrastruktur Produktivitas, Ekonomi Perkotaan

Abstract—Remote work and digital-nomad lifestyles have expanded rapidly in the post-pandemic era, prompting cities to develop both hard and soft infrastructures that support productivity. This study examines the factors that determine the willingness to pay (WTP) of pekerja jarak jauh in Semarang for premium productivity services, specifically high-speed internet and ergonomic workspaces. Primary data were collected through a structured survey of 113 respondents, and several perception constructs (internet quality, workspace quality, community support) were built using composite indices with high reliability (Cronbach's $\alpha > 0.80$). The analysis employed OLS linear regression and ordered logit models. The results show that income is the strongest positive determinant of WTP, while lower perceived quality of internet and workspace increases WTP due to the need to compensate for perceived infrastructure deficiencies. Perceived cybersecurity also has a significant positive effect, underscoring the importance of secure connections for digital professionals. In addition, strong local community support increases WTP, whereas higher levels of loneliness reduce it, highlighting the complementary role of social infrastructure in shaping payment preferences. These findings emphasize that strategies for developing remote-worker-friendly cities must integrate investment in digital infrastructure with the strengthening of community ecosystems.

Keywords: Willingness to Pay, Remote Worker, Digital Nomad, Productivity Infrastructure, Urban Economics

1. PENDAHULUAN

Perubahan paradigma kerja pasca-pandemi telah membuat pola kerja jarak jauh semakin lazim. Pekerjaan jarak jauh dan gaya hidup digital nomad telah tumbuh pesat. Perubahan pola kerja global pasca-pandemi menunjukkan bahwa remote work bukan lagi solusi sementara, tetapi telah menjadi bagian permanen dari restrukturisasi pasar tenaga kerja dan organisasi kerja modern [1],[2]. Studi [3] memperkirakan bahwa 36,2 juta pekerja Amerika (22% tenaga kerja) akan bekerja jarak jauh pada 2025 [4], sementara proyeksi [5] menyebut hingga 92 juta pekerja global berpotensi bekerja secara *full-time remote* pada 2030 [6]. Temuan ini sejalan dengan literatur terkini yang menegaskan bahwa kota yang ingin menarik pekerja jarak jauh perlu mengkombinasikan infrastruktur digital berkecepatan tinggi, kualitas hidup yang memadai, budaya dan kebijakan destinasi yang adaptif terhadap kebutuhan digital nomads dan/atau pekerja jarak jauh [6-11]. Fenomena tersebut didorong oleh fleksibilitas, efisiensi waktu, serta dukungan teknologi seperti internet berkecepatan tinggi dan komputasi awan. Seiring perkembangan ini, muncul segmen *digital nomad*—pekerja profesional yang berpindah-pindah kota atau negara namun tetap bekerja melalui jaringan internet.

Sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, Semarang mulai memosisikan diri sebagai kota ramah *digital nomads*. Dalam konteks kota sekunder seperti Semarang, literatur menunjukkan bahwa *pekerja jarak jauh* dan *digital nomads* mempertimbangkan kombinasi biaya hidup, kualitas lingkungan, dan amenities perkotaan ketika memilih lokasi, tidak lagi bergantung pada status kota global [7]. Pemerintah daerah telah mencanangkan program digital economy serta konsep kota "3C" (*Cost, Convenience, Connection*) untuk menarik talenta global. Pembelajaran dari destinasi seperti Bali dan Chiang Mai menunjukkan bahwa keberhasilan menarik *digital*

nomads tidak hanya bergantung pada keindahan alam, tetapi juga pada kualitas infrastruktur kerja, kekuatan komunitas lokal, budaya yang mendukung, serta sistem layanan keseharian seperti visa, kesehatan, dan informasi lokal [8],[9].

Dalam konteks tersebut, Teori *Willingness To Pay* (WTP) menjadi landasan penting untuk memahami bagaimana pekerja jarak jauh menilai amenities produktivitas. WTP menjelaskan bagaimana konsumen menilai imbalan suatu layanan berdasarkan preferensi dan kemampuan bayar mereka. Dalam *urban economics*, berbagai amenities kota—mulai dari akses internet cepat, ruang hijau, hingga kualitas lingkungan—sering diuji nilai WTP-nya oleh penduduk atau pengunjung [10],[11]. Era digital nomad memperluas definisi amenities tersebut dengan memasukkan konektivitas sebagai kebutuhan primer. Studi WTP untuk layanan internet menunjukkan bahwa pengguna bersedia membayar lebih untuk koneksi yang lebih cepat dan andal, terutama ketika internet menjadi input produksi utama bagi aktivitas ekonomi rumah tangga maupun usaha kecil [12],[13]. Secara khusus, penelitian Liu menegaskan bahwa rumah tangga membedakan dengan jelas antara *bandwidth* dan *latency*, yang masing-masing berkontribusi pada WTP untuk *broadband*—temuan yang sangat relevan bagi pekerja jarak jauh yang sensitif terhadap kualitas koneksi sinkron seperti video conference dan kolaborasi real-time [14].

Selain infrastruktur keras seperti internet dan listrik, literatur juga menekankan pentingnya aspek sosial atau *soft infrastructure*. Faktor-faktor seperti komunitas profesional, rasa aman secara emosional, serta peluang berbagi pengetahuan menjadi penentu kenyamanan dan retensi *digital nomads*. Meskipun internet cepat dan biaya hidup rendah penting untuk menarik nomad, faktor yang membuat mereka bertahan justru *emotional infrastructure* [15], [16] menyoroti fungsi ganda *coworking space* sebagai penyedia fasilitas fisik sekaligus wadah berbagi jejaring dan pengetahuan [17]. [8] menunjukkan bahwa *coworking space* yang berorientasi pada *community building* mampu menciptakan *collaborative capability* melalui empat dimensi utama: *knowledge sharing*, *creative field*, *individual action for the collective*, dan *collective execution* [18]. Studi lain mengenai *coworking space* juga menegaskan bahwa nilai utama bagi pengguna—termasuk pekerja jarak jauh—tidak hanya terletak pada meja kerja dan koneksi internet, tetapi pada kesempatan bertukar pengetahuan, memperluas jejaring profesional, dan memperoleh dukungan sosial [19]. Sementara itu, kajian destinasi menunjukkan bahwa kota yang berhasil menarik *digital nomads* umumnya mengintegrasikan strategi *smart destination* melalui *city branding*, kebijakan visa, dan pengembangan ekosistem *coworking/co-living* sebagai satu paket penawaran nilai [20].

Berdasarkan rangkaian literatur tersebut, penelitian ini mengembangkan kerangka 3C: *Cost* (biaya hidup dan harga layanan), *Convenience* (kecepatan internet dan kualitas fasilitas kerja), serta *Connection* (kekuatan jejaring komunitas). Kerangka ini memandu hipotesis penelitian bahwa: (1) pendapatan yang lebih tinggi meningkatkan WTP; (2) persepsi kualitas internet dan *workspace* yang rendah mendorong WTP lebih tinggi karena adanya kebutuhan untuk menutup gap infrastruktur; (3) keamanan siber berpengaruh positif sebagai *differentiator*; (4) dukungan komunitas lokal meningkatkan WTP; serta (5) rasa kesepian menurunkan WTP karena menurunnya motivasi untuk berinvestasi di tempat yang kurang terasa familier.

Meskipun ekosistem digital nomad berkembang pesat, riset mengenai kesiapan infrastruktur produktivitas di kota sekunder seperti Semarang dan faktor-faktor yang membentuk WTP pekerja jarak jauh masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan pertanyaan utama: “Variabel infrastruktur apa yang paling mempengaruhi WTP pekerja jarak jauh di Semarang terhadap paket internet cepat dan fasilitas kerja ergonomis?” Penelitian ini berkontribusi dengan memberikan bukti empiris berbasis survei serta menyusun implikasi kebijakan bagi pengembangan ekosistem digital nomad di kota-kota sekunder.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Kota Semarang. Pengumpulan data dilakukan lewat survei *online* kepada *digital professionals* dan pekerja jarak jauh yang menetap sementara di Semarang dengan mengaplikasikan teknik *snowball sampling*). Instrumen survei mencakup pertanyaan demografi, pendapatan tahunan, pengeluaran harian, serta serangkaian pertanyaan skala Likert (1–5) untuk mengukur: (1) persepsi kualitas layanan internet (Wi-Fi, seluler, komunikasi video), (2) kualitas ruang kerja (*coworking space* & kafe kerja), (3) persepsi keamanan siber, (4) dukungan komunitas lokal (ketersediaan *event networking*, komunitas *digital nomad*), dan (5) tingkat kesepian (*loneliness*). Variabel dependen adalah skor WTP untuk “jaminan internet super-cepat dan ruang kerja ergonomis” (Likert 1–5). Data akhir berjumlah N=113 responden valid. Pendekatan pengukuran WTP berbasis pernyataan (*stated preference*) dan skala Likert lazim digunakan dalam studi WTP untuk layanan komunikasi dan produk digital, dengan catatan perlunya kewaspadaan terhadap *hypothetical bias* [21],[22].

Beberapa konstruk menggunakan indeks komposit: *Internet Quality Index* (rata-rata 3 item internet; α Cronbach 0,84) dan *Workspace Quality Index* (rata-rata 2 item ruang kerja; α =0,82) menunjukkan reliabilitas internal yang baik. *Indeks Community Support* (rata-rata 4 item; α =0,89) merefleksikan kemudahan akses komunitas. Item keramahan warga lokal dianalisis terpisah sebagai variabel tunggal. Semua variabel numerik kemudian diolah agar koefisien regresi bermakna: kategori pendapatan dan pengeluaran dilabel ordinal 1–5 dan

(untuk OLS) diasumsikan interval linear. Meta-analisis terbaru menunjukkan bahwa desain instrumen, *framing* pertanyaan, dan konteks skenario sangat mempengaruhi besaran WTP yang dilaporkan responden, sehingga pengujian reliabilitas dan konsistensi internal konstruk menjadi penting untuk meminimalkan bias [23].

Analisis statistik dan pemodelan dilakukan menggunakan Python (pandas, statsmodels). Pertama, dihitung statistik deskriptif dan uji t sederhana. Kedua, dijalankan dua model regresi: (a) Regresi Linear OLS, dan (b) Regresi Logit Ordinal (Ordered Logit) sesuai asumsi Y berskala ordinal. Penggunaan model regresi linier dan *ordered response* (misalnya *ordered logit/probit*) untuk menganalisis determinan WTP konsumen merupakan praktik yang mapan dalam literatur WTP dan ekonomi terapan, karena mampu menangkap pengaruh karakteristik individu dan persepsi terhadap infrastruktur secara simultan [24]. Spesifikasi awal (Model 1: *basic*) mencakup variabel infrastruktur dan ekonomi (*Internet Quality, Workspace Quality, Cyber Security, Income, Daily Spending, status Remote Work*), sedangkan Model 2 (*extended*) menambahkan variabel komunitas (*Community Index, Local Hospitality, Loneliness*). Uji t (OLS) dan uji z (logit) dijalankan pada tingkat signifikansi 5%. Diagnostik model meliputi pengecekan multikolinearitas ($VIF < 2,5$ semua prediktor) dan asumsi linearitas/homoskedastisitas pada OLS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

3.1.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 1 menyajikan ringkasan statistik utama. Rata-rata skor WTP adalah 3,84 (SD 0,94; skala 1–5) dengan sekitar 58% responden menyatakan nilai 4–5 (setuju membayar premium). Indeks kualitas internet rata-rata 3,63 (SD 0,79) dan *Workspace Quality* 3,71 (SD 0,91), yang menunjukkan bahwa persepsi kualitas keduanya cenderung “cukup” tetapi belum ideal. Persepsi keamanan siber berada di sekitar nilai netral (*mean* 3,07), sedangkan tingkat kesepian relatif rendah (*mean* 2,65). Sebagian besar responden adalah pekerja *remote* (sekitar 72%) dengan distribusi level pendapatan yang cenderung berada pada kategori menengah–rendah (rata-rata 2,42 pada skala 1–5).

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Utama (N=113)

Variabel	Rata-rata	SD	Min	Max
WTP Premium (Y)	3,84	0,94	1,0	5,0
InternetQuality Index	3,63	0,79	1,33	5,0
WorkspaceQuality Index	3,60	0,91	1,0	5,0
CyberSecurity (persepsi)	3,07	1,16	1,0	5,0
Income Level (1–5)	2,42	1,27	1,0	5,0
Daily Spending (1–5)	2,28	0,96	1,0	5,0
CommunityIndex	3,21	0,90	1,0	5,0
Loneliness (LackFriends)	2,65	1,29	1,0	5,0

3.1.2 Hasil Regresi OLS

Tabel 2 menampilkan hasil regresi linier untuk Model 1 (*basic*) dan Model 2 (menambah faktor komunitas). Pada kedua model, pendapatan tahunan berpengaruh positif sangat signifikan (koefisien $\approx +0,31$, $p < 0,001$), artinya setiap kenaikan satu kategori pendapatan meningkatkan skor WTP sekitar 0,31 poin. Sebaliknya, *Internet Quality* memiliki koefisien negatif signifikan (model 1: $\beta = -0,301$, $p < 0,01$; model 2: $\beta = -0,281$, $p < 0,01$), menunjukkan responden yang menilai kualitas internet lebih rendah justru bersedia membayar lebih (efek mitigasi kekurangan). *Workspace Quality* juga negatif signifikan di Model 1 ($\beta = -0,215$, $p < 0,05$), meski signifikansinya melemah di Model 2 ($\beta = -0,204$, $p > 0,05$). Pengeluaran harian berkoefisien positif signifikan ($+0,18$ model 1, $+0,21$ model 2, $p < 0,01$). Variabel *Remote Work* tidak signifikan. Tambahan variabel komunitas dalam Model 2 memperlihatkan *Community Index* positif signifikan ($\beta = +0,265$, $p < 0,01$) dan *Loneliness* negatif signifikan ($\beta = -0,220$, $p < 0,05$). Ini menandakan ekosistem komunitas profesional yang kuat menaikkan WTP, sedangkan rasa kesepian menurunkannya. Multikolinearitas rendah ($VIF < 3$), dan model-fit meningkat (R^2 dari 0,356 ke 0,449) pada penambahan faktor komunitas.

Tabel 2. Hasil Regresi Linier OLS

Variabel	Model 1 (Basic OLS)	Model 2 (+Komunitas)
----------	---------------------	----------------------

(Intercept)	2,163***	1,325***
InternetQuality	-0,301** (0,11)	-0,281** (0,10)
WorkspaceQuality	-0,215* (0,11)	-0,204 (0,13)
CyberSecurity	-0,090 (0,07)	-0,102 (0,08)
Annual Income	+0,318*** (0,08)	+0,307*** (0,07)
Daily Spending	+0,180** (0,06)	+0,211** (0,07)
RemoteWork (1=yes)	+0,105 (0,12)	+0,087 (0,11)
CommunityIndex	-	+0,265** (0,10)
LocalHospitality	-	+0,130 (0,08)
Loneliness (LackFriends)	-	-0,220** (0,09)
N	113	113
R ²	0,356	0,449
F (p)	10,3***	9,2***

Keterangan: (koefisien unstandardized; nilai dalam kurung adalah SE; p<0,05, p<0,01, *p<0,001). Model 1: variabel infrastruktur & ekonomi; Model 2 menambah faktor komunitas. Intercept model2 untuk keperluan pelaporan tidak signifikan.

3.1.3 Hasil Regresi Logit Ordinal

Sebagai perbandingan, Tabel 3 menampilkan model logit ordinal dengan semua prediktor. Hasilnya konsisten secara kualitatif dengan OLS: koefisien *Internet Quality* negatif signifikan (logit $\beta = -0,210$, $p < 0,05$), *Workspace Quality* negatif ($\beta = -0,080$, $p > 0,1$), *Income* positif ($\beta = +0,452$, $p < 0,001$), *Spending* positif ($\beta = +0,125$, ns), *Cyber Security* sangat positif ($\beta = +0,550$, $p < 0,001$), *Social Isolation* (Loneliness) positif ($\beta = +0,315$, $p < 0,05$), dan *Local Hospitality* tidak signifikan. Odds ratio menunjukkan: setiap kenaikan satu kategori pendapatan meningkatkan peluang memilih WTP lebih tinggi ~1,57 kali (OR=1,57); sedangkan peningkatan persepsi internet satu tingkat menurunkan peluang WTP tinggi menjadi 0,81 kali (OR=0,81). Pseudo-R² model ini adalah 0,285, menunjukkan kekuatan model yang wajar.

Tabel 3. Hasil Regresi Ordered Logit (Model Penuh)

Variabel	β (SE)	z	p	Odds Ratio
Annual Income	0,452 (0,112)	4,04	0,000***	1,57
Daily Spending	0,125 (0,098)	1,27	0,205	1,13
InternetQuality (inv.)	-0,210 (0,105)	-1,99	0,048**	0,81
CyberSecurity	0,550 (0,130)	4,23	0,000***	1,73
ElectricityReliability	0,080 (0,101)	0,79	0,430	1,08
CoworkingQuality	0,150 (0,108)	1,39	0,165	1,16
Social Isolation	0,315 (0,125)	2,52	0,012**	1,37
Local Hospitality	0,050 (0,110)	0,45	0,650	1,05
Pseudo R ²	0,285			
N	113			

Keterangan: SE p<0,05, p<0,01; p<0,1; pseudo-R² (McFadden).

3.2 Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa pendapatan (*ability to pay*) secara kuat meningkatkan WTP. Temuan ini konsisten dengan literatur bahwa segmen berpenghasilan tinggi (termasuk nomad “barat” di kota berbiaya rendah) lebih rela membayar tambahan untuk fasilitas berkualitas [4]. Fenomena tersebut selaras dengan riset global yang melaporkan pekerja berpenghasilan lebih sanggup menerima potongan gaji besar agar bisa *remote*. Di sisi lain, kualitas infrastruktur internet dan ruang kerja berhubungan negatif dengan WTP: responden yang menilai infrastruktur ada sudah baik cenderung WTP rendah, sementara yang merasakan kualitas buruk bersedia membayar lebih untuk perbaikan. Pola “ini mungkin paradoks, tapi logis” ini tercatat pula dalam studi tentang *broadband* di Wisconsin (rumah tangga tanpa internet mau membayar lebih untuk mendapatkannya). Artinya,

kekurangan infrastruktur memicu permintaan berbayar. Flörke juga mencatat internet cepat adalah faktor *entry* yang penting bagi nomad—penelitian kami menguatkan ide ini: internet dianggap kebutuhan produktivitas dasar, bukan kemewahan, sehingga kelangkaan menimbulkan *premium price* [16]. Temuan empiris bahwa persepsi terhadap kualitas internet dan ruang kerja berhubungan positif dengan kesediaan membayar premium konsisten dengan literatur yang menempatkan konektivitas dan kualitas lingkungan kerja sebagai ‘*core productivity infrastructure*’ bagi pekerja jarak jauh [14].

Temuan lain penting adalah keamanan siber (*Cyber Security*). Koefisien positif tinggi menunjukkan profesional yang peka pada privasi dan keamanan (misalnya pemrosesan data klien global) lebih bersedia membayar paket *coworking* yang menjamin koneksi aman. Hal ini menguatkan konsep “*cyber trust premium*”: pengguna premium mencari jaminan data. Penelitian field sebelumnya menyebut keamanan dan privasi sebagai diferensiator utama di pasar layanan digital, dan hasil kami menyoroti *Cyber Security* sebagai aset tak berwujud yang perlu disiapkan penyedia layanan. Temuan bahwa aspek keamanan koneksi dan perlindungan data ikut memengaruhi WTP sejalan dengan studi tentang WTP untuk keamanan dan privasi di layanan digital, yang menunjukkan bahwa sebagian pengguna bersedia membayar lebih untuk perangkat atau koneksi yang dianggap lebih aman [3].

Faktor komunitas juga terbukti mempengaruhi WTP. *Indeks Community Index* positif signifikan, sementara tingkat kesepian (*Loneliness*) negatif signifikan. Artinya, lingkungan lokal yang kaya *event networking* dan komunitas nomad aktif meningkatkan kepercayaan diri pekerja untuk berinvestasi pada infrastruktur produktivitas setempat. Sebaliknya, pekerja yang merasa terisolasi cenderung enggan membayar lebih karena keterikatan emosional rendah. Korelasi positif antara persepsi adanya komunitas dan *networking* dengan WTP mendukung argumen bahwa *digital nomads* menghargai *coworking* dan ekosistem komunitas bukan hanya sebagai fasilitas fisik, tetapi sebagai ‘*social infrastructure*’ yang memperkaya modal sosial dan peluang bisnis [25]. Temuan ini sejalan dengan hasil studi situasional di Madeira yang menunjukkan aspek “*emotional infrastructure*” (keselamatan emosional, kebersamaan) sangat menentukan loyalitas nomad. Dalam praktiknya, *coworking space* tidak hanya menjadi kantor, tetapi juga tempat membangun jejaring sosial. Oleh karena itu, *coworking* dan *event komunitas* menjadi amenities sosial yang bernilai ekonomis bagi nomad; bahkan riset kami menemukan pekerja yang merasa kesepian siap membayar lebih untuk akses ke komunitas baru. Pendekatan ini mendukung *framing 3C (Connection)* di mana konektivitas sosial dilihat setara pentingnya dengan konektivitas fisik

Dalam kerangka kompetisi antar kota, Semarang dapat diposisikan sebagai *emerging lifestyle city* bagi pekerja jarak jauh di Asia Tenggara, dengan catatan perlunya penguatan konektivitas global, amenities urban, serta strategi pemasaran kota yang lebih eksplisit menasar segmen *digital nomads* seperti rekomendasi dari studi sebelumnya [15]. Implikasinya, kebijakan kota tidak cukup hanya menyediakan infrastruktur fisik, tetapi juga perlu mendorong pengembangan ekosistem *coworking–coliving*, program komunitas, budaya dan regulasi yang memudahkan mobilitas talenta global, sebagaimana ditunjukkan oleh studi-studi tentang kota yang berhasil mengembangkan pasar *digital nomads* [6, 10, 16, 40]. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menguatkan temuan sebelumnya bahwa *hard infrastructure* (internet cepat, ruang kerja ergonomis, biaya hidup) dan *soft/emotional infrastructure* (komunitas, rasa aman, dan *sense of belonging*) bukanlah substitusi, melainkan komplementer dalam membentuk daya tarik kota bagi digital nomads. Hasil ini merekomendasikan Pemkot Semarang dan pelaku bisnis untuk meningkatkan “infrastruktur produktivitas” dengan cara ganda: (1) Memperluas layanan internet berkecepatan tinggi berbayar (fiber optik khusus, paket *dedicated*) untuk merespons WTP masyarakat profesional, (2) Menata ruang kerja bersama berkualitas dengan fitur keamanan TI, desain *ergonomic*, dan fasilitas pendukung lain, (3) Aktif mengembangkan komunitas *nomad/remote* (misal inkubator kreatif, *event coworking* mingguan) untuk mengurangi isolasi sosial. Langkah ini tidak hanya mengakomodasi nomad, tetapi juga memberi manfaat *spillover* bagi penduduk lokal (penyedia *coworking*, UMKM di sekitar, dll). Keterbatasan studi ini antara lain ukuran sampel terbatas (N=113) dan asumsi linieritas kategori pendapatan. Analisis masa depan bisa memperluas sampel lintas kota dan mempertimbangkan eksperimental CVM untuk mengukur WTP dengan kuantitatif lebih presisi.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesediaan membayar pekerja jarak jauh di Semarang terhadap layanan produktivitas premium terutama ditentukan oleh faktor ekonomi dan kualitas infrastruktur yang dirasakan, di mana pendapatan secara konsisten meningkatkan WTP, sementara persepsi kualitas internet dan ruang kerja yang rendah justru memicu WTP yang lebih tinggi karena kebutuhan untuk memperbaiki kekurangan tersebut. Selain itu, keamanan siber terbukti menjadi diferensiator penting yang mendorong WTP, sedangkan dukungan komunitas lokal meningkatkan WTP dan tingkat kesepian menguranginya, menegaskan bahwa infrastruktur sosial melengkapi peran infrastruktur digital dalam membentuk preferensi pekerja jarak

jauh. Implikasi utamanya, pembangunan infrastruktur produktivitas harus bersifat holistik, memperkuat konektivitas digital dan fisik, sekaligus menumbuhkan komunitas profesional. Riset Kendati demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama ukuran sampel yang relatif kecil (N=113) dan asumsi linieritas pada kategorisasi pendapatan serta penggunaan pendekatan *stated preference* yang rentan terhadap *hypothetical bias*. Agenda penelitian selanjutnya dapat mencakup ekspansi sampel lintas kota, perbandingan antara digital nomad asing dan pekerja lokal, serta penggunaan pendekatan eksperimental atau *contingent valuation* yang lebih presisi untuk mengestimasi WTP dan mengevaluasi skenario harga layanan produktivitas di konteks perkotaan.

REFERENCES

- [1] S. Fellnhofner, "A large-scale dataset for analysing remote working," *Scientific Data*, vol. 12, no. 145, 2025.
- [2] J. Schmidt and T. H. A. Bijmolt, "Accurately measuring willingness to pay for consumer goods: A meta-analysis of the hypothetical bias," *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol. 48, no. 3, pp. 499–518, 2020.
- [3] Upwork, "Upwork Study Finds 22% of American Workforce Will Be Remote by 2025," *Press Release [Internet]*, 2020.
- [4] L. Zhou, C. Loh, and R. Schegg, "Attracting digital nomads: Smart destination strategies, innovation and competitiveness," *Journal of Destination Marketing & Management*, 2024.
- [5] W. E. Forum, *The Future of Jobs Report 2020*. Geneva: World Economic Forum, 2020.
- [6] P. Emami-Naeini, J. Dheenadhayalan, Y. Agarwal, and L. F. Cranor, "Are consumers willing to pay for security and privacy of IoT devices?," in *USENIX Security 2023 Proceedings*, 2023.
- [7] B. R. Rowe and D. Wood, "Are home Internet users willing to pay ISPs for improvements in cyber security?," in *The Economics of Information Security and Privacy III*, R. Böhme, Ed., Springer, 2013, pp. 33–49.
- [8] M. F. Castilho and C. O. Quandt, "Collaborative capability in coworking spaces: Convenience sharing or community building?," *Technology Innovation Management Review*, vol. 7, no. 12, pp. 32–42, 2017.
- [9] N. K. Kim, "Communities in coworking spaces: Boundary work and community building," *Journal of Management Studies*, 2023.
- [10] M. Rabbani, C. Bogulski, H. Eswaran, and C. Hayes, "Consumer willingness to pay for internet speed and reliability," *Telematics and Informatics*, vol. 93, no. 102173, 2024.
- [11] M. Orel and M. Almeida, "Coworking spaces as talent hubs: The imperative for innovative HRM," *Review of Managerial Science*, vol. 16, no. 4, pp. 989–1012, 2022.
- [12] R. B. Bouncken, M. Ratzmann, R. Barwinski, and S. Kraus, "Coworking spaces: Understanding knowledge exchange among members," *Journal of Knowledge Management*, vol. 24, no. 7, pp. 1613–1637, 2019.
- [13] R. Ferreira, R. Pereira, I. S. Bianchi, and M. M. Silva, "Decision factors for remote work adoption: Advantages, disadvantages and challenges," *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 2021.
- [14] I. Poulaki, "Destination buzzers: Netnographing digital nomads," *Tourism and Hospitality*, vol. 6, no. 2, 2025.
- [15] P. Lhakard, "Destination city for digital nomads in Thailand: A case study of the digital nomad community in Chiang Mai," *Journal of Humanities and Social Sciences Studies*, vol. 4, no. 1, pp. 178–188, 2022.
- [16] S. Kyung and N. Kim, "The Role of Coworking Spaces in Shrinking Cities: The Case of South Korea," *SSRN*, 2023.
- [17] E. Bozzi, "Digital nomadism and cities: Exploring the production of mobility infrastructures in Barcelona," *Netcom*, 2024.
- [18] Y. Wang, "Digital nomads in Bali: The interplay of tourism industry and geographic flexibility in the digital era," in *Proceedings of MLSCM 2024*, 2025.
- [19] N. Trihas, "Digital nomads: Lifestyle, travel behavior, and the work/life balance," in *Digital Nomadism and Tourism*, Springer, 2024.
- [20] K. Train, *Discrete Choice Methods with Simulation*, 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 2009.
- [21] Y.-H. Liu, J. Prince, and S. Wallsten, "Distinguishing bandwidth and latency in households' willingness to pay for broadband internet speed," *Information Economics and Policy*, vol. 44, pp. 32–45, 2018.
- [22] A. Sztuk, "Essential elements of a city offer addressed to digital nomads: The perspective of territorial marketing," *Ekonomia – Wrocław Economic Review*, 2023.
- [23] G. Kalfas, "Households' willingness to pay for urban and suburban green spaces," *Sustainability*, vol. 14, no. 11, 2022.

- [24] L. Yang, "Impacts of the built environment on remote work choices," *Cities*, vol. 144, no. 104600, 2025.
- [25] J. I. Correa, "Working from a new home? Remote-work potential and out-migration decisions," *Regional Studies, Regional Science*, vol. 12, no. 1, pp. 209–229, 2025.