



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 1 Tahun 2024 Page 864-873

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Inovasi Bisnis Berbasis Inovasi Hijau untuk Mewujudkan Sustainability Pada Kuliner Warung Nasi Tekor di Denpasar

Ida Ayu Agung Ekastuti¹, Luh Gd.Devani Astrid Wira Putri², Wayan Ardani^{3✉}, I Gusti Ayu Diah Werdhi Srikandi WS⁴

Universitas Mahendradatta

Email: ardani.shuarsedana@gmail.com^{3✉}

Abstrak

Inovasi merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis inovasi bisnis berbasis inovasi hijau yang dilakukan di Warung Nasi Tekor untuk mewujudkan bisnis keberlanjutan (sustainability business). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Model analisis yang digunakan adalah data Miles dan Huberman, yang mencakup tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan Warung Nasi Tekor mempunyai celah yang sangat besar dalam pengembangan bisnis berkelanjutan dengan tetap mempertahankan konsep inovasi hijau dan menjaga konsistensi cita rasa khas Bali, melestarikan keunikan Bali tempo dulu, pengembangan variasi menu, dan promosi yang lebih intensif pada tingkat nasional maupun internasional. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi pelaku bisnis kuliner terkait pentingnya inovasi dalam mewujudkan bisnis keberlanjutan.

Kata Kunci: Bisnis Berkelanjutan, Inovasi Bisnis, Inovasi Hijau, Warung Nasi Tekor

Abstract

Innovation is an important factor to increase company competitive advantage. The aim of this research is to analyze business innovation based on green innovation at Warung Nasi Tekor to perform sustainability business. This research is descriptive research with a qualitative approach. Data collection techniques through observation, interviews and documentation. The analysis model used is Miles and Huberman data, which includes the stages of data collection, data reduction, data presentation and conclusion. This research revealed that Warung Nasi Tekor has a great opportunity in developing a sustainable business by maintaining the concept of green innovation and keep the consistency of typical Balinese tastes, preserving the uniqueness of Bali in the past, developing menu variations, and intensive promotions at the national and international levels. The result of this research can be a reference for culinary business owners regarding the importance of innovation to achieve a sustainable business.

Keywords: Business Innovation, Green Innovation, Sustainability, Warung Nasi Tekor

PENDAHULUAN

Inovasi merupakan faktor penting dalam mewujudkan bisnis keberlanjutan karena mampu memberikan keunggulan bagi perusahaan melalui penciptaan ide baru, proses baru, produk baru, atau adaptasi terhadap kondisi bisnis saat ini. Inovasi berpengaruh terhadap efisiensi, peningkatan dalam produktivitas, penjualan, dan pengelolaan sumber daya manusia. Pada umumnya inovasi memerlukan biaya yang besar dan menimbulkan risiko bagi perusahaan. Keberhasilan sebuah inovasi dapat diwujudkan dengan menerapkan manajemen inovasi, dengan melakukan pengawasan kegiatan dan proses inovasi. Penelitian yang dilakukan oleh Karlson (2017) menemukan Inovasi model bisnis dalam berbagai konteks industri dengan membuat desain sumber baru maupun dengan modifikasi sumber daya yang ada, tidak selalu memerlukan investasi yang besar. Dalam proses inovasi model bisnis ada beberapa fase yang harus dilakukan yaitu persiapan, menghasilkan ide, integrasi, implementasi (Gassmann dan Bonakdar, 2014).

Salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang telah melakukan inovasi bisnis adalah Warung Nasi Tekor yang didirikan pada tahun 2016 di Desa Budaya Kertalangu, dengan badan hukum usaha mikro perseorangan NIB 2607220028052 kode KBLI 56102 sebuah rumah/warung makan. Pada Awal berdirinya bertujuan menguatkan ciri khas Desa Wisata Kertalangu menjadi sebuah desa budaya melalui konsep dapur tradisional dengan pernak pernik dekorasi tempo dulu dan cita rasa khas Bali. Dengan tagline "Olahan Masa Lalu, Rasa Masa Kini dan Kuliner Masa Depan". Pendiri dari Warung Nasi Tekor adalah Pande Nyoman Darta, yang merupakan seorang visioner Bali yang mengabdikan hidupnya untuk pelestarian dan warisan Bali melalui kuliner/boga. Nasi Tekor berdiri di Desa Budaya Kertalangu atas seijin pemilik lahan yaitu Ketut Siandana seorang arsitek terkemuka terkenal

sebagai ahli yang menggabungkan visinya dengan budaya dan filosofi Bali. Nama Nasi Tekor memiliki filosofi Tekor sebagai sebuah alas makanan yang dibuat dari daun pisang berbentuk segitiga, yang mengacu pada bagaimana masyarakat Bali tempo dulu menikmati makanan mereka. Hak merek dagang diperoleh di tahun 2017 sebagai komitmen untuk pengembangan branding Nasi Tekor dalam konsep kemitraan. Visi jangka panjang Nasi Tekor sebagai destinasi wisata berkelanjutan (sustainability tourism) yang diwujudkan melalui gastronomi otentik khas Bali dan pertunjukan budaya.

Inovasi bisnis yang dilakukan di Warung Nasi Tekor berbasis inovasi hijau. Dengan konsep inovasi hijau yang diimplementasikan di Warung Nasi tekor mampu menarik pelanggan lokal dan wisatawan domestik maupun mancanegara. Inovasi hijau menjadi salah satu strategi yang dapat membantu meningkatkan reputasi dan nilai tambah perusahaan dewasa ini (Ardani, 2019). Beberapa penelitian menunjukkan inovasi hijau merupakan faktor penting dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan, Destinasi wisata perlu mempertimbangkan strategi pemasaran hijau atau ramah lingkungan untuk meningkatkan citra wisata (Chung, 2019). Penerapan pemasaran hijau (green marketing) merupakan strategi yang efektif dalam rangka mewujudkan pariwisata berkelanjutan [Nguyen,2021; Patwary, et al., 2022]. Destinasi wisata perlu mempertimbangkan strategi pemasaran hijau atau ramah lingkungan untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan [Yudawisastro, et.al.,2023).

Berdasarkan paparan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis inovasi bisnis berbasis inovasi hijau yang dilakukan Warung Nasi Tekor untuk mewujudkan bisnis keberlanjutan (sustainability business).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tiga pokok bahasan dalam penelitian ini adalah: 1) inovasi Warung Nasi Tekor dalam meningkatkan keunggulan bersaing yang meliputi latar belakang, tantangan dan fase inovasi, 2) bentuk-bentuk inovasi yang dilakukan yang terdiri dari inovasi produk, inovasi proses, inovasi promosi dan organisasional. 3) Faktor internal yaitu keunggulan dan kelemahan serta faktor eksternal yaitu peluang dan tantangan dari luar perusahaan yang dapat mendukung dan menghambat pengembangan inovasi. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Model analisis yang digunakan adalah data Miles dan Huberman, yang mencakup tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik dan karyawan Warung Nasi Tekor, ditemukan informasi sebagai berikut.

1. Latar Belakang, Tantangan dan Fase Implementasi Inovasi di Warung Nasi Tekor Latar Belakang Inovasi

Konsep awal berdirinya Nasi Tekor adalah sebagai sebuah warung tradisional sederhana yang menjual menu tradisional Bali, yang bernama "Warung Mule Bali". Setelah 6 bulan operasional Warung Bali Mule, mulai ditambahkan variasi menu ikan, seperti gurami. Penyajian saat itu masih menggunakan piring. Selanjutnya, melakukan inovasi dengan mengganti nama Warung Bali Mule menjadi "Warung Nasi Tekor", berdasarkan pertimbangan makanan yang disajikan adalah makanan khas Bali dengan penyajian yang menggunakan bahan ramah lingkungan, yaitu "tekor" yang berarti daun yang dibentuk dan berfungsi sebagai piring untuk menyajikan makanan. Selanjutnya, Warung Nasi Tekor didaftarkan merek dagang pada di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Inovasi awal yang dilakukan adalah mengganti penyajian makanan dari piring menjadi tekor berbahan keranjang bambu berbentuk segitiga, menjaga hospitality dan menampilkan branding "Pekak (kakek) dan Odah (nenek) Tekor yang sederhana dan ramah. Menampilkan dekorasi peralatan interior dan peralatan masak tempo dulu. Penggunaan bahan-bahan daur ulang sebagai identitas Warung Nasi Tekor.

Fase Inovasi Bisnis

1) Fase implementasi

Proses awal melihat peluang Desa Budaya Kertalangu sebagai destinasi wisata dan jogging track. Hubungan baik dengan pemilik lahan memberikan kesempatan untuk menggunakan tempat usaha dalam bentuk kerjasama sehingga tidak mengeluarkan pembiayaan yang besar di awal memulai usaha. Peluang masakan khas Bali untuk mengambil segmen masyarakat lokal dengan mengedepankan kuliner sebagai core business. Proses peluang inovasi karena Warung Nasi Tekor sebagai wadah makan tradisional Bali belum ada yang mengangkat secara utuh sebagai sebuah branding kuliner. Peluang dari kerinduan masyarakat Kota Denpasar untuk mendapatkan suasana desa dan dapur tradisional dan kembali ke masa lalu pada zaman pekak (kakek) dan dadong (nenek).

2) Proses tahap inisiasi ide

Setelah muncul ide tahap selanjutnya adalah memilih menu yang cocok dan unik sesuai dengan tagline yaitu olahan masa lalu, rasa masa kini, dan kuliner masa depan.

3) Proses tahap trial & error

Proses trial dan error untuk mendapatkan menu agar lebih cocok dan unik. Mengolah bumbu dasar menjadi beberapa menu, bervariasi sehingga presentasi hidangan terlihat menarik. Dalam pemilihan karyawan the right person in the right place dari proses perekrutan sampai dengan penempatan juga melalui proses trial dan error dimana dalam proses tersebut mengganggu operasional perusahaan.

4) Fase tahap aplikasi

Terwujud menu yang sesuai dengan tagline, mengundang fotografer untuk membuat photo dan video untuk promosi, kerjasama dengan travel agent, Pengembangan produk baik paket wisata maupun produk menu yang baru, pembuatan Boga Living Museum, dan menguatkan promosi melalui medsos.

2. Bentuk-Bentuk Inovasi yang Dilakukan Pada Warung Nasi Tekor Inovasi Produk

Proses inovasi sebagai bagian dari pengembangan produk meliputi merubah penyajian produk dari piring menjadi tekor daun dengan alas bambu. Tahap selanjutnya adalah inovasi dari menu, dengan menguatkan tagline menu "olahan masa lalu, rasa masa kini dan kuliner masa depan", yang memberikan makna mengolah makanan masa lalu menjadi rasa masa kini yang bisa memenuhi rasa dan selera pelanggan lokal, dan wisatawan domestik maupun internasional. Warung Nasi Tekor juga berinovasi dengan menyajikan menu BBQ dengan cita rasa bumbu Bali dan Western. Varian menu lain yang menjadi unggulan adalah olahan Nasi Tekor ayam, Nasi Tekor cumi dan Nasi Tekor kambing serta olahan varian Nasi Tekor iga bakar domba. Selain melakukan inovasi pada menu makanan, Warung Nasi Tekor juga menambah varian minuman serta camilan untuk meningkatkan kepuasan dan minat pelanggan untuk berkunjung kembali. Warung Nasi Tekor juga memperluas target pasar dengan menyediakan katering, melayani menu untuk pesta pernikahan dan kegiatan lain dengan jumlah pesanan yang cukup besar.



Gambar 1. Inovasi Hijau pada penyajian Makanan dan minuman

Inovasi Promosi

Warung Nasi Tekor mengikuti kegiatan tahunan yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Denpasar yaitu Denpasar Festival untuk meningkatkan branding dengan menampilkan desain pameran yang unik dan penyediaan menu yang tetap konsisten dengan Tekor dari daun pisang. Inovasi hijau dengan penyajian yang menggunakan daun tersebut mengantarkan Warung Nasi Tekor menjadi juara 1 secara berturut-turut. Penguatan branding Warung Nasi Tekor juga dilakukan dengan mendirikan Museum Boga atau Boga Living Museum yang mengangkat Gastronomi Balinese Culinary Experience. Untuk memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan "brand awareness", Warung Nasi Tekor membentuk tim media sosial.



Gambar 2. Inovasi green place di Warung Nasi Tekor

Inovasi proses

Inovasi hijau yang dilakukan di Warung Nasi Tekor tetap memperhatikan unsur-unsur kesehatan, misalnya di bagian dapur menggunakan keramik untuk menjaga sanitasi, dengan tetap menampilkan tradisi Bali Kuna di bagian depan. Membuat dapur Bali untuk proses memasak dengan tungku kayu bakar, serta membuat dapur khusus untuk tempat membuat jajanan tradisional.

Inovasi Organisasional

Warung Nasi Tekor melakukan inovasi pada dalam menjalankan organisasi dengan menguatkan standard of procedure (SOP) dengan membuat tugas dan fungsi (tupoksi) masing-masing karyawan dengan jelas. Pertukaran karyawan antar cabang juga dilakukan apabila dianggap perlu dalam penguatan dan peningkatan kompetensi karyawan. Setiap cabang memiliki manajer yang bertanggung jawab atas operasional dan peningkatan keuntungan sesuai target yang ditentukan. Selain pelatihan secara berkala diberikan kepada karyawan, briefing harian karyawan juga diterapkan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Model manajemen/pengelolaan karyawan menggunakan manajer di tiap cabang yang bertanggung jawab atas operasional restoran. Sedangkan tugas pemilik adalah menjaga kualitas cita rasa masakan, branding secara keseluruhan, media social, inovasi menu serta pengembangan usaha sesuai visi dan misi perusahaan.

Inovasi Bisnis

Kombinasi atas inovasi produk, promosi, dan organisasional sebagai model bisnis saat ini dilakukan dengan penguatan kualitas produk dengan memperhatikan kualitas bahan, kualitas bumbu, penggunaan bahan yang konsisten, dan penambahan variasi menu unggulan. Dengan menjaga standar kualitas produk maupun sumber daya manusia (SDM) menghasilkan sebuah bisnis yang berkelanjutan (sustainable). Konsep pengaturan olahan bahan makanan secara efektif dan efisien. Menu yang diracik dengan konsep bisa dinikmati oleh panca indra, meliputi mulut dan lidah sebagai pengecap dengan rasa yang sedap, hidung mencium bau masakan yang nikmat, mata melihat penyajian presentasi yang menarik dengan dasar warna hijau, telinga mendengar suara kriuk dari telur krispi dan kacang yang dipresentasikan dalam mendan kulit merasakan tekstur makanan tersebut.

Pengembangan bisnis lebih lanjut adalah sistem kerjasama pengelolaan restoran cabang ke dua di Jalan Badak 1 Renon serta di Greenville Jakarta Barat. Tahun 2024 program maestro dari visi besar Pekak Tekor adalah dibukanya Boga Living Museum dengan menguatkan Karsa Budaya Daya Rasa Cipta dimulai dari konsep sebuah boga, pengenalan bahan, proses berbalut budaya dan filosofi hingga sebuah penciptaan kuliner khas Bali

yang penuh dengan story telling, Museum berlokasi di Telaga Tunjung Desa Timpag Tabanan.

Pembahasan

Berdasarkan penerapan inovasi bisnis berbasis inovasi hijau yang dilakukan di Warung Nasi Tekor, dapat dilakukan analisis SWOT yaitu analisis berdasarkan kajian strength (kekuatan), Weakness (kelemahan), opportunity (peluang) dan threat (ancaman) SWOT sebagai berikut:

Tabel 1 Analisis SWOT Warung Nasi Tekor

<p>Faktor Internal</p>	<p>Kekuatan (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi strategis di sebuah destinasi wisata 2. Areal parkir yang luas 3. Cita rasa khas Bali yang konsisten dan membuat pelayan loyal. 4. Sustainable tourism berbasis culinary experience 	<p>Kelemahan (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Warung menggunakan bahan daur ulang sehingga ada beberapa bagian tidak presisi dan terlihat tidak beraturan. 2. Perputaran karyawan yang cukup tinggi dan tidak sesuai level kapasitas yang dibutuhkan
<p>Faktor Eksternal</p> <p>Peluang (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi wisata kuliner unggulan di Bali 2. Green tourism berbasis inovasi hijau 3. Green economy dengan melibatkan UMKM dan petani sekitar dengan menjual hasil pertanian ke Warung 	<p>Strategi S-O:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memperluas pasar dengan mengikuti pameran pariwisata dan kuliner di luar negeri 2. Meningkatkan promosi di media sosial dengan fokus pada keunikan dan keunggulan Warung Nasi Tekor sebagai warung yang ramah lingkungan dan variasi menu khas Bali. 3. Meningkatkan kerjasama dengan petani lokal "organik", selanjutnya menu berbahan organik bisa menjadi variasi menu pilihan pelanggan. 	<p>Strategi W-O:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan nilai estetika pada beberapa bagian dari warung sehingga bisa memberikan kesan "kuna tapi indah" bagi pengunjung. 2. Memberikan pelatihan pada karyawan, motivasi dalam bentuk reward dan peningkatan karir.

Ancaman (Threat)	Strategi S-T:	Strategi W-T:
1. Adanya restoran lain yang meniru penyajian dan nama menu ke dalam kuliner mereka	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan cita rasa yang menjadi keunggulan, selalu berinovasi dalam variasi menu yang menjadi ciri khas Warung Nasi Tekor. 2. Membina hubungan dengan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan karena pelanggan yang loyal akan tetap setia meskipun ada pesaing baru. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selalu berinovasi untuk membuat suasana warung dapat memberikan rasa nyaman, dan pelanggan merasa di tempat yang unik dan kembali ke masa lampau sesuai dengan tagline Warung Nasi Tekor. 2. Membuat program-program yang mampu memberikan motivasi bagi karyawan bahwa bekerja pada Warung Nasi Tekor merupakan pilihan yang tepat dan tidak pindah ke pesaing.

SIMPULAN

Warung Nasi Tekor merupakan salah satu UMKM sektor kuliner yang mempunyai visi untuk menjadi destinasi wisata kuliner yang berkelanjutan (sustainability). Berbagai inovasi dilakukan dengan berbasis pada inovasi hijau yang meliputi inovasi produk, inovasi proses, inovasi promosi, inovasi organisasional dan inovasi bisnis secara terintegrasi. Inovasi yang dilakukan secara konsisten mampu meningkatkan daya saing (competitive advantage). Dengan semakin meningkatnya kesadaran konsumen terhadap kelestarian lingkungan, memberikan dampak positif dalam bisnis keberlanjutan Warung Nasi Tekor yang menggunakan bahan ramah lingkungan dalam berbagai kegiatan bisnis. Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat disimpulkan Warung Nasi Tekor mempunyai celah yang sangat besar dalam pengembangan bisnis berkelanjutan dengan tetap mempertahankan konsep inovasi hijau dan menjaga konsistensi cita rasa khas Bali, melestarikan keunikan Bali tempo dulu, pengembangan variasi menu, dan promosi yang lebih intensif pada tingkat nasional maupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardani, W. (2019). Strategi Bisnis Bauran Pemasaran Berwawaskan Pemasaran Hijau. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 3(1), 289-301.
- Chung C K. (2019). Green Marketing Orientation: Achieving Sustainable Development In Green Hotel Management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. 2019. Pp 1-19.
- Dewi A A S L, Rahayu M I F, Wibisana A A N A. (2023) Green Tourism In Sustainable Tourism Development in Bali Based On Local Wisdom. *Jurnal Dinamika Hukum*. 23 (1). 111-130.
- Gassmann, O., Frankenberger, K., & Csik, M. (2014). *The business model navigator: 55 models that will revolutionise your business*. Pearson UK.
- Ho, C-Y, Tsai.B-H, Chen C-S, Lu M-T.(2021) Exploring Green Marketing Orientations toward Sustainability the Hospitality Industry in the COVID-19 Pandemic. *Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)*. 13(8).pp 1-18
- Karlsson, N. P. E., F. Halila., M. Mattsson., dan M. Hoveskog. 2017. "Success Factors For Agricultural Biogas Production In Sweden: A Case Study Of Business Model Innovation", 142
- Nguyen, P H. (2021) Green Marketing Strategy as a Sustainable Solution to Tourism Development in Vietnam. 18. pp. 116-132
- Patwary, A.K., Mohamed, M., Rabiul, M.K., Mehmood, W., Ashraf, M.U. and Adamu, A.A. (2022). Green purchasing behaviour of international tourists in Malaysia using green marketing tools: theory of planned behaviour perspective. *Nankai Business Review International*, Vol. 13 No. 2, pp. 246-265.
- Yudawisastra G. H, Burhanudin J, Samoedra D A, Voda, M. (2023). The effect of green products on sustainable tourism through green marketing in natural tourism destinations in Garut, West Java. *International Journal of Green Tourism Research and Applications*. 5(1).pp 45-51.