

Implementasi Model Penyajian Makanan Ketegak dan Ketegak Agung di Desa Wisata Pinge, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan

I Putu Astawa ^{1*}, Tjokorda Gde Raka Sukawati ², I Nyoman Suamir ³, Cening Ardina ⁴

¹ Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

² Jurusan Manajemen, Universitas Udayana, Indonesia

³ Jurusan Teknik Mesin, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

⁴ Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Bali, Indonesia

*Corresponding Author: putuastawa1@pnb.ac.id

Abstrak: Salah satu strategi yang diperlukan dalam memenangkan persaingan adalah menciptakan inovasi-inovasi. Salah satu inovasi yang telah dibuat dalam mengolah dan menyajikan makanan kepada wisatawan adalah ketegak dan ketegak agung. Tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap implementasi inovasi penyajian makanan oleh kelompok sadarwisata kepada wisatawan dan memberikan manfaat untuk meningkatkan kualitas makanan. Metode pada penelitian ini menggunakan dua tahap yaitu pertama melakukan pelatihan dan tahap kedua adalah penerapan teknologi yang disertai dengan analisis dengan menggunakan statistik deskriptif. Penggunaan sampel jenuh sebanyak 6 orang sesuai dengan jumlah pengurus di bidang kuliner. Hasil kajian menjelaskan bahwa peningkatan keterampilan dalam pengolahan dan penyajian makanan dapat meningkatkan pendapatan kelompok sadar wisata dan menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Hasil ini memberikan implikasi terhadap manajemen strategi dalam memenangkan persaingan dan juga memberikan motivasi kepada pengelola wisata bahwa nilai budaya di bidang makanan dapat sebagai daya tarik membangun desa wisata.

Kata Kunci: penyajian makanan, ketegak, ketegak agung, Desa Pinge

Abstract: One of the strategies needed to win the competition is to create innovations. One of the innovations that have been made in processing and serving food to tourists is ketegak and ketegak agung. The purpose of this research is to analyze the implementation of food presentation innovations by tourism conscious groups to tourists and provide benefits to improve the quality of food. The method in this study uses two stages, namely the first to conduct training and the second stage is the application of technology accompanied by analysis using descriptive statistics. The use of saturated samples as many as 6 people in accordance with the number of administrators in the culinary field. The results of the study explained that improving skills in the processing and serving of food can increase the income of tourist-conscious groups and become one of the strategies in increasing tourist visits. This result has implications for strategy management in winning the competition and also provides motivation to tour managers that the cultural value in the field of food can be as an attraction to build a tourist village.

Keywords: food serving, ketegak, ketegak agung, Desa Pinge

Informasi Artikel: Pengajuan 19 Agustus 2020 | Revisi 1 Maret 2021 | Diterima 19 Maret 2021

How to Cite: Astawa, I P., Sukawati, T. G. R., Suamir, I N., & Ardina, C. (2021). Implementasi Model Penyajian Makanan Ketegak dan Ketegak Agung di Desa Wisata Pinge Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan. *Bhakti Persada*, 7(1), 47–52.

Pendahuluan

Keberlanjutan perusahaan sangat penting dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat. Salah satu usaha yang dapat dilakukan dengan mempertimbangkan strategi yang akan digunakan dengan melihat kemampuan internal seperti kemampuan sumberdaya yang dimiliki, harga produk, keunikan sebuah produk, dan fokus (Porter, 1985). Strategi bersaing generik menyebutkan bahwa perusahaan selalu menempatkan diri pada salah satu aspek utama, yaitu : Strategi keunggulan biaya menyeluruh atau strategi diferensiasi. Dan jika target yang dituju relatif sempit maka strategi akan berkembang menjadi strategi focus (Collins, 2020; Porter, 1985). Keberhasilan dalam implementasi strategi banyak factor yang berpengaruh dan salah satunya adalah kemampuan karyawan dalam menterjemahkan kedalam operasional perusahaan (Kaufman, 2020).

Perusahaan dalam menjalankan strategi bersaing ini juga berorientasi pada kemampuan dalam memotret tingkat keahlian dan keunikan sumber daya yang dimiliki (Kundu & Gahlawat, 2020). Sumber daya yang dimiliki dapat berupa manusia dan sumber daya alam atau sumber daya yang tidak dapat dilihat (Barney & Clark, 2007). Sumber

daya yang unik adalah sebuah modal dipakai dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain (Özbağ & Arslan, 2020; Barney & Clark, 2007). Namun tidak semua perusahaan mampu melihat kemampuan sumber daya yang dimiliki secara baik, hal ini disebabkan karena keterbatasan skill dan kompetensi dari pengelola perusahaan (Donnellan & Rutledge, 2019). Upaya untuk meningkatkan kemampuan pimpinan perusahaan merupakan kondisi yang harus dijalankan untuk mendorong tumbuhnya inovasi-inovasi yang memperkuat daya saing (Assensoh-Kodua, 2019).

Keterbatasan pimpinan dalam melihat potensi sumber daya yang dimiliki dalam membangun strategi bersaing telah ditemukan pada pengelola kawasan wisata di Desa Pinge Kecamatan Marga Kabupaten Tabanan yang memiliki budaya dan alam yang sangat menarik (Astawa et al. 2019; Mataram et al. 2019). Berdasarkan hasil pengamatan dan pertemuan dengan pengelola wisata dijelaskan beberapa permasalahan yang berkaitan kemampuan pengelola dalam membuat produk inovasi dalam menunjang kegiatan event yang diselenggarakan di desa, untuk itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat sebuah model produk menu makanan yang berasal dari desa wisata Pinge untuk diberikan kepada tamu dalam event dan bermanfaat dalam meningkatkan pendapatan kelompok sadar wisata. Metode pembuatan model ini diawali melakukan identifikasi terhadap menu makanan yang ada, pembuatan menu, pelatihan menu, implementasi model menu, dan analisis menu terhadap pendapatan kelompok wisata.

Metode

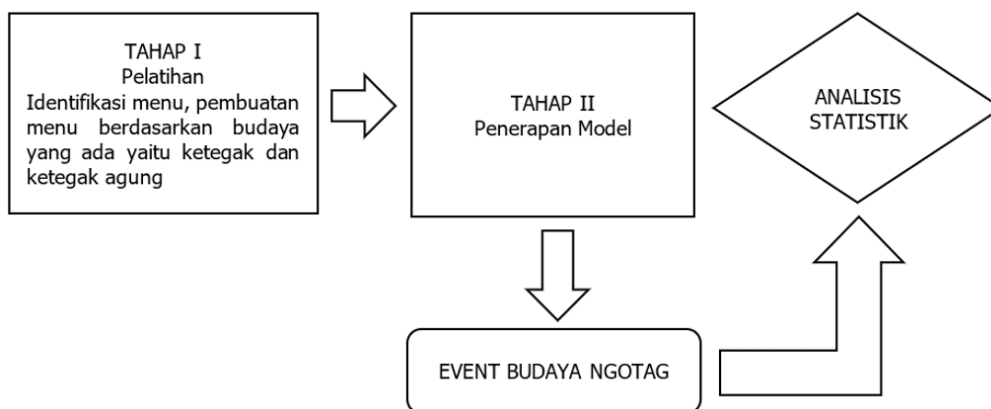
Penelitian dilakukan di Desa Wisata Pinge yang merupakan salah satu Desa Wisata yang di kelola oleh Kelompok Sadar wisata yang beranggotakan 40 orang dan terbagi dalam beberapa bidang, salah satunya yang terkait dengan penelitian adalah bidang kuliner berjumlah 6 orang. Penelitian dilakukan dengan dua tahap pertama tahap pelatihan yang terdiri dari kegiatan identifikasi menu, pembuatan menu berdasarkan budaya yang ada yaitu ketegak dan ketegak agung yang dijelaskan pada Tabel 1.

Tabel 1. Menu *ketegak* dan *ketegak agung*

| Ketegak/ <i>A'La Carte</i> di Meja | Ketegak Agung |
|------------------------------------|-------------------------|
| Nasi Merah | Nasi Putih |
| Pulungan Siap | Pulungan Sap |
| Betutu Ayam | Base Manis |
| Jukut Urab | Sate Lilit |
| Sambal Nyuh | Sambal Bongkot + Kacang |
| Dadar Gulung | saur |
| Es Kakap Kuud | Jaje Lapis |
| | Rujak Kuud |

Sumber: Data diolah (2020)

Tahap kedua adalah melakukan penerapan model menu atau teknologi yang telah dimiliki oleh staf kuliner untuk menangani *event* wisata yang berjumlah 15 orang tamu yang berkunjung ke Desa menyaksikan kegiatan budaya ngodag. Pada penerapan model ini dilakukan penilaian terhadap rasa, penyajian, dan keserasian makanan yang dinikmati oleh tamu. Analisis lain yang digunakan adalah statistik deskriptif untuk menjelaskan secara kuantitatif dampak penyajian kedua makanan tersebut terhadap pendapatan. Metode aktivitas kegiatan ini dapat digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode pendekatan aktivitas kegiatan

Hasil dan Pembahasan

Hasil dari kajian menjelaskan bahwa sampel yang digunakan pada tahap pelatihan sebanyak enam orang memiliki tingkat pendidikan SMA sebanyak 100%. Pendidikan yang dimiliki sampai pada SMA memberikan dorongan yang kuat ada kelemahan dalam kemampuan untuk menguasai ilmu atau tingkat kecerdasan dalam memahami permasalahan diperlukan pengalaman yang matang. Para pengelola kuliner belum mempunyai pengetahuan dasar dalam memasak untuk keperluan para turis. Penjelasan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Robertson & Riel (2019) menjelaskan bahwa tingkat pendidikan akan mempengaruhi cara berfikir dan memunculkan sebuah inovasi. Pola pendidikan yang tepat sangat diperlukan dalam meningkatkan cara mereka memecahkan permasalahan dan membangun sebuah produk kreatif (Andriansyah et al. 2019).

Dilihat dari jenis kelamin peserta pelatihan 3 orang perempuan dan 3 orang laki-laki hal ini memberikan penjelasan bahwa para pengelola sudah menerapkan persamaan gender, tidak didominasi oleh perempuan soal memasak akan tetapi juga dilakukan oleh laki-laki. Kesamaan gender telah diperhatikan dalam bekerja dapat memunculkan harmonisasi. Memperhatikan perbedaan gender dalam tempat bekerja memberi dampak terhadap kinerja dan menumbuhkan toleransi yang tinggi, ini juga bagus untuk membentuk tim dalam bekerja dan memecahkan masalah (Bruckmüller & Braun, 2020).

Hasil pada tahap pertama pada kajian ini pada kegiatan pelatihan pada pembuatan menu ketegak dan ketegak selama empat minggu memberikan hasil yang sangat menggembirakan hal ini disebabkan produk yang dibuat adalah makanan keseharian dan proses pembuatannya tidak terlalu ribet, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 2. Ketegak



Gambar 3. Ketegak Agung

Kedua konsep pelayanan dalam makanan ini merupakan sebuah inovasi di bidang kuliner dan memberikan value dari produk sebelumnya merupakan makanan rumah tangga di desa dikemas ke dalam sebuah model penyajian yang disesuaikan kepada selera dari tamu. Konsep ini jika dikaitkan dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki sebagai sebuah strategi bersaing sangat mendukung dari pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Collins, 2020) dan (Porter, 1985). Makanan yang sebelumnya belum diberikan sentuhan teknologi dalam bentuk cara pengolahan, penyajian, dan higienisnya memberikan kesan yang sangat menarik dan terkesan mahal. Konsep ini jika dikaitkan atribut sebuah produk yaitu kemasan, kualitas memberikan daya tarik kepada konsumen sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan (Zamry & Nayan, 2020).

Hasil penerapan tahap kedua dari kajian ini menjelaskan bahwa makanan yang disajikan untuk tamu pada event ngotak sebanyak 15 orang selama satu event telah memperoleh komentar seperti dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2. Komentar tamu atas makanan yang disajikan

| Tamu | Rasa | Penyajian | Keserasian Makanan |
|------|------|-----------|--------------------|
| 1 | 5 | 5 | 4 |
| 2 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 5 |
| 6 | 5 | 4 | 5 |
| 7 | 4 | 4 | 5 |
| 8 | 5 | 5 | 4 |
| 9 | 4 | 5 | 4 |
| 10 | 4 | 5 | 5 |
| 11 | 5 | 5 | 5 |
| 12 | 5 | 5 | 5 |
| 13 | 4 | 5 | 4 |
| 14 | 4 | 5 | 4 |
| 15 | 4 | 5 | 5 |

Sumber: Data diolah (2020)

Keterangan (Anshori & Iswati, 2019):

1 (Sangat tidak baik)

2 (Tidak baik)

3. (Cukup baik)

4. (Baik)

5 (Sangat Baik)

Berdasarkan Tabel 2 dapat dijelaskan bahwa semua tamu memberikan tanggapan diantara baik dan sangat baik. Penilaian ini memberikan makna bahwa tamu merasa cocok dengan selera dan mempunyai daya tarik yang menggoda hal ini dibuktikan dengan penilaian penyajian tidak ada yang buruk. Konsep ini sudah memberikan cara untuk memuaskan tamu yang berkunjung, hal ini juga merupakan salah satu strategi dalam melakukan pemasaran atau penjualan sebuah produk. Target utama dalam penjualan produk adalah bagaimana memuaskan konsumen agar mereka datang lagi untuk berbelanja. Konsep ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marin-Pantel-escu & Hint (2020).

Komentar tamu atas makanan ketegak dan ketegak agung memberikan motivasi bagi pengelola untuk melakukan pembenahan pelayanan di berbagai bidang yang akan diberikan kepada tamu yang menikmati event. Hasil lain yang memberikan dukungan bagi pengurus untuk tetap melakukan inovasi adalah perhitungan pendapatan sebelum dan setelah penjualan makanan memperoleh sentuhan teknologi. Kondisi ini dijelaskan pada Tabel 3 dan Tabel 4.

Tabel 3. Pendapat sebelum ada teknologi

| No | Bulan | Jumlah tamu | Harga /pax (Rp) | Jumlah (Rp) |
|------------------|-----------|-------------|-----------------|-------------|
| 1 | Januari | 114 | 50.000 | 5700000 |
| 2 | Maret | 78 | 50.000 | 3900000 |
| 3 | April | 35 | 50.000 | 1750000 |
| 4 | Mei | 78 | 50.000 | 3900000 |
| 5 | Juli | 235 | 50.000 | 11750000 |
| 6 | Agustus | 87 | 50.000 | 4350000 |
| 7 | September | 65 | 50.000 | 3250000 |
| 8 | Oktober | 89 | 50.000 | 4450000 |
| 9 | Nopember | 65 | 50.000 | 3250000 |
| 10 | Desember | 56 | 50.000 | 2800000 |
| Total Pendapatan | | | | 45.100.000 |

Sumber: Pokdarwis (2020)

Jika di asumsikan jumlah tamu yang berkunjung dan membeli makanan sama dengan Tahun 2019, maka pendapatan kelompok sadar wisata dengan harga jual yang telah dibeli oleh tamu seharga Rp. 150.000 per orang maka dapat di hitung jumlah pendapatan di Tahun 2020 dapat dijelaskan pada Tabel 4.

Tabel 4. Perhitungan pendapatan penjualan makanan tahun 2020

| No | Bulan | Jumlah tamu | Harga /pax (Rp) | Jumlah (Rp) |
|------------------|-----------|-------------|-----------------|-------------|
| 1 | Januari | 114 | 150.000 | 17.100.000 |
| 2 | Maret | 78 | 150.000 | 11.700.000 |
| 3 | April | 35 | 150.000 | 5.250.000 |
| 4 | Mei | 78 | 150.000 | 11.700.000 |
| 5 | Juli | 235 | 150.000 | 35.250.000 |
| 6 | Agustus | 87 | 150.000 | 13.050.000 |
| 7 | September | 65 | 150.000 | 9.750.000 |
| 8 | Oktober | 89 | 150.000 | 13.350.000 |
| 9 | Nopember | 65 | 150.000 | 9.750.000 |
| 10 | Desember | 56 | 150.000 | 8.400.000 |
| Total Pendapatan | | | | 35.300.000 |

Sumber: Pokdarwis (data diolah) (2020)

Berdasarkan perhitungan tabel 4 dan 5 dapat dilihat perbedaan yang sangat besar antara pendapatan di tahun 2019 sebesar Rp.45.100.000 dengan pendapatan di tahun 2020 sebesar Rp.135.300.000 dengan selisih Rp.90.200.000 atau meningkat 200%. Peningkatan secara ekonomi merupakan tujuan utama dalam memberikan teknologi kepada masyarakat. Teknologi memberikan nilai tambah bagi sebuah produk (Imtiaz dan Islam, 2020).

Simpulan

Pemberian pelatihan teknologi dalam penyajian makanan dengan konsep ketegak dan ketegak agung dapat meningkatkan keterampilan dari pengelola desa wisata khususnya pada bidang kuliner dalam upaya untuk menjaga tingkat kepuasan tamu. Pemberian nilai tambah ini mampu memberikan kepuasan tamu dan juga mampu meningkatkan harga jual sebesar dua ratus persen sehingga pendapatan kelompok wisata juga meningkat. Hasil penerapan inovasi memberikan kontribusi terhadap teori kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini telah berjalan sesuai dengan rencana, hal ini tidak terlepas dari bantuan beberapa pihak seperti Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Riset dan Teknologi / Badan Riset dan Inovasi Nasional sebagai penyanggah dana dan Juga Politeknik Negeri Bali, Desa Wisata Pingge, dan pihak Pemda Tabanan telah memberikan dukungan hingga terselesainya penelitian ini.

Referensi

- Andriansyah, A., Taufiqurokhman, T., & Wekke, I. (2019). Responsiveness of public policy and its impact on education management: An empirical assessment from Indonesia. *Management Science Letters*, 9(3), 413-424.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Surabaya : Airlangga University Press.
- Assensoh-Kodua, A. (2019). The resource-based view: a tool of key competency for competitive advantage. *Management*, 17(3), 143-152.
- Astawa, I. P., Suardani, M., Suarja, I. K., & Pugra, I. W. (2019). Penyajian green food bagi kelompok sadar wisata dalam menunjang green event di Desa Pingge. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 5(1), 159-168.
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford : Oxford University Press on Demand.
- Bruckmüller, S., & Braun, M. (2020). One group's advantage or another group's disadvantage? How comparative framing shapes explanations of, and reactions to, workplace gender inequality. *Journal of Language and Social Psychology*, 39(4), 457-475.
- Collins, C. J. (2020). Expanding the resource based view model of strategic human resource management. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-28.
- Donnellan, J., & Rutledge, W. L. (2019). A case for resource-based view and competitive advantage in banking. *Managerial and Decision Economics*, 40(6), 728-737

- Imtiaz, M. N., & Islam, M. K. B. (2020). Identifying Significance of Product Features on Customer Satisfaction Recognizing Public Sentiment Polarity: Analysis of Smart Phone Industry Using Machine-Learning Approaches. *Applied Artificial Intelligence*, 1-17.
- Kaufman, B. E. (2020). The real problem: The deadly combination of psychologisation, scientism, and normative promotionalism takes strategic human resource management down a 30-year dead end. *Human Resource Management Journal*, 30(1), 49-72.
- Kim, M. J. (2020). A Study on the Effect of Strategic Human Resource Management on Innovation Behavior and Organizational Performance. *Industry Promotion Research*, 5(1), 21-33.
- Kundu, S. C., Mor, A., & Gahlawat, N. (2020). Strategic human resource management and employees' intention to leave: testing the moderated mediation. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 70(4), pages 834-858
- Marin-Pantelescu, A., & Hint, M. (2020, July). Romanian customers' satisfactions regarding private health services. In *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 14(1), 788-796.
- Mataram, I. G. A. B., Astuti, N. W. W., Damayanti, I. A. K. W., & Dewi, N. I. K. (2019). Online Promotion Policy Model of Tourists Visiting Pinge Tourism Village, Tabanan, Bali. In *International Conference On Applied Science and Technology 2019-Social Sciences Track (iCASTSS 2019)*, 312-316.
- Özbağ, G. K., & Arslan, O. (2020). A Resource-Based Theory Perspective of Logistics. In *Handbook of Research on the Applications of International Transportation and Logistics for World Trade*, 195-209.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *The Journal of Business Strategy*, 5(3), 60-78.
- Robertson, W., & Riel, V. (2019). Right to Be Educated or Right to Choose: School Choice and Its Impact on Education in North Carolina. *The Virginia Law Review*, 105(5), 1079-1114.
- Zamry, A. D., & Nayan, S. M. (2020). What Is the Relationship Between Trust and Customer Satisfaction?. *Journal of Undergraduate Social Science and Technology*, 2(2).