

wonderful
indonesia



HASIL PENELITIAN DOSEN POLTEKPAR BALI 2021

DISUSUN OLEH

PUSAT PENELITIAN DAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
POLTEKPAR BALI

2021





HASIL PENELITIAN DOSEN POLTEKPAR BALI TAHUN 2021

[TELAH DIDISEMINASIKAN TAHUN 2021]



PENYUSUN:

**PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
POLITEKNIK PARIWISATA BALI**

TAHUN 2021



KATA PENGANTAR

Politeknik Pariwisata Bali memiliki visi “Menjadi perguruan tinggi di bidang kepariwisataan yang berstandar internasional, unggul, dan berkepribadian Indonesia”. Sejalan dengan hal tersebut Politeknik Pariwisata Bali berkomitmen mewujudkan ekosistem akademis dan penelitian dengan mendorong pada dosen Poltekpar Bali untuk meningkatkan kuantitas dan kualitas publikasi ilmiah. Untuk itu Poltekpar Bali melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Poltekpar (P3M) menggelar Seminar Diseminasi Hasil Penelitian untuk meningkatkan akselerasi pengetahuan dan keterampilan dosen dalam menulis artikel ilmiah.

Diseminasi hasil penelitian adalah salah satu bentuk kegiatan pertanggungjawaban akademik yang dilakukan oleh setiap peneliti untuk kegiatan penelitian yang telah dilakukan. Diseminasi hasil penelitian bertujuan untuk menunjukkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap *stakeholder* dan masyarakat luas. Melalui diseminasi ilmiah ini maka akan mampu mendapatkan masukan dari pihak terkait dan memberi kebermanfaatn yang bermakna bagi pihak-pihak terkait. Diseminasi ini juga akan mendorong tercapainya Indikator Kinerja Utama Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata Bali, yakni sebanyak 80 persen hasil penelitian dimanfaatkan oleh masyarakat. Sehubungan dengan itu, Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat mengadakan Seminar Diseminasi Hasil Penelitian Dosen pada tanggal 30 Nopember sampai dengan 1 Desember 2021.

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya kami dapat menyelesaikan buku ini. Buku ini merupakan kumpulan abstrak dari hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh dosen dan pengajar di lingkungan Politeknik Pariwisata Bali tahun 2021. Besar harapan kami buku ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta dapat berkontribusi untuk peningkatan reputasi lembaga. Terima kasih yang tidak terhingga bagi segenap pihak atas dukungan yang diberikan. Tanpa adanya partisipasi dan dukungan dari pihak-pihak tersebut, buku ini tidak dapat dirampungkan sesuai dengan harapan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas segala bantuan, kebaikan, dan ketulusan yang kami terima selama proses pembuatan buku ini. Semoga kebaikan dan kebijakan senantiasa menyertai kita semua.

Salam Manganjali Karya Werdhi.

Nusa Dua, Desember 2021

Tim P3M

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL DALAM	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii

BAGIAN 1: PENELITIAN INDIVIDU

EXTENDED ABSTRACTS

Pembangunan Wisata <i>Ecomangrove</i> Dalam Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Nelayan Pantai Timur Kedonganan <i>I Wayan Mertha</i>	1
--	---

Politeknik Pariwisata Bali Sebagai <i>Green Campus</i> Pariwisata Di Bali <i>Dewa Ayu Made Lily Dianasari</i>	3
---	---

Dampak Transformasi Digital <i>Marketplace</i> GODEVI Bagi Keberlanjutan Desa Wisata "Studi Kasus : Desa Sayan Ubud Bali" <i>I Gede Gian Saputra.....</i>	5
---	---

Mojito Dengan Teh Hijau <i>Setyowati Ayu Widuri</i>	7
---	---

Dampak Pandemi <i>COVID-19</i> Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Makanan dan Minuman di Kabupaten Badung, Bali <i>Ni Luh Suastuti.....</i>	8
---	---

Peranan Komunikasi Internal Pimpinan Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Di Hotel Ashyana Candidasa Beach Resort Karangasem, Bali <i>I Ketut Murdana.....</i>	9
---	---

Dampak Pandemi <i>COVID-19</i> Terhadap <i>Employee Loyalty</i>: Peran Mediasi <i>Organizational Trust</i> <i>Irene Hanna H Sihombing.....</i>	10
--	----

Peran Mediasi <i>Work-Life Balance</i> Pada Pengaruh Antara <i>Authentic Leadership</i> Terhadap <i>Turnover Intention</i>: Studi Empiris Pada Karyawan Hotel Milenial Di Kawasan SARBAGITA <i>I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani.....</i>	11
---	----

Eksistensi Wisata Gastronomi Sebagai <i>Icon</i> Wisata Baru Di Ubud <i>Made Hendrayana.....</i>	13
--	----

Penilaian Konsumen Terhadap Kualitas Minuman Tuak Jake Karangasem <i>Putu Mira Astuti Pranadewi.....</i>	15
--	----

Penggunaan Bahan Pemanis Buatan Pada Es Cincu Yang Dijual Di Pasar Pemedilan Di Kota Denpasar Bali <i>Anak Agung Ketut Alit Pujawan</i>	16
Potensi Megibung Sebagai Atraksi Pariwisata Di Karangasem <i>I Nyoman Wiratnaya</i>	17
Pengaruh Strategi Bauran Promosi Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Di Kota Denpasar: Studi Kasus Pada Gerai Penjualan Di Pinggir Jalan <i>I Nyoman Arcana</i>	18
Pelaksanaan <i>Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability</i> (CHSE) Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian <i>COVID-19</i> Di Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali <i>Ni Putu Eka Trisdayanti</i>	19
Perbandingan Efektivitas Media Konvensional Dan <i>Digital Marketing</i> Terhadap Minat Pengunjung Bali Blues Festival Di IITDC Nusa Dua Bali <i>I Nengah Wirata</i>	21
Persepsi Konsumen Terhadap Restoran Atmosfer Sebagai Salah Satu Faktor Penentu Keputusan Pembelian <i>Ni Kadek Eni Juniari</i>	23
Padanan Makna Frase Nomina Bahasa Inggris Ke Bahasa Indonesia Pada Daftar Manu Dari Beberapa Kafe Di Kabupaten Badung <i>Ni Wayan Pastini</i>	25
Resiliensi Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Penglipuran Di Tengah Pandemi <i>COVID-19</i> <i>Ida Bagus Putra Negarayana</i>	27
Motivasi Masyarakat Bali Untuk Bekerja Di Jepang <i>I Gusti Ayu Niken Launingtia</i>	28
Preferensi Wisatawan Nusantara Generasi Milenial Dalam Memilih Produk Wisata di Bali Saat Pandemi <i>COVID-19</i> <i>Dewa Ayu Nyoman Aridayanti</i>	30
Perilaku Keuangan Wirausaha Pada Industri Pariwisata: Studi Komparatif Generasi X, Y Dan Z <i>Ni Made Sri Rukmiyati</i>	32
Sistem Akuntansi Dan Penerapan Akuntansi Keuangan Pada <i>Homestay</i> Di Desa Wisata Sayan Kecamatan Ubud <i>Ni Luh Riska Yusmarisa</i>	34

Lanskap Linguistik Di Kawasan Wisata Nusa Dua, Bali <i>Ni Kade Juli Rastitiati</i>	36
Dampak Pandemi Terhadap Keberlanjutan Pekerjaan Dan Pendapatan Pekerja Di Obyek Wisata Pantai Lovina <i>Nyoman Gede Mas Wiarta</i>	37
New Normal Di Masa Pandemi COVID-19 Bagi Pariwisata Desa Bukti Kabupaten Buleleng Bali <i>I Made Sucipta Adnyana</i>	38
Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Mie Gacoan Di Panjer, Denpasar, Bali <i>Lidjah Magdalena Massenga</i>	39
Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Pura Puseh, Pura Desa Batuan, Kecamatan Sukawati Kabupaten Gianyar <i>I Wayan Sunarsa</i>	40
Inovasi Pengolahan Buah Salak Sebagai Produk Kuliner Dan Oleh-Oleh Khas Di Desa Wisata Sibetan <i>Hardina</i>	41
Pengaruh Kepribadian Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa (Studi Pada Prodi Administrasi Perhotelan Politeknik Pariwisata Bali) <i>Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati</i>	43
Perubahan Pola Pemesanan Kamar Wisatawan Domestik Pada Masa Pandemi COVID-19 <i>Ni Made Uttari Pitanatri</i>	45
Strategi Pemasaran Konten Melalui Media Sosial Instagram Di Bali Coconut House <i>Ni Wayan Chintia Pinarria</i>	46
Analisis Kelayakan Homestay Berdasarkan ASEAN Homestay Standard (Studi Pada Jro Mangku Gede House Dan Komang Petak Homestay Di Desa Wisata Taro Tegalalang Gianyar, Bali) <i>Ida Ayu Kalpikawati</i>	48
Perbedaan Preferensi Generasi X Dengan Generasi Y Di Badung Bali Dalam Memilih Restoran/Rumah Makan Di Ubud Gianyar Bali <i>Ni Luh Suastuti</i>	50
Perubahan Gaya Hidup Generasi Muda Terhadap Perkembangan Coffee Shop Di Denpasar Bali <i>I Nyoman Gede Agus Jaya Saputra</i>	52

Pemahaman Pemangku Kepentingan Terhadap Skema Kualifikasi LSP P1 Politeknik Pariwisata Bali <i>I Gede Darmawijaya</i>	54
---	----

BAGIAN 2: PENELITIAN KELOMPOK

EXTENDED ABSTRACTS

Tata Kelola Bali Sebagai Destinasi Wisata Internasional Yang Berkelanjutan Terhadap Kebijakan Pemerintah Dan Perilaku Masyarakat Pasca COVID-19 <i>Ni Made Eka Mahadewi, I Putu Utama, IB Gede Agung Widana, Luh Yusni Wiarti</i>	55
---	----

Kajian Pemetaan Klasifikasi Desa Wisata Di Kabupaten Gianyar <i>I Wayan Mertha, IB Gede Agung Widana, Ni Made Tirtawati, I Gede Gian Saputra</i>	56
--	----

Prioritas Pengembangan Desa Wisata Pada Masa Normal Baru Di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung <i>Dewa Ayu Made Lily Dianasari, Ida Bagus Putra Negarayana, I Gede Gian Saputra, Dewa Ayu Nyoman Aridayanti</i>	58
---	----

Partisipasi Masyarakat Dalam Pemulihan Pariwisata Pada Era <i>New Normal</i> Di Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Bedugul Dan Sekitarnya <i>Hartani Woro Susianti, Nyoman Reni Ariasri</i>	60
--	----

Bentuk Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Penetapan Desa Sayan, Kecamatan Ubud Sebagai Desa Wisata Di Kabupaten Gianyar, Bali Pada Masa Pandemi COVID-19 <i>Teguh Hadi Sukarno, Dewa Gede Ngurah Byomantara, Ni Putu Evi Wijayanti, M.Tanggap Sasmita, Putu Surya Laksana Rahjasa</i>	62
---	----

Identifikasi Potensi Destinasi Wisata Bersepeda Di Desa Wisata Taro, Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali <i>I Putu Esa Widharthana, I Nyoman Sudiksa, Ida Ayu Kalpikawati, I Gusti Agung Febrianto, Ni Wayan Chintia Pinaría</i>	64
--	----

Persepsi <i>Stakeholders</i> Terhadap Praktik Kerja Industri Pada Masa Pandemi COVID-19 <i>Irene Hanna H. Sihombing, Ni Made Suastini, Ni Nyoman Sukerti, Gusti Agung Made Wirautama</i>	66
--	----

Strategi Pemulihan dan Bertahan Dari Dampak COVID-19 Di Hotel Losari Villas Legian dan Hotel Losari Sunset Road Bali <i>Ida Ayu Putri Widawati, Titien Damayanti, Ni Ketut Mareni, I Wayan Tuwi</i>	67
---	----

Analisis Kualitas Lulusan Program Studi Manajemen Divisi Kamar Berdasarkan Tingkat Kepuasan Pengguna Lulusan

Putu Gede Eka Darmaputra, Ida Ayu Sri Puspa Adi, Dewa Gede Putra, Ni Ketut Sekarti, Ni Ketut Iswarini, I Gusti Ayu Niken Launingtya 69

Identifikasi Dan Potensi Bahan Pangan Lokal Di Nusa Lembongan Bali

Ni Putu Eka Trisdayanti, I Made Purwa Dana Atmaja, Made Hendrayana..... 71

Faktor Kunci Sukses Pada Restoran Mie Kober Di Bali: Perspektif Manajemen Dan Konsumen

I Nyoman Arcana, I Nyoman Rinala, Ni Luh Suastuti 73

Preferensi Masyarakat Di Daerah Pariwisata Gianyar, Karangasem Dan Bangli Dalam Memilih Teh

Ni Luh Suastuti, Setyowati Ayu Widuri, Ni Kadek Eni Juniari..... 74

Perbedaan Karakteristik Operasional Restoran pada Masa Pandemi COVID-19 Antara Restoran di Kawasan Pariwisata dengan Restoran di Kawasan Perkotaan

I Nyoman Arcana, Ni Luh Suastuti, I Nyoman Rinala 75



BAGIAN 1:
PENELITIAN INDIVIDU



PEMBANGUNAN WISATA *ECOMANGROVE* DALAM UPAYA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT NELAYAN PANTAI TIMUR KEDONGANAN

I Wayan Mertha

Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: wayanmertha@yahoo.com

Ecomangrove merupakan konsep ekowisata berbasis kelestarian ekosistem *mangrove* dan aktivitas nelayan tradisional sebagai daya tarik utamanya, guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tingkat pendapatan dan kesejahteraan nelayan tradisional Desa Adat Kedonganan Kabupaten Badung. Para nelayan tradisional tersebut juga digali persepsinya tentang pengembangan *ecomangrove* di wilayah tersebut dalam meningkatkan kesejahteraan mereka. Determinan kaum muda Kedonganan untuk kembali menekuni aktivitas nelayan juga digali dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan rancangan kualitatif dan kuantitatif (*Mixed Method*). Prosedur penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diwawancarai maupun diobservasi, sedangkan rancangan kuantitatifnya digunakan untuk merancang variabel-variabel penelitian dan mencari hubungan antar variabel. Sebanyak 125 orang nelayan tradisional dipilih secara *purposive*, dan data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert berderajat lima. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) juga dilakukan dengan tokoh masyarakat, pejabat pemerintah terkait, dan generasi muda Kedonganan yang menjadi nelayan. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif serta dilakukan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rata-rata frekuensi melaut nelayan tradisional Kedonganan adalah 21 hari per bulan, dengan rata-rata pendapatan dari aktivitas nelayan dan pekerjaan sampingan sebesar Rp. 3.145.000,- (tiga juta seratus empat puluh lima ribu rupiah), lebih tinggi 7,34 persen dibandingkan dengan UMK Kabupaten Badung tahun 2021 sebesar Rp. 2.930.092,-. Proporsi pengeluaran mereka lebih besar digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok (pangan, sandang, dan papan) dibandingkan dengan kebutuhan bukan pokok, dengan proporsi masing-masing sebesar 66,1 persen, dan 8,3 persen. Rata-rata pengeluaran nelayan Kedonganan per bulan sebesar Rp.2.015.840,- (dua juta lima belas ribu delapan ratus empat puluh rupiah), dimana sebesar 25,7 persen digunakan untuk biaya produksi. Secara kualitatif tergambar tentang persepsi para nelayan terhadap keberadaan *ecomangrove* Kedonganan yaitu mereka mengetahui dengan baik dan setuju bahwa *ecomangrove* berhubungan erat dan layak dikembangkan sebagai wisata pesisir, dan wisata edukasi berbasis lingkungan. Jika kegiatan wisata ini berkembang, maka responden meyakini *ecomangrove* akan memberikan manfaat finansial kepada masyarakat lokal, namun membutuhkan dukungan dan partisipasi aktif dari pelakunya yakni para nelayan yang secara turun menurun telah menekuni kegiatan tersebut. Para nelayan lebih lanjut menyatakan bahwa pengembangan wisata *ecomangrove* ini akan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui peningkatan kesempatan kerja, peningkatan pendapatan, manfaat finansial, bertambahnya investasi, serta memperbanyak kesempatan berusaha. Analisis regresi berganda mengkonfirmasi hal tersebut, dimana kesejahteraan masyarakat lokal lebih dipengaruhi secara signifikan oleh manfaat finansial, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 34,1 persen. Terkait dengan kesempatan kerja, bahwa secara empirik model dengan koefisien determinasi (R^2)

sebesar 61,1 persen menunjukkan bahwa kesempatan kerja bagi masyarakat lokal bisa ditingkatkan melalui adanya dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan atraksi wisata edukasi. Pada indikator pendapatan masyarakat, akan terjadi peningkatan apabila ada kombinasi antara difungsikannya Pantai Timur Kedonganan sebagai atraksi wisata pesisir dengan manfaat finansial yang mereka akan peroleh. Model regresi ini memiliki koefisien R^2 sebesar 47,6 persen. Terkait dengan meningkatnya investasi, masyarakat meyakini bahwa meningkatnya manfaat finansial sebagai akibat dari dikembangkannya *ecomangrove*, secara signifikan mempengaruhi meningkatnya investasi di desa adat. Meningkatnya satu satuan manfaat finansial akan menyebabkan nilai investasi meningkat sebesar 0,76 satuan. Model regresi ini mampu menjelaskan kondisi investasi terkait pengembangan *ecomangrove* yang ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 70,3 persen. Terkait kesempatan berusaha bagi masyarakat lokal, dipengaruhi secara signifikan oleh manfaat finansial, atraksi wisata edukasi, dikembangkannya wisata bahari, dan adanya dukungan masyarakat lokal, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 76,4 persen. Sejumlah faktor yang menjadi determinan generasi muda Kedonganan menekuni kembali kegiatan nelayan, antara lain: (a) faktor ekonomi, yakni sebagai sumber keragaman pendapatan keluarga, terutama saat pandemi covid-19; (b) kepedulian terhadap pelestarian baik untuk kegiatan nelayan sendiri, maupun menjaga kelestarian ekosistem *mangrove* yang ada; (c) faktor Kreativitas dan Inovasi, kaum muda dengan bergabung pada kelompok nelayan yang ada, mereka dapat mengembangkan kreativitas melalui penggabungan kegiatan nelayan dengan wisata *mangrove*; (d) faktor Modal, Pengetahuan dan Teknologi, kemajuan teknologi memudahkan kaum muda ini mengakses berbagai informasi terkait dengan kegiatan nelayan, didukung pula oleh ketersediaan modal yang dimiliki dari penghasilan mereka selama bekerja di sektor pariwisata sebelumnya; dan (e) nelayan sebagai Penyaluran hobi, dan rekreasi. Saran yang dapat diberikan terkait dengan penelitian ini adalah (a) wisata *ecomangrove* di Kedonganan agar segera diwujudkan melalui kerjasama seluruh *stakeholders*, terutama desa adat yang sedari awal menggagas konsep ini bekerjasama dengan pemerintah daerah; (b) peningkatan kualitas SDM terutama bagi generasi muda, bekerjasama dengan lembaga pendidikan profesional di bidang kepariwisataan; (c) tata kelola *ecomangrove* berbasis masyarakat agar segera dibentuk; (d) dilakukan penelitian lanjutan terutama pemanfaatan analisis yang lebih komprehensif, sehingga dapat dijelaskan variabel utama apa saja yang signifikan memengaruhi kesejahteraan nelayan, maupun variabel moderasinya.

Kata Kunci: nelayan tradisional, wisata *ecomangrove*, kesejahteraan, Kedonganan.

POLITEKNIK PARIWISATA BALI SEBAGAI *GREEN CAMPUS* PARIWISATA DI BALI

Dewa Ayu Made Lily Dianasari

Program Studi Manajemen Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: lily.dianasari@ppb.ac.id

Era perkembangan revolusi industri 4.0 memberikan tantangan kepada perguruan tinggi untuk mengembangkan strategi transformasi industri dan memperhatikan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidangnya. Pendidikan Tinggi wajib merumuskan kebijakan strategis dalam berbagai aspek mulai dari kelembagaan, bidang studi, kurikulum, sumber daya, serta pengembangan *cyber university*, dan risbang hingga inovasi. Salah satu langkah utama yang harus dilakukan oleh perguruan tinggi adalah memperbaiki pengelolaan data kampus dan Informasi yang harus tersampaikan dengan baik untuk kalangan pendidik maupun yang dididik. Selain menjadikan kampus yang memiliki daya saing yang tinggi, perguruan tinggi juga sangat diharapkan menjadi kampus hijau yang ramah terhadap lingkungan sehingga memberikan kenyamanan terhadap mahasiswanya. Berdasarkan UI Green Metric World University Ranking tahun 2019 ada 10 kampus di Indonesia yang dikategorikan sebagai kampus hijau (*Green Campus*), akan tetapi tidak terdapat satupun kampus yang berada di Bali. Padahal Bali memiliki beberapa perguruan tinggi negeri dan swasta, salah satunya adalah Politeknik Pariwisata Bali. Secara fisik kampus Poltekpar Bali memiliki lahan, bangunan, dan lahan terbuka yang cukup baik. Penataan bangunan serta taman sudah mencerminkan penerapan *green campus*, tetapi memerlukan kajian lebih mendalam tentang penerapan *green campus* di Politeknik Pariwisata Bali. Teori yang digunakan adalah kriteria *green campus* yang terdapat dalam Green Campus Guidebook serta Pembangunan Berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, *survey* serta wawancara. Angket disebarakan kepada mahasiswa Poltekpar Bali sebanyak 100 responden dengan cara *purposive sampling* dan disebarakan melalui *google form*. Persepsi mahasiswa terhadap penerapan *green campus* di Poltekpar Bali tentang konservasi energi listrik menunjukkan, bahwa 52% menyatakan sangat setuju, 40% setuju, 7% cukup setuju dan 1% tidak setuju. Persepsi mahasiswa terhadap penggunaan energi alternatif adalah 44% menyatakan setuju, 29% setuju, 21% cukup setuju, 5% tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju. Untuk kegiatan konservasi air, mahasiswa mempersepsikan bahwa 54% sangat setuju Poltekpar Bali telah melaksanakan konservasi air, 39% setuju, 6% cukup setuju dan 1% tidak setuju. Dan Poltekpar Bali telah melaksanakan reuse terhadap penggunaan air di kampus. Pengelolaan sampah dan limbah yang dilaksanakan di kampus Poltekpar Bali kurang sesuai dengan penetapan *green campus* dimana hal ini dibuktikan bahwa seluruh sampah dan limbah tidak diolah lebih lanjut. Pengomposan tidak dilakukan terhadap sampah organik dan dibiarkan begitu saja dan terkadang dibakar bahkan diserahkan kepada pihak ketiga. Limbah yang terdapat di area dapur sebagai laboratorium tidak dilakukan pengelolaan lebih lanjut dan ditampung dalam *septick tank*. Poltekpar Bali belum memiliki aturan dan pengembangan terhadap *biodiversity* dan ekosistem secara spesifik, tetapi untuk desainnya sudah ada seperti yang telah dituangkan ke dalam *grand design* Poltekpar Bali. Pada saat ini pemanfaatan areal terbuka juga belum memenuhi prinsip konservasi tata guna lahan. Pengelolaan dan perawatan *biodiversity* dan ekosistem dilaksanakan secara rutin setiap hari oleh bagian kebersihan. Pada saat ini Poltekpar Bali masih dapat dikatakan belum mampu melaksanakan prinsip-prinsip *green office* baik untuk seluruh ruangan kantor maupun ruangan kelas. Hal ini

disebabkan kurang pedulinya sebagian sivitas akademika terhadap efisiensi listrik yang merupakan salah satu prinsip *green office* sehingga perlu adanya iklim organisasi yang baik dan perlu adanya kesepakatan serta komitmen baik secara psikis maupun fisik di kalangan sivitas akademika Poltekpa Bali. Persepsi mahasiswa terhadap kondisi laboratorium yang terdapat di Poltekpar Bali adalah 42% menyatakan sangat setuju dan setuju, 12% cukup setuju dan 4% menyatakan tidak setuju. Mahasiswa juga mengharapkan adanya laboratorium yang lengkap dan memadai untuk melakukan uji kualitas dari sebuah makanan. Persepsi mahasiswa terhadap Green IT adalah 46% mahasiswa menyatakan setuju, 43% sangat setuju dan 11% cukup setuju. Mahasiswa juga menyarankan agar koneksi internet dapat diakses di seluruh areal kampus. Persepsi mahasiswa terhadap system transportasi yang terdapat di Poltekpar Bali adalah 48% menyatakan sangat setuju, 42% setuju, 5% cukup setuju, 3% tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju. Hal ini diperkuat dengan hasil wawancara, bahwa sistem transportasi yang ada di Poltekpar Bali sangat memadai dan melaksanakan perawatan secara rutin baik mesin dan kebersihannya. Mahasiswa juga menginginkan transportasi kampus, sehingga dapat membantu mahasiswa lebih efektif dan lebih ramah terhadap lingkungan dari polusi, karena jarak antara parkir dan ruang kelas terbilang jauh. Poltekpar Bali telah banyak melaksanakan inovasi-inovasi baik secara psikis maupun fisik demi mewujudkan kampus yang ramah terhadap lingkungan. Inovasi-inovasi yang dilakukan adalah berupa perbaikan-perbaikan pada bangunan fisik, penghijauan di areal terbuka, penambahan fasilitas-fasilitas untuk menunjang kegiatan praktek mahasiswa. Penghargaan Emerlad telah diraih Poltekpar Bali dalam ajang Penghargaan Tri Hita Karana Awards tahun 2019 yang diselenggarakan oleh Yayasan Tri Hita Karana menunjukkan bahwa Kampus Poltekpar Bali dapat dikatakan sebagai kampus yang menerapkan prinsip-prinsip ramah lingkungan (*green campus*). Sebagian besar mahasiswa Poltekpar Bali menginginkan beberapa perbaikan yaitu : 22% untuk kantor dan ruang kelas, 21% untuk pengolahan sampah dan limbah, 15% masing-masing untuk lahan terbuka hijau dan energy listrik, 12% untuk IT, 6% untuk sumber daya air, 5% untuk transportasi dan 4% untuk perbaikan laboratorium.

Kata Kunci: *green campus, konservasi, inovasi*

DAMPAK TRANSFORMASI DIGITAL MARKETPLACE GODEVI BAGI KEBERLANJUTAN DESA WISATA “STUDI KASUS: DESA SAYAN UBUD BALI”

I Gede Gian Saputra

Program Studi Manajemen Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: giansaputra@ppb.ac.id

Transformasi digital bagi desa wisata menjadi sesuatu yang tidak dapat ditawar setelah perubahan besar yang terjadi akibat Pandemi Covid-19. Tren berwisata ke desa pun semakin menggeliat dengan mengutamakan *green product, nature, outdoor activities*, dan *online booking reservation (digitalization)*. Selain transformasi digital, SDGs juga menjadi fokus kebijakan pemerintah saat ini khususnya Kemendes PDDT yang memang bertanggung jawab dalam pengembangan desa. Paradigma SDGs Desa turut mengubah sudut pandang kawasan yang selama ini diputuskan secara *top down* menjadi kerja antar desa yang bersifat *bottom up*. Adanya kedua perubahan paradigma ini membuat desa wisata menjadi pilihan strategis untuk dikembangkan dan menjadi tujuan dari kunjungan wisatawan. Terlebih teknologi digital juga telah membantu akselerasi desa wisata sehingga dapat bersaing dalam industri pariwisata baik secara lokal, nasional maupun internasional. Namun yang perlu dicermati, semakin meningkatnya penggunaan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan desa sebagai daerah wisata. Di beberapa kasus, terjadi dampak yang tidak dapat diantisipasi dalam pariwisata sehingga pariwisata dijadikan sebagai sebuah permasalahan, dimana hal ini tidak sesuai dengan tujuan membangun pariwisata yakni meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Studi ini bertujuan untuk menggali dampak transformasi digital Marketplace Godevi bagi keberlanjutan di Desa Wisata Sayan, Kecamatan Ubud, Provinsi Bali. Studi didesain dengan metode analisis deskriptif kualitatif yang didukung dengan pendekatan *case study*. Sebanyak 100 responden berhasil didapatkan dalam penyebaran kuesioner untuk mendukung hasil wawancara mendalam dan *Focus Group Discussion* yang telah dilakukan. Hasilnya, masyarakat di Desa Wisata Sayan merasakan efek domino yang sangat besar dari kerjasama yang telah terjalin dengan marketplace Godevi baik dari sisi ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan hidup. Dampak ekonomi yang mampu diberikan Godevi kepada usaha lokal atau UMKM di Desa Wisata Sayan terlihat dengan perannya dalam membantu dalam pengemasan paket wisata di Desa Wisata Sayan sehingga mampu menggerakkan ekonomi lokal, membangkitkan kegiatan seni-budaya, dan konsen dengan aspek kebersihan selama kegiatan wisata berlangsung. Dari sisi pengembangan atraksi wisata seni-budaya disampaikan bahwa sejak Godevi hadir dalam membantu pengemasan paket wisata budaya di Desa Sayan, seni lukis Young Artist yang merupakan tradisi kesenian lokal khas Desa Sayan bisa bangkit kembali, dimana sebelumnya tidak banyak masyarakat yang melirik namun sejak mulai ada kunjungan wisata yang dibawa Godevi masyarakat hingga anak-anak kembali melirik dan berpartisipasi dalam aktivitas kesenian khas Desa Sayan ini. Dari sisi pelestarian lingkungan hidup sebagian besar masyarakat menyatakan sikap bahwa mereka setuju Godevi juga memberikan dampak dalam meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan desa, menerapkan protokol kesehatan, dan kesadaran terhadap isu pelestarian lingkungan. Saat ini tantangan utama yang dihadapi dalam transformasi digital adalah kemampuan sumber daya manusia di desa yang masih belum terbiasa dengan media digital. Meski demikian sudah dilakukan

upaya-upaya yang sangat positif melalui kerja sama yang dilakukan dengan *marketplace* Godevi. Terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijalankan untuk mendukung dampak transformasi digital kearah yang lebih positif. Bagi masyarakat lokal Desa Wisata Sayan dapat meningkatkan *awereness* terhadap pemanfaatan *Marketplace* Digital Godevi dari sisi sistem dan pengoptimalan Godevi dalam meningkatkan jumlah reservasi paket wisata Sayan.

Kata Kunci : *transformasi digital, marketplace Godevi, keberlanjutan pariwisata.*

MOJITO DENGAN TEH HIJAU

Setyowati Ayu Widuri

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: widuriayu@gmail.com

Koktail adalah campuran minuman yang terdiri dari dua bahan atau lebih. Biasanya terdiri dari minuman beralkohol sebagai bahan dasar dan bahan pemberi rasa atau warna khusus (campuran). Bahan dasar yang digunakan adalah minuman keras seperti: Gin, Brandy, Whiskey, Tequila dan Rum. Sedangkan campuran yang biasa digunakan adalah: vermouth, bitters, wine, jus buah, krim, gula, sirup dan telur. Bahan-bahan tersebut berfungsi sebagai pelembut dan memberi rasa aroma pada minuman. Salah satu koktail yang terkenal adalah Mojito. Mojito termasuk dalam jenis minuman tropis. Minuman tropis adalah minuman yang didominasi rasa buah dan asam. Minuman tropis biasanya campuran asam, jus lemon dan minuman yang mengandung alkohol dalam jenis minuman campuran ini biasanya menggunakan lebih dari satu jenis minuman beralkohol. Tren terbaru dalam dunia *bartending* adalah *tea cocktail* atau lebih dikenal dengan *mixtealogy*, yaitu seni meracik minuman yang menggunakan teh sebagai bahan utamanya. Seni meracik minuman dengan bahan teh membutuhkan keahlian, ketajaman lidah dan komitmen untuk memahami keunikan masing-masing formula teh dan kualitasnya guna menemukan kombinasi yang tepat untuk memadukan semua bagian dan aroma alami teh. Bagi para *mixologist* pengetahuan ini bukan hanya tentang meracik minuman saja, tetapi ada unsur seni yang dihasilkan dari bahan-bahan berkualitas sehingga dapat menghasilkan teh *cocktail* atau teh *mocktail* yang sempurna. Dengan berkembangnya minuman campuran khususnya *mixtealogy* maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui tingkat kesukaan konsumen terhadap minuman campuran mojito dengan teh hijau menggunakan teknik uji eksperimen. Data diperoleh melalui uji organoleptik terhadap 20 panelis yang dinilai menggunakan kuesioner yang disebar dengan 5 skala preferensi hedonik dan 6 indikator mutu minuman campuran yang diuji yaitu rasa cocktail, rasa cocktail, tekstur cocktail, warna cocktail, gelas standar dan standar. ukuran minuman. Pengujian dilakukan dengan menggunakan evaluasi sensorik berdasarkan indera penglihatan, penciuman dan rasa. Dari hasil analisis uji kesukaan minuman campuran dengan teh hijau mojito didapatkan hasil dari 6 indikator yang diujikan pada 20 panelis mendapatkan nilai rata-rata 4 yang artinya sangat suka dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa minuman campuran tersebut mojito dengan teh hijau dapat diterima dan layak dipasarkan kepada konsumen di bar dan restoran.

Kata kunci : *mixtealogy, mojito, teh hijau, uji organoleptik, minuman campur*

DAMPAK PANDEMI *COVID-19* TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MAKANAN DAN MINUMAN DI KABUPATEN BADUNG, BALI

Ni Luh Suastuti

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: suaniluh@gmail.com

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia telah mengubah semua lini kehidupan manusia. Saat ini Covid-19 menyebabkan krisis di seluruh dunia dan mengubah perilaku masyarakat seperti penerapan *social distancing*, pemakaian masker, *hand sanitizer* dan perubahan ke normal baru. Kabupaten Badung sebagai salah satu pusat pariwisata di Bali juga sangat terkena dampak dari Pandemi Covid 19. Badung sebagai pusat bisnis pariwisata di Bali tidak bisa lepas dari dampak penyebaran virus corona. Kondisi pandemi ini tentunya juga mengubah perilaku konsumen dalam membeli makanan dan minuman. Dulu pelanggan kebanyakan datang ke restoran atau resto dan duduk makan di resto, sekarang mungkin perilaku konsumen sedikit berbeda, dimana konsumen sering memesan makanan secara online. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana dampak pandemi Covid-19 terhadap perilaku konsumen dalam membeli makanan dan minuman khususnya yang berdomisili di Kabupaten Badung. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif sederhana dengan mewawancarai 30 informan yang terdiri dari beberapa komponen masyarakat . Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menemukan bahwa konsumen lebih menyukai makanan dan minuman yang lebih murah tetapi kualitasnya harus baik. Konsumen juga tidak terlalu memilih merek tertentu. Konsumen saat ini memilih untuk membeli makanan dan minuman melalui *online*, meski separuhnya masih datang langsung ke restoran. Saat ini, perilaku konsumen juga cenderung kolektif/kelompok dalam membeli makanan dan minuman dan dapat berbagi biaya pengiriman serta kecenderungan untuk membeli makanan dan minuman yang lebih murah dalam jumlah yang lebih banyak.

Kata kunci: *Pandemi Covid-19, Perilaku Konsumen, Makanan dan Minuman*

PERANAN KOMUNIKASI INTERNAL PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI HOTEL ASHYANA CANDIDASA BEACH RESORT KARANGASEM, BALI

I Ketut Murdana

Program Studi Magister Terapan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: murdana@ppb.ac.id

Hotel Ashyana Candidasa Beach Resort merupakan hotel non-bintang, yaitu hotel melati 1, dengan jumlah kamar sebanyak 20 kamar, yang terdiri atas 8 kamar *Deluxe* dan 12 kamar standar serta 1 buah restoran yang bernama Restaurant Le-Zat Beach Restaurant. Jumlah karyawan sebanyak 25 orang, yang terdiri atas Tim Manajemen/Pimpinan sebanyak 4 orang dan karyawan, baik *frontliner* maupun *backliner*, sebanyak 21 orang untuk memudahkan penyampaian perintah, penyampaian informasi, penyampaian pesan, pelaksanaan tugas-tugas dan sebagainya di dalam atau internal hotel dilaksanakan komunikasi internal hotel. Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan oleh penulis dan juga hasil wawancara singkat dengan pimpinan dan karyawan ditemukan adanya permasalahan seperti arus komunikasi internal tidak terlaksana dengan baik, maka komunikasi yang disampaikan atasan kepada bawahan, bawahan dengan atasan sering ditafsirkan salah, adanya karyawan-karyawan yang tidak disiplin waktu serta kurangnya tanggung jawab kerja yang menyebabkan kinerja mereka menurun. Berdasarkan atas dugaan-dugaan permasalahan dan kendala-kendala komunikasi internal yang ada, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian di Hotel Ashyana Candidasa Beach Resort yang bertujuan untuk mengungkap dan menganalisis permasalahan yang terkait dengan komunikasi internal pimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif yang dilaksanakan pada situasi alami yang bertumpu pada pendekatan fenomenologis. Data dalam penelitian ini berupa data primer yang bersifat kualitatif, yang diambil langsung dari sumber data yaitu para informan/responden selaku pimpinan dan karyawan hotel, dengan teknik wawancara secara terstruktur, dan juga dengan teknik penyebaran/pengisian kuesioner penelitian. Informan/responden penelitian dipilih secara *purposive*, *snowball* sampling dan sampling jenuh yang jumlahnya sebanyak 25 orang yang diambil seluruhnya berdasarkan sampling jenuh. Teknik analisis data mengadopsi pendapat dari Miles dan Huberman (1984), yaitu: Reduksi data, Penyajian data dan mengambil keputusan. Hasil dan pembahasan serta kesimpulan penelitian dapat disampaikan bahwa berdasarkan hasil wawancara terstruktur dengan pimpinan sebanyak 10 pertanyaan yang disampaikan sudah dijawab dengan baik dan dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal pimpinan dalam meningkatkan kinerja karyawan sudah berjalan dengan baik, dari hasil pengisian kuesioner sebanyak 13 pertanyaan dijawab dengan "YA" oleh sebanyak 25 orang informan dengan persentase sebanyak 6,25% yang dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal pimpinan sudah berperan dengan baik, sebanyak 5 pertanyaan dijawab dengan "YA/TIDAK" oleh sebanyak 21 orang informan/responden dengan persentase sebanyak 5,25% yang dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal pimpinan belum berlangsung dengan baik.

Kata Kunci: *peranan komunikasi internal, pimpinan, kinerja karyawan*

DAMPAK PANDEMI COVID-19 TERHADAP EMPLOYEE LOYALTY: PERAN MEDIASI ORGANIZATIONAL TRUST

Irene Hanna H. Sihombing

Program Studi Magister Terapan Pariwisata , Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: irenesihombing@ppb.ac.id

Terjadinya perubahan akibat dampak pandemi *Covid-19* menempatkan karyawan pada posisi yang sangat sensitif sebab karyawan berada pada tingkat ketidakpastian yang tinggi. Kebijakan yang dilakukan manajemen di masa pandemi *Covid-19* tentunya berdampak pada loyalitas karyawan. Karyawan percaya bahwa kepentingan mereka tentunya sejalan dengan kepentingan perusahaan, terutama dengan terjadinya perubahan dalam organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dampak pandemi *Covid-19* terhadap *employee loyalty* dengan *organizational trust* sebagai variabel intervening. Jumlah responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 200 responden. Seluruh responden merupakan karyawan hotel bintang 4 dan 5 di Bali. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang sebelumnya telah melalui tahap uji coba dan dinyatakan valid dan reliabel dalam mengukur masing-masing variabel penelitian. Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan teknik analisis *Partial Least Square* dengan bantuan program *Smartpls*. Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa : (1) *Effect of Pandemic Covid-19* berpengaruh negatif terhadap *Employee Loyalty*; (2) *Effect of Pandemic Covid-19* berpengaruh negatif terhadap *Organizational Trust*; (3) *Organizational trust* berpengaruh terhadap *Employee Loyalty*; (4) *Organizational trust* dapat memediasi pengaruh tidak langsung *effect of Pandemic covid -19* terhadap *Employee Loyalty*. Efek pandemi *Covid-19* tidak saja terjadi pada sektor hospitaliti. Seluruh pelaku pariwisata terkena efek dari pandemi *Covid-19*. Sehingga keterbatasan dari penelitian ini adalah responden yang merupakan para pekerja di sektor akomodasi, lebih spesifik adalah hotel. Penelitian ini tidak membedakan antara hotel bintang 4 dan 5 lokal maupun yang memiliki jaringan internasional. penelitian ini mengkaji dampak pandemi *Covid-19* pada *employee loyalty* dimana *organizational trust* sebagai variabel mediasi. Perbedaan penelitian ini pertama terletak pada *organizational trust* yang menjadi anteseden dari *employee loyalty*, kedua melihat bagaimana dampak pandemi *Covid -19* terhadap *employee loyalty* dan *organizational trust*.

Kata Kunci : *effect of pandemic Covid-19, organizational trust, employee loyalty, hotel employee*

PERAN MEDIASI *WORK-LIFE BALANCE* PADA HUBUNGAN ANTARA *AUTHENTIC LEADERSHIP* TERHADAP *TURNOVER INTENTION*: STUDI EMPIRIS PADA KARYAWAN MILENIAL DI KAWASAN SARBAGITA

I Gusti Ayu Putu Wita Indrayani

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: wita.indrayani@ppb.ac.id

Mempertahankan karyawan milenial yang potensial di industri padat karya seperti hotel merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh manajemen hotel. Karakter generasi milenial yang membutuhkan ruang dan waktu untuk berinteraksi dan bersosialisasi di masyarakat, memiliki tendensi tidak menyukai keterikatan penuh yang membelenggu mereka di tempat kerja. Budaya organisasi, kompensasi, dan reputasi secara konsisten mempengaruhi retensi karyawan pada banyak studi. Namun, dari sekian banyaknya penelitian mengenai retensi karyawan, faktor kepemimpinan merupakan hal yang sangat esensial. Selain itu, pentingnya mengelola keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi (*work-life balance*) juga telah diidentifikasi sebagai elemen yang penting untuk mempertahankan karyawan (Deery & Jago, 2015). Celah dari penelitian terdahulu yang dapat diidentifikasi adalah terbatasnya penelitian yang menginvestigasi pengaruh keseimbangan antara pekerjaan-kehidupan (*work-life balance*) terhadap *turnover intention*, khususnya karyawan milenial. Beberapa studi telah dilakukan untuk menguji hubungan antara kepemimpinan otentik dengan *turnover intention*, namun inkonsistensi hubungan antara kedua variabel ini perlu diteliti lebih lanjut dengan memasukan *work-life balance* sebagai variabel pemediasi. Riset ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai *work-life balance* pada karyawan milenial di industri pariwisata dan perhotelan, khususnya di Kawasan Sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, dan Tabanan) serta perannya sebagai mediator antara kepemimpinan otentik dan *turnover intention*. Lebih lanjut, riset ini juga bertujuan untuk menginvestigasi peranan *work life balance* yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap intensi mereka untuk berpindah ke organisasi lain. Untuk menjawab tujuan penelitian ini, maka pendekatan (teritori) kuantitatif dengan paradigma *positivism* dipilih melalui teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science* (SPSS) versi 28. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya serta diperkuat melalui wawancara. Survei dilakukan terhadap seratus karyawan milenial yang bekerja di kawasan SARBAGITA. Dari empat hipotesis yang diujikan secara empiris pada penelitian, tiga hipotesis pengaruh langsung diterima dan satu hipotesis mediasi ditolak, dimana *work-life balance* tidak terbukti memediasi pengaruh kepemimpinan otentik terhadap *turnover intention* karyawan milenial. Temuan ini dapat dijelaskan bahwa terdapat banyak variabel yang mempengaruhi *turnover intention* karyawan milenial, selain *work-life balance*. Beberapa faktor tersebut diantaranya kesempatan pengembangan karir dan kompensasi. Karyawan akan merasa bahwa pekerjaannya diakui oleh perusahaan ketika mereka mendapat kesempatan pengembangan karir dan kompensasi yang tinggi. Di sisi lain, kesempatan pengembangan karir dan kompensasi yang memuaskan bagi karyawan dapat mempengaruhi *work-life balance* karyawan. Pengembangan karir dan kompensasi yang tinggi dapat meningkatkan semangat kerja karyawan, yang tentunya akan membantu karyawan dalam memberikan kontribusi lebih bagi perusahaan. Jadi, jika karyawan

dapat mengatur dan menjalankan pekerjaannya dengan baik, maka karyawan dapat dengan leluasa menghabiskan waktu di luar pekerjaan untuk keluarga. Hal ini menjadi penting karena sebagian besar karyawan yang bekerja di hotel ini termasuk dalam generasi milenial yang memiliki karakteristik dan orientasi kerja yang berbeda dengan generasi pendahulunya di tempat kerja. Lebih lanjut diungkapkan bahwa dimensi-dimensi kepemimpinan otentik dan *work-life balance* secara simultan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap turnover intention karyawan milenial. Saran atau rekomendasi dalam penelitian ini adalah manajemen hotel disarankan dapat mengelaborasi program *work-life balance* yang jelas, transparan, terarah, dan terstruktur bagi karyawan milenial yang bekerja pada usaha hotel/villa masing-masing. Hal ini akan memacu mereka untuk berkontribusi semaksimal mungkin pada perusahaan dan memiliki intensi keluar yang relatif rendah. Untuk mengurangi intensi keluar karyawan dan mempertahankan karyawan milenial yang potensial, manajemen hotel/villa disarankan dapat merancang karakteristik pekerjaan yang meliputi sifat tugas dan pekerjaan yang dilakukan. Rancangan tugas dan pekerjaan dapat dilihat dari tanggung jawab, fleksibilitas kerja, keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan sosial, serta kondisi dan suasana kerja. Selain itu, manajemen hotel juga direkomendasikan untuk mengurangi kompleksitas pekerjaan hingga dapat meminimalisir ambiguitas peran dan *job insecurity* serta menstimulasi peningkatan *job sharing* dan kepercayaan karyawan terhadap manajemen. Namun demikian, penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *cross sectional* dengan jumlah responden yang terbatas, sehingga belum mampu memprediksi pengaruh antar variabel dalam jangka waktu panjang. Dengan demikian, diharapkan pada penelitian selanjutnya beberapa limitasi ini dapat diperhatikan, sehingga ketajaman analisis dapat ditingkatkan untuk memperkaya esensi penelitian bagi pihak lainnya.

Kata Kunci : *kepemimpinan otentik, turnover intention, work-life balance, milenial*

EKSISTENSI WISATA GASTRONOMI SEBAGAI *ICON* WISATA BARU DI UBUD

Made Hendrayana

Program Studi Manajemen Tata Boga, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: hendramade72@gmail.com

Peluang besar dalam wisata gastronomi dapat dilihat dari tingginya jumlah pengeluaran untuk membeli makanan dan minuman oleh wisatawan yang berkunjung ke Indonesia seiring dengan adanya tren baru dalam Pariwisata (menghormati budaya dan tradisi; gaya hidup sehat; keberlanjutan serta pengalaman). Terkait dengan hal tersebut, Kementerian Pariwisata Indonesia telah menetapkan Ubud, Bandung dan Joglosemar (Yogyakarta, Solo dan Semarang) sebagai *Destination Prototype Gastronomy* berstandar UNWTO. Selain sebagai produk lokal yang menjadi *unique selling point* dari suatu destinasi, wisata gastronomi juga dianggap sebagai elemen penting di dalam memperkenalkan budaya dan gaya hidup (*lifestyle*) dari suatu destinasi. Wisata gastronomi muncul sebagai tren baru pariwisata dunia yang dipercaya mampu menjadi salah satu jenis wisata yang menyumbang devisa terbesar bagi negara yang menjalankannya. Perkembangan pariwisata Indonesia, khususnya dalam pengembangan wisata gastronomi nampaknya sudah sejalan dengan hasil dari *Annual Meeting Reports* : Vol. 4 dari UNWTO dengan mengambil literatur khusus dari Quan dan Wang (2004) yang menyatakan bahwa wisata gastronomi telah menghasilkan devisa lebih dari sepertiga pengeluaran wisatawan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui eksistensi dari wisata gastronomi, dan bagaimana penerapan wisata gastronomi berkelanjutan di Ubud. Untuk mengetahui eksistensi dan penerapan wisata gastronomi berkelanjutan, peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan empat restoran pionir pelestari kuliner Ubud, Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar dan Ubud *Chef Gastronomy* (UCG), dimana data dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa eksistensi wisata gastronomi di Ubud telah memenuhi tiga aspek yang terkandung dalam *Triangle of Indonesian Gastronomy*, yakni (1) aspek makanan; (2) aspek budaya; (3) aspek sejarah. Tetapi, yang menjadi perhatian untuk dapat ditingkatkan adalah aspek sejarah tentang dokumentasi dan *story telling*. Penerapan wisata gastronomi berkelanjutan telah sesuai dengan standar dari UNEP & UNWTO (2005), ditinjau dari (1) aspek lingkungan; (2) Aspek Sosial - Budaya; (3) Aspek Sosial - Ekonomi. Namun, yang menjadi perhatian yakni kesesuaian *background* pendidikan karyawan perlu untuk ditingkatkan, agar sesuai dengan perspektif *stakeholder* dan para ekspert serta sejalan dengan standar dari UNEP & UNWTO (2005). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada empat restoran yang menjadi pionir pelestari kuliner Ubud dengan mengacu pada konsep wisata gastronomi yang diusung dalam pengembangan wisata gastronomi di Indonesia yaitu konsep *Triangle of Indonesian Gastronomy*, menemukan hasil bahwa restoran gastronomi di Ubud memiliki sejarah yang mirip antara satu sama lainnya, bermula dari masakan rumahan yang dijajakan dengan cara berkeliling mencari tempat keramaian dan berkembang seiring dengan perkembangan pariwisata Ubud hingga menjadi restoran atau rumah makan mereka masing-masing saat ini. Jika dilihat dari konsep *Triangle of Indonesian Gastronomy*, restoran gastronomi di Ubud ditinjau dari tiga aspek yang terkandung di dalamnya, terdapat satu aspek yang telah dipenuhi oleh pihak restoran secara keseluruhan, yaitu aspek makanan. Dua aspek lainnya, terdapat masing-masing satu indikator yang belum terpenuhi, yaitu penyediaan *cooking class* dengan metode

khas Bali pada aspek budaya dan dokumentasi dari sejarah serta tersedianya *story telling* yang mampu diceritakan oleh pemilik dan karyawan restoran. Disamping itu, terdapat beberapa hasil temuan lainnya, berupa pengimplementasian beberapa sastra kuno, yakni *Dharma Cekaruban*, *Taru Premana*, dan *Dharma Pamaculan*. beberapa hal yang dapat peneliti sarankan kepada pemilik atau pengelola restoran atau rumah makan di Ubud, Pemerintah Kabupaten Gianyar dan para akademisi, diantaranya yaitu mempertahankan dan meningkatkan unsur-unsur yang terkandung di dalam *Triangle of Indonesian Gastronomy*, yang merupakan konsep yang diusung dalam pengembangan wisata gastronomi di Indonesia, dikombinasikan dengan kekhasan yang dimiliki oleh wisata gastronomi Ubud. Melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar, pemerintah bekerjasama dengan *stakeholder* yang turut berkontribusi dalam pengembangan wisata gastronomi Ubud dan diharapkan mampu membangun sinergi yang lebih baik lagi, Dalam menggali dan memetakan potensi-potensi wisata gastronomi yang dimiliki oleh Ubud agar menemukan inovasi-inovasi untuk mengembangkan potensi tersebut, salah satunya potensi berupa restoran pionir pelestari kuliner Ubud.

Kata Kunci : *Wisata Gastronomi, icon pariwisata, Pariwisata Berkelanjutan*

PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS MINUMAN TUAK JAKE KARANGASEM

Putu Mira Astuti Pranadewi

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: mira.pranadewi@gmail.com

Tuak merupakan salah satu minuman alkohol khas Bali yang diakui dan dilindungi oleh Peraturan Gubernur Bali Nomor 1 Tahun 2020 tentang Tata Kelola Minuman Fermentasi Dan/Atau Destilasi Khas Bali. Tuak sebagai minuman tradisional telah dikonsumsi secara turun temurun, sehingga kebiasaan konsumsi sangat sulit dihilangkan dari masyarakat. Dari ketiga jenis Tuak yang ada di Karangasem, untuk saat ini Tuak Jake sangat menarik untuk diteliti untuk dapat mengetahui penilaian konsumen terhadap kualitas Tuak Jake Karangasem dilihat dari indikator rasa, aroma, warna, alkohol, harga, kuantitas dan ketersediaan produknya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan 7 variabel yaitu rasa, aroma, warna, alkohol, harga, kuantitas, dan ketersediaan produk yang diturunkan menjadi beberapa indikator. Tiap-tiap indikator dalam kuesioner diukur dengan menggunakan skala likert dari skor 1 sampai 5. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan konsumen yang telah menikmati dan merasakan minuman Tuak Jake Karangasem. Pemilihan responden dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dari penelitian ini, diperoleh nilai *mean* untuk masing-masing indikator yaitu rasa manis tuak jake dengan nilai *mean* 4,34 dengan interpretasi sangat baik; indikator asam tuak jake dengan nilai *mean* 3,6 dengan interpretasi baik; indikator rasa sepat/tannin tuak jake dengan nilai *mean* 3,59 dengan interpretasi baik. Sedangkan untuk indikator aroma tuak jake segar mendapatkan nilai *mean* 4,42 dengan interpretasi sangat baik, indikator aroma tuak jake tidak menyengat dengan nilai *mean* 4,12 dengan interpretasi baik. Untuk indikator warna tuak jake menarik mendapatkan nilai *mean* 4,52 dengan interpretasi sangat baik. Indikator kadar alkohol yang terkandung pada tuak jake mendapatkan nilai *mean* 4,11 dengan interpretasi baik, indikator harga tuak jake yang terjangkau mendapatkan nilai *mean* sebesar 4,31 dengan interpretasi sangat baik. Dan untuk indikator jumlah/volume tuak jake yang diperoleh sesuai dengan harganya memiliki nilai *mean* sebesar 4,19 dengan interpretasi baik, indikator tuak jake mudah didapatkan memperoleh nilai *mean* sebesar 4,39 dengan interpretasi sangat baik dan indikator terakhir yaitu tuak jake selalu tersedia dalam keadaan *fresh* memiliki nilai *mean* 4,25 dengan interpretasi sangat baik. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen terhadap kualitas minuman Tuak Jake yang mendapatkan nilai interpretasi sangat baik adalah pada indikator rasa manis Tuak Jake, aroma Tuak Jake segar, warna Tuak Jake menarik, harga Tuak Jake yang terjangkau, Tuak Jake mudah didapatkan karena banyak yang menjualnya serta Tuak Jake selalu tersedia dalam keadaan *fresh*. Untuk indikator dengan penilaian interpretasi baik adalah indikator rasa asam Tuak Jake, rasa sepat/tannin Tuak Jake, aroma Tuak Jake tidak menyengat, kadar alkohol yang terkandung pada Tuak Jake dan jumlah/volume Tuak Jake yang diperoleh sesuai harganya.

Kata Kunci : Minuman Alkohol, Kualitas Produk, Tuak Jake, Penilaian Konsumen.

PENGGUNAAN BAHAN PEMANIS BUATAN PADA ES CINCAU YANG DIJUAL DI PASAR PEMEDILAN DI KOTA DENPASAR BALI

Anak Agung Ketut Alit Pujawan

Program Studi Manajemen Tata Boga, Polteknik Pariwisata Bali

e-mail: aalitpujawan@ppb.ac.id

Extended Abstract

Industri pariwisata mengalami perkembangan yang pesat. Hal tersebut juga membawa perubahan pada dunia kuliner Indonesia khususnya makanan dan minum tradisional. Sebagian besar masyarakat cenderung menikmati makanan dan minuman modern yang meramaikan industri kuliner Indonesia, khususnya di Bali. Walaupun demikian, keberadaan makanan dan minuman tradisional Bali masih dapat dijumpai di tengah-tengah masyarakat, seperti di pasar tradisional dan warung-warung kecil. Es cincau merupakan salah satu minuman tradisional yang dapat ditemukan dengan mudah saat ini. Es cincau adalah minuman yang terbuat dari remasan daun dan diberi campuran santan dan gula merah sebagai pemanis. Minuman ini juga digemari oleh masyarakat Indonesia. Di Denpasar, es cincau dapat ditemui di pasar tradisional seperti di Pasar Pemedilan. Para pedagang es cincau di Pasar Pemedilan umumnya menggelar dagangannya dengan menggunakan meja-meja kecil di sekitar pasar. Variasi yang ditawarkan oleh setiap pedagang beraneka ragam. Mulai dari yang paling sederhana berupa campuran cincau yang sudah mengental, santan, dan gula merah atau gula pasir sebagai pemanis sampai dengan tambahan berupa pacar cina, dawet maupun kelapa muda. Salah satu campuran pada es cincau yang paling penting adalah gula sebagai pemberi rasa manis dan segar pada cincau. Secara umum, para pedagang memakai gula merah atau gula pasir pada es cincau. Namun, terdapat pedagang es cincau yang sengaja menggunakan bahan pemanis buatan dengan alasan-alasan tertentu. Penggunaan bahan pemanis buatan sebagai bahan tambahan pangan (BTP) yang disalahgunakan dapat merugikan konsumen dan mengakibatkan gangguan kesehatan. Tujuan dari penelitian ini adalah (1) es cincau sebagai salah satu minuman tradisional, (2) penggunaan pemanis buatan atau kimia dalam pembuatan es cincau. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi langsung selama proses pembuatan es cincau, dan wawancara dengan pedagang es cincau di Pasar Pemedilan, Denpasar dan dokumentasi. Hasil penelitian ini akan dipakai untuk mewujudkan sebuah buku tentang gastronomi kuliner, yaitu es cincau yang berada di kawasan Pasar Pemedilan, Denpasar. Buku ini sebagai wadah informasi sekaligus promosi kepada semua pihak yang terkait dengan industri kuliner dan masyarakat umum.

Kata Kunci : *es cincau, bahan pemanis buatan, Pasar Pemedilan*

POTENSI MEGIBUNG SEBAGAI ATRAKSI PARIWISATA DI KARANGASEM

I Nyoman Wiratnaya

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: wiratnaya@ppb.ac.id

Pariwisata seluruh dunia masih sedang lesu, namun kita tetap optimis pariwisata akan berangsur-angsur membaik perlu disiapkan kegiatan untuk wisatawan yang datang ke Bali. Harapan dari pariwisata adalah keterlibatan wisata mancanegara untuk terlibat langsung, melihat, melakukan, menikmati langsung dari hasil prosesnya. Bali yang memiliki Daya tarik dari Destinasi, obyek wisata juga kental dengan tradisi adat istiadat dan budaya. Adapun wisata kuliner merupakan daya tarik yang sangat beragam. Di Bali terkenal dengan masakan Bali yang memiliki ciri khas rasa tersendiri. Adapun diikuti dalam upacara adat, salah satu adalah budaya makan bersama yang terkenal di Kabupaten Karangasem yang disebut dengan *Megibung*. Dari proses penyiapan bahan, alat, proses pembuatan, memasak serta mempersiapkan, serta menikmati hidangan makanan yang disediakan yang dapat disebut dengan *gibungan*, hidangan yang disediakan berupa nasi, berbagai jenis lawar, sate, *komoh*, urutan yang dinikmati bersama dengan aturan tertentu yaitu 8 orang dan bisa juga 6 orang. Kegiatan tersebut dilakukan dengan duduk dilantai menikmati hidangan menggunakan tangan melingkar, dimana setiap *gibungan* dilayani oleh pelayan/peladen yang disebut pengantar. Tugasnya yaitu mempersiapkan *gibungan* di atas *nare*, mempersilakan menikmati makan, menambah makanan jika diperlukan sampai makanan habis. *Megibung*/makan bersama harus dinikmati dengan aturan, sopan santun, tata cara makan yang harus diikuti dengan tepat. Ada pun kegiatan tersebut sangat menarik untuk diteliti karena *megibung* memiliki potensi sebagai daya tarik pariwisata Kabupaten Karangasem. Metode pengambilan data menggunakan wawancara, yang diwawancarai yaitu Kepala Desa, bendesa Adat masyarakat PNS, Patuś dan lain-lain. Observasi yang dilakukan langsung pada saat kegiatan penelitian, selain itu *megibung* juga biasanya dilakukan pada kegiatan upacara pernikahan (upacara manusia yadnya), upacara *ngenteg linggih* (upacara dewa yadnya). Teknik analisis yaitu SWOT analisis, dari hasil penelitian bisa direkomendasikan bahwa *megibung* memiliki potensi sebagai daya tarik pariwisata di Kabupaten Karangasem. Dengan demikian abstraksi semoga bisa dijadikan rekomendasi untuk kegiatan wisata kuliner di Bali.

Kata Kunci : *tradisi megibung, SWOT analisis, pariwisata bali*

PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN RESTORAN PIZZA HUT DI KOTA DENPASAR: STUDI KASUS PADA GERAI PENJUALAN DI PINGGIR JALAN

I Nyoman Arcana

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali
e-mail: nyoman.arcana@yahoo.com

Dengan adanya pandemi Covid-19 ini, perusahaan harus memutar otak untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka kepada konsumen, sebagai strategi bertahan di tengah pandemi Covid-19 saat ini. Para pelaku bisnis harus segera mengubah strategi penjualan agar tidak terjadi penurunan penjualan yang signifikan saat diberlakukannya pembatasan sosial. Karena banyak orang mengurangi aktivitas di luar rumah, termasuk makan di restoran, maka masyarakat lebih memilih untuk pesan makanan secara *takeaway* atau melalui layanan pesan antar. Saat ini bermunculan restoran-restoran cepat saji yang menjajakan produknya di pinggir jalan-jalan yang strategis dan banyak dilalui masyarakat umum. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap niat beli pelanggan pada gerai restoran Pizza Hut di pinggir jalan di Kota Denpasar, dan untuk bisa mengetahui kinerja strategi membuka gerai di pinggir jalan terhadap niat beli pelanggan di Kota Denpasar, Bali. Penelitian ini menggunakan 18 (delapan belas) indikator penilaian yang hasilnya dikumpulkan dari 100 responden dan diuji menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil dari uji asumsi klasik pada penelitian ini diolah dengan bantuan *software* SPSS 24.0. Hasil uji statistik menunjukkan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap niat beli dengan nilai determinasi total sebesar 0,587. Artinya bahwa sebesar 58,7% variasi niat beli dipengaruhi oleh variabel bebas tersebut, sedangkan sisanya sebesar 41,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model. Penelitian ini menyimpulkan bahwa: 1) strategi bauran pemasaran dengan cara membuka *distribution channel* dan *personal selling* di pinggir jalan ini berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen; 2) Secara keseluruhan, rerata kinerja variabel bauran pemasaran pada gerai penjualan Pizza Hut di pinggir jalan adalah berkinerja baik. Penelitian ini menyarankan agar manajemen Pizza Hut di Kota Denpasar mempertahankan kebijakan membuka gerai penjualan di pinggir jalan untuk menarik niat beli konsumen dari kalangan warga lokal maupun wisatawan domestik yang berkunjung ke Bali.

Kata Kunci: *Pandemi Covid-19, Strategi Bauran Pemasaran, Minat Beli, Pizza Hut*

PELAKSANAAN *CLEANLINESS, HEALTH, SAFETY, AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY* (CHSE) DALAM RANGKA PENCEGAHAN DAN PENGENDALIAN COVID-19 DI WYNDHAM TAMANSARI JIVVA RESORT BALI

Ni Putu Eka Trisdayanti

Program Studi Manajemen Tata Boga, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: ekatrisdayanti@ppb.ac.id

Sektor pariwisata merupakan salah satu usaha yang sangat terkena dampak dari pandemi Covid-19. Untuk pencegahan dan pengendalian Covid-19, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyusun Panduan Pelaksanaan *Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE). Sertifikasi CHSE adalah proses pemberian sertifikat kepada Usaha Pariwisata, Destinasi Pariwisata, dan Produk Pariwisata lainnya untuk memberikan jaminan kepada wisatawan terhadap pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan. Peran masyarakat disini yaitu dapat membantu pemerintah dalam mengawasi/memantau/memonitoring pelaksanaan CHSE di usaha pariwisata yang telah tersertifikasi, dan dapat melaporkan pada laman *website* <https://chse.kememparekraf.go.id/>. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik dan penting untuk ikut serta melakukan pemantauan pelaksanaan CHSE di salah satu usaha pariwisata yaitu hotel, karena akibat Pandemi ini okupansi hotel di Bali turun hingga 80-90% dan bahkan terdapat hotel-hotel yang menutup usahanya. Informasi di *website* chse.kememparekraf.go.id menunjukkan, bahwa hotel di Klungkung yang telah tersertifikasi CHSE adalah sejumlah 7 usaha, dan 6 dari tempat usaha hotel tersebut berlokasi di Nusa Penida dan Nusa Lembongan, dan hanya 1 usaha yang berlokasi di Klungkung daratan yaitu Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali, tepatnya di Pantai Leping, Jl. Subak Leping No. 16, Takmung, Banjarangkan, Kab. Klungkung. Hal ini memperlihatkan, bahwa wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Klungkung wilayah daratan tidak perlu khawatir karena telah memiliki hotel yang tersertifikasi CHSE. Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali dikategorikan sebagai *resort* keluarga. Oleh karena itu, unsur-unsur CHSE harus diterapkan dengan ketat dan konsisten sesuai panduan CHSE, karena anak-anak dan para lanjut usia sangat rentan terinfeksi beragam penyakit khususnya yang saat ini masih menjadi pandemi dunia yaitu Covid-19. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merasa penting untuk melakukan pemantauan pelaksanaan CHSE di Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan CHSE di Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali. Metode penelitian ini yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dan wawancara pelaksanaan CHSE di Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali berpedoman pada Pedoman/Panduan Pelaksanaan kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Hotel edisi Juli 2020 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Peneliti mendokumentasikan hasil observasi, wawancara, dan file-file hotel mengenai pelaksanaan kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali. Teknik analisis data penelitian ini yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif. Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi peneliti susun secara sistematis, disajikan dalam bentuk narasi dan tabel, dan dianalisis

menggunakan Buku Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Hotel edisi Juli 2020 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Hasil penelitian ini adalah Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali merupakan resort cantik yang dikelilingi oleh pemandangan hijau ini berada di Pantai Lembang di sepanjang Laut Bali, telah mendapatkan sertifikasi CHSE Hotel dengan Nomor Sertifikat I Do Care IL.04.02/275/M-K/2020 yang berlaku sejak 7 November 2020 hingga 7 November 2021, dengan kategori penilaian Memuaskan. Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali telah melaksanakan panduan CHSE dengan baik, dibuktikan dari adanya SOP terkait Pencegahan Covid-19, tersedia tempat cuci tangan dan handsanitizer, pemantauan suhu tubuh, pemakaian APD seperti masker dan *handgloves*, pembersihan area/penyemprotan desinfektan, tanda khusus jaga jarak, penyediaan makanan tidak dengan system *buffet*. Namun, terdapat beberapa kekurangan yang belum sesuai standar panduan CHSE yaitu penggunaan APD (masker, *handgloves*) yang kurang konsisten diterapkan karena faktor ketidaknyamanan dan lingkungan hotel yang kurang terawat akibat efisiensi dalam segala bidang seperti tenaga kerja, listrik, dan air akibat pandemi Covid-19.

Kata Kunci: CHSE, Covid-19, Wyndham Tamansari Jivva Resort Bali

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS MEDIA KONVENSIONAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT PENGUNJUNG BALI BLUES FESTIVAL DI ITDC NUSA DUA BALI

I Nengah Wirata

Program Studi Manajemen Konvensi dan Perhelatan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: atastp@yahoo.co.id

Kementerian Pariwisata telah mempromosikan tujuh destinasi *event* yang meliputi Jakarta, Bali, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Medan, dan Lombok dalam ajang ITB Asia 2019 di Singapura. Upaya ini dilakukan karena *event* merupakan salah satu sektor industri pariwisata yang pemasukannya terbilang besar berdasarkan catatan data International Congress & Convention Association (ICCA). Pemilihan tujuh destinasi tersebut untuk mempertimbangkan program pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Prioritas. Ketua Tim Percepatan MICE Kementerian Pariwisata (Hosea Andreas Runkat) mengatakan, dari ketujuh destinasi tersebut baru dua daerah yang siap untuk penyelenggaraan *event* internasional yaitu Jakarta dan Bali. Bali memang pantas menjadi salah satu destinasi yang dinyatakan layak oleh Kementerian Pariwisata sebagai destinasi penyelenggaraan *event*. Hal tersebut dikarenakan Bali memiliki salah satu kawasan bernama The Nusa Dua yang kerap kali dijadikan tempat penyelenggaraan *event*. Berdasarkan penelitian dari Bowen dan Davis (2005:2) festival musik merupakan bagian integral dari budaya. Festival musik dapat menarik pengunjung dari berbagai macam kalangan serta kerap melibatkan banyak minat dan bakat dari banyak orang untuk tergabung dalam pementasan yang akan diselenggarakan. Menurut Higgins (2017:74) *Event* pariwisata merupakan strategi pemasaran yang dilakukan pemerintah untuk menarik perhatian wisatawan dan memperkenalkan destinasi wisata. Tolok ukur keberhasilan memasarkan *event* tergantung pada cara *event organizer* memasarkannya, salah satu diantaranya adalah peran media yang turut mempublikasikan segala sesuatu yang telah direncanakan oleh penyelenggara *event* (Evelina, 2007:104). Penggunaan *digital marketing* untuk pengembangan pariwisata harus didukung dengan dilaksanakannya berbagai kegiatan *event* yang dapat menarik pengunjung untuk datang menikmati berbagai atraksi budaya. Pengunjung yang puas dengan *event* yang disuguhkan akan berdampak untuk mempengaruhi orang lain. Promosi yang dilakukan oleh pihak ITDC Nusa Dua meliputi tiga media yaitu media sosial *online*, media massa, dan media promosi *offline* yang tentunya memerlukan jumlah anggaran yang tidak sedikit. ITDC Nusa Dua lebih memaksimalkan kegiatan promosi melalui *young influencer* dan juga *account buzzer* lokal pada *social media instagram*. Promosi melalui media massa konvensional dan media promosi *offline* dalam pelaksanaannya masih tergolong efisien. Beragam media promosi telah digunakan oleh pihak ITDC Nusa Dua guna mencapai satu target yang maksimal. Media konvensional dan media promosi *offline* yang digunakan diharapkan dapat membawa dampak yang lebih luas lagi dalam persebaran informasi terkait *event* yang akan diselenggarakan. Namun pada era ini, media komunikasi massa telah mengalami perkembangan yang cukup signifikan yang dipengaruhi oleh adanya media sosial yang mampu menghubungkan hampir setiap individu di seluruh dunia. Banyak orang yang beranggapan bahwa status media konvensional sebagai media publikasi pada masa ini sudah mulai terancam karena munculnya media digital atau dapat dibilang sebagai media *new media*. Sejauh ini, penggunaan media konvensional masih sangat efektif karena hampir semua kalangan umur masih menonton televisi, mendengarkan radio, membaca majalah/surat kabar, dan memperhatikan iklan yang ada disepanjang jalan utama di Indonesia. Ada banyak pandangan mengenai keefektifan

penggunaan jenis media komunikasi massa (konvensional dan digital). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui perbandingan efektivitas media konvensional dan *digital marketing* terhadap minat pengunjung Bali Blues Festival Nusa Dua Bali. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan secara kuantitatif dengan pengambilan sampel sebanyak 100 orang dan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis data yang digunakan dengan analisa regresi linier sederhana menggunakan program SPSS. Versi 23.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontribusi yang disumbangkan oleh media konvensional dalam menarik minat pengunjung Bali Blues Festival Nusa Dua adalah sebesar 23% artinya variabel ini memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menarik minat pengunjung. Media *digital marketing* juga memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menarik minat pengunjung disumbangkan sebesar 37% terhadap minat pengunjung Bali Blues Festival Nusa Dua. Dapat disimpulkan bahwa media *digital marketing* memiliki tingkat efektivitas yang lebih tinggi daripada media konvensional dengan perbedaan persentase kontribusi dalam menarik minat pengunjung Bali Blues Festival Nusa Dua Bali sebesar 14%.

Kata Kunci: *efektivitas, media konvensional, digital marketing, minat pengunjung*

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP RESTORAN ATMOSFER SEBAGAI SALAH SATU FAKTOR PENENTU KEPUTUSAN PEMBELIAN

Ni Kadek Eni Juniari

Program Studi Manajemen Tata Hidangan , Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: enijuniari@ppb.ac.id

Banyak tempat makan yang menawarkan berbagai keunikan, baik dari segi makanan, pelayanan maupun konsep yang berbeda dari tempat lainnya menyebabkan semakin banyaknya pilihan konsumen dalam menentukan tempat untuk menikmati makanan dan minuman. Saat ini terjadi pergeseran tujuan orang-orang untuk datang ke restoran. Konsumen tidak hanya datang untuk menikmati makanan dan minuman, akan tetapi juga mencari pengalaman yang berbeda. Hal ini disebabkan karena pola hidup masyarakat yang menjadikan mengunjungi restoran atau tempat makan sebagai sebuah gaya hidup. Fenomena gaya hidup masyarakat tersebut menuntut para pengusaha restoran untuk berpikir kreatif agar dapat menarik konsumen, salah satunya dengan menciptakan suasana restoran yang berbeda atau yang lebih dikenal dengan istilah *instagramable*. Warung Bubble yang terletak di Desa Luwus, Tabanan mencoba menawarkan suatu konsep berbeda kepada para konsumen sehingga diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berkesan kepada konsumen yang datang. Konsep yang ditawarkan adalah membuat *design* tempat makan yang berbeda sesuai dengan namanya yaitu "*bubble*". Semua konsumen diajak untuk merasakan pengalaman menikmati makanan dan minuman di dalam sebuah "*bubble*". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap restoran atmosfer sebagai salah satu faktor penentu keputusan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penyusunan penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif sederhana, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa *Insidental Sampling*. Variabel dalam penelitian ini mencakup *instore atmosphere* yang terdiri dari 8 indikator yaitu, tata letak meja kursi tamu, tata letak kasir, tata lampu, temperature ruangan, suara, bau, tekstur bahan, desain interior dan *outstore atmosphere* yang terdiri dari 5 indikator yaitu tata letak parkir, papan nama, lokasi, tampilan fisik bangunan dan desain eksterior. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diketahui bahwa persepsi konsumen terhadap restoran atmosfer sangat baik dimana rata rata konsumen memberikan penilaian yang sangat baik atau sangat setuju terhadap semua indikator dari restoran atmosfer. Dimana indikator tampilan fisik bangunan di Warung Bubble mendapatkan nilai paling tinggi yaitu sebesar 4,93, hal ini sesuai dengan hasil observasi dan wawancara dengan pengelola maupun dengan konsumen bahwa tampilan fisik bangunan yang unik dan menarik seperti bentuk balon atau *bubble* merupakan hal yang menarik bagi konsumen sehingga banyak konsumen yang mengambil gambar *bubble* sebagai latar foto mereka saat datang ke Warung Bubble. Sedangkan indikator temperatur ruangan mendapatkan penilaian paling rendah yaitu sebesar 4.07, hal ini dikarenakan sesuai hasil observasi dan wawancara dengan konsumen, dimana suhu atau temperatur di dalam *bubble* khususnya pada saat siang hari sangatlah panas walaupun sudah dilengkapi dengan *AC portable* sehingga menyebabkan banyak konsumen untuk tidak menyarankan datang pada siang hari, berbeda dengan kondisi pada saat malam hari yang sangat sejuk. Hal ini menyebabkan penilaian untuk temperatur ruangan menjadi rendah. Berdasarkan hasil kuesioner juga dapat diketahui bahwa 99 % konsumen menyatakan bahwa restoran atmosfer

merupakan salah satu faktor yang menyebabkan konsumen melakukan pembelian di sebuah tempat makan. Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya dapat diketahui bahwa 99% konsumen menyatakan bahwa restoran atmosfer merupakan salah satu faktor yang menyebabkan konsumen melakukan pembelian di sebuah tempat makan. Selain itu, diketahui bahwa persepsi konsumen terhadap restoran atmosfer sangat baik dimana rata rata konsumen memberikan penilaian yang sangat baik atau sangat setuju terhadap semua indikator dari restoran atmosfer. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak pengelola restoran untuk meningkatkan kualitas dari fasilitas yang ditawarkan sehingga mampu menjadi daya tarik bagi konsumen.

Kata Kunci : Persepsi, Restoran Atmosfer, Keputusan Pembelian

PADANAN MAKNA FRASE NOMINA BAHASA INGGRIS KE BAHASA INDONESIA PADA DAFTAR MANU DARI BEBERAPA KAFE DI KABUPATEN BADUNG

Ni Wayan Pastini

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: pastini@ppb.ac.id

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Visi Misi Poltekpar Bali yaitu Menjadi Perguruan Tinggi dibidang Pariwisata Berstandar Internasional, Unggul dan Berkepribadian Indonesia, Kata Internasional ini mengandung makna yang sesuai dengan Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah: Menyangkut Bangsa atau Negeri seluruh dunia; antarbangsa. Dalam pergaulan atau berinteraksi dengan negara-negara lain maka sangat dibutuhkan Bahasa dunia yaitu Bahasa Inggris. Di daerah Kawasan wisata tentu dikunjungi oleh wisatawan manca negara yang menggunakan Bahasa Inggris khususnya di Kawasan wisata daerah Kabupaten Badung antara lain di kecamatan Kuta , Kuta Utara, Kuta Selatan dimana daerah ini terdapat banyak kafe-kafe atau restoran yang daftar menunya menggunakan Bahasa Inggris oleh sebab itu maka para pramusaji sangat dituntut mampu berbahasa Inggris dan bisa menerjemahkan atau memaknai frase-frase Bahasa Inggris dalam daftar menu ke dalam Bahasa Indonesia dengan demikian para pramusaji akan sangat dimudahkan menjelaskan menu atau makanan yang tersedia di restoran tempat mereka bekerja dengan baik dan benar. Baik menggunakan Bahasa Inggris maupun Bahasa Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menguatkan pemahaman para pramusaji tentang frase Bahasa Inggris yang dipadankan ke dalam Bahasa Indonesia dan juga meningkatkan kemampuan para pramusaji di dalam menjelaskan makanan dan minuman yang disajikan di restoran atau kafe tempat mereka bekerja. Di samping itu penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi dalam pembelajaran Bahasa Inggris tentang cara memaknai frase Bahasa Inggris ke dalam Bahasa Indonesia. Penelitian ini dilakukan di beberapa kafe di Kawasan pariwisata Kabupaten Badung di beberapa Kecamatan antara lain Kecamatan Kuta, Kecamatan Kuta Utara, Kecamatan Kuta Selatan seperti kafe Kopi Zeen, 25PM, Dulang kafe, Kopita Bali dan Stadium kafe. Teknik penarikan *sample* diambil dari daftar menu pada beberapa kafe yang menggunakan data kualitatif dimana data ini digunakan dalam penelitian dalam bentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka, data ini didapatkan dengan teknik analisis dokumen dan dalam bentuk gambar pada daftar menu yang menggunakan frase nominal. Sedangkan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya di beberapa kafe di daerah Badung. Dalam penelitian ini juga menggunakan instrumen menggandakan dokumen dan juga mengunduh data dari internet yang dalam bentuk daftar menu dari beberapa kafe di daerah Kabupaten Badung. Analisis data kualitatif digunakan dalam penelitian ini untuk mendefinisikan sebagai upaya memahami jalan bekerjanya data dengan mengelompokkan, memilah ke dalam satuan frase Bahasa Inggris yang mengacu ke teori Longman (A Grammar of Contemporary English (1972:123-187) dimana frase Bahasa Inggris ada lima pola dalam pembentukan frase Bahasa Inggris antara lain:1) *Noun+noun*, 2) *Noun+of+Noun*, 3) *Determiner+Adverb+Adjective+Noun*. 4) *V-Ing+Noun (As Participle)*, 5) *V3+Noun (As Participle)*. Dari kelima komponen tersebut yang paling banyak ditemukan frase Bahasa Inggris *Noun+Noun* yang dipadankan maknanya ke dalam Bahasa Indonesia dengan mengacu ke hukum D+M) diterangkan Menerangkan dari hukum Bahasa Inggris Menerangkan Diterangkan (M+D). Dari daftar menu beberapa kafe untuk pola

Noun+of+Noun hanya ditemukan dua frase, sedangkan pola-pola yang lain ditemukan standar tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, Dari analisis data yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa Frase Bahasa Inggris yang menggunakan pola *Noun+noun* tidak semua padanannya berbentuk *Noun+noun* contohnya: *beef burger* yang bisa dipadankan menjadi *berger sapi* atau burger yang dibuat dari daging sapi, begitu juga frase *beef berger* dipadankan berger sapi. Kata *burger* tetap diterjemahkan dengan kata yang sama.

Kata Kunci : *Kafe, Menu, Frase*

RESILIENSI EKONOMI MASYARAKAT DESA WISATA PENGLIPURAN DI TENGAH PANDEMI *COVID-19*

Ida Bagus Putra Negarayana

Program Studi Manajemen Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata Bali

negarayana@ppb.ac.id

Desa Wisata Penglipuran sangat merasakan dampak buruk pandemi Covid-19 terhadap kegiatan pariwisatanya. Sebelum adanya pandemi, pesatnya kegiatan pariwisata di Desa Wisata Penglipuran membuat masyarakat desa banyak yang bergantung pada sektor pariwisata. Namun karena pandemi yang berkepanjangan menjadikan banyak masyarakat harus beralih profesi untuk dapat menyambung hidup dan perekonomian menjadi tidak dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resiliensi ekonomi masyarakat lokal Desa Wisata Penglipuran di tengah pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif (Mix Method). Dari penelitian didapatkan bahwa kondisi Perekonomian Masyarakat Desa Wisata Penglipuran mengalami penurunan di Tengah Pandemi Covid-19, hal ini dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu menurunnya kegiatan pariwisata yang ada di desa akibat pembatasan aktivitas dan kebijakan pemerintah, sumber mata pencaharian yang berubah semakin buruk dan penurunan pendapatan serta pengeluaran masyarakat. Resiliensi Ekonomi Masyarakat Desa Wisata Penglipuran dilakukan pada kegiatan pariwisata dengan penerapan protokol kesehatan CHSE, promosi desa, dan penataan desa melalui perbaikan serta penambahan fasilitas sarana dan prasarana penunjang. Upaya resiliensi sumber mata pencaharian dilakukan digitalisasi produk dengan promosi online, serta adanya jasa layanan pengiriman yang menguntungkan pembeli, peran pemerintah dalam resiliensi yaitu memberikan bantuan langsung tunai kepada masyarakat.

Kata Kunci: *Desa Wisata, Resiliensi, Pandemic Covid-19*

MOTIVASI MASYARAKAT BALI UNTUK BEKERJA DI JEPANG

I Gusti Ayu Niken Launingtia

Program Studi Manajemen Divisi Kamar , Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: niken13stpn@gmail.com

Saat bekerja atau melakukan sesuatu hal agar lebih bersemangat maka harus memiliki suatu motivasi, namun meningkatkan motivasi itu yang sedikit susah bagi beberapa orang. Motivasi adalah sebuah dorongan, hasrat atau pun minat yang begitu besar di dalam diri, untuk mencapai suatu keinginan, cita-cita dan tujuan tertentu. Adanya motivasi akan membuat individu berusaha sekuat tenaga untuk mencapai yang diinginkannya. Seseorang yang memiliki motivasi tinggi akan memberikan dampak yang baik bagi kehidupannya. Motivasi ini bisa tumbuh dari internal (dalam diri sendiri) atau bisa eksternal (lingkungan). Masyarakat Bali belum banyak yang berminat untuk bekerja di luar negeri terutama di Jepang, karena masyarakat dahulu masih awam dan belum paham tentang informasi kerja di luar negeri dan juga biaya pemberangkatan ke Jepang untuk bekerja tidak sedikit, namun pada jaman sekarang masyarakat Bali yang berniat kerja di Jepang mengalami peningkatan. dalam bidang akomodasi atau dalam perhotelan masih sedikit dibandingkan pekerja di bidang lainnya. Saat melakukan wawancara kepada masyarakat Bali terutama yang bekerja di perhotelan, ketakutan yang dialami tidak memilih bekerja di Jepang dalam bagian perhotelan, bahasa yang mereka dapatkan dari masing-masing kampus masih belum menjurus ke dalam pariwisata, jadi banyak pekerja bagian perhotelan di Jepang mengalami kesulitan saat komunikasi dengan tamu menyangkut perhotelan. Mereka juga tidak mendapatkan motivasi untuk bekerja di bidang perhotelan di Jepang, karena belum pernah mengetahui bagaimana bahasa dan prosedur kerja di Jepang, jadi membuat masyarakat Bali takut bekerja di Jepang terutama pada bidang akomodasi atau perhotelan. Berdasarkan permasalahan yang sudah dipaparkan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang "Motivasi Masyarakat Bali untuk bekerja di Jepang" dengan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui motivasi masyarakat Bali untuk bekerja di Jepang. Menurut Hasibuan (1978; 2007) terdapat jenis-jenis motivasi, yaitu Motivasi positif (Insentif positif) adalah Motivasi ini merupakan suatu motivasi yang mendorong seseorang dengan memberikan beberapa hadiah yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi seseorang menjadi lebih baik. Dan Motivasi negatif (insentif *negative*) adalah Motivasi ini terjadi dengan unsur paksaan. Jadi, motivasi ini dilakukan dengan cara memberikan suatu hukuman kepada orang lain atau diri sendiri jika melakukan prestasinya kurang atau menurun. Dalam kata lain meningkatkan prestasi karena merasa takut akan hukuman yang akan diterima. Penelitian ini dilakukan di beberapa LPK (Lembaga Pendidikan Kerja) Bali yang terdapat di daerah Bangli, Tabanan, Gianyar. Jenis data yang digunakan dalam analisis ini, yaitu jenis data primer adalah masyarakat Bali yang mengikuti program kerja ke Jepang di LPK yang ada di Bali dengan cara melakukan wawancara, observasi dan kuesioner dan jenis data sekunder adalah pimpinan LPK yang terdapat di Bali dengan cara melakukan wawancara dan mencocokkan data jumlah yang bekerja di Jepang agar data yang didapatkan lebih akurat lagi. Metode dan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode observasi mewawancarai pimpinan LPK, metode wawancara yaitu dengan cara mewawancarai murid LPK secara langsung dan metode kuesioner yaitu menyebarkan ke siswa LPK. Dari persentase jumlah hasil keseluruhan dari 17 pertanyaan rata-rata sebesar 3.38 sesuai dengan rubrik bahwa menjelaskan bahwa responden menjawab sebagian besar kategori "setuju". Hasil wawancara yang dilakukan secara langsung

bahwa dari awal mereka masuk ke LPK untuk mengikuti pelatihan kerja ke Jepang, mereka belum ada motivasi yang kuat dan masih banyak juga yang mengikuti pelatihan tersebut karena paksaan atau karena adanya tekanan dari luar. Setelah mengikuti beberapa hari pelatihan di LPK Ubud, Tabanan dan Bangli motivasi yang mereka dapatkan dari dalam diri sendiri semakin kuat. Mengikuti pelatihan bahasa Jepang tidak boleh karena paksaan dari luar tetapi harus muncul motivasi dari diri sendiri, karena jika tekanan dari orang lain maka tidak akan bertahan lama untuk mengikuti suatu pelatihan untuk kerja ke Jepang karena sebelum kerja ke Jepang ujian yang akan dilakukan sangat berat. Dapat disimpulkan dari hasil analisis terkait "Motivasi Masyarakat Bali untuk Bekerja di Jepang" adalah semakin menambah motivasi dalam dirinya masing-masing walaupun sebelum mengetahui atau memutuskan untuk mengikuti pelatihan bekerja di Jepang, akan tetapi dengan kesabaran hati mengikuti pelatihan-pelatihan yang diberikan di LPK (Lembaga Pelatihan Kerja) di daerah Bangli, Ubud dan Tabanan maka masyarakat tersebut menjadi lebih bersemangat untuk bekerja di Jepang tanpa paksaan dari orang luar baik keluarga maupun temannya. Motivasi masyarakat Bali untuk kerja di Jepang terlihat sangat meningkat dari perubahan perlahan-lahan saat mengisi kuesioner dan saat diwawancarai secara lebih mendalam lagi tentang hal yang terkait kuesioner yang telah dilengkapi

Kata Kunci : Motivasi, Masyarakat Bali, Bekerja di Jepang

PREFERENSI WISATAWAN NUSANTARA GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH PRODUK WISATA DI BALI SAAT PANDEMI COVID-19

Dewa Ayu Nyoman Aridayanti

Program Studi Manajemen Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: rid@ppb.ac.id

Preferensi merupakan kecenderungan seseorang dalam memilih sesuatu yang dalam penelitian ini memilih produk wisata. Keputusan wisatawan dalam merencanakan wisata pada masa pandemi Covid 19 tentunya dipengaruhi oleh berbagai kondisi pada masa ini. Wisatawan milenial nusantara merupakan pasar yang tepat untuk keberlanjutan pariwisata Bali saat Pandemi Covid 19. Generasi milenial mendorong perubahan besar dalam industri perjalanan. Generasi milenial berada pada rentang usia produktif yang akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Pada masa pandemi seperti saat sekarang, industri pariwisata dan perekonomian harus tetap berjalan khususnya di Bali. Dengan menasar pasar wisatawan milenial nusantara diharapkan pariwisata Bali dapat pulih kembali dikarenakan oleh wisatawan milenial nusantara berpeluang bebas melakukan perjalanan domestik serta sangat berperan dalam mempromosikan pariwisata Bali melalui berbagai *platform* digital. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi wisatawan nusantara generasi milenial dalam memilih produk wisata di Bali saat pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana 97 orang wisatawan nusantara generasi milenial dipilih sebagai responden dengan kriteria wisatawan nusantara yang berwisata ke Bali saat Pandemi Covid-19 dan lahir di tahun 1982-2000 atau pada saat ini berada pada rentang usia 21-39 tahun yang mengacu pada pengertian generasi milenial menurut *United States Census Bureau (2015)*. Adapun lokasi pengambilan sampel adalah Kawasan Canggu, Kuta, Seminyak, Ubud, Tanah Lot, dan Penglipuran. Penelitian ini menggunakan 5 (lima) variabel produk wisata yaitu: atraksi wisata, akomodasi, penyedia F&B, transportasi dan informasi. Berdasarkan profil responden, wisatawan nusantara generasi milenial yang berkunjung ke Bali saat pandemi Covid-19 didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Pulau Jawa dengan tujuan berlibur bersama teman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari variabel atraksi, responden menyatakan lebih memilih atraksi wisata alam dibandingkan atraksi budaya dan buatan. Wisata berbasis alam menjadi tujuan paling populer untuk perjalanan selama masa adaptasi kebiasaan baru di tengah pandemi Covid-19. Wisata alam memiliki konsep mengutamakan kualitas perjalanan wisata dengan memanfaatkan alam sebagai sarana untuk menjaga kesehatan dan pemulihan. Berdasarkan hasil penelitian, wisata alam yang sifatnya memanfaatkan pengalaman berpetualang di ruang terbuka (*outdoor experience*) menjadi yang paling mungkin untuk dikembangkan saat ini. Wisata alam menjadi pilihan berwisata di masa adaptasi kebiasaan baru dengan area terbuka serta menawarkan kesegaran udara, ketenangan, dan keasrian alam. Sedangkan 24% lainnya memilih atraksi budaya dan sisanya memilih atraksi buatan. Sebanyak 97% responden menyatakan lebih memilih akomodasi komersil untuk bermalam dibandingkan dengan menginap di rumah kolega/keluarga. Adapun akomodasi komersil yang dimaksud adalah *hotel, villa, bungalow, hostel, cottage*, dan lain-lain. Sebagian besar responden memilih untuk menginap di villa saat pandemi seperti sekarang ini. Adapun hal yang dipertimbangkan adalah suasana yang nyaman, tidak terlalu banyak orang dan mempunyai suasana alam yang indah. Responden menyatakan bahwa mereka berkunjung ke Bali ingin lebih

banyak menghabiskan waktu bersama orang terdekat dengan tidak melakukan banyak aktivitas dengan menikmati suasana tempat menginap. Saat ini trend pariwisata juga telah berubah seperti liburan tanpa banyak bersentuhan dengan orang lain agar tetap aman yaitu *staycation*. Sedangkan untuk restoran pada penelitian ini diklasifikasikan menjadi 3 (tiga) yaitu formal, informal dan *specialicity*. Berdasarkan hasil penelitian, responden memilih untuk minum dan makan di restoran dengan kategori informal yaitu sebesar 89% dari keseluruhan responden. Informal dalam hal ini adalah restoran yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi pelanggan yang berganti. Contohnya adalah *café, fast food restaurant, coffee shop, family restaurant, snack bar*, dan lain-lain. Sedangkan 6% memilih *specialicity restaurant*, sedangkan 5% lainnya memilih formal *restaurant*. Pariwisata sangat erat kaitannya dengan transportasi, dimana transportasi berfungsi sebagai sarana untuk menuju ke daya tarik wisata. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa 100% responden memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi selama berkunjung di Bali. Kendaraan pribadi dalam hal ini adalah kendaraan milik pribadi maupun kendaraan yang disewa selama berkunjung. Dengan begitu akan mengurangi kontak dengan orang lain dalam ruangan yang sempit. Sebagian besar memilih menggunakan mobil untuk perjalanan di Bali saat Pandemi seperti ini karena tidak ada kemacetan seperti sebelum Pandemi. Namun masih ada juga yang lebih memilih menggunakan sepeda motor untuk lebih mudah menuju daya tarik wisata yang diinginkan. Informasi merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh wisatawan sebelum maupun saat berkunjung ke destinasi pariwisata. 100% reponden wisatawan generasi milenial memilih untuk mencari informasi tentang Bali melalui media *online*. Sejak adanya Pandemi Covid-19 banyak kegiatan yang berdampak dan beralih ke kegiatan secara *online*. Dengan begitu wisatawan juga mempunyai banyak waktu untuk mengakses internet. Memanfaatkan informasi yang ada melalui media *online*, wisatawan sangat mudah menemukan informasi yang dibutuhkan terkait destinasi khususnya Bali.

Kata Kunci : *Preferensi, Wisatawan Milenial, Produk Wisata, Pandemi, Bali.*

PERILAKU KEUANGAN WIRAUSAHA PADA INDUSTRI PARIWISATA: STUDI KOMPARATIF GENERASI X, Y DAN Z

Ni Made Sri Rukmiyati

Program Studi Manajemen Akuntansi Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: srirukmiyati@ppb.ac.id

Sekelompok individu pada generasi yang sama memiliki kesamaan dalam budaya, politik, ekonomi, peristiwa dunia, bencana alam dan teknologi, sehingga membentuk pandangan, nilai, pilihan, dan kepercayaan yang sama. Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi. Generasi Y cenderung bergantung kepada teknologi (*tech-savvy*) karena terlahir di era globalisasi serta bergantung pada gadget dan internet sehingga cenderung memiliki sifat konsumtif untuk membeli paket internet bahkan membeli gadget keluaran terbaru. Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*). *Theory of Planned Behavior* menjelaskan tentang perilaku manusia dan disusun menggunakan asumsi dasar bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Perbedaan informasi pada setiap generasi dapat mempengaruhi perbedaan perilaku individu termasuk perilaku keuangan. Perilaku keuangan adalah kemampuan seseorang yang secara mendasar dapat mengatur dana keuangan sehari-hari secara efektif. Perilaku keuangan dibangun oleh berbagai asumsi dan gagasan perilaku ekonomi, keterlibatan emosional, sifat, suka dan berbagai hal yang melekat pada diri manusia karena interaksi intelektual dan makhluk sosial mendasari munculnya keputusan untuk melakukan suatu tindakan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan perilaku keuangan antara generasi X, Y dan Z. Responden dalam penelitian ini adalah wirausaha pada bidang pariwisata dengan jumlah responden sebanyak 125 orang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji perbedaan perilaku keuangan dengan latar belakang perbedaan generasi. Adapun perbedaan generasi ini dikelompokkan menjadi 3 yaitu: a) Kelompok responden dari generasi Z dengan rentangan usia 11 – 26 tahun; b) Kelompok responden dari generasi Y dengan rentangan usia 27 – 40 tahun ; c) Kelompok responden dari generasi X dengan rentangan usia 41 – 56 tahun. Penelitian ini menggunakan Uji Kruskal-Wallis untuk menguji perbedaan perilaku keuangan. Responden generasi Z sebesar 24% dari total data yaitu sebanyak 30 responden, sedangkan yang generasi Y sebesar 44% dari total data yaitu sebanyak 55 responden dan generasi X sebesar 32% dari total data yaitu sebanyak 40 responden. Sebelum dilakukan uji analisis data, maka sebelumnya dilakukan uji normalitas dan homogenitas. Untuk menguji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan Uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji asumsi Normalitas dan Homogenitas tidak memenuhi persyaratan untuk melakukan uji One Way Anova sehingga uji analisis akan dilanjutkan dengan uji statistik nonparametrik. Uji yang digunakan adalah Uji Kruskal-Wallis. Berdasarkan Hasil uji Kruskal-Wallis disimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengelolaan keuangan antar Generasi X, Y dan Z dengan nilai Chi-Square sebesar 12.579 dengan Asymp. Sig. sebesar $0,002 < \alpha (0,05)$ sehingga dengan kata lain Hipotesis 1 diterima. Perbedaan yang signifikan antar rata-rata perilaku keuangan masing-masing generasi ditunjukkan pada hasil uji dimana generasi X memiliki rata-rata 38,49, generasi Y memiliki rata-rata 63,01 sedangkan generasi Z memiliki rata-rata 57,50. Perbedaan perilaku keuangan pada setiap generasi dapat dipengaruhi oleh perbedaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian – kejadian dalam kehidupan kelompok generasi

yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Perbedaan tersebut akan menimbulkan juga perbedaan informasi pada setiap generasi. Hal ini sesuai *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa manusia berperilaku dengan cara yang sadar dan mempertimbangkan segala informasi yang tersedia. Hasil penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan dan hendaknya keterbatasan ini dapat lebih diperhatikan untuk penelitian-penelitian berikutnya. Keterbatasan ini adalah jumlah responden yang masih sedikit yaitu 125 responden dibandingkan dengan populasi wirausaha di bidang pariwisata. Sehingga disarankan untuk penelitian berikutnya untuk meningkatkan jumlah responden. Penelitian ini bertujuan melihat perbedaan perilaku keuangan antar generasi, tetapi tidak melihat faktor – faktor apa yang mungkin menyebabkan adanya perbedaan perilaku tersebut. Sehingga disarankan pada penelitian berikutnya untuk menggali secara mendalam faktor – faktor penyebabnya, sehingga dapat memberikan sumbangan pemikiran yang lebih komprehensif bagi pemangku kepentingan di bidang keuangan. Penelitian selanjutnya juga dapat menguji faktor – faktor apa saja selain perbedaan generasi yang mungkin mempengaruhi perbedaan perilaku keuangan. Faktor – faktor lain yang dapat diuji antara lain, perbedaan gender, gaya hidup, tingkat pendidikan, status perkawinan dan faktor – faktor lainnya.

Kata Kunci : *Perilaku Keuangan, Generasi X, Generasi Y, Generasi Z*

SISTEM AKUNTANSI DAN PENERAPAN AKUNTANSI KEUANGAN PADA HOMESTAY DI DESA WISATA SAYAN KECAMATAN UBUD

Ni Luh Riska Yusmarisa

Program Studi Manajemen Akuntansi Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: niluhriska@ppb.ac.id

Perkembangan teknologi menuntut adanya kecepatan akses informasi. Hal ini juga mendorong digunakannya teknologi untuk menghasilkan informasi bidang keuangan suatu perusahaan. Berdasarkan data Disparda Provinsi Bali Tahun 2019 terdapat 80 *Homestay* di Desa Sayan. Informasi yang bersumber dari Kepala Desa Sayan, Ubud, Kabupaten Gianyar dan Pokdarwis bahwa *homestay* yang dikelola dan dimiliki masyarakat Desa Sayan sedang dalam tahap merintis. Objek penelitian ini adalah sistem akuntansi dan penerapan akuntansi keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada *homestay* di Desa Wisata Sayan Kecamatan Ubud. *Homestay* di Desa Wisata Sayan sedang berkembang sehingga untuk mencapai pariwisata berkelanjutan, salah satunya pada bidang ekonomi memerlukan praktik akuntansi keuangan yang sesuai standar. Standar Akuntansi Keuangan yang digunakan untuk *homestay* yang merupakan salah satu UMKM adalah Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP). Maka berdasarkan hal tersebut, perlu dilakukan penelitian mengenai sistem akuntansi dan penerapan akuntansi keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada *homestay* di Desa Wisata Sayan Kecamatan Ubud, Kabupaten Gianyar, Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem akuntansi dan penerapan akuntansi keuangan berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik (SAK ETAP) pada *homestay* di Desa Wisata Sayan Kecamatan Ubud. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis secara detail. Sugiyono (2016:9) mengatakan bahwa peneliti merupakan instrumen kunci dalam penelitian kualitatif dan merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan tertulis secara terstruktur kepada responden penelitian berkaitan dengan tanggapannya terhadap objek dalam penelitian disebut dengan kuesioner. Wawancara, yaitu pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara mendalam kepada responden untuk memperoleh data yang terkait dengan penjelasan lebih lanjut dari jawaban dalam kuesioner. Laporan Keuangan *Homestay* di Desa Wisata Sayan menggunakan sistem manual dalam menjalankan sistem akuntansinya. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia dalam bidang akuntansi menjadi penyebab utama digunakannya sistem manual. Sistem akuntansi dan penerapan akuntansi keuangan dilakukan secara manual dan belum dapat menghasilkan informasi keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi. Informasi yang dihasilkan belum dapat memenuhi kebutuhan pengguna keuangan termasuk pemilik usaha maupun manajemen atau pengelola *homestay*. Informasi yang dihasilkan tidak sesuai dengan waktu atau periode yang diperlukan dan belum menyajikan informasi pendapatan, biaya, aktiva, utang, serta modal. Berdasarkan hal tersebut maka *homestay* di Desa Wisata Sayan belum menyajikan laporan keuangan utama yaitu laporan laba rugi dan neraca. Sistem akuntansi yang diterapkan *homestay* di Desa Wisata Sayan hanya berdasarkan pemahaman yang dimiliki oleh pemilik dan manajemen *homestay* serta belum disusun

secara tertulis dalam bentuk bagan aliran dokumen (*flowchart*). Sistem akuntansi manual yang belum disusun secara tertulis sehingga tidak dapat menggambarkan mengenai prosedur maupun sistem yang dijalankan. Kemampuan sumber daya manusia, sistem akuntansi, dan pencatatan yang sesuai standar menentukan kualitas informasi yang dihasilkan dan mengurangi risiko kesalahan dalam penyajian laporan keuangan. Pencatatan yang dilakukan oleh *homestay* di Desa Wisata Sayan dalam tahap siklus akuntansi, secara keseluruhan hanya memberikan informasi mengenai penerimaan dan pengeluaran kas serta rekapitulasi pendapatan dan biaya. Selain hal tersebut, laporan keuangan juga tidak dihasilkan berdasarkan periode akuntansi. Berdasarkan hal tersebut maka laporan keuangan yang digunakan sebagai informasi dalam pengambilan keputusan dan sebagai pertanggungjawaban manajemen terhadap sumber daya yang dikelola belum sesuai SAK ETAP. *Homestay* di Desa Wisata Sayan belum menyusun laporan keuangan sesuai SAK ETAP dan laporan keuangan tidak sesuai dengan periode akuntansi. Sistem akuntansi pada *homestay* di Desa Wisata Sayan Kecamatan Ubud belum terdiri dari formulir, jurnal, buku besar, buku pembantu, sampai dengan laporan keuangan. Keterbatasan kemampuan sumber daya manusia menjadi penyebab utama *homestay* di Desa Wisata Sayan menggunakan sistem manual. Sistem akuntansi dan penerapan akuntansi keuangan dilakukan secara manual dan belum dapat menghasilkan informasi keuangan yang sesuai dengan SAK ETAP. Pencatatan yang dilakukan pada *homestay* di Desa Wisata Sayan sudah termasuk dalam siklus akuntansi namun belum merupakan laporan keuangan karena belum merupakan hasil akhir dari siklus akuntansi. Berdasarkan hal tersebut maka penerapan akuntansi keuangan pada *homestay* di Desa Wisata Sayan Kecamatan Ubud belum dilaksanakan sesuai dengan SAK ETAP.

Kata Kunci : *sistem akuntansi, penerapan sistem akuntansi keuangan, dan desa wisata*

LANSKAP LINGUISTIK DI KAWASAN WISATA NUSA DUA BALI

Ni Kade Juli Rastitiati

Program Studi Bisnis Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: julirastiti@gmail.com

Kawasan wisata Nusa Dua, Bali telah termasyur di kalangan wisatawan baik domestik maupun mancanegara dalam 4 (empat) dekade terakhir. Pada kawasan ini terdapat sejumlah atraksi wisata, baik atraksi alam maupun buatan. Atraksi-atraksi tersebut ditunjang dengan pelbagai fasilitas, seperti hotel, vila, restoran, spa, toko cendera mata, rumah sakit, dan tempat parkir. Sebagai kawasan publik yang dikunjungi wisatawan, ITDC (Indonesia Tourism Development Corporation) selaku pengelola tentunya menyediakan berbagai informasi terkait atraksi dan fasilitas yang diperlukan oleh para wisatawan. Informasi dengan bahasa ragam tulis pada papan nama atau baliho dapat berupa nama gedung, hotel, restoran, penunjuk arah, reklame, dan peringatan. Fenomena pemakaian bahasa pada papan nama atau baliho di ruang publik ini disebut dengan istilah lanskap linguistik (Landry dan Bourhis, dalam Gorter, 2006). Terkait dengan pemakaian bahasa di ruang publik ini, Undang-Undang RI tentang “Bendera, Bahasa dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan” (pasal 36-38) dengan jelas menyatakan bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan sebagai bahasa pengantar, dan dapat disertai dengan bahasa daerah dan/atau bahasa bahasa asing. Selanjutnya mengacu pada peraturan Gubernur Bali nomor 80, Tahun 2018, pasal 6, ditegaskan bahwa bahasa (aksara) Bali wajib digunakan pada papan nama di ruang publik. Berdasarkan fenomena di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil lanskap linguistik, yakni penggunaan bahasa (ragam tulis) pada ruang publik di kawasan wisata Nusa Dua. Penelitian ini dibatasi pada mengamati variasi bentuk bahasa, sedangkan aspek-aspek estetika seperti warna, makna warna dan ukuran tulisan tidak dikaji pada penelitian ini. Penelitian yang mengacu pada teori Lanskap Linguistik dan Pemakaian Bahasa ini adalah penelitian kualitatif yang didasarkan pada pendekatan fenomenologis. Populasi dari penelitian ini adalah data kebahasaan pada seluruh papan nama atau baliho di kawasan wisata Nusa Dua, Bali, dan teknik sampling yang digunakan adalah sampling jenuh, sehingga seluruh populasi menjadi sampel penelitian. Data dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan primer yang dikumpulkan dengan teknik perekaman, yakni dengan pemotretan. Data yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif, dengan tahapan-tahapan sebagai berikut: (1) perekaman/pemotretan data (2) pengelompokan data (3) deskripsi data dan (4) penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profil lanskap linguistik di kawasan wisata Nusa Dua menggunakan 8 variasi bahasa, yakni: (1) bahasa Indonesia (monolingual), (2) bahasa Inggris (monolingual), (3) bahasa Indonesia dan Inggris (bilingual), (4) bahasa Inggris dan Indonesia (bilingual), (5) bahasa Bali dan Indonesia (bilingual), (6). Bahasa Bali, bahasa Indonesia dan Inggris (multilingual), (7). Bahasa Inggris, Indonesia, Korea dan Jepang dan (8) bahasa Inggris, Korea, Jepang, Cina dan Rusia. Penggunaan bahasa asing, terutama bahasa Inggris adalah sebuah kepatutan mengingat kawasan ini adalah kawasan wisata yang dikunjungi oleh banyak wisatawan mancanegara. Berdasarkan pada hasil penelitian tersebut, disarankan agar pengelola kawasan wisata Nusa Dua dapat menertibkan penggunaan bahasa Indonesia, daerah dan asing pada kawasan publik ini sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di negara Indonesia.

Kata Kunci : lanskap linguistik, penggunaan bahasa dan kawasan wisata Nusa Dua.

DAMPAK PANDEMI TERHADAP KEBERLANJUTAN PEKERJAAN DAN PENDAPATAN PEKERJA DI OBYEK WISATA PANTAI LOVINA

Nyoman Gede Mas Wiartha

Program Studi Administrasi Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: mas@ppb.ac.id

Pandemi COVID-19 menyebabkan kinerja sektor pariwisata lumpuh total, sehingga cukup banyak mem-PHK pekerja. Kasus PHK tanpa pesangon pasca Pandemi COVID-19 merupakan yang tertinggi di Kabupaten Buleleng. Kepariwisataaan dipantai Lovina saat Pandemi COVID-19 usaha yang digerakkan oleh sektor pariwisata di Bali diantaranya adalah kegiatan biro perjalanan, transportasi, perhotelan, restoran dan rumah makan mengalami penurunan secara drastis. Pandemi ini membuka peluang inovasi masyarakat sekaligus menantang kapasitas kepemimpinan ke depan yang mampu beradaptasi dengan situasi pandemik dan pada sisi yang lain memikirkan langkah strategis pola hidup masyarakat ke depannya. Dampak Pandemi merupakan pengaruh yang dapat timbul karena suatu akibat secara ekonomi memiliki makna kondisi perekonomian di Pantai Lovina Buleleng mengalami penurunan pendapatan. Penelitian ini dilakukan pada kawasan Pantai Lovina Kabupaten Bali ,menggunakan teknik deskriptif kualitatif berdasarkan pada sifat *postpositivisme* pada objek yang diteliti untuk meneliti kondisi yang alamiah. Adapun permasalahan diteliti dampak pandemi terhadap keberlangsungan pekerja di obyek wisata pantai Lovina dan dampak pandemi terhadap pendapatan pekerja di obyek wisata pantai Lovina. Hasil yang diperoleh Para Pekerja pada kawasan Pantai Lovina sampai mengalami kerugian yang besar karena tamu tidak ada dirasakan yang sangat dalam dari berbagai sumber informan terkait ratusan mata pencaharian terdampak pada pekerjaan di pantai Lovina. Pendapatan sehari para pekerja yang biasanya mendapatkan ratusan ribu pun pasca pandemi susah mereka dapatkan kembali. Seluruh para pekerja sektor pariwisata dipantai beralih mencari pekerjaan yang bisa mendatangkan penghasilan berupa bertani, nelayan dan buruh bangunan. Dampak pandemi terhadap keberlangsungan dan pendapatan pekerja di obyek wisata pantai Lovina Buleleng Bali banyak kehilangan pekerjaan sehingga terus berupaya membangun kreatifitas dan inovasi sesuai dengan kemampuan yang dimiliki agak bisa memenuhi keberlangsungan hidup. Pandemi ini mengajarkan banyak orang dalam meningkatkan ide kreatifitas dalam hidupnya dengan didukung adat istiadat, tradisi, seni budaya dan kearifan lokalnya harus terus dilestarikan.

Kata kunci: pandemi, keberlanjutan pekerjaan, pendapatan, obyek wisata

NEW NORMAL DI MASA PANDEMI COVID-19 BAGI PARIWISATA DESA BUKTI KABUPATEN BULELENG BALI

I Made Sucipta Adnyana

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Bali
e-mail: adnyanasucipta@gmail.com

Pandemi COVID-19 yang terjadi menyebabkan pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di beberapa daerah. Kebijakan tersebut mengubah aktivitas sosial ekonomi masyarakat seperti kegiatan pariwisata. Pembatasan kegiatan pariwisata berlaku di seluruh daerah di Bali termasuk destinasi pariwisata di Bali Utara, yaitu Kabupaten Buleleng Timur di Desa Bukti. Desa yang memiliki sebuah Daerah Tujuan Wisata bernama Air Sanih yang merupakan obyek pemandian umum berupa wisata air berupa kolam renang yang alami. Desa Bukti memiliki pula obyek wisata yang tidak kalah menarik, bernama Goa Maria. Goa Maria adalah kawasan wisata Ziarah Katolik di Kabupaten Buleleng. Sebagai salah satu destinasi wisata, Goa Maria mengalami hal yang sama di era *new normal*. Oleh karena itu, penerapan protokol kesehatan dan terobosan inovasi merupakan keutamaan untuk menarik wisatawan berkunjung ke Goa Maria. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif. Metode ini berfokus pada pengamatan yang mendalam secara langsung pada obyek penelitian, yaitu penanganan pariwisata di Desa Bukti Kabupaten Buleleng Bali di era pandemi COVID-19 dan inovasi yang dilakukan agar wisatawan tetap berkunjung ke tempat wisata. Hasil yang diperoleh adalah mempersiapkan para Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan juga Perangkat Desa untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada. Adaptasi kebiasaan baru yang disyaratkan pemerintah mendorong seluruh aspek kehidupan untuk produktif di tengah pandemi tanpa mengabaikan protokol kesehatan. Peranan sektor wisata di Desa Bukti dalam kegiatan pembangunan merupakan peluang pemasukan bagi industri pariwisata di Desa Bukti. Oleh karena itu, sektor pariwisata harus tetap dijalankan di tengah kondisi Covid 19 dan pembatasan aktivitas masyarakat oleh pemerintah yang masih terus dilakukan dengan berbagai kriteria yang ada. Pentingnya bentuk inovasi baru penerapan digitalisasi sistem pemasaran dalam bentuk *e-tourism* atau *smart tourism* bertujuan untuk mendukung pengelolaan pariwisata Desa Bukti di tengah pandemi Covid-19 yang belum reda. Melalui sistem usaha pengembangan untuk memajukan tempat-tempat yang merupakan destinasi wisata dan menambah fasilitas yang ada, khususnya di tengah pandemi Covid-19 yang belum kunjung usai dan memasuki era *new normal*.

Kata Kunci: *new normal, sektor pariwisata, inovasi, Desa Bukti*

PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA RESTORAN MIE GACOAN DI PANJER, DENPASAR, BALI

Lidjah Magdalena Massenga

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: lenydarsana@gmail.com

Peningkatan jumlah restoran dan rumah makan pada suatu kawasan perkotaan menyebabkan persaingan dalam industri kuliner semakin ketat. Persaingan tersebut membuat pengelola restoran dan rumah makan berusaha mencari strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Salah satu strateginya adalah dengan meningkatkan minat beli dan loyalitas. Penelitian ini mencoba mempelajari bahwa merek restoran yang dikenal baik diasosiasikan dengan relasi jangka panjang (loyalitas) dengan konsumen berdasarkan kepercayaan dan ikatan emosional. Penelitian ini mencoba menganalisis faktor-faktor yang membentuk citra restoran. Lebih lanjut tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen pada restoran Mie Gacoan, Panjer, Denpasar. Populasi pada penelitian ini adalah keseluruhan dari konsumen Mie Gacoan Panjer, di Denpasar, Bali. Untuk memperoleh data kuantitatif dari prespektif konsumen, teknik *non-probability* melalui *Purposive Sampling* yang dipilih. Penelitian ini menggunakan 11 (sebelas) indikator penilaian, sehingga dalam menentukan ukuran sampel yang dipergunakan sebesar 66 ditambah 4 responden. Jumlah 66 didapatkan dari 11 indikator x 6 sampel wajib minimal yang harus dipakai. Sedangkan tambahan 4 responden digunakan sebagai pembulatan agar jumlah sampel menjadi 70 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *statistic parametric* dengan menggunakan analisis regresi dan korelasi. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *statistic korelasi* yang menunjukkan seberapa besar tingkat hubungan suatu variabel dengan variabel yang lainnya. Berdasarkan pada pembahasan pada bab sebelumnya, maka penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variabel citra merk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Terdapat pengaruh positif citra merk terhadap loyalitas konsumen, yang berarti bahwa citra merk pada restoran Mie Gacoan, Panjer, Denpasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Restoran Mie Gacoan di Panjer, Denpasar agar tetap mempertahankan kualitas produk, harga dan pelayanan kepada pelanggan. Hal ini dilakukan agar pelanggan Restoran Mie Gacoan tidak beralih ke restoran merek lain yang menjual produk sejenis dengan tingkat harga jual sama yang beroperasi di sekitar kota Denpasar. Keterbatasan Penelitian ini adalah bahwa penelitian ini hanya meneliti citra merek dan loyalitas. Masih ada faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen restoran Mie Gacoan, misalnya kualitas produk, kualitas pelayanan desain produk, iklan, promosi, harga jual produk, fitur, lokasi restoran, dan lain-lain. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, sehingga sangat mungkin datanya bersifat subyektif, akan lebih baik ditambahkan metode wawancara dan survei langsung sehingga hasil penelitian yang diperoleh lebih lengkap.

Kata Kunci: citra merek, loyalitas konsumen, restoran

KOMODIFIKASI WARISAN BUDAYA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA DI PURA PUSEH, PURA DESA BATUAN, KECAMATAN SUKAWATI KABUPATEN GIANYAR

I Wayan Sunarsa

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: wayan.sunarsa@ppb.ac.id

Pura Puseh, Pura Desa Batuan merupakan salah satu daya tarik wisata yang berada di kawasan Gianyar Bagian Selatan yang dipilih sebagai objek penelitian ini. Nilai keunikan pura yang menyimpan berbagai jenis arca peninggalan sejarah merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang berkunjung ke objek tersebut. Fenomena menarik yang tampak di Pura Puseh, Pura Desa Batuan memberikan arah yang jelas kepada penelitian ini untuk fokus kepada upaya interpretasi dan pendeskripsian warisan budaya yang ada, kemudian dikelola dan dikemas sebagai suatu produk yang menarik untuk wisatawan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bentuk-bentuk komodifikasi warisan budaya sebagai daya tarik wisata di Pura Puseh, Pura Desa Batuan Kecamatan Sukawati kabupaten Gianyar. Adapun teori yang digunakan untuk menganalisis permasalahan tersebut adalah teori komodifikasi. Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dan dalam pengumpulan datanya dipilih metode observasi, wawancara, dan studi pustaka. Semua data yang telah dikumpulkan diolah secara deskriptif kualitatif. Dalam penerapan metode dan analisisnya, lebih mengedepankan sikap kritis, dengan harapan validitas hasil yang dicapai dapat dipertanggungjawabkan secara akademis. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari observasi dan wawancara, kemudian dilengkapi data sekunder yang diperoleh dari studi pustaka dan dokumentasi. Hasil analisisnya disajikan dalam bentuk deskripsi dilengkapi dengan gambar dan tabel. Hasil penelitian ini adalah komodifikasi warisan budaya di Pura Puseh Batuan yang dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata dikomodifikasi dalam bentuk (1) warisan budaya dalam bentuk seni arca, prasasti dan lain-lain, (2) Pura Puseh Desa Adat Batuan yang dilengkapi uraian tentang sejarah pura, (3) Upacara Keagamaan (4) Kesenian berupa Tari Rejang Sutri, Tari Gambuh dan Tari Genggong (5) Lukisan khas Batuan di Wantilan Pura. Hasil komodifikasi budaya tersebut memperlihatkan, bahwa terdapat langkah-langkah yang berpotensi untuk dilakukan ke depan, antara lain; (1) Lembaga Prajuru Adat Pura Puseh & Pura Desa Adat Batuan sebagai penentu dan pengambil kebijakan untuk mengajak masyarakat Batuan khususnya pengempon Pura Puseh untuk bersama-sama bertanggung jawab menjaga dan melestarikan warisan budaya yang ada, (2) Lembaga Prajuru Adat Pura Puseh & Pura Desa Adat Batuan diharapkan dapat menyediakan petugas yang berperan sebagai *guide* yang mampu memberikan penjelasan (informasi) kepada wisatawan tentang keberadaan warisan budaya, sejarah Pura Puseh, upacara keagamaan maupun keunikan tari rejang sutri dan tari gambuh, (3) Lembaga Prajuru Adat Pura Puseh & Pura Desa Adat Batuan diharapkan dapat menyediakan petugas yang dapat mengawasi dan mengontrol wisatawan yang sedang berada di area pura untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti wisatawan menaiki *pelinggih* atau wisatawan yang sedang datang bulan untuk tidak memasuki pura.

Kata Kunci : Komodifikasi, Warisan Budaya, Daya Tarik Wisata, Pura Puseh Batuan

INOVASI PENGOLAHAN BUAH SALAK SEBAGAI PRODUK KULINER DAN OLEH-OLEH KHAS DI DESA WISATA SIBETAN

Hardina

Program Studi Manajemen Tata Boga, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: hardina.ia2015@gmail.com

Desa Wisata Sibetan merupakan salah satu desa wisata yang dikenal sebagai sentra perkebunan salak. Desa Wisata Sibetan terletak di sisi timur Pulau Bali tepatnya di Kabupaten Karangasem, memiliki hamparan kebun salak yang sangat luas yaitu 81,12% (Monografi Desa Sibetan, 2010). Keragaman jenis salak Bali yang ada di desa ini mencapai 13 jenis dan tidak dimiliki oleh daerah lain (Darmadi dkk., 2002). Desa Wisata Sibetan mengandalkan potensi wisata alam dengan kegiatan utama yaitu agrowisata. Saat ini istilah agrowisata sudah tidak asing lagi dalam dunia kepariwisataan. Agrowisata merupakan salah satu jenis pariwisata yang memanfaatkan sumber daya alam yaitu hasil perkebunan sebagai salah satu atraksi wisatanya. Berbagai produk olahan dari salak telah berhasil diproduksi oleh agrowisata di Desa Sibetan. Beberapa diantaranya seperti; kurma salak, teh kulit salak, kopi biji salak, *wine* salak, madu salak, pia salak, kripik salak dan sup rembung salak. Berdasarkan hasil wawancara bersama salah satu pengelola agrowisata sekaligus pengolah buah salak yakni Bapak Wayan Kongking, bahwa pengolahan buah salak berawal dari banyaknya buah salak yang terbuang ketika musim panen karena tidak laku terjual di pasaran dan ditawarkan dengan harga sangat murah. Sehingga para petani lebih memilih untuk membuang buah salak hasil panennya. Dengan adanya pemanfaatan buah salak menjadi produk olahan memang cukup membantu petani salak. Hal ini dibuktikan dengan tidak adanya buah salak yang terbuang di pinggir jalan dan area pasar pada saat musim panen. Kemudian permasalahan lain muncul dimana sulitnya memasarkan produk olahansalak keluar daerah. Hal ini dikarenakan berbagai macam faktor. Berkembangnya kegiatan pariwisata di Desa Wisata Sibetan membuat para pelaku agrowisata dan pengolah buah salak berinisiatif untuk mengembangkan produk olahan salak menjadi kuliner dan oleh-oleh khas Desa Wisata Sibetan. Namun dalam mengembangkan produk olahan salak menjadi kuliner dan oleh-oleh khas desa tidak mudah. Dibutuhkan berbagai macam pengetahuan mulai dari pengolahan, pengemasan hingga pemasaran. Berdasarkan fenomena yang ada maka menarik untuk dilakukan penelitian terkait “Inovasi Pengolahan Buah Salak Sebagai Produk Kuliner dan Oleh-Oleh Khas di Desa Wisata Sibetan”. Inovasi pengolahan buah salak berupa produk kuliner dan oleh-oleh yang diproduksi di Desa Wisata Sibetan dapat mendukung kegiatan desa wisata dan juga memberikan manfaat ekonomi pada masyarakat khususnya petani salak dan masyarakat desa pada umumnya. Inovasi pengolahan buah salak juga diharapkan dapat membantu para pengolah untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan dapat bersaing di pasaran. Secara garis besar penelitian ini didesain dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali berbagai macam konteks di lapangan terkait inovasi pengolahan buah salak sebagai produk kuliner dan oleh-oleh khas di Desa Wisata Sibetan. Kemudian konteks tersebut akan diolah dan diinterpretasikan secara mendetail, sehingga dapat menganalisis data secara luas dan mendalam. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif (*mix method*). Metode ini diambil dengan pertimbangan agar analisis dalam penelitian ini menjadi lebih komprehensif. Analisis kualitatif digunakan karena bersifat *elaborative* dan dapat membantu peneliti untuk menggali informasi lebih mendalam terkait topik penelitian. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dan kualitatif

(*mix method*) dimana metode ini diambil dengan pertimbangan agar analisis dalam penelitian ini menjadi lebih komprehensif. Analisis kualitatif digunakan karena bersifat *elaborative* dan dapat membantu peneliti untuk menggali informasi lebih mendalam terkait topik penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi pertanian salak terdiri kurang lebih ada 9 jenis salak dan 5 agrowisata salak yang menawarkan aktivitas wisata dan produk olahan salak yang berbeda-beda. Keberadaan agrowisata salak di Desa Wisata Sibetan bertujuan untuk melakukan inovasi-inovasi dalam pengembangan buah salak menjadi produk olahan yang dapat dijual dan juga dapat menyelamatkan buah salak yang melimpah ketika musim panen. Adanya kegiatan pariwisata menjadi nilai tambah dan sekaligus peluang yang sangat bagus untuk mengembangkan kegiatan wisata berbasis pertanian salak. Inovasi pengolahan buah salak yang paling banyak diminati oleh wisatawan adalah produk arak salak. Pengemasan produk olahan salak telah mengikuti tren kemasan produk oleh-oleh dan *souvenir*. Pemasarannya telah memanfaatkan sosial media seperti Instagram, Facebook, YouTube dan melalui media TV. Pengelola Desa Wisata Sibetan juga mulai memperluas jaringan kerjasamanya dan bermitra dengan *marketplace* Godevi.

Kata Kunci: *desa wisata, buah salak, produk kuliner*

PENGARUH KEPERIBADIAN TERHADAP PRESTASI AKADEMIK MAHASISWA (STUDI PADA PRODI ADMINISTRASI PERHOTELAN POLITEKNIK PARIWISATA BALI)

Ni Luh Ketut Sri Sulistyawati

Program Studi Administrasi Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: sulistyawati@ppb.ac.id

Prestasi akademik merupakan tolok ukur dari hasil pembelajaran yang dilakukan oleh mahasiswa di perguruan tinggi. Psikologi sebagai ilmu yang mempelajari perilaku manusia memberikan perhatian pada faktor psikologis yang berkontribusi terhadap prestasi akademik. Berbagai penelitian juga mencoba mengeksplorasinya dan beragam hasil pun diperoleh. Kemampuan kognitif (misal Inteligensi) sudah dipercaya tidak menjadi satu-satunya faktor yang berpengaruh terhadap pencapaian akademik, melainkan aspek motivasional dari seorang individu yang ditemukan berpengaruh besar terhadap prestasi akademik (Ciorbea dan Pasarica, 2013; Permatasari, 2016). Aspek motivasional individu merupakan fitur dari kepribadian yang mencerminkan kemauan/dorongan seseorang untuk bertindak (Furnham & Chomorro-Premuzic, 2004). Allport dalam Suryabrata (2008) menyatakan bahwa kepribadian dapat diartikan sebagai sesuatu yang terdapat dalam diri individu yang membimbing dan memberi arah kepada seluruh tingkah laku individu yang bersangkutan. Kategorisasi ciri kepribadian yang saat ini semakin populer digunakan dalam banyak penelitian adalah yang dikemukakan oleh Goldberg (1992) yang diberi nama Big Five (Ramdhani, 2012). Big Five bukan berarti kepribadian itu hanya ada lima melainkan pengelompokan dari ciri kepribadian yang jumlahnya sangat banyak menjadi lima himpunan besar yang selanjutnya disebut Dimensi Kepribadian. Kelima dimensi tersebut meliputi: 1) *extraversion*, 2) *agreeableness*, 3) *conscientiousness*, 4) *neuroticism* dan 5) *openness to experience* (Goldberg dalam Ramdhani, 2012). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap prestasi akademik mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi adalah mahasiswa Program Studi Administrasi Perhotelan dan sampel penelitian berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner untuk memperoleh data variabel Kepribadian dengan indikator yang mengacu pada *The Big Five Traits Personality* yang sudah distandarisasi oleh Ramdhani (2012) yang terdiri dari 28 butir pernyataan. Sedangkan untuk variabel prestasi akademik menggunakan nilai Indeks Prestasi Akademik Kumulatif (IPK) mahasiswa. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana, uji t dan uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap prestasi akademik mahasiswa dengan kontribusi sebesar 45,1%. Walaupun secara statistik persentase tersebut termasuk kategori sedang, namun bila lebih dicermati lagi, angka tersebut sudah mendekati 50%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa hampir 50% prestasi akademik mahasiswa ditentukan oleh kepribadian. Oleh karena itu, sangat penting bagi Mahasiswa, Dosen maupun Lembaga Pendidikan secara keseluruhan untuk memberikan perhatian terhadap variabel ini bila ingin meningkatkan prestasi akademik mahasiswa. Berdasarkan dimensi kepribadian *The Big Five Traits Personality*, responden menunjukkan hasil yang sangat tinggi untuk tiga dimensi yaitu *Agreeableness*, *Conscientiousness* dan *Openness to experience*. Satu dimensi termasuk kategori tinggi yaitu *Extraversion*, sedangkan dimensi *Neuroticism* masuk kategori rendah. Seperti yang dikemukakan oleh Goldberg (1981; 1992) dalam Ramdhani (2012) masing-masing

dimensi tersebut memiliki ciri masing-masing. Responden yang memiliki ciri *openness to experience* tinggi digambarkan sebagai seseorang yang senang dengan berbagai informasi baru, suka belajar sesuatu yang baru, dan pandai menciptakan aktivitas yang baru. Dimensi *Conscientiousness* yang tinggi merupakan karakteristik kepribadian yang cenderung sungguh-sungguh dalam melakukan tugas, bertanggung jawab, dapat diandalkan dan menyukai keteraturan dan kedisiplinan. Individu dengan ciri *extraversion* tinggi ditandai dengan adanya semangat dan keantusiasan individu dalam membangun hubungan dengan orang lain dan senang mencari teman baru. Dimensi *Agreeableness* yang tinggi ditunjukkan oleh seorang yang mampu menghargai orang lain dibandingkan diri mereka sendiri dan percaya terhadap orang lain. Sedangkan *Neuroticism* rendah menggambarkan seseorang dengan stabilitas emosi yang stabil, tenang dan tidak mudah cemas atau gugup. penelitian ini adalah Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan uji t, yang menunjukkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Analisis determinasi (R²) menunjukkan bahwa variabel kepribadian berkontribusi sebesar 45,1% terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa dan termasuk kategori sedang.

Kata Kunci : *Big Five Personality, Kepribadian, Prestasi Akademik*

PERUBAHAN POLA PEMESANAN KAMAR WISATAWAN DOMESTIK PADA MASA PANDEMI COVID-19

Made Uttari Pitanatri

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: uttari.pitanatri@ppb.ac.id

Industri perhotelan di Bali merupakan salah satu industri utama yang menyokong pariwisata Bali. Sebelum pandemi, hotel menargetkan wisatawan mancanegara sebagai *market* utama mereka. Sejak masuknya pandemi Covid-19, ada penurunan jumlah wisatawan mancanegara yang disebabkan oleh adanya penutupan bandara, pembatasan penerbangan serta pembatasan perjalanan bawa wisatawan. Disamping itu adanya administrasi yang juga cukup menyulitkan wisatawan untuk masuk ke Bali untuk berwisata. Mengantisipasi hal tersebut, hotel-hotel di Bali mulai merubah *market segment* mereka ke wisatawan domestik, yang dianggap memiliki peluang untuk mempertahankan bisnis. Menindaklanjuti perubahan *market* ke *domestic*, maka hotel mulai merubah service mereka dan menyesuaikan dengan permintaan pasar domestik. Beberapa cara yang dilakukan antara lain dengan menurunkan harga kamar serta memanfaatkan fasilitas hotel yang dapat dijual kepada wisatawan domestik. Perubahan-perubahan ini menimbulkan munculnya pola-pola baru dari wisatawan, salah satunya dalam hal perubahan pola pemesanan kamar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik wisatawan domestik dalam memesan kamar, preferensi wisatawan dalam memesan akomodasi serta pola pemesanan kamar wisatawan domestik di masa pandemi Covid-19 dengan menggunakan teori dari Peng et al (2013) yang dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu *pre-purchase*, *online booking* dan *post purchase*. Data dikumpulkan dengan cara triangulasi data, yaitu dengan cara wawancara kepada pihak hotel, penyebaran kuesioner terhadap wisatawan domestik dan observasi. Hasil penelitian ditemukan bahwa wisatawan domestik yang menginap di masa pandemi didominasi oleh kalangan milenial dengan membawa keluarga dan pasangan untuk tujuan leisure. Harga merupakan penentu utama dari pemilihan akomodasi serta didapatkan bahwa terdapat perubahan terhadap *booking window* dari wisatawan, yang sebelumnya pemesanan dilakukan selama 1-3 bulan sebelum *check in* menjadi ke 1-7 hari sebelum *check in (last minutes)*, bahkan pemesanan kamar dilakukan di hari yang sama saat *check in*. Dari hasil kuesioner yang telah dibagikan ditemukan bahwa 62% dari responden melakukan pemesanan kamar dengan jarak 1-7 hari sebelum *check in*, dengan *length of stay* sebesar 1-2 hari sebanyak 94,1%. Hal ini disebabkan oleh adanya peraturan yang berubah-ubah dari pemerintah, sehingga wisatawan melakukan *last minutes booking*. Ditemukan pula bahwa ada perubahan metode pemesanan kamar, yang sebelumnya dominan menggunakan email, kini berubah ke aplikasi whatsapp untuk mempercepat komunikasi di masa pandemi. *Staycation*, *pool access*, *daypass* dan *dayuse* juga muncul sejak adanya pandemi untuk memaksimalkan pendapatan hotel. Wisatawan domestik milenial merupakan wisatawan yang tidak bisa lepas dari social media dan sangat terbuka dengan teknologi. Wisatawan ini membagikan pengalaman mereka selama mereka menginap (87,1%), namun mereka tidak tertarik untuk memberikan *review* mereka melalui situs *online review*. Untuk dapat menarik minat wisatawan milenial untuk menginap, maka disarankan untuk dapat mempermudah cara pemesanan, salah satunya dengan mentautkan tautan untuk pemesanan kamar pada social media seperti *Instagram* maupun *facebook*.

Kata Kunci : *Reservation, Online Travel Agent, Pola Pemesanan Kamar*

STRATEGI PEMASARAN KONTEN MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI BALI COCONUT HOUSE

Ni Wayan Chintia Pinaria

Program Studi Bisnis Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: chintiapinaria91@gmail.com

Bali Coconut House merupakan salah satu homestay yang ada di Desa Wisata Taro, Tegalalang, Gianyar. *Homestay* ini menggunakan media sosial Instagram dalam mengkomunikasikan produk yang dimilikinya. Berdasarkan hasil pengamatan pada media sosial Instagram Bali Coconut House pada tanggal 30 April 2021 jumlah *followers* dari *homestay* ini masih tergolong sedikit yakni sebanyak 29 *followers*. Dilihat dari jumlah postingan foto dan video yang telah diunggah yakni sebanyak 65 postingan. Meskipun jumlah postingan foto dan video sudah cukup banyak namun reaksi berupa *love* atau komentar masih sangat sedikit. Sebagai contoh postingan foto pada Instagram Bali Coconut House pada tanggal 13 Maret 2021 hanya mendapat 1 reaksi *love* dari *followersnya* begitu juga postingan video pada tanggal 14 April 2021 hanya 8 orang viewer tidak sebanding dengan jumlah *followers* yang dimiliki Bali Coconut House. Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut maka perlu dikembangkan strategi pemasaran konten (*content marketing*) melalui media sosial Instagram di Bali Coconut House untuk meningkatkan *awareness* para *followers* dan calon *followers* dari Bali Coconut House. Meningkatnya *awareness* para *followers* dan calon *followers* Bali Coconut House diharapkan dapat merangsang niat untuk menginap atau keputusan menginap di Bali Coconut House. Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pemasaran konten melalui media sosial Instagram yang telah dilaksanakan oleh Bali Coconut House (2) Untuk mengetahui strategi pemasaran konten melalui media sosial Instagram di Bali Coconut House. Metode dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi. Adapun tahap analisis yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada penelitian Widiatmoko dan Ashry pada tahun 2018, yaitu (1) Mengidentifikasi situasi terkini tentang bagaimana pengelolaan konten pada suatu akun media sosial yang dimiliki oleh suatu perusahaan untuk kegiatan pemasaran. (2) Perumusan strategi pemasaran konten (*content marketing*) berupa pada akun media sosial didasari dengan identifikasi situasi terkini sebagai bagian dari kegiatan pemasaran. Penelitian ini menggunakan satu informan yaitu pemilik Bali Coconut House yang sekaligus pengelola media sosial Instagram Bali Coconut House. Pemasaran konten melalui media sosial Instagram yang telah dilaksanakan oleh Bali Coconut House adalah Bali Coconut House sampai saat ini belum memiliki kalender konten yang dapat memberikan panduan atau *time frame* waktu mengunggah konten di media sosial Instagram. Berdasarkan hasil wawancara pemilik Bali Coconut House I Kadek Aryadi Permadi sejauh ini belum pernah melakukan pemasaran melalui *paid advertisement* di media sosial. Terkait dengan anggaran pemasaran di media sosial Instagram, Bali Coconut House belum menyiapkan anggaran khusus terkait dengan pemasaran di media sosial. Sejauh ini hanya memposting foto dan video di media sosial Instagram. Untuk sumber konten yang diupload oleh Bali Coconut House adalah dari hasil pengambilan foto dan video milik pribadi (pemilik Bali Coconut House) serta dari tamu yang menginap. Untuk waktu pendistribusian konten Bali Coconut House tidak memiliki waktu khusus dalam mengupload foto atau video di media sosial Instagram tergantung pada ketersediaan waktu atau ketika waktu senggang di sela-sela kesibukan. Dalam penguatan konten *amplifying content*, Bali Coconut House selama ini belum pernah

menggunakan *influencer* untuk membantu menguatkan konten atau mempromosikan Bali Coconut House. Sehubungan dengan mengukur keberhasilan penggunaan strategi pemasaran konten melalui media sosial di Instagram. Bali Coconut House hanya mengukurnya melalui melihat jumlah *like* dan *comment* pada setiap foto atau video yang di posting. Strategi pemasaran konten melalui media sosial Instagram di Bali Coconut House yaitu menentukan tujuan (*defining objective*), mengelompokkan konsumen (*segmenting audiences*), merencanakan konten (*planning content*), membuat konten (*creating content*), mendistribusikan konten (*distributing content*), memperkuat konten (*amplifying content*), mengevaluasi konten (*evaluation content*) dan pengembangan konten (*improving content*). Sejauh ini tujuan Bali Coconut House menggunakan media sosial Instagram masih dikategorikan sebagai tujuan kualitatif. Bali Coconut House belum memiliki tujuan kuantitatif yang ditentukan seperti peningkatan pendapatan yang diharapkan melalui media sosial Instagram. Adapun cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui jumlah pendapatan yang bersumber dari media sosial Instagram yaitu dengan menggunakan kode promo khusus saat melakukan promosi. Bali Coconut House kedepan mulai mengikuti akun-akun sesuai dengan target pasar yang telah ditetapkan dan mempelajari karakteristik wisatawan berdasarkan asal negaranya. Bali Coconut House mulai membuat perencanaan konten bulanan berupa kalender konten untuk mempermudah proses distribusi konten. Selain kalender konten Bali Coconut House dapat mempertimbangkan menggunakan *paid advertisement* di media sosial Instagram. Dalam membuat konten Bali Coconut House sebaiknya tidak hanya membuat konten mengenai kamar, kebun buah dan aktivitas wisatawan selama menginap. Namun mulai mengeksplor Desa Taro yang memiliki potensi alam dan budaya yang luar biasa. Dalam mendistribusikan konten pada media sosial Instagram, dapat dilakukan dengan mendistribusikan foto atau video melalui ikon *Instagram Story, Feed, Story Highlight* dan *Reels*. Dalam pendistribusian konten Bali Coconut House dapat memanfaatkan informasi dari Instagram Insight terutama pada *icon Audience*. Kedepan Bali Coconut House dapat bekerjasama dengan influencer dengan menggunakan *system "barter"*. Evaluasi konten sangat penting untuk memastikan kualitas konten. Evaluasi konten dalam dilakukan dengan merekap kinerja konten di media sosial Instagram. Setelah evaluasi dilakukan, upaya dalam meningkatkan kualitas konten dengan mempelajari dan mendapatkan referensi sebanyak mungkin melalui kegiatan-kegiatan pelatihan yang relevan.

Kata Kunci : *homestay, pemasaran digital, media sosial*

ANALISIS KELAYAKAN *HOMESTAY* BERDASARKAN ASEAN *HOMESTAY STANDARD* (STUDI PADA JRO MANGKU GEDE HOUSE DAN KOMANG PETAK *HOMESTAY* DI DESA WISATA TARO TEGALLALANG GIANYAR, BALI)

Ida Ayu Kalpikawati

Program Studi Bisnis Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: idaayukalpikawati@ppb.ac.id

Homestay merupakan usaha yang dikelola oleh masyarakat lokal yang terbentuk dari hasil pemberdayaan masyarakat. Keberadaan *homestay* dapat membantu perekonomian masyarakat dan secara tidak langsung membantu memperkenalkan daerahnya ke masyarakat luas. Para tamu yang menginap di *homestay* akan mendapatkan pengalaman yang unik karena memperoleh kesempatan untuk meluangkan waktu bersama keluarga pemilik *homestay*, serta dapat menikmati seni budaya dan adat istiadat dalam kehidupan masyarakat perdesaan. Desa Wisata Taro memiliki potensi alam dan seni budaya yang luar biasa yang telah dikembangkan untuk kegiatan pariwisata. Berdasarkan potensi yang dimiliki, Desa Wisata Taro menerapkan konsep *eco-spiritual* untuk pengembangan desa wisatanya dengan berlandaskan pada konsep Tri Hita Karana. Perkembangan Pariwisata di Desa Wisata Taro belum diikuti sepenuhnya dengan penyediaan sarana akomodasi sesuai standar. Terdapat rumah-rumah penduduk yang sudah dijadikan *homestay* namun belum teridentifikasi potensinya serta belum seluruhnya dikelola dengan baik dan didukung dengan fasilitas yang memadai. Tujuan penelitian ini adalah : untuk menganalisis kelayakan *homestay* Jro Mangku Gede House Dan Komang Petak Homestay di Desa Wisata Taro menggunakan acuan ASEAN Homestay Standard 2016 meliputi fasilitas, keamanan dan kenyamanan serta kualitas pelayanan. Standar yang digunakan terdiri dari 7 kriteria utama yang telah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian meliputi kriteria utama yaitu tuan rumah, akomodasi, kegiatan *homestay*, lokasi *homestay*, *hygiene* dan *cleanliness*, keselamatan dan keamanan kerja dan pemasaran serta promosi *homestay*. Sampel penelitian ini adalah *homestay* Jro Mangku Gede House dan Komang Petak Homestay, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pemilik dan pengelola *homestay*, dan menggunakan observasi *checklist* berupa daftar standarisasi *homestay* yang telah diadaptasi dan disesuaikan dengan kebutuhan *homestay*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul. Hasil analisis statistik disajikan dalam bentuk tabel dengan kategori kelayakan *homestay* luar biasa, sangat bagus, cukup dan kurang. Hasil rata-rata dari total penilaian kelayakan *homestay* berdasarkan ASEAN Homestay Standar 2016 terhadap *homestay* Jro Mangku Gede House adalah 84,47% tergolong kategori luar biasa, dan hasil rata-rata kelayakan *homestay* pada Komang Petak Homestay adalah 79,3% tergolong luar biasa. Potensi *homestay* Jro Mangku Gede House adalah pada keunikan *homestay* dalam melestarikan seni budaya Bali yang ditampilkan mulai dari disain bangunan *homestay* yang berarsitektur Bali, atraksi yang ditampilkan berupa kegiatan membuat canang dari Mangku istri, dan ritual keseharian Jro Mangku Lanang dalam melaksanakan prosesi upacara keagamaan sehari-hari dan saat Jro Mangku memimpin upacara di Pura Agung Gunung Raung. Sesekali tamu dapat menyaksikan kegiatan seni budaya berupa *megambel*, *mekidung* dan pementasan tarian yang diadakan di wantilan Desa Taro yang berlokasi di depan *homestay*. Keunikan Komang Petak Homestay adalah pada komitmen pemilik *homestay* dalam menjaga dan

melestarikan lingkungan dengan menerapkan pertanian organik sehingga mampu membangun sebuah penangkaran kunang-kunang yang sekarang lebih dikenal dengan The Fire Flies Garden yang menjadi atraksi andalan dari Komang Petak Homestay. Berdasarkan hasil observasi kedua *homestay* sebaiknya lebih memperhatikan fasilitas *homestay* dari segi *hygiene* dan *cleanliness* terutama pada dapur dan kamar mandi serta memperhatikan kelengkapan fasilitas *homestay*. Terdapat beberapa peraturan yang harus dipatuhi tamu saat menginap di Jro Mangku Gede House seperti tamu yang menginap yaitu harus sesama jenis, solo *traveler* dan apabila berpasangan harus berstatus menikah karena tamu akan tinggal dengan pemuka agama. Hal ini menyebabkan target pasar *homestay* Jro Mangku Gede House akan lebih sempit. *Homestay* Jro Mangku Gede House dapat menambahkan kegiatan bersama seperti meditasi serta *yoga hatta dan mantra* sebagai bentuk wisata spiritual

Kata Kunci : *homestay, desa wisata , atraksi homestay*

PERBEDAAN PREFERENSI GENERASI X DENGAN GENERASI Y DI BADUNG BALI DALAM MEMILIH RESTORAN/RUMAH MAKAN DI UBUD GIANYAR BALI

Ni Luh Suastuti

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: suaniluh@gmail.com

Generasi X dan Y saat ini adalah generasi yang sedang banyak berada di berbagai bidang pekerjaan. Kedua generasi ini memang saat ini berada antara umur 41 sampai dengan 60 tahun untuk generasi X dan umur 26 sampai dengan 40 tahun untuk Generasi Y. Kedua generasi ini adalah generasi dewasa dan dewasa muda yang sedang berada pada masa produktif di bidang pekerjaan dan penghasilannya. Hal ini tentu membuat generasi ini berada pada tingkat keamanan secara finansial yang cukup baik dibandingkan dengan generasi Z yang rata – rata sedang menempuh pendidikan di Sekolah menengah maupun bangku kuliah dan dengan generasi *baby boomer* yang rata – rata menjelang pensiun ataupun sudah pensiun. Kabupaten Badung yang berlokasi cukup dekat dari Ubud dan perekonomian masyarakat Badung yang cukup baik membuat banyak warga Kabupaten Badung menjadikan Ubud sebagai salah satu destinasi untuk berlibur baik untuk relaksasi, yoga maupun hanya sekedar wisata kuliner. Hal ini menjadi peluang bagi Restoran/rumah makan di Kawasan Ubud untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke restoran/rumah makan. Masyarakat Badung dapat menjadi alternatif calon konsumen baru bagi Ubud untuk dapat bertahan di tengah pandemi. Banyaknya jumlah restoran di Ubud tentu membuat setiap restoran di Ubud untuk bersaing dan menyediakan produk, fasilitas serta pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen. Untuk itu sangat penting mengetahui bagaimana preferensi masyarakat Badung dalam memilih restoran di Kawasan Ubud Bali. Penelitian ini adalah kuantitatif sederhana dengan melakukan wawancara kepada beberapa komponen masyarakat konsumen yang dijadikan sebagai informan. Dari populasi yang ada tersebut maka akan dipilih sebanyak 50 orang sebagai informan dalam penelitian ini yang terdiri dari 25 orang informan dari Generasi X dan 25 informan dari Generasi Y. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi generasi X dan Y di Badung Bali dalam memilih restoran/rumah makan di Ubud Gianyar Bali dan untuk mengetahui apakah ada perbedaan preferensi antara generasi X dan Y di Kabupaten Badung Bali dalam memilih restoran/rumah makan di Ubud Gianyar Bali. Penelitian ini menemukan bahwa preferensi generasi X secara umum mereka lebih memilih restoran yang keadaan restorannya bersih dan rapi, mudah mencari tempat duduk, restoran/rumah makan sudah mereka kenal dengan baik, lokasi restoran/rumah makan berada di lokasi yang mudah dijangkau, suasana restoran yang nyaman dan menyenangkan, peralatan makan bersih dan bagus, restoran/rumah makan cocok untuk membawa anggota keluarga, restoran/rumah makan memiliki toilet dan tempat mencuci tangan yang bersih, memiliki tempat duduk yang nyaman, memiliki dekorasi yang menarik perhatian (atraktif) dan memiliki tempat parkir yang aman dan nyaman menjadi preferensi mereka sedangkan generasi Y di Kabupaten Badung sangat mempertimbangkan keadaan restoran yang bersih dan rapi, mudah mencari tempat duduk, restoran/rumah makan sudah mereka kenal dengan baik, lokasi restoran/rumah makan berada di lokasi yang mudah dijangkau, lokasi restoran dekat persawahan, suasana restoran yang nyaman dan menyenangkan, peralatan makan bersih dan bagus, restoran/rumah makan cocok untuk membawa anggota keluarga, restoran/rumah

makan memiliki toilet dan tempat mencuci tangan yang bersih, restoran yang nyaman untuk anak kecil, memiliki dekorasi yang menarik perhatian, memiliki tempat duduk yang nyaman dan memiliki tempat parkir yang aman dan nyaman. Untuk variabel menu makanan dan minuman generasi X memilih indikator restoran/rumah makan menawarkan menu yang disesuaikan dengan selera lokal dan menawarkan makanan dan minuman lain yang unik dan lezat sedangkan generasi Y memilih indikator restoran dan rumah makan menawarkan makanan dan minuman lain yang unik dan lezat. Untuk variabel harga makanan dan minuman generasi X dan Y memilih harga makanan dan minuman sesuai dengan kualitas dan suasana restoran. Untuk variabel pelayanan generasi X lebih mempertimbangkan indikator penampilan karyawan yang rapi dan sopan, pelayanan dari karyawan yang terampil, pelayanan dari karyawan yang ramah, karyawan menyampaikan pesanan sesuai dengan yang dijanjikan, ketepatan waktu penyajian makanan dan minuman sesuai dengan yang dijanjikan, restoran/rumah makan serta indikator menyediakan pelayanan yang cepat dan efisien. Generasi Y sangat mempertimbangkan indikator penampilan karyawan yang rapi dan sopan, pelayanan dari karyawan yang terampil, pelayanan dari karyawan yang ramah, karyawan menyampaikan pesanan sesuai dengan yang dijanjikan, ketepatan waktu penyajian makanan dan minuman sesuai dengan yang dijanjikan, dan indikator menyediakan sistem pemesanan tempat. Terdapat beberapa perbedaan preferensi generasi X dan Y di Kabupaten Badung dalam memilih restoran/rumah makan di Ubud antara lain: dari variabel keadaan restoran indikator restoran/rumah makan yang nyaman untuk anak kecil dimana pada generasi Y sangat mempertimbangkan dan generasi X hanya mempertimbangkan. Generasi X hanya mempertimbangkan lokasi restoran/rumah makan yang dekat dengan persawahan sedangkan generasi Y sangat mempertimbangkan saja lokasi restoran/rumah makan dekat persawahan. Dari Variabel menu makanan dan minuman preferensi antara generasi Y dan X di Kabupaten Badung terdapat sedikit perbedaan yaitu pada indikator restoran/rumah makan menawarkan menu yang disesuaikan dengan selera lokal dimana generasi Y hanya mempertimbangkan sedangkan generasi X sangat mempertimbangkan indikator ini. Untuk variabel harga makanan dan minuman restoran/rumah makan mengadakan program makan sepuasnya satu harga bagi generasi Y hanya mendapat jawaban cukup mempertimbangkan sedangkan bagi generasi X mereka mempertimbangkan. Jika dilihat dari variabel pelayanan dengan tujuh indikator, preferensi antara generasi X dan Y di Kabupaten Badung dalam memilih restoran/rumah makan di Ubud terdapat sedikit perbedaan terutama pada indikator restoran/rumah makan di Ubud menyediakan sistem pemesanan tempat duduk.

Kata Kunci : *Preferensi, Generasi X, Generasi Y, Restoran*

PERUBAHAN GAYA HIDUP GENERASI MUDA TERHADAP PERKEMBANGAN *COFFEE SHOP* DI DENPASAR BALI

I Nyoman Gede Agus Jaya Saputra

Program Studi Manajemen Tata Hidang, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: ajs@ppb.ac.id

Penelitian ini menjelaskan tentang fenomena keberadaan *coffee shop* terhadap gaya hidup generasi muda di Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena gaya hidup generasi muda di *coffee shop* dengan pengukuran gaya hidup AIO (*Activities, Interest, Opinion*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian ini memakai teknik pengambilan *purposive sampling*. Pertimbangan dalam pengambilan sampel ditentukan pada kualitas informasi partisipan yang tepat yaitu kaum muda yang mengunjungi kedai Starbucks. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa terdapat fenomena gaya hidup yang tercipta di Starbucks antara lain; (1) aktivitas nongkrong bersama teman, (2) mengobrol, (3) berdiskusi mengenai pekerjaan, (4) mengerjakan tugas kuliah dan tugas kantor. Di sisi lain, hasil penelitian ini juga memperlihatkan ketertarikan kaum muda terhadap Starbucks, sehingga kaum muda sangat senang mengunjungi *Coffee Shop* Starbucks. Fenomena yang terjadi menandakan, bahwa keberadaan Starbucks merupakan salah satu gaya hidup kaum muda saat ini. Starbucks sudah menjadi tempat untuk memfasilitasi kaum muda dalam melakukan aktivitas, minat, dan mengungkapkan opini seseorang melalui aktifitas-aktifitas yang terjadi.

Kata Kunci: *coffee shop, gaya hidup, generasi muda*

PEMAHAMAN PEMANGKU KEPENTINGAN TERHADAP SKEMA KUALIFIKASI LSPP1 POLITEKNIK PARIWISATA BALI

I Gede Darmawijaya

Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: gededarma@yahoo.com

Lembaga Sertifikasi Profesi Pihak Pertama (LSPP1) di Politeknik Pariwisata Bali berperan sangat signifikan dalam menyaring kualitas lulusan karena mensertifikasi kompetensi mahasiswa. Rendahnya kualitas proses asesmen dan persepsi negatif para asesi dan lulusan menunjukkan *mis-management* LSPP1 yang memicu peneliti untuk mengkaji pemahaman pemangku kepentingan LSPP1 terhadap skema kualifikasi kompetensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan lima pemangku kepentingan dan pemahaman mereka terhadap skema kualifikasi. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data dari narasumber yang dipilih secara *purposive* sampai data yang dikumpulkan jenuh. Ada tiga indikator yang digunakan yaitu persyaratan asesor, deskriptor skema kualifikasi level lima, dan deskriptor jabatan level lima. Kelompok narasumber yang digunakan adalah dewan pengarah, pengelola, asesor, asesi, dan pengguna LSPP1. Jumlah narasumber untuk masing-masing kelompok bervariasi sesuai dengan kebutuhan kejenuhan data. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Stakeholder Analysis* dan *Interpretative Phenomenological Analysis* (IPA). Teknik analisis pemangku kepentingan atau stakeholder analysis digunakan untuk mengidentifikasi pemangku kepentingan, menentukan tingkat kepentingan pemangku kepentingan, dan memahami kebutuhan para pemangku kepentingan (Mind Tools, 2021). Teknik analisis IPA adalah teknik analisis kualitatif dengan pendekatan fenomenologi (Alase, 2017). Aspek penting dalam analisis ini adalah mengungkap pengalaman langsung dari para narasumber terhadap suatu kejadian yang dialami. Teknik analisis ini banyak digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengkaji dan menginterpretasi pengalaman langsung dari subyek yang diteliti. Dengan fokus pada analisis konteks, peneliti mengeksplorasi inti masalah dari suatu fenomena yang terjadi. Oleh karena itu peneliti harus memahami betul obyek yang diteliti sehingga dapat memberikan interpretasi dan kesimpulan yang tepat. Disamping itu, peneliti harus menjaga kerahasiaan dari narasumber sehingga data yang diperoleh valid dan reliabel. Untuk memahami kebutuhan pemangku kepentingan maka perlu dikaji pengalaman pemangku kepentingan dalam proses uji kompetensi dan juga dalam menggunakan mahasiswa/alumni yang sudah memiliki sertifikat kompetensi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada lima pemangku kepentingan yang diidentifikasi kebutuhannya dari enam pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan yang paling menentukan kualitas keluaran (*output*) dan hasil (*outcome*) adalah dewan pengarah, karena mereka yang menilai kinerja pengurus yang terdiri dari penanggungjawab, kepala unit, manajer dan staf. Monitoring dan evaluasi dewan pengarah memastikan kinerja pengelola sesuai dengan proses bisnis yang sesuai dengan standar untuk menjamin kualitas keluaran dan hasil. Dewan pengarah agar memastikan bahwa arahan yang dibangun berorientasi kepada kebutuhan pengguna, yang dalam penelitian ini ditempatkan sebagai pemangku kepentingan *ranking* terakhir namun memiliki peranan yang sangat menentukan terhadap citra luaran Poltekpar Bali dan LSPP1. Sedangkan empat pemangku kepentingan lain akan mengikuti arahan dari dewan pengarah. Lebih jauh lagi,

kebutuhan pemangku kepentingan belum diidentifikasi dan digunakan sebagai dasar dalam merancang proses bisnis dan instrumen turunannya. Temuan kedua adalah pemahaman pemangku kepentingan LSPP1 terhadap skema kualifikasi kompetensi sangat rendah yang berdampak pada rendahnya kinerja mereka dalam melakukan uji kompetensi dan persepsi negatif dari pengguna. Jawaban para narasumber konsisten bahwa mereka belum memahami rujukan skema kualifikasi level lima, apakah KKNI atau AQRF. Hal ini berimplikasi pada ketidakpahaman terhadap dekriptor skema kualifikasi level lima dan deskriptor jabatan relevan yang diuji pada skema tersebut yang pada akhirnya berpengaruh terhadap pemilihan asesor, penjaringan asesi, pembuatan perangkat asesmen, dan penetapan keputusan asesmen. Di sisi lain, pengguna menunjukkan bahwa pihak kampus Poltekpar Bali belum memiliki pedoman praktik kerja yang dapat dijadikan acuan baik oleh dosen pengampu, mahasiswa, dan pengguna. Oleh karena itu, pihak hotel menggunakan mekanismenya untuk menentukan kompetensi yang harus dikuasai mahasiswa dalam melakukan praktik kerja dengan menyediakan *training checklist*. Disamping itu belum pernah ada sepanjang pengetahuan narasumber, pihak kampus menyampaikan tujuan praktik kerja mahasiswanya sesuai dengan jenjang pendidikan dan periode praktik kerja. Akibatnya, mahasiswa akan melaksanakan praktik kerja sesuai dengan kesempatan yang diberikan oleh hotel, tanpa membandingkan dengan tujuan sesungguhnya dari pelaksanaan praktik kerja. Implikasi dari temuan tersebut adalah Dewan Pengarah dan Manajemen LSPP1 perlu mengidentifikasi kebutuhan pemangku kepentingan yang digunakan sebagai dasar dalam merancang proses bisnis dan instrumen turunannya. Selain itu, sosialisasi atau pelatihan atau lokakarya tentang skema kualifikasi dan instrumen turunannya sangat dibutuhkan bagi semua pemangku kepentingan.

Kata Kunci : *Skema Kualifikasi, Lembaga Sertifikasi Profesi Pihak Pertama, Kompetensi, Penilaian.*



BAGIAN 2:
PENELITIAN KELOMPOK



TATA KELOLA BALI SEBAGAI DESTINASI WISATA INTERNASIONAL YANG BERKELANJUTAN TERHADAP KEBIJAKAN PEMERINTAH DAN PERILAKU MASYARAKAT PASCA COVID-19

Ni Made Eka Mahadewi, I Putu Utama, Ida Bagus Gede Agung Widana, Luh Yusni Wiarthi
Program Studi Magister Terapan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: eka.mahadewi@gmail.com, utama@ppb.ac.id, ibgawidana@ppb.ac.id, yusni@ppb.ac.id

Pariwisata pada masa pandemi *COVID-19* telah menghadapi berbagai tantangan. Di tengah pembatasan perjalanan global termasuk banyak perbatasan yang ditutup penuh untuk menahan *COVID* yang sedang berlangsung, kedatangan turis internasional turun 70% pada Januari-Agustus 2020 dibandingkan periode yang sama tahun lalu (UNWTO *World Tourism Barometer, 2020*). Hal ini mengakibatkan hilangnya pendapatan ekspor sebesar US \$ 730 miliar dari pariwisata internasional. Di dalam negeri, menurut laporan BPS 5 Februari 2021, akomodasi dan makan minum turun sebesar minus 10,22% disebabkan: tingkat penghunian kamar (TPK) Hotel minus 39,75%, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara minus 75,03%, dan tutupnya sejumlah hotel dan restoran selama masa pandemi *COVID-19*. Bali sebagai destinasi wisata internasional mengalami dampak serupa selama pandemi *COVID-19*. Untuk bisa mengelola Bali sebagai destinasi wisata, perlu dilakukan Langkah pengelolaan dan antisipasi dari berbagai pihak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui (1) Apakah layanan *COVID-19* berpengaruh terhadap citra pariwisata dan Bali sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan? (2) Apakah dampak pariwisata akibat *COVID-19* berpengaruh terhadap citra pariwisata dan Bali sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan? (3) Apakah kondisi kepariwisataan pasca *COVID-19* berpengaruh terhadap citra pariwisata dan Bali sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan? (4) Apakah perilaku masyarakat pasca *COVID-19* berpengaruh terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan? (5) Apakah kebijakan pemerintah berpengaruh terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan? (6) Apakah citra destinasi berpengaruh terhadap Bali sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan? (7) Bagaimanakah pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total dari *COVID-19*, dampaknya bagi pariwisata, kondisi kepariwisataan, citra destinasi terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan? Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya (1) pengaruh positif layanan *COVID-19* terhadap citra pariwisata; (2) pengaruh positif dampak pariwisata pasca *COVID-19* terhadap citra pariwisata; (3) pengaruh positif kondisi kepariwisataan pasca *COVID-19* terhadap citra pariwisata; (4) pengaruh negatif perilaku masyarakat terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan; (5) pengaruh positif kebijakan pemerintah terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan; (6) pengaruh positif citra destinasi terhadap Bali sebagai destinasi wisata yang berkelanjutan; (7) pengaruh positif layanan *COVID-19* terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan; (8) pengaruh positif dampak pariwisata pasca *COVID-19* terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan; (9) pengaruh negatif kondisi kepariwisataan pasca *COVID-19* terhadap Citra Destinasi ; (10) pengaruh negatif kondisi kepariwisataan pasca *COVID-19* terhadap Bali sebagai destinasi yang berkelanjutan.

Kata Kunci: tata kelola destinasi, kebijakan pemerintah, perilaku masyarakat, pandemi *COVID-19*

KAJIAN PEMETAAN KLASIFIKASI DESA WISATA DI KABUPATEN GIANYAR

I Wayan Mertha, Ida Bagus Gede Agung Widana, Ni Made Tirtawati, I Gede Gian Saputra
Program Studi Manajemen Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: wayanmertha@yahoo.com, ibgawidana@ppb.ac.id, tirtastp@yahoo.co.id,
giansaputra@ppb.ac.id

Di Indonesia khususnya Bali begitu banyak desa yang telah ditetapkan sebagai desa wisata, namun realita di lapangan tidak semua desa wisata tersebut berhasil mendatangkan kunjungan wisatawan. Banyak desa menyandang status sebagai desa wisata bahkan memiliki SK Desa Wisata, namun tidak banyak desa wisata yang berhasil mengembangkan kegiatan pariwisata. Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Gianyar mulai dilakukan pada tahun 2017. Penetapan desa wisata baru terus dilakukan hingga tahun 2020. Penambahan desa wisata yang dilakukan secara terus menerus dengan potensi yang tidak berbeda jauh dengan desa wisata yang telah ditetapkan sebelumnya tentu akan semakin menghambat perkembangan desa wisata yang ada. Studi ini bertujuan untuk memetakan klasifikasi desa wisata di Kabupaten Gianyar Provinsi Bali. Kegiatan pemetaan klasifikasi desa wisata sangat perlu dilakukan untuk memaksimalkan pengembangan desa wisata sesuai dengan kategorinya. Dengan demikian upaya pengembangan, penyusunan kebijakan dan perencanaan desa wisata dapat dilakukan dengan tepat sesuai dengan kategori masing-masing desa wisata. Terdapat empat pengkategorian desa wisata di antaranya; desa wisata rintisan, desa wisata berkembang, desa wisata maju, dan desa wisata mandiri. Masing-masing kategori memiliki indikator yang digunakan sebagai tolak ukur penentu. Studi ini didesain dengan metode analisis deskriptif kualitatif yang didukung dengan *Geography Information System* (GIS). Metode *Purposive Sampling* digunakan untuk memilih informan yang terdiri dari Ketua atau Pengurus Pokdarwis, Pengurus Badan Usaha Milik Desa Unit Desa Wisata, atau Kepala Desa yang memiliki pengalaman dan wawasan terkait pengembangan desa wisata. Sebanyak 20 responden sebagai representatif desa wisata di Gianyar berhasil didapatkan dalam penyebaran kuesioner. Pada tahap pertama dilakukan *scoring* untuk mendapatkan klasifikasi desa wisata, tahap kedua nilai ini akan diolah dengan metode analisis data spasial untuk mendapat peta pola persebaran klasifikasi desa wisata di Kabupaten Gianyar dalam bentuk peta. Hasilnya, 80% desa wisata di Kabupaten Gianyar masuk ke dalam klasifikasi berkembang, 15% klasifikasi desa wisata maju, hanya 5% tergolong rintisan, dan belum ada yang masuk dalam klasifikasi mandiri. Dari peta klasifikasi desa wisata di Kabupaten Gianyar maka dapat dilihat secara spasial dari 7 kecamatan di Ubud seluruhnya memiliki desa wisata klasifikasi berkembang yang ditandai dengan zona berwarna kuning. Namun demikian, secara spasial 3 kecamatan penyumbang desa wisata berkembang terbanyak yang perlu diperhatikan seperti Kecamatan Gianyar, Tampaksiring, dan Ubud karena perlu stimulan dan usaha lebih sistematis untuk mendorong desa-desa ini masuk ke dalam klasifikasi maju. Berdasarkan peta hanya terdapat dua kecamatan yang masuk ke dalam klasifikasi desa wisata maju secara spasial terletak di Kecamatan Ubud dan Tegallalang atau sebesar 15% desa wisata di Kabupaten Gianyar yang tergolong ke dalam klasifikasi desa wisata maju ditandai dengan zona berwarna

hijau. Dari peta dapat diketahui secara spasial kecamatan yang memiliki desa wisata rintisan hanya Kecamatan Payangan ditandai dengan zona berwarna merah.

Kata Kunci : *klasifikasi, desa wisata, geography information system*

PRIORITAS PENGEMBANGAN DESA WISATA PADA MASA NORMAL BARU DI KECAMATAN PETANG KABUPATEN BADUNG

Dewa Ayu Made Lily Dianasari, Ida Bagus Putra Negarayana, I Gede Gian Saputra
Program Studi Manajemen Kepariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

email: lilydianasari@gmail.com, negarayana@ppb.ac.id, giansaputra@ppb.ac.id

Di era kenormalan baru desa wisata diyakini akan menjadi dominasi pilihan dan tren pariwisata. Hal ini dikarenakan wisatawan akan memilih destinasi yang mengedepankan rasa aman, nyaman, bersih, sehat dan lingkungan yang alami. Desa wisata merupakan harapan dalam membangkitkan kembali sektor pariwisata dan ekonomi kreatif yang bersentuhan langsung dengan masyarakat. Kecamatan Petang merupakan salah satu kecamatan di sisi utara Kabupaten Badung yang menjadikan desa wisata sebagai pilihan strategis untuk dapat bersaing dalam industri pariwisata dan mewujudkan pemerataan pembangunan sektor pariwisata agar tidak hanya terfokus di Badung Selatan. Pengembangan desa wisata di tengah pandemi Covid-19 menjadi tantangan tersendiri bagi pengelola desa wisata. Dimana berbagai upaya adaptasi harus dilakukan, mulai dari penerapan protokol kesehatan, pengelolaan pengunjung, dan desa juga harus berharap ditengah ketidakpastian kapan pandemi akan berakhir. Berdasarkan fenomena yang terjadi, menarik untuk dikaji lebih mendalam terkait prioritas pengembangan desa wisata pada masa normal baru di Kecamatan Petang, Kabupaten Badung. Penelitian ini penting untuk dapat mengidentifikasi prioritas pengembangan produk desa wisata yang dilakukan oleh pengelola desa wisata di Kecamatan Petang. Teori dan konsep yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini adalah Teori Siklus Hidup Area Pariwisata, konsep komponen produk pariwisata, konsep desa wisata, konsep pariwisata normal baru. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan teknik analisis AHP (*Analytical Hierarchy Process*). Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder yang diperoleh melalui proses observasi, wawancara mendalam dan *focus group discussion* dengan kepala desa atau pengelola desa wisata di wilayah Kecamatan Petang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi eksisting desa wisata pada masa normal baru di Kecamatan Petang, dilihat dari komponen produk desa wisata, berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa atraksi wisata utama yang ada pada lima desa wisata adalah atraksi wisata alam dengan aktivitas wisata utamanya adalah petualangan atau *adventure*. Dilihat dari sisi aksesibilitas kelima desa wisata, memiliki akses yang memadai dilihat dari kondisi jalan, jarak tempuh dan dapat diakses oleh berbagai jenis transportasi darat. Dari sisi fasilitas secara umum kelima desa wisata yang ada di Kecamatan petang memiliki fasilitas yang cukup baik, hanya saja beberapa desa seperti desa wisata petang kondisi fasilitas wisatanya kurang terawat. Terakhir dilihat dari kelembagaannya kelima desa wisata telah memiliki lembaga yang mengelola kegiatan pariwisata. Kelima desa wisata ini telah memiliki Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Berdasarkan pada hasil *Analytic Hierarchy Process* yang telah dilakukan dalam menentukan prioritas pengembangan desa wisata Kecamatan Petang di normal baru maka dihasilkan aspek *ancillary* sebagai prioritas pengembangan utama. Kemudian, urutan aspek prioritas pengembangan yang dapat dilakukan selanjutnya adalah *attraction*, *accessibility*, *amenity*, *availabe packages* dan *activity*. Terkait dengan *ancillary* sebagai aspek prioritas utama, terdapat sub kriteria kelembagaan sebagai hal yang dapat diprioritaskan terlebih dahulu dibandingkan dengan pengembangan pelayanan tambahan. Berdasarkan *Focus Group Discussion* yang telah dilaksanakan, adapun

bentuk pengembangan kelembagaan yang akan diimplementasikan adalah dengan mengadakan kerjasama antara Pemerintah Kecamatan Petang dengan unsur akademisi (Poltekpar Bali) dimana, kerjasama pendampingan dilakukan secara bertahap yang dimulai dengan pembentukan sistem pengelolaan terlebih dahulu. Sistem pengelolaan tersebut direncanakan akan terintegrasi dengan pemerintah, organisasi, pelaku pariwisata, peraturan dan teknis pelaksanaan yang berlangsung secara terus-menerus agar tujuan kepariwisataan di Desa Wisata Kecamatan Petang dapat tercapai. Terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dijalankan dalam mengembangkan desa wisata di Kecamatan Petang diantaranya: Pemerintah Kabupaten Badung perlu menyusun kembali aturan pengelolaan desa wisata. Peraturan perlu diperjelas siapa dan bagaimana membentuk pengelola desa wisata sehingga fungsi tata kelola desa wisata dapat dijalankan. Setelah adanya pengelola desa wisata, baru ditentukan pelayanan tambahan dari desa wisata. Dari sisi pengelola desa wisata sebaiknya memprioritaskan pengembangan fasilitas dan sarana prasarana penunjang kegiatan wisata. Sehingga wisatawan yang melakukan aktivitas wisata di desa wisata pada masa normal baru ini, merasa lebih nyaman dan aman, karena fasilitas dan sarana yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan mereka ketika berkunjung ke desa wisata. Bagi Pemerintah desa, pengelola desa wisata dan masyarakat yang ada di Kecamatan Petang sebaiknya bersinergi dalam melakukan perawatan secara berkala pada fasilitas dan sarana prasarana penunjang kegiatan pariwisata, terutama memastikan kebersihan fasilitas. Sehingga wisatawan merasa aman dalam mempergunakan fasilitas yang telah disediakan. Pemerintah desa, pengelola desa wisata dan masyarakat yang ada di Kecamatan Petang sudah saatnya bersinergi dalam melakukan pengelolaan pengunjung, seperti; mengukur suhu badan wisatawan yang berkunjung, menyediakan tempat cuci tangan dan *handsanitizer* dan menyediakan ruangan isolasi di masa normal baru. Hal ini agar angka penyebaran virus dapat ditekan dan diantisipasi, sehingga baik masyarakat maupun wisatawan aman berada di lingkungan desa. Masyarakat juga disarankan agar selalu menaati protokol kesehatan dan berani menegur wisatawan yang tidak menaati protokol kesehatan sehingga dapat saling menjaga dan melindungi dari ancaman virus Covid-19. Untuk menarik minat kunjungan, pengelola desa wisata dapat melakukan pengembangan atraksi wisata alam. Melihat berbagai fenomena yang terjadi saat ini, kedepan dapat dilakukan penelitian tentang tata kelola desa wisata pada masa normal baru. Sehingga dapat ditemukan model pengelolaan desa wisata pada masa normal baru di Kecamatan Petang.

Kata Kunci : *prioritas pengembangan, desa wisata, normal baru.*

PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMULIHAN PARIWISATA PADA ERA *NEW NORMAL* DI KSPN BEDUGUL DAN SEKITARNYA

Woro Susianti, Nyoman Reni Ariasri

Program Studi Manajemen Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: woro_susianti@yahoo.com, reniariasri@ppb.ac.id

Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Bedugul dan Sekitarnya (KSPN Bedugul dan sekitarnya) merupakan salah satu dari 11 KSPN yang ada di Bali, yang terdampak pandemi *COVID-19*. Kawasan ini mempunyai Daya Tarik Wisata yang telah dikenal dunia antara lain Pura Ulundanu Beratan, Kebun Raya Bedugul, Danau Beratan, Danau Buyan, Danau Tamblingan, Hutan Kera, serta sejumlah Desa Wisata seperti Desa Batunya, Desa Candikuning, Desa Pancasari, Desa Wanagiri, Desa Gobleg, Desa Munduk, dan Desa Umajero. Sedangkan yang menjadi Daya Tarik utama di kawasan ini adalah Pura Ulundanu Beratan dan Kebun Raya Bedugul. Setelah dibukanya kembali pariwisata di Pulau Dewata saat pandemi *COVID-19* pengelola Kawasan ini telah siap mengimplementasikan protokol kesehatan pada tatanan era baru sesuai dengan yang dibuat oleh Kemenparekraf berdasarkan arahan Kementerian Kesehatan dan WHO. Salah satunya adalah dengan melakukan pembatasan kunjungan dan penerapan program CHSE (*Cleanliness, Health, Safety and Environment*). Konsep ini tidak terelakkan karena pandemi *COVID-19* telah membuat masyarakat jauh lebih peduli terhadap faktor-faktor kebersihan, kesehatan dan keamanan, termasuk di setiap destinasi wisata. Pada era *New Normal* ini masyarakat lokal Bedugul juga berinisiatif untuk membangkitkan kembali perekonomian akibat pariwisata yang terpuruk. Kembali dibukanya kegiatan wisata di KSPN Bedugul Dsk. yang membutuhkan kerja sama dan kedisiplinan semua pemangku kepentingan, menjadi dasar sekaligus tujuan dari penelitian ini, yakni untuk mengetahui bagaimana partisipasi masyarakat pelaku pariwisata di KSPN Bedugul dan sekitarnya terhadap usaha pemulihan pariwisata di wilayah ini. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, survei, wawancara, dan studi literatur. Instrumen penelitian yang digunakan ialah kuisioner dan panduan wawancara. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *purposive* dan *snow ball sampling*, dengan penentuan jumlah sampel mengacu pada teori Fraenkel & Wallen. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Sebagai indikator dalam instrumen penelitian, digunakan teori tipologi partisipasi masyarakat dalam pariwisata dari Pretty. Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat secara menyeluruh terhadap pemulihan pariwisata pada era *New Normal* di KSPN Bedugul Dsk. tampak sangat kecil (di bawah 50%). Partisipasi masyarakat ini didominasi oleh kaum perempuan (61%), oleh masyarakat yang berusia 30 s/d 39 tahun (47%), berpendidikan setaraf SMA (38%) dan perguruan Tinggi (33%), bekerja sebagai pedagang (37%), berpenghasilan antara Rp.3.000.000,- s/d Rp.4.000.000,- per bulan (34%), serta masyarakat yang sudah berdomisili di Bedugul lebih dari 20 tahun (57%). Berdasarkan tujuh tingkatan tipologi partisipasi, tingkatan partisipasi yang ada pada masyarakat Bedugul dari yang terendah ke atas dapat dilihat sebagai berikut: *Manipulative Participation*/ Partisipasi Manipulatif, dengan nilai rata-rata sebesar 0,556 atau sebesar 27,8%. *Passive Participation*/ Partisipasi Pasif, dengan nilai rata-rata 0,546 atau sebesar 27,3%. *Participation by Consultation*/ Partisipasi melalui Konsultasi, dengan nilai rata-rata 0,563 atau sebesar 28,1%. *Participation for Material Incentive*/ Partisipasi untuk Insentif Materiil, dengan nilai rata-rata 0,82 atau sebesar 41%. *Functional Participation*/ Partisipasi Fungsional, dengan nilai rata-rata 0,293 atau

sebesar 14,6%. *Interactive Participation*/ Partisipasi Interaktif, dengan nilai rata-rata 0,156 atau sebesar 7,8%. *Self Mobilization and Connectedness*/ Partisipasi dengan Pengerahan diri dan keterkaitan, memperoleh nilai rata-rata 0,9 atau sebesar 45%. Kurangnya partisipasi dari masyarakat Bedugul terhadap pemulihan pariwisata ini disebabkan oleh ketidak adaannya organisasi profesi atau tata kelola kepariwisataan seperti Pokdarwis yang terlibat dalam penanganan berbagai hal terkait pariwisata. Di samping itu pengelolaan DTW Bedugul pun diserahkan kepada pihak swasta. Sehingga masyarakat merasa tidak memiliki kepentingan yang terkait pada usaha pemulihan pariwisata. Usaha yang mereka lakukan hanyalah suatu bentuk upaya untuk mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari.

Kata Kunci : *KSPN bedugul, partisipasi masyarakat, era new normal*

BENTUK PARTISIPASI MASYARAKAT LOKAL DALAM PENETAPAN DESA SAYAN, KECAMATAN UBUD SEBAGAI DESA WISATA DI KABUPATEN GIANYAR, BALI PADA MASA PANDEMI COVID-19

**Teguh Hadi Sukarno, Dewa Gede Ngurah Byomantara, Ni Putu Evi Wijayanti,
M. Tanggap Sasmita, Putu Surya Laksana Rahjasa**
Program Studi Manajemen Bisnis Pariwisata, Politeknik Pariwisata Bali

email: teguh.hadisukarno63@gmail.com, byomantara@ppb.ac.id, evi@ppb.ac.id,
tanggap1511@gmail.com, rahjasasurya@gmail.com

Negara China melaporkan pada tanggal 31 Desember 2019 tentang adanya virus baru sejenis *Pneumonia*, infeksi pernafasan akut yang menyerang paru-paru. Virus ini jauh lebih rentan menyebabkan kematian pada penduduk usia lanjut, terdeteksi pertama kali di kota Wuhan. Berawal dari kasus lokal *covid-19* menyebar ke seluruh dunia silih berganti. Sehingga pada tanggal 11 Februari tahun 2020, Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan Virus baru yang disebut *Covid-19* Seluruh negara Eropa Barat seperti : Inggris, Prancis, Jerman, Spanyol, Belanda bahkan Amerika Serikat dan Jepang pada bulan Maret tahun 2020 melaporkan kasus *covid-19*. Negara-negara pengekspor wisatawan ke Indonesia tersebut memberlakukan kebijakan *lockdown* yaitu menutup kedatangan wisatawan Asing dan melarang warga negaranya untuk bepergian ke luar negeri. Pemerintah Indonesia pada akhir bulan Maret 2020 memberlakukan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk memutus mata rantai penyebaran *Covid-19* di Jawa, Bali dan beberapa Provinsi lainnya dan memberlakukan Protokol Kesehatan secara ketat. Sementara itu, Pemerintah Kabupaten Gianyar melalui Surat Keputusan Bupati nomor 762/E-02/HK/2020 pada bulan April tahun 2020 telah menetapkan beberapa Desa di wilayahnya sebagai Desa Wisata, termasuk Desa Sayan, Kecamatan Ubud. Tujuan utama penetapan Desa Wisata adalah agar masyarakat dapat mengangkat potensi atau kearifan lokal untuk dikembangkan sebagai ciri khas sehingga dapat menjadi sarana pengembangan usaha ekonomi bersama yang secara tidak langsung dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) masing-masing Desa, juga untuk menaikkan peran dan partisipasi masyarakat lokal sebagai *Subyek* dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata di daerahnya. Sehubungan dengan hal tersebut di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Bentuk Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam Penetapan Desa Sayan, Kecamatan Ubud Sebagai Desa Wisata di Kabupaten Gianyar, Bali Pada Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020. Faktor-faktor apa saja yang mendorong dan menghambat Partisipasi masyarakat dan manfaat apa yang diterima oleh masyarakat dari penetapan Desa Sayan sebagai Desa Wisata. Untuk menjawab pertanyaan tersebut digunakan teori Bentuk Partisipasi Masyarakat dari Laksana yang membagi Bentuk Partisipasi Masyarakat dalam Bentuk Nyata (memiliki wujud) dan dalam Bentuk Tidak Nyata (abstrak). Digunakan pula teori Bentuk Partisipasi Masyarakat dari Hamijoyo dan Iskandar yang menyebutkan ada 5 Bentuk Partisipasi yaitu : Partisipasi Buah Pikiran, Partisipasi Harta Benda, Partisipasi Ketrampilan dan Kemahiran dan Partisipasi Sosial yang diberikan orang sebagai bentuk Keguyuban. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan melalui *Google Form* kepada responden masyarakat dan Perangkat Desa Sayan, mengingat adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) awal bulan Juli sampai saat

ini, yang membatasi kegiatan perjalanan dan berkumpul di tengah masyarakat. Hasil analisis kuesioner menyatakan bahwa Bentuk Partisipasi Masyarakat Desa Sayan adalah bentuk Partisipasi yang Pertama dan utama yaitu Buah Pikiran, masyarakat dari awal sudah dilibatkan dalam tahap perencanaan sampai dengan implementasi pembentukan Desa Wisata. Faktor yang menghambat partisipasi masyarakat adalah Sumber Daya Manusia, dana dan Kebersihan lingkungan. Faktor yang mendorong partisipasi masyarakat adalah alam, lingkungan dan warisan budaya. Sedangkan manfaat yang diperoleh masyarakat adalah peningkatan perekonomian, lingkungan yang bersih dan mulai tertata dan memiliki pemikiran yang lebih terbuka.

Kata Kunci: bentuk partisipasi masyarakat, faktor pendorong dan penghambat partisipasi masyarakat, manfaat yang diperoleh masyarakat.

IDENTIFIKASI POTENSI DESTINASI WISATA BERSEPEDA DI DESA WISATA TARO, TEGALLALANG, KABUPATEN GIANYAR, PROVINSI BALI

I Nyoman Sudiksa, Ida Ayu Kalpikawati, I Gusti Agung Febrianto,
Ni Wayan Chintia Pinaria

Program Studi Bisnis Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: nsudiksa@ppb.ac.id, idaayukalpikawati@ppb.ac.id, igustiagung.febrianto@ppb.ac.id,
chintia.mokta@yahoo.co.id

Bali sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang terkenal dengan alam dan keramahan penduduknya sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kondisi ini mengakibatkan daerah-daerah di Bali khususnya desa-desa tradisional yang kaya akan potensi sumber daya alam dan budaya tidak luput dari sasaran kunjungan wisatawan. Desa Wisata Taro adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar yang memiliki potensi alam yang masih asri dan sangat cocok untuk dikembangkan untuk pariwisata perdesaan (*rural tourism*). Berdasarkan potensi yang ada terdapat aktivitas yang dapat dilakukan di Desa Wisata Taro seperti kegiatan menyusuri hutan (*tracking*) dan bersepeda (*cycling*) tetapi terdapat kegiatan yang menjadi perhatian untuk saat ini yakni kegiatan bersepeda yang dilakukan oleh pihak *cycling* yang berada di luar area Desa Taro, hal tersebut membuat Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dapat mengembangkan pariwisata dalam bidang wisata sepeda Di Desa Wisata Taro. Adapun 12 perusahaan yang menggunakan akses jalan desa sebagai jalur *cycling* di Desa Wisata Taro yaitu: Greenbike Adventure, Sobek, True Bali Experience, Hai Bali Cycling Tour, Graha Adventure Rafting, Love Bali Bike Tours, Bali Culture Tour, COMO Shambala Estate, Chapung Sebali, Bagus Jati Ubud, COMO Uma Ubud, dan The Kayon Resort Ubud. Kegiatan bersepeda yang dilakukan oleh pihak *cycling* yang berada di luar area Desa Wisata Taro selama ini memunculkan dampak positif maupun negatif bagi Desa Wisata Taro. Dampak positif dari kegiatan bersepeda di Desa Wisata Taro yaitu Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) bisa mengambil peluang dari kegiatan bersepeda tersebut, dan dengan adanya kegiatan bersepeda secara tidak langsung membuat Desa Wisata Taro lebih dikenal oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dampak negatif dari kegiatan bersepeda di Desa Wisata Taro yaitu dapat menyebabkan terganggunya lalu lintas di jalan raya yang berada di Desa Wisata Taro khususnya pada saat *high season* karena perusahaan *cycling* yang berada di luar desa mengarahkan seluruh wisatawan untuk melewati jalan publik. Dalam pengembangan kerjasama *cycling* dengan menentukan atribut-atribut daya tarik wisata di Desa Wisata Taro mampu meningkatkan minat wisatawan dengan memberikan pengalaman yang tidak terlupakan dalam berkunjung dan beraktivitas di area Desa Wisata Taro. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pengembangan kegiatan bersepeda di area Desa Wisata Taro. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebar kuesioner kepada 115 responden yang terdiri dari para *guide cycling* pada 12 perusahaan *cycling*, POKDARWIS, serta komunitas sepeda yang sudah pernah melewati Desa Wisata Taro, Tegallalang, Bali, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor dengan menggunakan program SPSS For Mac version 23.0. Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa terdapat 4 faktor yang sebagai penentu daya tarik Desa Wisata Taro sebagai destinasi bersepeda. Hasil dari uji *rotated component matrix* menunjukkan bahwa item pernyataan kuesiner AC7, AC8, CS1, CS2, CS3, CS4, dan CS5 merupakan kelompok dari faktor 1. Item pernyataan kuesiner AC1, AC2, AC3, AC4, dan AC5 merupakan kelompok

dari faktor 2. Item pernyataan kuesiner AC6, AM1, AM3, AM4, dan AM5 merupakan kelompok dari faktor 3. Item pernyataan kuesiner TA1, TA2, dan AM2 merupakan kelompok dari faktor 4. Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa variabel *Accessibility* memiliki nilai korelasi paling besar dari pada ke-3 variabel yang lain dari penelitian ini yaitu sebesar 0,920 yang menunjukkan bahwa variabel *Accessibility* merupakan atribut paling penting sebagai penentu daya tarik Desa Wisata Taro sebagai destinasi bersepeda. Berdasarkan simpulan dari penelitian ini, beberapa saran untuk meningkatkan potensi yang bisa dijadikan dalam pengembangan kegiatan bersepeda di area Desa Wisata Taro, seperti dengan membuat *calender of event*, membuat fasilitas untuk pesepeda seperti garis jalan sepeda, jalan khusus sepeda, bahu jalan, jalan kecil untuk sepeda, penerang jalan, cermin cembung, dan petunjuk jalan. Dan menempatkan aspek keamanan dan keselamatan sebagai layanan tambahan (*ancillary services*) dalam konteks 4A sebagai hal yang prioritas.

Kata Kunci: *potensi destinasi wisata, bersepeda, desa wisata, accessibility*

PERSEPSI *STAKEHOLDERS* TERHADAP PRAKTIK KERJA INDUSTRI PADA MASA PANDEMI *COVID-19*

Irene Hanna H. Sihombing , Ni Made Suastini, Ni Nyoman Sukerti,

I Gusti Agung Made Wirautama

Program Studi Administrasi Perhotelan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: irenesihombing@ppb.ac.id, madesuastini@ppb.ac.id, sukertinyoman70@gmail.com,
wirautama@ppb.ac.id

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pemangku kepentingan mengenai pelaksanaan *internship* yang dilakukan selama masa pandemi Covid-19 dan untuk mengetahui persepsi para pemangku kepentingan tentang *virtual internship*. Objek penelitian ini adalah persepsi para pemangku kepentingan; mahasiswa, industri pariwisata dan perhotelan, serta lembaga pendidikan vokasi tentang *internship* di masa pandemi Covid-19. Responden merupakan mahasiswa dari enam Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang melaksanakan program magang pada periode Juli – Desember 2020, organisasi pariwisata dan perhotelan, ketua sub bagian dan staf program magang masing-masing Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa variabel *internship* yang dilaksanakan selama Pandemi Covid-19 (isu fokus kemahasiswaan, isu spesifik institusi, dan isu spesifik organisasi) secara umum dinilai baik oleh para pemangku kepentingan. Namun, para pemangku kepentingan tidak setuju tentang dimensi remunerasi selama magang. Ada tujuh item yang tidak disetujui oleh pemangku kepentingan PTNP pada variabel *virtual internship*. Kontribusi penelitian ini adalah untuk meningkatkan prakerin perguruan tinggi pariwisata dan perhotelan melalui kolaborasi dan pengembangan prakerin terhadap kebutuhan industri di era Normal Baru. Responden penelitian ini dominan dari Politeknik Pariwisata Bali yang sebagian besar hanya memberikan gambaran umum tentang menurunnya pariwisata di Bali yang berdampak pada program *internship*. Penelitian lebih lanjut harus menggunakan sampel yang lebih besar untuk memungkinkan generalisasi.

Kata Kunci: *stakeholders, internship, pandemi covid-19, vocational higher education institutions*

STRATEGI PEMULIHAN DAN BERTAHAN DARI DAMPAK COVID-19 DI HOTEL LOSARI VILLAS-LEGIAN DAN HOTEL LOSARI SUNSET ROAD BALI

Ida Ayu Putri Widawati, Titien Damayanti, Ni Ketut Mareni, I Wayan Tuwi
Program Studi Manajemen Akuntansi Hospitaliti, Politeknik Pariwisata Bali

email: putri7widawati@gmail.com, titien@ppb.ac.id, mareni@ppb.ac.id, iwayantuwi@ppb.ac.id

Wabah Covid-19 membuat sektor ekonomi di Indonesia menurun khususnya pada sektor pariwisata, di Bali berpengaruh pada semua lini bisnis karena sektor pariwisata merupakan andalan ekonomi masyarakat. Di sektor perhotelan berdampak terhadap menurunnya tingkat hunian.. Dari sebagian besar hotel yang terkena dampak dari pandemi covid-19 ini adalah Losari Hotel & Villas Kuta Bali terletak di kawasan Legian - Kuta dan Losari Hotel Sunset yang berada di kawasan Sunset Road. Kedua hotel ini merupakan bagian dari PT Losari Group, dimana selain memiliki properti di Bali, juga memiliki properti di Jakarta maupun Makassar. Properti yang di Bali memiliki target pasar yang berbeda, dimana Losari Hotel & Villas Kuta Bali memiliki target pasar wisatawan mancanegara sedangkan Losari Hotel Sunset Road target pasarnya wisatawan domestik. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dampak Covid-19 terhadap tingkat hunian kamar, *average daily rate* dan *Revpar* di Hotel Losari Villas-Legian dan Hotel Losari Sunset Road Bali dan bagaimana strategi bertahan dan strategi pemulihan yang dilakukan oleh Hotel Losari Villas-Legian dan Hotel Losari Sunset Road Bali agar bisa tetap eksis ke depannya. Yang menarik dari penelitian ini karena kedua hotel ini adalah berbintang 3 dengan lokasi yang berbeda dan memiliki target pasar yang berbeda walaupun dengan manajemen yang sama. Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif dengan melakukan observasi untuk memperoleh data penelitian. Data diperoleh selain melalui pengamatan langsung juga melakukan wawancara secara mendalam terhadap informan untuk mengetahui mengenai strategi bertahan dan strategi pemulihan yang menyangkut strategi semua departemen yang ada. Yang merupakan informannya adalah *cost controller*, *sales and marketing manager*, *human resources manager*, *revenue manager*, *general manager* dan *owner* dari kedua hotel tersebut. Data dianalisis menggunakan teori bagaimana tahapan menghadapi situasi bahaya, dimana kemampuan mengatasi keadaan bencana atau krisis tersebut adalah dengan *Contingency Plan* yang mencakup *Incidence Response Disaster*, *Disaster Recovery Plan*, *Business Continuity Plan*, dan *Route Map of RTO, RPO, MTD, and WRT* (Source: Marek, 2013). Hasil dari penelitian ini adalah Pandemi Covid-19 berdampak negatif atas tingkat hunian kamar, *average daily rate* dan *Revpar* di Hotel Losari Villas-Legian dan Hotel Losari Sunset Road Bali secara signifikan. Dampak negatif dari bisnis hotel akibat pandemi Covid-19 mendorong manajemen hotel mengembangkan strategi bertahan untuk menjaga ketahanan bisnis hotel yang dijalankan selama situasi yang tidak pasti dalam menghadapi situasi sulit karena menurunnya pendapatan hotel secara drastis dan terus menerus dalam waktu yang belum diketahui. Strategi tersebut menyangkut strategi di bidang pemasaran, sumber daya manusia, bidang operasional, keuangan, IT dan *research and development*. Untuk strategi pemulihan manajemen mengembangkan *Model Strategic Recovery Plan* dimana manajemen hotel telah merumuskan enam tahapan *strategic recovery plan* yang terdiri dari riset pasar dan strategi bisnis, prioritas utama, temuan strategis, *set milestone*, proyeksi segmen pasar, dan rencana kerja. Keenam fase ini dibuat untuk memfokuskan operasi bisnis pada tindakan yang diperlukan dan realistis yang dapat diterapkan di tengah kondisi pasar

yang penuh tantangan akibat pandemi covid-19 yang masih berlanjut sampai saat ini. Sedangkan untuk memastikan rencana pemulihan strategis berkelanjutan yang diimplementasikan secara berkelanjutan di Hotel Losari Villas-Legian dan Hotel Losari Sunset Road Bali, Manajemen hotel selalu memperhatikan kompetitor untuk *research* harga & selalu memperhatikan *trend* yang sedang berjalan, meminimalisir risiko dengan berorientasi pada *low cost* dan memanfaatkan fasilitas yang ada seperti *co-hub working space* (*public area* bisa menjadi kantor) dan kamar menjadi kantor, ataupun kamar menjadi *apartment* dimana bisa juga digunakan untuk *co-hub working space*. Ada perbedaan dari dua hotel sebagai lokus penelitian bahwa Hotel Losari sunset road masih bisa bertahan dibandingkan dengan Losari Hotel & Villas legian disebabkan karena market segmen yang berbeda, karena sejak awal Hotel Losari *sunset road* menasar tamu domestik walaupun menerima pula wisatawan Cina, sejak pandemic fokus pada tamu domestik. Sedangkan Losari Hotel & Villas Legian karena didominasi oleh wisatawan asing utamanya tamu dari Negara Australia maka tidak bisa bertahan sehingga menutup operasional hotel dalam waktu yang tidak ditentukan.

Kata Kunci: Covid-19, Strategi bertahan, Strategi pemulihan

ANALISIS KUALITAS LULUSAN PROGRAM STUDI MANAJEMEN DIVISI KAMAR BERDASARKAN TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA LULUSAN

Putu Gede Eka Darmaputra, Ida Ayu Sri Puspa Adi, Dewa Gede Putra, Ni Ketut Sekarti,
Ni Ketut Iswarini, I Gusti Ayu Niken Launingtia
Program Studi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: ekadap@ppb.ac.id, sripuspaadi1101@gmail.com, dewaputra@ppb.ac.id,
dewaputra@ppb.ac.id, ketutsekartini@yahoo.com, ktiswarini@ppb.ac.id, niken@ppb.ac.id

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas lulusan Program Studi Manajemen Divisi Kamar Politeknik Pariwisata Bali berdasarkan kepuasan pengguna lulusan, selaku konsumen, mengetahui berbagai aspek yang perlu dilakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas lulusan Program Studi Manajemen Divisi Kamar Politeknik Pariwisata Bali dan memberikan rekomendasi kepada pihak Program Studi Manajemen Divisi Kamar Politeknik Pariwisata Bali untuk meningkatkan kualitas lulusannya. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian analisis deskriptif kuantitatif, dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara. Jumlah responden sebanyak 100 responden yang terdiri dari pimpinan hotel/perusahaan pengguna lulusan MDK Poltekpar Bali baik yang berada di Bali, luar Bali dan Luar negeri dengan jabatan sebagai *owner* perusahaan, *General Manager* atau *Resort Manajer*, *Human resource Manager/Director* dan lain-lain. Hasil Penelitian adalah terdapat 8 aspek penilaian dengan 25 variabel terkait kualitas lulusan Mahasiswa Prodi Manajemen Divisi Kamar (Variabel kualitas lulusan menurut borang akreditasi (BAN PT, 2010), antara lain: 1) Aspek Integritas dapat dinyatakan bahwa lulusan Program studi Manajemen Divisi kamar sangat dapat diandalkan serta dipercaya. Hal ini dapat dilihat dari respon pengguna yang memberikan penilaian positif (sangat setuju); 2) Aspek Kemampuan Berbahasa Inggris, lulusan relatif mampu berbahasa Inggris, namun mereka kurang percaya diri dalam berkomunikasi, lebih banyak pasif karena tidak terbiasa melakukan komunikasi terkendala takut melakukan kesalahan. Apalagi mereka ada ketakutan akan kesalahan menggunakan *grammar* yang baik dan benar dan juga penggunaan *magic words* yang sesuai khususnya berkomunikasi dalam kegiatan formal, peningkatan Bahasa asing (Jerman, Mandari) selain Bahasa Inggris; 3) Aspek Komunikasi pengguna memberikan penilaian sangat positif/sangat setuju dan setuju dengan paham akan etika berkomunikasi, dimana pengguna memberikan penilaian sangat positif/sangat setuju yakni sebesar 85%, yang menyatakan setuju sebesar 15%, mendapatkan nilai sangat positif terkait dengan sikap dan perilaku mereka, dimana pengguna menyatakan sangat setuju sebanyak 89 % dan 11 % menyatakan setuju, sangat responsif mendapat penilaian sangat positif/sangat baik dari pengguna, dimana sebesar 78 % menyatakan sangat setuju dan sebesar 22 % menyatakan setuju; 4) Aspek Bekerjasama dengan Kolega/*team work*, pengguna memberikan penilaian secara umum penilaian pengguna sangat positif; 5) Aspek Pengembangan Diri Lulusan prodi MDK mendapatkan penilaian sangat positif dari pengguna dimana dari 100 orang pengguna 94 orang atau sebesar 94 % menyatakan sangat setuju. Artinya, lulusan prodi MDK sangat bersedia untuk meningkatkan diri mereka dalam hal peningkatan pengetahuan di bidangnya, secara umum lulusan prodi MDK sangat antusias dalam meningkatkan diri mereka secara profesional di bidang

mereka, dan dalam berbahasa Inggris dan juga Bahasa asing lainnya karena hal tersebut sangat bermanfaat bagi karir mereka di tempat kerja. Hal ini dapat dilihat dari respon pengguna yang menyatakan bahwa sebanyak 72 % pengguna sangat setuju, 22 % setuju dan ada 6 % tidak setuju; 6) Aspek Profesionalisme, dimana dari 100 orang responden, diketahui sebanyak 83% sangat setuju akan kemandirian lulusan, 11 % menyatakan setuju, sementara ada 7 % menyatakan tidak setuju, Lulusan Prodi MDK sangat bertanggung jawab dalam pekerjaan mereka, hal ini dapat dilihat sebanyak 86 % merespon sangat setuju, dan 14% merespon setuju. Artinya penilaian pengguna terhadap tanggungjawab lulusan MDK dalam melakukan tugas dan tanggungjawabnya sangat positif/sangat baik, dari segi kreatif dan inovasi, respon pengguna terhadap lulusan MDK rata-rata baik, dimana pengguna yang sangat setuju sebanyak 70%, yang merespon setuju sebesar 22% atau, dan sebesar 8% memberikan respon tidak setuju, dan Lulusan berintegritas dalam tugas dan pekerjaan sangat positif, dimana pengguna memberikan penilaian sangat setuju/sangat positif pada poin integritas, dan sebesar 18% merespon setuju; 7) Aspek Teknologi, Mampu menggunakan teknologi. Dalam era globalisasi serta maraknya aplikasi yang melibatkan kecanggihan teknologi, lulusan Prodi MDK dalam menyelesaikan tugas tugasnya direspon sangat positif dimana sebesar 74% memberikan respon sangat setuju akan kemampuan lulusan prodi MDK untuk menggunakan teknologi di tempat kerja, Mampu menguasai Sistem Informasi Hotel, menggunakan SIH, dipandang cakap serta dinilai positif oleh pengguna. Dimana pengguna memberikan respon sangat setuju sebanyak 79 %, yang merespon positif dan setuju sebesar 14% sementara sebesar 7 % yang memberikan respon tidak setuju. Secara keseluruhan, lulusan prodi MDK mampu menguasai sistem informasi hotel; 8) Aspek Kepemimpinan, aspek kepemimpinan yang dimiliki oleh lulusan prodi MDK, pengguna lulusan mendapat penilaian positif terhadap kepemimpinan lulusan prodi MDK, dimana hal ini dapat 75 % menyatakan sangat setuju, sebesar 17 % menyatakan setuju dan hanya sebanyak 8 % yang menyatakan tidak setuju. Adapun dari hasil yang diperoleh dapat direkomendasikan sebagai berikut Kemampuan dalam menggunakan Bahasa Inggris di dalam PBM khususnya dalam kegiatan formal perlu ditingkatkan dengan melatih mahasiswa berkomunikasi secara intensif dengan menggunakan Bahasa Inggris formal. Untuk lebih menanamkan percaya diri lulusan dalam hal profesionalisme kepemimpinan dalam bidang/tugasnya, dipandang perlu untuk menambah kesempatan *training/on the job training* dari 1 periode menjadi 2 periode *training* sehingga mereka memiliki wawasan dan pengalaman industri yang mapan dan memadai. Memberikan mahasiswa prodi MDK kesempatan untuk belajar sistem informasi hotel yang sering dipergunakan oleh pengguna lulusan, seperti sistem Opera, Fidelio, dan lain-lain.

Kata Kunci: *kualitas lulusan, kepuasan pengguna lulusan, prodi MDK, pendidikan perhotelan*

IDENTIFIKASI DAN POTENSI BAHAN PANGAN LOKAL DI NUSA LEMBONGAN – BALI

Ni Putu Eka Trisdayanti, I Made Purwa Dana Atmaja, Made Hendrayana

Program Studi Manajemen Tata Boga, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: ekatrisdayanti87@gmail.com, purwadanaatmaja@ppb.ac.id,
hendramade72@gmail.com

Wisata kuliner berbasis bahan pangan lokal penting untuk diperhatikan, harus terus digali, dan dikembangkan mengingat wilayah Indonesia memiliki berbagai sumber daya alam yang melimpah yang dapat diolah menjadi produk wisata kuliner. Hal ini dilakukan selain untuk mempertahankan hasil produksi, tetapi juga untuk melestarikan budaya, khususnya makanan tradisional. Nusa Lembongan misalnya salah satu daerah tujuan wisata di Pulau Bali yang kaya akan keindahan alamnya. Namun karena adanya Pandemi Covid-19, pariwisata Nusa Lembongan mengalami penurunan yang tajam. Karena itu sebagian masyarakat di Nusa Lembongan kembali beralih bertani rumput laut. Rumput laut merupakan salah satu bahan pangan lokal daerah Nusa Lembongan. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan sumber daya alam lokal merupakan usaha yang dapat dilakukan secara berkelanjutan dan bisa dijadikan sebagai usaha kuliner dengan mengolah rumput laut menjadi suatu produk wisata kuliner. Selain rumput laut pasti ada bahan pangan lokal Nusa Lembongan yang perlu juga digali dan dikembangkan. Untuk dapat mengejar daya saing wisata Nusa Lembongan salah satu caranya adalah dengan mengembangkan wisata kuliner berbasis pangan lokal. Menggali, mengidentifikasi dan diversifikasi makanan dan minuman tradisional perlu dilakukan guna memperkaya kuliner Nusa Lembongan sehingga lebih dikenal dan menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hasil identifikasi bahan pangan lokal yang berpotensi menjadi produk wisata kuliner di Nusa Lembongan, untuk mengetahui hasil identifikasi produk makanan apa saja yang sudah ditawarkan dan menjadi produk wisata kuliner di Nusa Lembongan, untuk mengetahui hasil analisa/diskusi kelompok mengenai potensi bahan pangan lokal di Nusa Lembongan sebagai produk makanan. Adapun metode pengumpulan data penelitian ini yaitu peneliti melakukan observasi, wawancara, diskusi/FGD, dan dokumentasi. Teknik analisis data penelitian ini yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini yaitu bahan pangan lokal di Nusa Lembongan yang berpotensi menjadi produk makanan namun belum dilakukan pengolahan lanjutan yaitu rumput laut, ikan tongkol, dan mangga (Poh Tabah/Poh Nusa/Poh Lembongan). Namun sayangnya produk makanan yang tersedia di Nusa Lembongan yaitu menu di restoran/hotel pada umumnya dan sebagian besar makanan asing, sedikit makanan Indonesia dan *Balinese Food*. Belum ada makanan yang ditawarkan yang berbahan dasar bahan pangan lokal di Nusa Lembongan. Potensi produk makanan berbasis bahan pangan lokal di Nusa Lembongan sangat baik jika dikembangkan. Bahan pangan yang ada bisa ditawarkan dalam menu di restoran/hotel, dan bahkan bisa dijadikan souvenir/oleh-oleh khas Lembongan, sehingga selain untuk meningkatkan pertanian, bisa juga dijadikan sebagai upaya pariwisata berkelanjutan dengan memanfaatkan bahan pangan lokal. Adapun bahan pangan lokal Nusa Lembongan yang memiliki potensi untuk dikembangkan seperti rumput laut dapat dijadikan *salad*, *sayur urab*, *dessert*, es rumput laut, selai, manisan, dan lain-lain. Ikan tongkol berpotensi untuk dijadikan olahan makanan yang ditambahkan pada menu di

restoran/hotel seperti tongkol panggang, nasi bakar tongkol, spaghetti tongkol, dan lain-lain. Selain jadi olahan makanan yang disuguhkan di restoran/hotel, ikan tongkol ini berpotensi untuk dijadikan souvenir/oleh-oleh sehingga diperlukan pengolahan agar ikan tersebut tahan lama misalnya dijadikan abon, dikeringkan, diasinkan, atau diasap. Mangga lembongan sudah menjadi ikon bagi Nusa Lembongan sejak lama. Namun, pemanfaatannya masih belum optimal. Mangga ini juga berpotensi untuk dijadikan olahan minuman yang bisa ditawarkan pada tamu di restoran atau menjadi minuman untuk *welcome drink, juice*, ataupun *smoothie*, karena rasa mangga ini sangat segar, memiliki rasa manis dan asam ketika sudah matang. Selain menjadi olahan yang disuguhkan ke tamu, mangga ini bisa berpotensi dijadikan *souvenir/oleh-oleh* dengan mengolahnya menjadi jam/selai, apalagi mangga ini bersifat musiman sehingga sangat baik jika diolah menjadi selai/jam sehingga bisa bertahan lama.

Kata Kunci: *identifikasi, potensi, bahan pangan, nusa lembongan*

FAKTOR KUNCI SUKSES PADA RESTORAN MIE KOBER DI BALI: PERSPEKTIF MANAJEMEN DAN KONSUMEN

I Nyoman Arcana, I Nyoman Rinala, Ni Luh Suastuti
Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: nyoman.arcana@yahoo.com, rinalanyoman@yahoo.com, suastuti@ppb.ac.id

Perkembangan usaha kuliner yang begitu pesat, memunculkan usaha kuliner dengan berbagai macam jenis variasi menu masakan. Hidangan mie bercitarasa pedas adalah terobosan baru di bidang usaha kuliner. Usaha kuliner Kober Mie Setan yang semakin berkembang dan begitu diminati masyarakat, membuat pemilik usaha franchise mengembangkan bisnisnya dengan membuka peluang bermitra usaha. Kober Mie Setan di Bali merupakan usaha kuliner yang menerapkan strategi pemasaran diantaranya, strategi produk, strategi tempat, strategi harga dan strategi promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menjadi kunci sukses jaringan Restoran Mie Kober di Bali dari sisi perspektif manajemen dan konsumen. Dari perspektif manajemen, variabel-variabel yang diteliti adalah *Menu, Marketing, Staf, Quality Management, Production Control, Production, Inventory, Finance, dan Strategy*. Dari perspektif konsumen, variabel yang diukur adalah variabel Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku pembelian ulang. Eksplorasi terhadap faktor-faktor yang menjadi kunci sukses restoran dikumpulkan dari hasil wawancara dan diskusi fokus grup, sedangkan analisis dari perspektif konsumen menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan pengolahan SPSS 24.00. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa dari perspektif manajemen, selain variabel-variabel yang dirumuskan berdasarkan teori sebelumnya, terdapat tiga variabel baru yang menjadi kunci sukses jaringan restoran Mie Kober di Bali, yaitu: *Service Design, Location, dan Penerapan CHSE*. Sedangkan dari perspektif konsumen, sebesar 73,1% perilaku dapat dijelaskan oleh variabel motivasi, kualitas dan sikap sedangkan sisanya yaitu 26,9% perilaku dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Terdapat Sembilan belas (19) indikator variabel yang berkinerja baik, dan dua variabel yang berkinerja biasa. Hasil penelitian ini menyarankan agar Resto Mie Kober disarankan agar mempertahankan kinerja aspek-aspek atau faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan perusahaan, yang meliputi: Menu dan minuman, *Marketing, Quality management, Production Control, Production, Inventory, Finance, Strategy, Service design, Location*, dan penerapan CHSE.

Kata Kunci: jaringan resto mie kober, faktor-faktor kunci sukses, perspektif manajemen, perspektif konsumen.

PREFERENSI MASYARAKAT DI DAERAH PARIWISATA GIANYAR, KARANGASEM DAN BANGLI DALAM MEMILIH TEH

Ni Luh Suastuti, Setyowati Ayu Widuri, Ni Kadek Eni Juniari
Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: suaniluh@gmail.com, widuriayu@gmail.com, enijuniari@gmail.com

Teh merupakan salah satu komoditi yang dimiliki Indonesia dan sangat terkenal di seluruh dunia. Indonesia adalah salah satu negara yang memenuhi kebutuhan teh 80% kebutuhan teh dunia dua negara lainnya adalah India dan Sri Lanka. Teh Indonesia dari jaman dahulu sudah sangat terkenal di seluruh dunia dan 99% teh yang dipetik di Indonesia dijual ke luar negeri. Teh saat ini sudah masuk ke dalam salah satu trend baru selain kopi. Teh sangat banyak dibutuhkan didunia pariwisata. Wisatawan yang menginap di hotel pasti akan mengkonsumsi teh selain kopi sebagai hidangan wajib saat sarapan. Preferensi dalam memilih produk teh sangat penting untuk diketahui oleh para pengusaha agar nantinya dapat menyediakan produk teh yang sesuai dengan keinginan konsumen. Preferensi yang dimiliki seorang konsumen akan menjadi sangat penting bagi pelaku usaha teh. Preferensi konsumenlah yang pada akhirnya mempengaruhi pilihan mereka terhadap pembelian produk. Agar usaha yang dibangun dapat terus berjalan, maka seorang pelaku usaha teh harus mampu menganalisis preferensi dari target konsumennya. Perkembangan pariwisata di wilayah Gianyar, Karangasem dan Bangli bisa jadi membuat konsumsi teh juga semakin meningkat. Untuk itulah penting kiranya untuk dilakukan penelitian terkait preferensi masyarakat Gianyar, Karangasem dan Bangli dalam memilih teh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui preferensi masyarakat Gianyar, Karangasem dan Bangli dalam memilih teh. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel secara *purposive* sampling. Variabel penelitian ini antara lain jenis teh, rasa teh, aroma teh, kesegaran teh, harga teh, merek teh dan desain kemasan teh. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa preferensi masyarakat di kawasan pariwisata Kabupaten Bangli, Gianyar dan Karangasem dalam memilih teh adalah dimana hal yang sangat dipertimbangkan oleh responden dalam memilih teh adalah rasa teh dan kesegaran teh, sedangkan aroma, harga, merek dan desain kemasan hanya menjadi hal yang dipertimbangkan atau cukup dipertimbangkan saja. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat di daerah pariwisata Gianyar Karangasem dan Bangli memilih teh yang rasanya enak dan menyegarkan sedangkan dilihat dari jenis teh yang paling banyak dipilih adalah teh hijau/*green tea* dan *flavored tea*/teh beraroma, dilihat dari tipe teh yang paling banyak dipilih adalah teh celup dan teh dalam kemasan sedangkan harga teh yang dipilih adalah yang sedang dengan kisaran harga Rp 5.000 sd Rp 10.000, dan rasa teh yang dipilih adalah rasa teh yang sedang. Berdasarkan hasil penelitian tersebut diharapkan para produsen teh di kawasan pariwisata Gianyar, Karangasem dan Bangli dapat menyediakan produk teh yang sesuai dengan pilihan utama masyarakat sehingga diharapkan dapat meningkatkan konsumsi teh di ketiga daerah pariwisata tersebut.

Kata Kunci : *preferensi, masyarakat, teh*

PERBEDAAN KARAKTERISTIK OPERASIONAL RESTORAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 ANTARA RESTORAN DI KAWASAN PARIWISATA DENGAN RESTORAN DI KAWASAN PERKOTAAN

I Nyoman Arcana, Ni Luh Suastuti, I Kadek Sunu Mulyawan, Lidjah Magdalena Massenga,
I Nyoman Rinala

Program Studi Manajemen Tata Hidangan, Politeknik Pariwisata Bali

e-mail: nyoman.arcana@yahoo.com, suastuti@ppb.ac.id, sunumulyawan@ppb.ac.id,
lidjahmm@ppb.ac.id, rinalanyoman@yahoo.com

Pandemi Covid-19 yang melanda seluruh wilayah di dunia telah memukul industri sektor kuliner. Banyak pebisnis kuliner dan pemilik restoran di dunia terpaksa menutup usahanya untuk sementara waktu, dan tak sedikit yang mengalami kebangkrutan termasuk restoran yang berada di Bali. Industri restoran di Bali pada umumnya terdapat di kawasan pariwisata seperti di kawasan Jimbaran, Ubud, Canggu-Berawa dan di daerah perkotaan seperti Kota Denpasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tentang karakteristik restoran di Kawasan Pariwisata Ubud, kawasan Canggu - Berawa, dan restoran di kawasan Kota Denpasar pasca pembatasan sosial akibat wabah pandemi Covid-19; kedua, penelitian ini bertujuan menemukan faktor - faktor yang membedakan antara karakteristik operasional restoran di Kawasan Pariwisata Ubud dan Canggu- Berawa dengan restoran di kawasan Kota Denpasar pada era *new normal*; dan ketiga, merumuskan strategi operasional yang sebaiknya dilakukan oleh pengelola industri restoran di Kawasan Pariwisata Ubud, Canggu - Berawa dan di kawasan Kota Denpasar pada era *new normal*. Variabel-variabel yang dirumuskan berdasarkan hasil *Focus Group Discussion* dengan pemilik dan pengelola restoran didasarkan pada teori tentang variabel-variabel operasional restoran, antara lain: konsumen/segmen pasar, karakteristik perilaku komunitas, strategi pemasaran dan promosi, harga, pilihan menu dan penawaran paket, pelayanan, jam operasional, karyawan, pengadaan bahan-bahan, volume penjualan, penerapan CHSE, penghematan, kepemilikan restoran, dan hari-hari ramai kunjungan konsumen. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perbedaan karakteristik restoran di kawasan Kota Denpasar, Canggu - Berawa, dan Kawasan Pariwisata Ubud terletak pada variabel: (1) segmen utama konsumen; (2) perilaku komunitas; (3) operasional buka terbatas atau tutup sementara; (4) volume penjualan; (5) waktu/hari ramai kunjungan tamu; dan (6) kepemilikan restoran. Sedangkan persamaan karakteristik restoran pada ketiga kawasan tersebut ada pada variabel: (1) pengurangan pilihan menu dan penawaran paket menu; (2) Strategi pemasaran dan promosi; (3) harga; (4) operasional buka terbatas (5) penerapan protokol kesehatan (CHSE); (6) penghematan, (7) Volume penjualan; dan (8) pengadaan bahan-bahan makanan. Penelitian ini merekomendasikan bahwa masa pandemi Covid-19 ini, strategi yang cocok diterapkan oleh pengelola restoran di kawasan Kota Denpasar dan industri restoran di kawasan Canggu - Berawa, Kuta Utara adalah strategi bertahan, sedangkan strategi yang cocok diterapkan oleh pengelola restoran di Kawasan Pariwisata Ubud adalah strategi tutup sementara, dan strategi bertahan.

Kata Kunci: *pandemi covid-19, karakteristik industri restoran, kawasan perkotaan, kawasan pariwisata, strategi bertahan, strategi tutup sementara, strategi buka terbatas*



www.ppb.ac.id



Politeknik Pariwisata Bali



poltekparbali



poltekparbali