



IMPLEMENTASI MODEL PENYAJIAN MAKANAN *KETAGAK* DAN *KETEGAK AGUNG* DI DESA WISATA PINGE BALI

I Putu Astawa^{1*}, I Nyoman Suamir², Tjokorda Gde Raka Sukawati³,
Cening Ardina⁴

^{1,2,4}Politeknik Negeri Bali

³Universitas Udayana

*Corresponding author, e-mail: putuastawa1@pnb.ac.id

Abstract

*One of the strategies required in winning competition is to create innovations. One of the innovations that have been made in processing and serving food to the tourists is the *ketegak* and *ketegak agung*. The purpose of this research is to conduct analysis on the implementation of food delivery innovations by the group of tourism to tourists in the effort to increase revenue. The method on this research using two stages is the first doing the training and the second stage is the application of technology accompanied by analysis using a descriptive statistic. A total of 6 people used as samples in accordance with the number of culinary managers. The results of the study explained that improving skills in processing and serving food can increase revenue and become one of the strategies for increasing tourist arrivals. These results give implications to the management of the strategy in winning the competition and also give motivation to the tour manager that the value of food in the field can be the attraction of building a tourism village.*

Keywords: *Food serving, Ketegak, Ketegak agung, Desa Pinge*

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 dalam upaya meningkatkan pendapatan. 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. Sebanyak 6 orang yang digunakan sebagai sampel sesuai dengan jumlah pengurus dibidang kuliner. Hasil kajian menjelaskan bahwa peningkatan keterampilan dalam pengolahan dan penyajian makanan dapat meningkatkan pendapatan dan menjadi sebuah 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 dibidang makanan dapat sebagai daya Tarik membangun desa wisata.

Kata Kunci: *Penyajian makanan, Ketegak, Ketegak agung, Desa Pinge*

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 relative 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 sumberdaya yang dimiliki (Kundu dan Gahlawat, 2020). Sumber daya yang dimiliki dapat berupa manusia dan sumber daya alam atau sumber daya yang tidak dapat dilihat Barney dan Clark, 2007). Sumber daya yang unik adalah sebuah modal dipakai dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain (Özbağ dan Arslan, 2020; Barney dan 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 dan 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 sumberdaya 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 di jelaskan 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. 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 DAN PELAKSANAAN

Pengabdian 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.

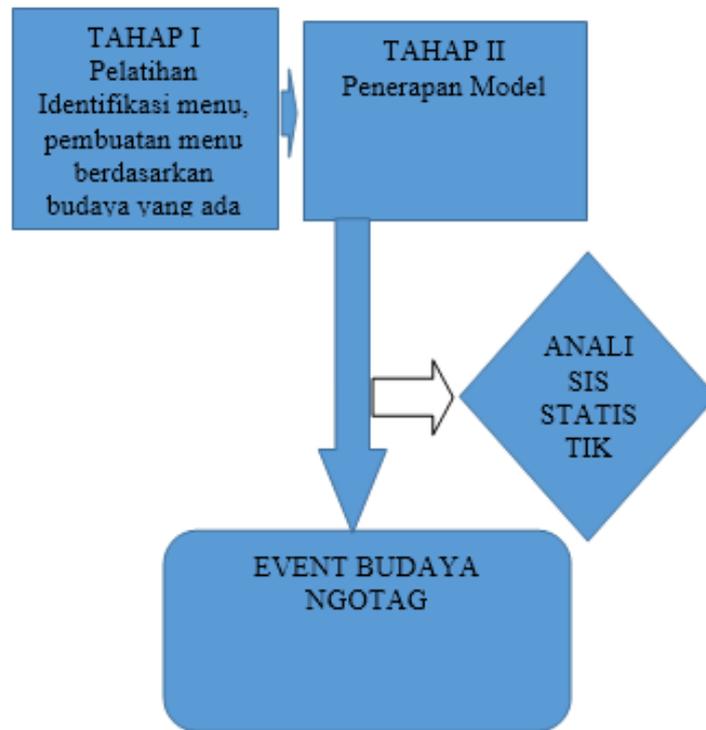
Tabel 1. Menu Kategak dan Ketegak Agung

KETEGAK / A'La charte / di Meja	KETEGAK AGUNG
Nasi Merah Pulungan Siap Betutu Ayam Jukut Urab Sambal Nyuh Dadar Gulung Es Kakap Kuud	Nasi Putih Pulungan Sap Base Manis Sate Lilit Sambal Bongkot + Kacang saur Jaje Lapis Rujak Kuud

Sumber: Data (di olah), 2020

Tahap kedua adalah melakukan penerapan model menu atau teknologi yang telah dimiliki oleh staf kuliner untuk menangani even 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 statistic deskriptif untuk menjelaskan secara kuantitatif dampak penyajian kedua makanan

tersebut terhadap pendapatan. Metode pelaksanaan ini dapat digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Pendekatan 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 dan 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 di dominasi 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 dan 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 terlaui ribet, untuk lebih jelasnya dapat di jelaskan 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 kedalam 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 hyginesnya 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 dan Nayan, 2020).

Hasil penerapan tahap kedua dari kajian ini menjelaskan bahwa makanan yang disajikan untuk tamu pada event ngotag sebanyak 15 orang 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

- 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-Pantelescu dan 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 table 3 dan Tabel 4

Tabel 3 Pendapat sebelum ada teknologi

No	Bulan	Jumlah tamu	Harga /pax (RP)	Jumlah (Rp)
1	Januari	114	50.000	5.700.000
2	Maret	78	50.000	3.900.000
3	April	35	50.000	1.750.000
4	Mei	78	50.000	3.900.000
5	Juli	235	50.000	11.750.000
6	Agustus	87	50.000	4.350.000
7	September	65	50.000	3.250.000
8	Oktober	89	50.000	4.450.000
9	Nopember	65	50.000	3.250.000
10	Desember	56	50.000	2.800.000
		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		135.300.000

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). Konsep ini juga bagian dari upaya agar konsumen tetap setia kepada produk kita.

PENUTUP

Berdasarkan pembahasan permasalahan dengan pendekatan yang dilaksanakan dapat disimpulkan sebagai berikut:

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.



Saran

Pelaksanaan ini masih banyak diberikan masukan seperti pengolahan limbah setelah memasak dan konsep green dalam pemanfaatan energi sangat diperlukan dalam pengolahan makanan, karena event yang dilakukan memakai konsep green

Ucapan Terima Kasih

Pengabdian 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 penyandang dana dan juga Politeknik Negeri Bali, Desa Wisata Pingge, dan pihak Pemda Tabanan telah memberikan dukungan hingga terselesainya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- 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 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*.
- Marin-Pantelescu, A., & Hint, M. (2020, July). Romanian customers' satisfactions regarding private health services. In *Proceedings of the International Conference on Business Excellence* (Vol. 14, No. 1, pp. 788-796). Sciendo.
- Mataram, I. G. A. B., Astuti, N. W. W., Damayanti, I. A. K. W., & Dewi, N. I. K. (2019, October). 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)*. Atlantis Press
- 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* (pp. 195-209). IGI Global.
- Porter, M. E. (1985). Technology and competitive advantage. *The Journal of Business Strategy*, 5(3), 60.
- Robertson, W., & Riel, V. (2019). Right to Be Educated or Right to Choose: School Choice and Its Impact on Education in North Carolina. *Va. L. Rev.*, 105, 1079.
- 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).