

TESIS PROJEK BISNIS

**CAFÉ 247 SEBAGAI PENGUAT RESILIENSI J4
HOTELS LEGIAN BALI DALAM MENGHADAPI
KETIDAKPASTIAN BISNIS PARIWISATA**



**I DEWA AYU MANIK
2115885013**

**JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI**

**PROGRAM STUDI PERENCANAAN PARIWISATA
PROGRAM MAGISTER TERAPAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI
BADUNG
2023**

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : I Dewa Ayu Manik

NIM : 2115885013

Program Studi : Perencanaan Pariwisata, Magister Terapan Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali

Dengan ini menyatakan usulan tesis proyek berjudul “CAFÉ 247 SEBAGAI PENGUAT RESILIENSI J4 HOTELS LEGIAN BALI DALAM MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN BISNIS PARIWISATA” benar bebas dari plagiat. Apabila pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk di gunakan sebagai mana mestinya.

Badung, 10 Juli 2023
Yang membuat pernyataan,



I Dewa Ayu Manik
Nim.: 2115885013

JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

TESIS PROJEK BISNIS INI TELAH DISETUJUI

PADA 30 Juni 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D

Dr. I Gede Mudana, M.Si

NIP 196312281990102001

NIP 196412021990111001

Mengetahui :

Ketua Jurusan

Ketua Program Studi

Perencanaan Pariwisata Program Magister Terapan, Pariwisata,



Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D

Dr. I Made Darma Oka, S.ST.Par., S.Sos.,

NIP 196312281990102001

NIP 19651020200121001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
POLITEKNIK NEGERI BALI
JURUSAN PARIWISATA
PS PERENCANAAN PARIWISATA, PROGRAM MAGISTER TERAPAN
Jalan Kampus Bukit Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364
Telp. (0361) 701981 (hunting) Fax. 701128 Laman: www.pnb.ac.id
Email: poltek@pnb.ac.id

SURAT KETERANGAN REVISI TESIS


Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing I/II Tesis Program Studi Perencanaan Pariwisata, Program Magister Terapan, Jurusan Pariwisata menerangkan dengan sebenarnya bahwa,

Nama : I DEWA AYU MANIK
NIM : 2115885013
Program Studi : Perencanaan Pariwisata, Program Magister Terapan
Judul Tesis : Café 247 sebagai penguat resiliensi J4 Hotels Legian Bali dalam menghadapi ketidakpastian bisnis Pariwisata


Memang benar mahasiswa yang bersangkutan telah melakukan revisi tesis sesuai dengan masukan dan saran dalam ujian terkait dan dinyatakan dapat diterima untuk melengkapi laporan tesis.

Badung, 26 Juli 2023


Disetujui,
Panitia Ujian Komprehensif
Ketua


Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D
NIP. 196312281990102001

Pembimbing I


Prof. Ni Made Ernawati, MATM.,Ph.D
NIP. 196312281990102001

Pembimbing II


Dr. I Gede Mudana, M.Si
NIP. 196412021990111001

LEMBAR KELULUSAN

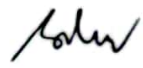
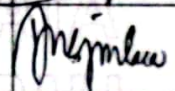
TESIS PROJEK BISNIS

PENGEMBANGAN CAFÉ 247 SEBAGAI PENGUAT RESILIENSI J4 HOTELS LEGIAN BALI DALAM MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN BISNIS PARIWISATA


Telah diuji berdasarkan SK Direktur Politeknik Negeri Bali

No: 5495/PL8/DV.01.00/2023 dan dinyatakan Lulus Ujian pada:

Hari Senin Tanggal 10 Bulan Juli Tahun 2023

	Nama Tim Penguji	Tanda Tangan
Ketua	Prof. Ni Made Ernawati, MATM,Ph.D NIP. 196312281990102001	
Anggota	Dr. I Gede Mudana, M.Si NIP. 196412021990111001	
Anggota	Dr. I Made Darma Oka, S.ST.Par., S.Sos., NIP 19651020200121001	
Anggota	Dr. I Ketut Budarma, M.Par,MMTHRI.. NIP. 196212311990101002	
Anggota	I Made Dwijantara, SE.,MM. Penguji Industri	

Mengetahui
Ketua Jurusan Pariwisata,
Politeknik Negeri Bali


Prof. Ni Made Ernawati, MATM,Ph.D
NIP. 196312281990102001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN
TEKNOLOGI

POLITEKNIK NEGERI BALI

Jalan Kampus Jimbaran, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali – 80364

Telp. (0361) 701981 Hunting Fax 701128

Laman : www.pmb.ac.id Email : poltek@pnb.ac.id

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis yang berjudul: “CAFÉ 247 SEBAGAI PENGUAT RESILIENSI J4 HOTELS LEGIAN- BALI DALAM MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN BISNIS PARIWISATA ”dapat terselesaikan dengan baik. Penyusunan tesis ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Magister Terapan Perencanaan Pariwisata, Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali. Disadari bahwa tesis ini tidak dapat terselesaikan tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak baik berupa material ataupun spiritual. Maka pada kesempatan yang baik ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terimakasih yang teramat dalam kepada:

Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kesempatan waktu kepada saya untuk bisa menyelesaikan pembuatan tesis ini. I Nyoman Abdi, S.E.,M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh perkuliahan dan memberikan fasilitas dalam perkuliahan di Politeknik Negeri Bali.

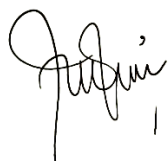
Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan khususnya di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali. Dr.I

Made Darma Oka, S.ST.Par.,M.Par selaku Ketua Program Studi Perencanaan Pariwisata Program Magister Terapan yang telah banyak memberikan arahan, pedoman serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan tesis ini.

Prof. Ni Made Ernawati, MATM., Ph.D. dan Dr. I Gede Mudana, M.Si sebagai pembimbing pertama dan kedua saya yang selalu menyempatkan waktu beliau untuk memberikan bimbingan, arahan dengan kesabaran yang luar biasa sehingga pembuatan tesis ini berjalan dengan lancar.

Suami saya I Gusti Agung Ekajaya dan anak – anak saya si kembar Maheswari – Maheswara yang selalu membantu dalam mengambil pekerjaan rumah saya disaat saya kuliah sampai membuat tesis ini selesai. Orang tua saya yang ada di Bangli yang selalu mendoakan saya agar perkuliahan ini lancar dari awal hingga akhir, serta keluarga terdekat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih support dan doa yang selalu diberikan kepada saya. Penulis menyadari dalam penyusunan usulan proposal penelitian ini tidak akan selesai tanpa bantuan berbagai pihak. Saya menyadari menyadari proposal usulan penelitian yang dibuat tidak luput dari berbagai kekurangan, penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya proposal usulan penelitian dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Akhir kata saya mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas sumbangsuhnya.

Badung, 10 Juli 2023



I Dewa Ayu Manik

Penulis

DAFTAR ISI

TESIS PROJEK BISNIS.....	i
PERNYATAAN ORISINILITAS.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
SURAT KETERANGAN REVISI TESIS.....	iv
LEMBAR KELULUSAN.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Pokok Masalah.....	9
1.3. Tujuan Projek.....	10
1.4. Manfaat Projek.....	10
1.4.1. Bagi Mahasiswa.....	10
1.4.2. Bagi Politeknik Negeri Bali.....	11
1.4.3. Bagi J4 Hotels Legian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PROJEK.....	12
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1. Café.....	14
2.1.2. Fisik Bangunan.....	16
2.1.3 Produk.....	18
2.1.4. Promosi.....	20
2.1.5. Proses Operasional.....	28
2.1.6. Resiliensi.....	33
2.2. Landasan Teori.....	36
2.3 Kerangka Projek.....	40
BAB III METODE Riset PROJEK.....	43

3.1	Gambaran Umum Proyek.....	43
3.2	Desain Proyek.....	43
3.2.1.	Kerangka Desain Proyek.....	43
3.2.2.	Aspek Pengembangan Proyek.....	47
3.3	Definisi Operasional Proyek.....	48
3.3.1.	<i>What</i>	48
3.3.2.	<i>Where</i>	49
3.3.3.	<i>When</i>	49
3.3.4.	<i>Who</i>	50
3.3.5.	<i>Why</i>	50
3.3.6.	<i>How</i>	51
3.3.7.	<i>How Much</i>	51
3.4	Evaluasi Proyek.....	52
3.4.1.	Jenis Data dan Sumber Data Proyek.....	52
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data Proyek.....	54
3.4.3.	Teknik Analisis Data Proyek.....	55
BAB IV OUTPUT PROJEK DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1.	Produk Hasil Proyek.....	56
4.1.1.	Fisik Bangunan.....	59
4.1.2.	Produk.....	71
4.1.3.	Proses Operasional.....	75
4.1.4.	Promosi.....	80
4.2.	Evaluasi Proyek dan pembahasan.....	85
4.2.1.	Analisis Servqual.....	85
4.2.2.	IPA Analisis.....	91
BAB V MODEL OUTPUT PROJEK CAFÉ 247 SEBAGAI PENGUAT RESILIENSI J4 HOTELS LEGIAN.....		106
BAB VI PENUTUP.....		110
6.1	Simpulan.....	110
6.2	Rekomendasi.....	112
REFERENSI.....		114

DAFTAR TABEL

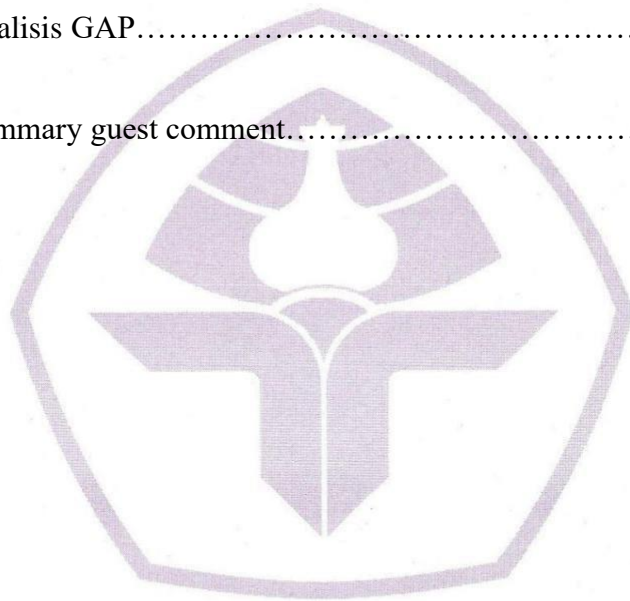
Tabel 1 Kerangka proyek dalam POAC berdasarkan 4 aspek.....	41
Tabel 2 Kerangka desain proyek.....	44
Tabel 3 Aspek pertimbangan proyek.....	47
Tabel 4 Hasil proyek melalui Fungsi Managemen POAC	56
Tabel 5 Total dana pengembangan proyek Café 247	65
Tabel 6 Dana untuk perluasan area depan café 247.....	66
Tabel 7 BOQ (bill of quantity) interior Fisik Bangunan.....	67
Tabel 8 Dana Pembelian peralatan di kitchen	68
Tabel 9 Jadwal kerja proyek	69
Tabel 10 Analisis Servqual	86
Tabel 11 Survey tingkat kepuasan pelanggan	88
Tabel 12 Tabel persepsi responden.....	89
Tabel 13 Tabel ekspektasi responden	90
Tabel 14 Kreteria positif dan negative	94
Tabel 15 Data dan Grafic kenaikan follower di Instagram Café 247.....	96
Tabel 16 Data aktifasi dan interaksi follower diInstagram.....	98
Tabel 17 Grafic dan data penjualan di café 247 tahun 2020 – 2022.....	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Alur kerangka proyek.....	38
Gambar 2 Kerangka proyek café 247.....	40
Gambar 3 Tampak depan Hotels dan Cafe sebelum di perbaiki.....	59
Gambar 4 situasi saat pandemic mencoba untuk berjualan.....	60
Gambar 5 Area Bagian dalam yang dijadikan café	60
Gambar 6 Gambar Autocad Café 247.....	61
Gambar 7 Café dan Fazad setelah di perbaiki.....	62
Gambar 8 Gambar Bagian dalam café setelah di perbaiki.....	63
Gambar 9 Menu yang di jual di Café 247.....	73
Gambar 10 Produk makanan dan minuman yang di jual di café.....	73
Gambar 11 Grafik kenaikan follower di Instagram café 247.....	83
Gambar 12 Diagram Garis Analisi Servqual.....	87
Gambar 13 IPA Analisis.....	92
Gambar 14 Kenaikan follower café 247 di tiktok.....	97
Gambar 15 Grafik aktifitas dan interaksi di Instagram.....	97
Gambar 16 Grafik Instagram sesuai umur dan jenis kelamin.....	98
Gambar 17 Rata-rata waktu dan hari peningkatan follower di IG.....	99
Gambar 18 Berdasarkan daerah dan negara yang melihat Instagram kafé	99
Gambar 19 Konten yang dipasang di social media	101
Gambar 20 FGD dan Perayaan Ulang Tahun Karyawan di bulan Juni 2021....	106
Gambar 21 Diagram model pengembangan café 247.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Struktur Organisasi Café 247.....	118
Lampiran 2 Struktur Organisasi J4 Hotels Legian.....	119
Lampiran 3 Study Kelayakan Pengembangan Café 247	120
Lampiran 4 Analisis GAP.....	124
Lampiran 5 Summary guest comment.....	125



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata menjadi sektor utama dalam menggerakkan perekonomian Indonesia meski dengan kondisi pandemi Covid-19. Pelaku bisnis dituntut untuk selalu berinovasi dan berkreasi agar tetap bisa bertahan. Pada tahun 2019, dunia masuk ke dalam status waspada karena penyebaran virus baru yang penyebarannya semakin hari semakin masif. Virus ini pertama kali muncul dan ditemukan di Wuhan, Cina, tahun 2019. Virus ini dikenal dengan Corona virus (CoV) yang merupakan bagian dari keluarga virus seperti *Middle East Respiratory Syndrome (MERS-CoV)* dan *severe acute respiratory syndrome (SARS-CoV)* yang menyerang saluran pernapasan. Pada awal maret 2020 World Health Organization (WHO) telah menetapkan Virus Corona sebagai pandemi global. Status pandemi atau epidemi global ini menandakan bahwa penyebaran Covid-19 ini dinamis dan menyebar hingga hampir ke seluruh dunia.

Secara keseluruhan, pandemi ini membawa dampak yang sangat besar terutama di sektor bisnis. Dampak besar tersebut tentunya bersifat negatif. Banyak perusahaan mengalami kerugian besar. Mereka melakukan yang terbaik untuk bertahan hidup. Dampak utama yang harus dihadapi perusahaan adalah beralihnya *system finansial* perusahaan menjadi *zero based budgeting* agar perusahaan dapat mencapai titik impas, PHK terjadi di sebagian perusahaan besar, kekacauan produksi perusahaan, penurunan produktivitas perusahaan dan dampak terakhir adalah runtuhnya perusahaan. Berbagai dampak negatif menunjukkan perjuangan

yang dilakukan sektor bisnis untuk dapat bertahan selama pandemi Covid-19 (Diah et al.,2020)

Hal tersebut juga dialami di Indonesia, banyak perusahaan seperti hotel, restaurant bahkan retail mengalami kerugian dan mulai menutup usaha mereka khususnya di daerah-daerah Pariwisata seperti Jogja dan Bali. Pariwisata dunia dan Indonesia sangat terpuruk, bahkan pada beberapa daerah di Bali seperti kota mati, dan usahanya ditinggal oleh pemiliknya dan kelihatan tidak terurus. Masyarakat Bali hampir 60% tergantung dari Pariwisata sehingga banyak masyarakat Bali kehilangan pekerjaannya karena perusahaan tutup dan karyawan kena PHK. Hal inipun terjadi di J4 Hotels Legian, yang mana biasanya sebelum *pandemic* tingkat hunian di J4 Hotels Legian rata-rata 80% dengan *service charge* yang diterima oleh karyawan rata – rata 3 – 4 juta sebulan. Namun dengan terjadinya *pandemic* benefit tersebut tidak didapatkan kembali bahkan hampir 50% tenaga harian lepas dirumahkan dan hanya dipertahankan karyawan yang masih mempunyai kontrak kerja hingga satu tahun kedepan.

Dari kenyataan di atas, manajemen J4 Hotels Legian mulai berpikir bagaimana memanfaatkan karyawan yang dipertahankan ini agar produktif di masa *pandemic*. Pada saat itu hanya bisnis makanan dan minuman yang bisa bertahan dengan model pemasaran secara online, hal tersebut yang mendorong manajemen J4 Hotels Legian berencana untuk mencoba menjalankan bisnis makanan dan minuman dengan membuat kafé di J4 Hotels Legian dengan memanfaatkan fisik bangunan dan produk yang sudah di miliki sebelumnya. Pada awalnya manajemen melakukan observasi dengan mencoba menjual minuman yang sedang viral pada

saat itu, yaitu DALGONA dengan harga yang di jual hanya Rp. 5000 per gelas sehingga dibuatkan nama menjadi DALGOCENG (dalgon harga Goceng). Disamping minuman, juga menjual makanan seperti nasi goreng dan mie goreng. Sejak saat itu karyawan J4 Hotels Legian mulai memasarkan secara online dan juga membuka gerobak untuk menarik tamu yang melewati jalan Legian. Berjalannya waktu penjualan tetap meningkat dan tanpa terasa dalam setiap bulannya pendapatan yang dihasilkan dari penjualan makanan dan minuman tersebut meningkat. Dampak pandemi memberikan ide kepada manajemen J4 Hotels Legian untuk melanjutkan menjual makanan dan minuman dengan menyediakan tempat yang lebih layak agar tamu-tamu yang melintasi jalan Legian bisa menikmati suasana di Legian yang saat itu masih sepi sekali. Dari *revenue* yang didapatkan mulai dari bulan Juli sampai dengan Desember 2020 yaitu sebesar Rp. 268.590.975,56 sudah bisa dipastikan bahwa jika dari penjualan hanya menggunakan gerobak saja, maka untuk mengembangkan sebuah bisnis tidak bisa maksimal. Pada tahun 2021 diputuskanlah bahwa untuk melanjutkan penjualan makanan dan minuman di area depan J4 Hotels Legian yang tidak produktif untuk dikembangkan menjadi sebuah kafe dengan konsep kafe akan di buka selama 24 jam setiap harinya. Kenapa 24 jam? Karena melihat dari lokasi dari J4 Hotels Legian itu di kelilingi oleh 8 club dan diskotik tentunya pangsa pasar yang di tuju adalah orang-orang yang baru keluar dari dunia malam.

Manajemen yakin bahwa jika tidak melakukan sebuah terobosan untuk bisa bertahan, karyawan J4 Hotels Legian pastinya akan dirumahkan karena manajemen tidak mempunyai biaya untuk memberikan gaji kepada karyawan, biaya

operational tidak ter-cover dan akan banyak alat-alat yang ada di J4 Hotels Legian rusak karena tidak pernah dipakai. Pandemi ini membawa dampak yang sangat buruk bagi ekonomi karyawan khususnya sehingga manajemen harus melakukan suatu hal untuk tetap bertahan. Kekhawatiran Manajemen jika tidak mengembangkan sebuah kafe sebagai salah satu pendapatan tambahan maka produktifitas karyawan akan semakin menurun dan akan membawa dampak yang tidak baik buat karyawan yang masih dipertahankan oleh management.

Bachtiar (2021) memuat langkah-langkah praktis dalam memulai usaha yang perlu dilakukan seperti menemukan niat dan motivasi, mempunyai ide usaha apa yang akan dikembangkan, menentukan Customer Segment yang nantinya akan di ambil serta memilih strategy Pemasaran nantinya setelah usaha tersebut berdiri. Dalam hal ini pengusaha tidak perlu menunggu waktu yang tepat untuk memulai, melakukannya secara konsisten, mempunyai nyali jika kedepannya terjadi kegagalan dalam mengembangkan bisnis dan harus fokus. Dengan memaksimalkan penggunaan teknologi maka pengembangan suatu usaha akan lebih cepat dan mudah dalam mencapai suatu target yang ditentukan untuk mendirikan usaha terutama di masa pandemi. Diah et al.,(2020) menyebutkan bahwa masyarakat harus mempunyai strategy untuk mengembangkan usaha untuk tetap bertahan dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi. Ada banyak peluang usaha di tengah-tengah terpuruknya perekonomian. Ada peluang usaha yang berskala besar dan kecil. Masyarakat dapat memilih peluang usaha yang sesuai dengan modal yang dimiliki, dan kondisi yang ada di sekitarnya. Selain yang disebutkan tersebut pelaku UMKM bisa beralih bisnis

dengan cara berjualan secara online yang mana belanja online ini sangat diminati oleh semua kalangan dan sangat menguntungkan (Harding et al., 2021).

Banyak strategy yang dilakukan dalam mengembangkan bisnis usaha pada saat kondisi ekonomi tidak baik terutama dalam melakukan promosi dengan *digital marketing* dibandingkan secara konvensional. Dalam kajian ini penulis menekankan pada pengembangan secara berkesinambungan dalam membuka suatu usaha yang dituangkan dalam suatu pembelajaran didalam area akademisi sehingga kedepannya didalam *sector* akademik memiliki suatu teori yang dipakai sebagai acuan dalam mengembangkan bisnis pada masa -masa sulit. Disamping juga agar dilakukan peninjauan pada kesiapan masyarakat dalam membangun mental dan jiwa wirausaha melalui pendekatan komponen psikologi capital yang masih belum optimal, sehingga didapatkan jiwa masyarakat yang siap secara mental dan psikologis untuk menjadi seorang wirausaha di masa depan sebagai upaya bangkit dari dampak keterpurukan. Dari penelitian tersebut diatas ada hal yang belum disebutkan didalam menghadapi keterpurukan ekonomi akibat *pandemic* yaitu cara mendapatkan modal usaha untuk membuat usaha, tentunya modal usaha harus tersedia untuk membuat sebuah bisnis. Ketidaktersediaan modal juga dialami oleh hotel untuk mengembangkan *café*, dan peneliti mendapatkan data bahwa modal yang dipakai adalah dari tabungan yang tersisa serta sedikit sumbangan dari pemilik hotel.

Dengan semangat dan kebersamaan management dan karyawan J4 Hotels Legian untuk mengembangkan *café* ini terlihat dengan mulai adanya pergerakan penjualan dari produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan semakin

banyaknya pesanan makanan dan minuman ke J4 Hotels Legian maka management semakin yakin Café ini bisa menjadi tambahan fasilitas dari J4 Hotels Legian karena secara nyata café ini mulai didatangi oleh tamu-tamu luar karena promosi-promosi yang dilakukan oleh management. Konsep pada café ini adalah menjual makanan dengan harga yang tidak terlalu mahal dengan kualitas bahan yang di pakai serta resep yang biasa dibuat untuk makanan yang disajikan di sebuah restaurant. Selain menentukan konsep pada produk yang akan dijual, management J4 Hotels Legian merasa perlu membuat konsep *design interior* pada café agar café nyaman.

Syarif & Pandoyo (2020) melakukan study kelayakan didalam mengembangkan café dan meluncurkan suatu produk untuk menjawab tantangan bisnis kedepannya. Studi kelayakan bisnis merupakan penelitian terhadap rencana bisnis yang tidak hanya menganalisis layak atau tidak layaknya suatu bisnis dibangun, tetapi juga saat dioperasikan secara rutin dalam rangka pencapaian keuntungan yang maksimal untuk waktu yang ditentukan, misalnya rencana peluncuran produk

Bachtiar (2021) memuat langkah-langkah praktis dalam memulai usaha yang perlu dilakukan seperti menemukan niat dan motivasi, mempunyai ide usaha apa yang akan dikembangkan, menentukan Customer Segment yang nantinya akan di ambil serta memilih *strategy* Pemasaran nantinya setelah usaha tersebut berdiri. Dalam hal ini pengusaha tidak perlu menunggu waktu yang tepat untuk memulai, melakukannya secara konsisten, mempunyai nyali jika kedepannya terjadi kegagalan dalam mengembangkan bisnis dan harus focus. Dengan

memaksimalkan penggunaan teknologi maka pengembangan suatu usaha akan lebih cepat dan mudah dalam mencapai suatu target yang ditentukan untuk mendirikan usaha terutama di masa pandemi.

Diah et al., (2020) menyebutkan bahwa masyarakat harus mempunyai strategy untuk mengembangkan usaha untuk tetap bertahan dan dituntut untuk dapat menyesuaikan diri terhadap kondisi yang terjadi. Ada banyak peluang usaha di tengah-tengah terpuruknya perekonomian. Ada peluang usaha yang berskala besar dan kecil. Bisnis di bidang kesehatan, dan kebersihan lingkungan memiliki peluang yang sangat menjanjikan. Begitu juga bisnis makanan beku dan minuman juga tidak kalah prospektif. Masyarakat dapat memilih peluang usaha yang sesuai dengan modal yang dimiliki, dan kondisi yang ada di sekitarnya. Selain yang disebutkan tersebut pelaku UMKM bisa beralih bisnis dengan cara berjualan secara online yang dimana belanja online ini sangat diminati oleh semua kalangan dan sangat menguntungkan. Berbagai peluang usaha apabila ditekuni bisa mengurangi pengangguran, karena banyak menyerap tenaga kerja. Dengan demikian dapat membantu pemerintah untuk menciptakan lapangan pekerjaan, terpenuhinya kebutuhan masyarakat, serta mengurangi kesenjangan sosial.

Harding et al., (2021) menyatakan banyak strategy yang dilakukan dalam mengembangkan bisnis usaha pada saat kondisi ekonomi tidak baik terutama dalam melakukan promosi dengan *digital marketing* dibandingkan secara konvensional. Dalam kajian ini penulis menekankan pada pengembangan secara berkesinambungan dalam membuka suatu usaha yang dituangkan dalam suatu pembelajaran didalam area akademisi sehingga kedepannya didalam sector

akademik memiliki suatu teori yang dipakai sebagai acuan dalam mengembangkan bisnis pada masa -masa sulit. Disamping juga agar dilakukan peninjauan pada kesiapan masyarakat dalam membangun mental dan jiwa wirausaha melalui pendekatan komponen psychological capital yang masih belum optimal, sehingga didapatkan jiwa masyarakat yang siap secara mental dan psikologis untuk menjadi seorang wirausaha di masa depan sebagai upaya bangkit dari dampak keterpurukan.

Pada perencanaan dilakukan mulai dari menentukan *design café*, pemilihan *interior* serta system pemasaran yang akan dilakukan kedepannya. Didalam memasarkan kafé dipakai system digital marketing yang mana masih dianggap lebih *effective* untuk mendatangkan tamu dari luar hotel yaitu melalui *social media (Facebook, Instagram, Tiktok) Market Place dan WhatsApp* serta bekerjasama dengan hotel-hotel yang berada disekitaran area J4 Hotels Legian (Juwita, 2017). Untuk memudahkan didalam mengembangkan kafé perlu di buatkan sebuah bagan yang berisikan langka-langkah yang akan di ambil sehingga mendapatkan sebuah hasil sesuai dengan keinginan dari pemilik. Dalam mengembangkan kafe ini menjadi kafe yang layak di kunjungi dan menjadi tambahan outlet dari J4 Hotels Legian, tentunya dalam pengerjaannya yang sesuai dengan jadwal kerja dari kontraktor tetap memperhatikan tingkat hunian di Hotel dan penjualannyapun tetap berjalan seperti biasa, walaupun kafe belum selesai dikerjakan. Hal ini ini merupakan proses observasi sebelum manajemen mengembangkan tempat tersebut menjadi sebuah kafe.

Beberapa penelitian terkait seperti digambarkan di atas sudah dilakukan oleh sejumlah sarjana tetapi tidak ada satu pun yang ditemukan membahas Café 247 sebagai penguat resiliensi J4 Hotels Legian Bali dalam menghadapi ketidakpastian bisnis pariwisata. Karenanya, penelitian tesis dalam bentuk proyek bisnis terkait relevan dan signifikan dilakukan. Harapan Management kedepannya, proyek bisnis pengembangan ini akan menjadi tambahan fasilitas di J4 Hotels Legian dan menjadi penyumbang pendapatan untuk biaya operasional di J4 Hotels Legian. Selain itu tujuan dari pengembangan kafé ini untuk mengetahui langkah-langkah membuat sebuah bisnis yang nantinya bisa di pakai sebagai pedoman membuat bisnis yang sejenis di tempat lain dengan konsep dan strategi yang sama. Untuk itulah penulis mempergunakan penelitian ini sebagai “ *Thesis by Project*” untuk memenuhi syarat kelulusan pada Program Studi Perencanaan Pariwisata Profesi Megister di Politeknik Negeri Bali.

1.2. Pokok Masalah

Rumusan masalah yang merupakan dasar dari penelitian pengembangan bisnis kafé ini dijabarkan berikut ini:

1. Bagaimana mengembangkan *Café 247* untuk membangun resiliensi J4 Hotels Legian dari segi fisik bangunan, produk, proses operasional dan promosi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen *Café 247* di J4 Hotels Legian untuk menjaga keberlangsungan bisnis tersebut?

1.3. Tujuan Projek

Tujuan dari penelitian ini untuk mencari jawaban atas permasalahan yang diangkat, melalui pengembangan proyek di J4 Hotels Legian dengan menggunakan fasilitasnya dan membuat kegiatan yang bertujuan untuk mendapatkan hasil sebagai berikut:

- 1.3.1. Untuk menjelaskan pengembangan *Café 247* untuk membangun resiliensi J4 Hotels Legian dari segi fisik bangunan, produk, proses operatioanl dan pemasaran
- 1.3.2. Untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari membuka bisnis *café* sehingga *café* ini menjadikan bisnis yang berkelanjutan.

1.4. Manfaat Projek

Dalam hal ini penulis mencoba untuk menjabarkan manfaat dari penelitian mengenai pengembangan bisnis *Café 247* dimasa–masa sulit berharap bisa menjadikan sebuah inspirasi kedepannya. Peneliti membagi manfaat ini kepada 3 aspek yaitu:

1.4.1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa bisa mempraktekkan teori yang didapatkan di lapangan sesuai penelitian pada *café 247* setelah mendapatkan Pendidikan secara umum di Politehnik Negeri Bali. Jadi melalui penelitian ini mahasiswa mendapatkan tambahan ilmu terutama dalam mengembangkan suatu usaha disaat kondisi susah dan tidak menentu, disamping itu, mahasiswa bisa menjadi seorang *enterpreneur* dalam pengembangan sebuah usaha kedepannya.

1.4.2. Bagi Politeknik Negeri Bali

Melalui penelitian ini Politeknik Negeri Bali akan mendapatkan ilmu baru dan bahkan sebagai referensi akademis yang tentunya akan membantu dan menambah wawasan bagi mahasiswa mahasiswi berikutnya dalam hal penyusunan tesis khususnya projek bisnis dalam pengembangan sebuah usaha pada masa – masa sulit. Tesis projek akan memperkaya refrensi bagi masyarakat akademik yang tertarik tentang topik terkait, terlebih bahwa Penulis terjun langsung dalam menangani projek *Café 247* di J4 Hotels Legian.

1.4.3. Bagi J4 Hotels Legian

Dari hasil penelitian diharapkan *café 247* bisa menunjang revenue J4 Hotels Legian secara berkelanjutan dan sebagai salah satu outlet yang menjadi favorit bagi tamu-tamu yang menginap di J4 Hotels Legian karena *café* ini akan di buka selama 24 jam dalam 7 hari, untuk menyaring tamu-tamu yang keluar dari club malam disekitar J4 Hotels Legian. Di samping itu juga, dalam pengembangan bisnis *kafé* ini akan menjadikan sebuah pedoman kedepannya yang mana tidak menutup kemungkinan untuk mengembangkan bisnis serupa di tempat lain dengan *brand* dan konsep yang sama. Hal ini tentunya akan melahirkan bisnis baru dengan pendapatan yang masuk ke manajemen J4 Hotels Legian sendiri.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Simpulan

Pertama, dalam membangun resiliensi J4 Hotels Legian dari segi fisik bangunan, produk, proses operational dan pemasaran memerlukan perencanaan, pengorganisasian, aktualisasi dan control yang baik sehingga tetap memberikan kepuasan bagi pelanggan café. Hal yang telah dilakukan oleh café 247 adalah melakukan proses evaluasi yang dijalankan untuk mengetahui apakah proses pada proyek yang di lakukan sudah sesuai atau tidak dan apakah langkah-langkah yang ditempuh apakah sudah menghasilkan output sesuai dengan rencana. Evaluasi yang di lakukan dalam mengembangkan Café 247 ini adalah dari segi Fisik bangunan bahwa memang Café 247 ini sudah berdiri dan sudah di buka untuk umum, namun dalam perjalanan ada sedikit perbedaan antara konsep diawal dengan hasil dari café ini mengingat adanya campur tangan dari pihak pemilik mengenai tata letak dari interior pada café tersebut, namun hal ini tidak terlalu berpengaruh karena masih berada pada area yang sama. Kemudian dari segi produk, bahwa kafé ini sudah membuat menu-menu yang memang siap dipasarkan dan terbukti hasil dari menu yang dijual, sudah diterima di kalangan masyarakat, hal ini terbukti dari hasil penjualan yang dijabarkan pada pemasaran sebelumnya. Pada proses dalam mengembangkan café 247 ini dari segi fisik bangunan telah berproses sesuai dengan jadwal kerja dari proyek dan sudah sesuai dengan arahan dari arsitek. Dari segi produk, proses telah di lakukan dan dijabarkan dalam standard operating procedur yang tertuang mulai dari pengorderan bahan-bahan sampai segi pelayanan yang

diberikan oleh tamu. Didalam proses pemberian pelayanan, management selalu memberikan lembar guest comment terhadap tamu yang selesai makan, dan hal ini bisa dijadikan evaluasi dari café 247 apakah produk makanan yang dimiliki di terima oleh pelanggan. Evaluasi projek yang terakhir adalah berdasarkan pemasaran. Pemasaran yang dilakukan adalah melalui digital marketing yaitu pada social media instgram, facebook dan youtube

Kedua, Hasil rata – rata ekspektasi pengunjung terhadap Cafe 247 yang sudah diteliti dengan nilai rata-rata sebesar 3,16 artinya masih normal. Selanjutnya berdasarkan hasil survey ditemukan performance Cafe 247 yaitu dengan rata-rata sebesar 3,28 juga artinya masih normal. Dengan gap 0.12 antara ekspektasi dan performa, *Cafe 247* artinya tidak terlalu buruk dan tidak terlalu bagus sehingga kedepannya perlu dilihat perkembangannya baik dari segi produk, pelayanan, dan promosinya. Namun dari hasil IPA analysis, tidak ada factor-faktor yang *possibly overkill* atau berlebihan.

Selama menjalankan proyek pengembangan café 247 ini tentunya tidak semulus yang direncanakan di awal, mulai dari proses perencanaan ini kendala yang dihadapi adalah lambatnya didalam menentukan design yang akan di pakai karena antara kemauan dari management dengan pemilik sempat terjadi ketidakcocokan konsep, namun setelah dijelaskan maksud dan tujuannya akhirnya menemukan solusi yang bisa segera di laksanakan. Dari segi mengkoordinir antara pihak arsitek dan kontraktor terkadang terkendala dari segi komunikasi yang sangat lambat pada pada pengawasan yang dilakukan sehingga lambatnya kontraktor dalam menyelesaikan satu bagian. Dari segi pelaksanaan juga terjadi

kendala terutama pada jadwal pekerjaan yang terbentur beberapa hari raya sehingga para pekerja kontraktor harus libur dan pulang ke kampung halamannya. Hal ini juga terjadi didalam pengadaan furniture yang sangat memakan waktu lama karena jumlah produksi yang banyak dan supplier yang mengerjakan furniture tersebut berada di luar Bali. Sedangkan dari segi controlling tidak ada kendala karena antara management hotel, arsitek dan kontraktor telah mempunyai check list masing-masing, jadi sudah berjalan sesuai dengan keinginan masing-masing.

6.2 Rekomendasi

Dalam penelitian ini dapat direkomendasikan beberapa hal sehingga jika membuat bisnis lagi bisa diperhatikan hal-hal berikut.

Pertama, untuk memperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif, penelitian yang akan datang agar lebih melihat proses produksi produk , promosi produk, dan konsumsi produk-produk kafe yang diteliti. Hal ini karena promosi merupakan bagian dari marketing untuk menjaga stabilitas dan resiliensi kafé sehingga jangan sampai pandemi membuat kafé menjadi sepi, malah sebaiknya kafé harus melakukan inovasi – inovasi kreatif sehingga tetap menjaga kepuasan pelanggan kafe

Kedua, produk yang diinovasi semakin penting untuk dijaga kualitasnya baik dari segi pelayanan maupun kualitas rasa karena ini akan mempengaruhi *review* dari pihak pengunjung kafé sehingga makanan – makanan atau produk yang dirasa memenuhi ekspektasi pelanggan harus tetap dipertahankan kualitasnya serta

yang masih belum memenuhi ekspektasi agar dikaji ulang sehingga tetap menjaga ekspektasi pelanggan.

Ketiga, sangat penting untuk menjaga kualitas desain kafé baik secara exterior maupun interior karena hal ini akan mempengaruhi suasana kafé dan kenyamanan pelanggan kafé sehingga kita perlu tetap berorientasi terhadap kepuasan pelanggan.

Keempat, supervisi dari arsitek harus terjadwal dengan baik, sehingga kontraktor tidak harus menunggu kedatangan arsitek yang tidak pasti, hal ini membuat keputusan untuk memutuskan sebuah perubahan sangat lambat.

Kelima, dalam pengadaan furniture harus jauh-jauh hari, begitu gambar dari arsitek keluar, furniture sudah mulai di pesan sehingga saat kafé buka, furniture sudah siap di pasang.



JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI BALI

REFERENSI

- Amanah, D. (2010). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada majesty bakery & cake shop cabang HM Yamin Medan. *Jurnal keuangan & bisnis*, 2(1), 71-87.
- Bachtiar, N. K. (2021). Tips Membangun Usaha di Masa Pandemi. *Community Empowerment*, 6(2), 319–327. <https://doi.org/10.31603/ce.4485>
- Diah, P., Perdamaian, J., Puspita, A., & Frida, N. (2020.). *Analisis Strategi Mempertahankan dan Mengembangkan Bisnis di Tengah Pandemi COVID-19 Serta Mengetahui Dampak Perkembangan dan Pertumbuhan COVID-19 di Indonesia*. 2(3), 28–36.
- Fahdilah, N., & Tanjung, M. R. (2020). Perancangan Desain Interior Cafe Coffee Dengan Tema Rustic Modern Street Art. *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni dan Desain*, 1(1), 38-51.
- Galieh G, M., Naurah, Y. R., Ellyza, & A., Prabono, P.(2020). Pariwisata Pascapandemi: Pelajaran Penting dan Prospek Pengembangan. In *Agustus* (Vol. 5, Issue 2).
- George R. Terry. (2000). Prinsip-Prinsip Manajemen. Jakarta Bumi Aksara
- Gramedia Pustaka
- Harding, D., Kadiyono, A. L., & Nuradina, K. (2021). PERAN PSYCHOLOGICAL CAPITAL DALAM MEMBANGUN MENTAL ENTREPRENEUR DI MASA

<https://doi.org/10.24198/dharmakarya.v10i4.32510>

Herrman, H., Stewart, D. E., Diaz-Granados, N., Berger, E. L., Jackson, B., & Yuen, T. (2011). What is resilience?. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 56(5), 258-265.

Juwita, R. (2017). Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 20(1), 47–60. <https://doi.org/10.20422/jpk.v20i1.136>

Kartajaya, Hermawan. 2013. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT.

Kotler, P & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi ke-12*. Erlangga

Kusumaningayu, I., Masruchin, F. R., Samudera, A. R. A., Pratama, S. B., Yuantika, O. E. P., Dwinando, R. Y., & Albab, M. U. (2022). Desain Cafe Wisata Kelengkeng di Desa Simoketawang, Kabupaten Sidoarjo. *SENRIABDI*, 404-412.

Malau, M., & Murwaningsari, E. (2018). The effect of market pricing accrual, foreign ownership, financial distress, and leverage on the integrity of financial statements. *0013-3264*, 63(217), 129-139.

Masten, A. S., & Gewirtz, A. H. (2006). Resilience in development: The importance of early childhood.

Mir'atannisa, I. M., Rusmana, N., & Budiman, N. (2019). Kemampuan Adaptasi Positif Melalui Resiliensi. *Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice, and Research*, 3(02), 70-75.

- Nugroho, W. B., & Kamajaya, G. (2022). Resiliensi Usaha Cafe di Denpasar pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosiologi Andalas*, 8(1), 1-16.
- Nurhasanah, N., Salwa, N., & Amelia, N. (2016). Penentuan Karakteristik Pariwisata dan Model Jumlah Wisatawan untuk Kabupaten/Kota di Provinsi Aceh. *Jurnal Natural*, 16(1), 43-50.
- Parasuraman, A. ., Ziethaml, & V., & B. L. (1985). SERVQUAL: A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 62(1), 12–40.
- Pitanatri, P. D. S. (2020). Sejarah perkembangan pariwisata dan definisi pariwisata.
- Purwono, R. (n.d.). *Prosiding WEBINAR Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan “Strategi Dunia Usaha Menyikapi Status Indonesia Sebagai Negara Maju: Pra dan Pasca Covid-19” STRATEGI DUNIA USAHA DALAM MENGHADAPI KETIDAKPASTIAN AKIBAT PANDEMI COVID-19.*
- Putra, S. H. (2020). Pengembangan UMKM, Pariwisata dan New Normal. *Merdeka Kreatif di Era Pandemi Covid-19: Suatu Pengantar*, 1(1).
- Rejeki, A. (2018). *RESILIENSI SEBAGAI MODAL UTAMA START UP BISNIS PADA ERA REVOLUSI INDUSTRY 4.0.* <https://www.finansialku.com/bisnis-startup->
- Salim, E., Hendri, H., & Robianto, R. (2020). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN PENINGKATAN KINERJA DALAM MENGHADAPI ERA DIGITAL PADA UMKM CAFÉ TIRTASARI KOTA PADANG. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 4(1), 10. <https://doi.org/10.31764/jmm.v4i1.1461>

- Saputra, F., Ali, H., Program, M., Fakultas Ekonomi, S., Bisnis, D., Bhayangkara, U.,
Raya, J., Fakultas Ekonomi, D., & Penulis, K. (2022a). *PENERAPAN
MANAJEMEN POAC: PEMULIHAN EKONOMI SERTA KETAHANAN
NASIONAL PADA MASA PANDEMI COVID-19 (LITERATURE REVIEW
MANAJEMEN POAC)*. 3(3). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3>
- Sayed Syarif, F., & Pandoyo. (2020). Studi Kelayakan Bisnis Pengembangan Café Cozy
Shisha Di Depok Jawa Barat Sayed. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik Dan Bisnis*,
1(2), 39–49.
- Sembiring, N. T. (2020). *Gaya Hidup Generasi Millennial (Studi Kasus Pengunjung Cafe
Live Music Holywings di Kota Medan)* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera
Utara).
- Silitonga, H. P., Syamsuri, A. R., Halim, A., Haryani, D. S., Sangadji, S. S., & Samad,
A. (2020). *PEMASARAN" Hasil pemikiran dari Para Dosen Berbagai Perguruan
Tinggi di Indonesia (Book Chapter-)"* (No. h7p6v). Center for Open Science.
- Tugade, M. M., Fredrickson, B. L., & Feldman Barrett, L. (2004). Psychological
resilience and positive emotional granularity: Examining the benefits of positive
emotions on coping and health. *Journal of personality*, 72(6), 1161-1190.