

## **ABSTRACT**

Milas Vegetarian Resto is not a common/regular restaurant as it creates a space for/allows local farmer to sell their yields/produces along with Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) to sell their organic products at one of the restaurant's booth and Pasar Organic Milas. Milas's branding as a green restaurant is shown by (their) existence in "eco-friendly"-themed local event in Yogyakarta such as Pasar Organik Milas that facilitate both trading activity and educating the consumers to raise their awareness of the importance of choosing the free-chemicals foodstuff and doing/performing/committing a healthy lifestyle in general. Thus, Milas's reputation which bring the "green" or "eco-friendly" concept can be correlated/related with how Milas Vegetarian Restaurant, as a restaurant, manage the process of serving the food/their food serving including providing the ingredients/foodstuff, processing the food, serving the food and delivering the message regarding their "organic" and "eco-friendly" concept that they pursue.

This research aimed to see and analyze the implementation of "organic" and "eco-friendly" concept pursued by Milas Vegetarian Resto. The implementation is rather seen as important and necessary to be studied/investigated by the researcher as the concept of "organic" and "eco-friendly" itself has its own specific market particularly for those who take upon the concept as a lifestyle. This research's data collection is conducted under the online direct interview with the management of Milas Vegetarian Resto and the consumers of the restaurant. To support the data obtained from the interviews, the researcher used observation and literature study as secondary data.

Results shows that the implementation of the concept of "organic" and "eco-friendly" pursued by Milas Vegetarian Resto is considered as good. The predicate/title/classification of "good" is valued from the results of interviews and observations the researcher has undertaken.



UNIVERSITAS  
GADJAH MADA

**IMPLEMENTASI INDIKATOR KEBERLANJUTAN DI RESTORAN MILAS VEGETARIAN SEBAGAI  
GREEN RESTORAN DI  
YOGYAKARTA**

Novia Paramita Ulfah Putri, Intan Purwandani, S.Par., M.Sc.

Universitas Gadjah Mada, 2021 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

In general, customers feel satisfied when enjoying the food and atmosphere at Milas Vegetarian

Resto. The satisfaction is gained from the awareness of customers who believe that Milas

Vegetarian Resto has implemented the concept that is carried out firmly and consistently.

## INTISARI

Milas *Vegetarian* Resto bukan hanya sekedar restoran biasa karena menjadi wadah bagi petani lokal di sekitar untuk menjajakan hasil bumi mereka dan beberapa usaha mikro kecil menengah yang memasarkan produk organik mereka di salah satu bilik restoran dan acara Pasar Organik Milas. *Branding* Milas sebagai *green* restoran ditunjukkan pula dengan eksistensi mereka di acara-acara lokal Yogyakarta yang bertajuk “*eco-friendly*” seperti Pasar Organik Milas yang ditujukan tidak hanya aktivitas jual beli tetapi juga untuk mengedukasi konsumen untuk lebih sadar akan pentingnya memilih bahan pangan yang bebas dari bahan kimia dan hidup sehat secara keseluruhan. Kemudian reputasi Milas sebagai restoran yang mengangkat konsep “*green*” atau “*eco-friendly*” ini dapat dikaitkan dengan bagaimana Milas *Vegetarian* Resto sebagai sebuah restoran dapat mengelola segala proses penyajian makanan termasuk penyediaan bahan, pengolahan, penyajian hidangan, dan penyampaian pesan terkait konsep ‘organik’ dan ‘*eco-friendly*’ yang diusung.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menganalisis bagaimana implementasi konsep ‘organik’ dan ‘*eco friendly*’ yang dilakukan oleh Milas *Vegetarian* Resto. Implementasi tersebut dipandang penting dan perlu oleh peneliti karena secara khusus konsep ‘organik’ dan ‘*eco friendly*’ merupakan sebuah konsep yang mempunyai pasar tersendiri terutama bagi mereka yang menjadikan konsep tersebut sebagai gaya hidup. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara langsung kepada Manajemen Milas *Vegetarian* Resto dan kepada konsumen yang dilakukan secara daring. Untuk mendukung data yang didapat dari hasil wawancara maka peneliti menggunakan observasi dan studi pustaka sebagai data sekunder.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi konsep ‘organik’ dan ‘*eco friendly*’ yang telah dilakukan oleh Milas *Vegetarian* Resto sudah baik. Predikat ‘baik’ tersebut



peneliti nilai dari hasil wawancara dan observasi yang dilakukan. Secara umum pelanggan merasa puas saat menikmati hidangan dan suasana di Milas *Vegetarian* Resto. Kepuasan tersebut didapatkan dari kesadaran pelanggan yang mempercayai bahwa Milas *Vegetarian* Resto telah mengimplementasikan konsep yang diusung secara tegas dan konsisten.