

PENGEMBANGAN USAHA MIE NYONYOR DI BALI BERBASIS BUDAYA DAN TEKNOLOGI

Dermawan Waruwu¹, I Putu Darmawijaya²

¹Program Studi Psikologi, Fakultas Ekonomika dan Humaniora; ²Program Studi
Fisioterapi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Sains, dan Teknologi

Universitas Dhyana Pura

Email: dermawanwaruwu@undhirabali.ac.id; darmawijaya@undhirabali.ac.id

ABSTRACT

Nyonyor noodle business in Abianbase Village - Bali was developed through cultural and technological value approaches. Nyonyor noodles become an alternative food menu for by consumers, besides consuming rice. The Dhyana Pura University Community Partnership Program (PKM) implementation team provided training, assistance, and equipment assistance to nyonyor noodle entrepreneurs (partners). Partners use technology tools to develop their businesses, so the process of making raw materials for noodles is faster and hygiene than before. In presenting nony nyonyor partners always pay attention to cultural values, ethics, religion, and friendliness so that consumers are more comfortable when consuming these noodles. The use of technology and the application of cultural values have the potential as a source of income for the community, both nyonyor noodle business owners, employees, gojek, chili farmers, onion farmers, chicken farmers, and so on. Thus, increasing income through the nyonyor noodle business provides inspiration to the younger generation for entrepreneurship, thereby increasing the economy and welfare of the Balinese and Indonesian people.

Keywords: *Development, Mie Nyonyor, Culture, Technology, Bali*

ABSTRAK

Usaha mie nyonyor di Desa Abianbase – Provinsi Bali dikembangkan melalui pendekatan nilai budaya dan teknologi. Mie nyonyor menjadi alternatif pilihan menu makanan bagi masyarakat, selain mengkonsumsi nasi. Tim pelaksana Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Universitas Dhyana Pura memberikan pelatihan, pendampingan, dan bantuan alat kepada pengusaha mie nyonyor (mitra). Mitra menggunakan alat teknologi dalam mengembangkan usahanya, sehingga proses pembuatan bahan baku mie nyonyor lebih cepat dan *hygiene* dari sebelumnya. Dalam menyajikan mie nyonyor mitra selalu memperhatikan nilai-nilai budaya, etika, agama, dan keramahan agar konsumen semakin nyaman pada saat mengkonsumsi mie nyonyor tersebut. Penggunaan teknologi serta penerapan nilai budaya berpotensi sebagai sumber pendapatan masyarakat, baik pemilik usaha mie nyonyor, karyawan, gojek, petani cabai, petani bawang, peternak ayam, dan sebagainya. Dengan demikian, peningkatan pendapatan melalui usaha mie nyonyor ini memberikan inspirasi kepada generasi muda untuk berwirausaha, sehingga meningkatkan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Bali maupun Indonesia.

Kata kunci: Pengembangan, Mie Nyonyor, Budaya, Teknologi, Bali

1. Pendahuluan

Usaha mie nyonyor di Bali dikelola oleh Putu Terestiani Dadri (Mbak Teres) serta memiliki 3 orang karyawan. Mie nyonyor merupakan jenis makanan baru berbahan baku mie, daging ayam, cabai, bawang, sayur, dan bumbu pelengkap lainnya. Pemilik usaha ini berusia 30 tahun serta. Usaha ini pada awalnya kurang berkembang karena belum menggunakan alat-alat teknologi dalam proses pembuatan serta penyajiannya kurang memperhatikan nilai-nilai budaya yang dianut oleh masyarakat. Suasana tempat usaha mie nyonyor yang menyewa sebuah ruko kecil di Jalan Raya Abianbase dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Suasana Tempat Usaha Mie Nyonyor Sebelum PKM
(Sumber: Dermawan Waruwu, 2018)

Suasana tempat usaha mie nyonyor terlihat masih sepi pembeli serta penyajiannya belum menggunakan sarung tangan. Kondisi inilah yang membuat mitra meminta pelatihan dan pendampingan tim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dari Universitas Dhyana Pura Bali. Masalah yang dihadapi oleh pengusaha mie nyonyor (mitra) selama ini yaitu proses pembuatan mie nyonyor dan pemasarannya belum menggunakan alat teknologi serta penyajiannya kurang memperhatikan budaya konsumen (masyarakat). Kedua aspek ini sangat menentukan kualitas dan kuantitas mie nyonyor tersebut.

Dalam era teknologi atau revolusi industri 4.0 saat ini sangat dibutuhkan berbagai alat teknologi untuk mengembangkan sebuah usaha, seperti usaha mie nyonyor yang baru berkembang di Bali. Penggunaan teknologi sangat berpengaruh terhadap peningkatan penjualan. Penjualan yang relatif kecil disebabkan oleh kurangnya penerapan teknologi (Hapsari & Prakoso, 2016). Penggunaan teknologi pada saat pembuatan dan pemasarannya dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Begitu pula penerapan nilai-nilai budaya atau penggunaan sarung tangan pada saat penyajiannya dapat memberikan rasa nyaman dan kepuasan kepada konsumen saat mengkonsumsi mie nyonyor tersebut. Semakin tinggi kepuasan konsumen terhadap pelayanan, maka semakin banyak konsumen yang loyal (Primayani & Reonningrat, 2015). Kedua aspek di atas sangat menentukan kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan atau konsumen menjadi prioritas utama.

2. Solusi dan Target Luaran

Pengembangan usaha mie nyonyor di Desa Abianbase sangat dibutuhkan keseriusan serta strategi-strategi dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra selama ini. Secara umum, pengusaha mie nyonyor memiliki dua masalah yang harus diselesaikan yaitu penggunaan teknologi dan penerapan nilai budaya. Kedua masalah ini dapat diberikan solusi dan target luaran sebagai berikut:

a. Solusi dan target luaran terhadap masalah teknologi.

Pembuatan dan pemasaran mie nyonyor sangat dibutuhkan teknologi. Oleh sebab itu, tim pelaksana PKM memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra tentang penggunaan teknologi serta manfaatnya. Alat teknologi digunakan dalam penggilingan daging ayam, penghalusan cabai, pemasaran mie nyonyor melalui internet (*online*), dan pembuatan laporan penjualan (keuangan). Tim memberikan bantuan alat kepada mitra berupa penggilingan daging dengan tujuan agar proses penggilingan daging ayam lebih cepat, halus, dan hygiene. Mitra menggiling ayam sebelumnya dengan cara menumbuk, sehingga testur daging ayam yang digunakan sebagai campuran mie nyonyor kurang halus dan waktu yang dibutuhkan cukup lama. Pemberian alat penggilingan daging ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada mitra tentang manfaat teknologi, sehingga alat-alat teknologi yang lain seperti penghalusan cabai (*blender*), penggunaan internet, dan komputer dapat disediakan sendiri oleh mitra. Dengan demikian, pembuatan mie nyonyor semakin cepat dan pelayanan kepada konsumen maksimal.

b. Solusi dan target luaran terhadap masalah budaya.

Mie nyonyor merupakan varian makanan yang baru diproses ketika konsumen mememesannya. Mitra kurang memperhatikan nilai budaya, etika, dan agama selama ini pada saat menyajikan mie nyonyor tersebut. Penerapan nilai budaya, etika, dan agama pada saat penyajiannya tetap menjadi prioritas utama yang harus diperhatikan oleh mitra. Penerapan nilai budaya, etika, dan agama ini sangat menentukan kualitas serta higienitas dari produk mie nyonyor. Oleh sebab itu, solusi yang diberikan oleh tim PKM dari Universitas Dhyana Pura adalah memberikan pelatihan dan pendampingan tentang penerapan nilai budaya, etika, dan agama saat menyajikan mie nyonyor kepada konsumen. Selain itu, tim PKM memberikan bantuan alat sarung tangan plastik, sehingga mitra menyajikan mie nyonyor dengan posisi tangan terbungkus. Penggunaan sarung tangan plastik bertujuan agar mie nyonyor tidak kontak langsung dengan talapak tangan, sehingga konsumen merasa nyaman saat mengkonsumsinya. Dengan adanya pengetahuan ini, maka mitra selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dari berbagai latar belakang budaya, agama, etnis, dan suku yang akan mengkonsumsi mie nyonyor tersebut.

3. Metode

Metode yang digunakan dalam menyelesaikan masalah yang dialami oleh mitra yaitu (1) tim pelaksana PKM melakukan sosialisasi tentang tujuan dan manfaat PKM yang digagas oleh Universitas Dhyana Pura; (2) mengidentifikasi masalah yang dialami oleh selama ini; (3) melakukan pelatihan dan pendampingan dalam bentuk kelas dengan mendatangkan pakar manajemen ekonomi yaitu Dr. I Wayan Ruspindi Junaedi; (4) memberikan bantuan alat berupa mesin penggilingan daging dan sarung tangan plastik; (5) melakukan evaluasi dan monitoring terhadap penerapan teknologi dan budaya; dan (6) penilaian keberlanjutan usaha mie nyonyor dan manfaatnya bagi masyarakat.

4. Hasil dan Pembahasan

Pengembangan usaha mie nyonyor di Bali dilakukan melalui dua aspek yaitu pemanfaatan teknologi dan penerapan nilai budaya. Penggunaan teknologi bertujuan untuk mempercepat proses pembuatan mie nyonyor, sedangkan penerapan nilai budaya bertujuan agar konsumen senang mengonsumsi mie nyonyor tersebut. Manfaat dari kedua aspek ini sebagaimana diuraikan berikut ini.

a) Penggunaan alat teknologi.

Setelah tim PKM memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra, secara perlahan-lahan mitra mulai menggunakan teknologi untuk membuat dan memasarkan mie nyonyor. Ada 3 alat teknologi yang digunakan oleh mitra, antara lain: Pertama, penggilingan daging ayam. Tim PKM memberikan bantuan alat kepada mitra berupa mesin penggilingan daging. Bantuan alat dan proses penggilingan daging ayam ditunjukkan pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Proses Penggilingan Daging Menggunakan Alat
(Dokumen: Dermawan Waruwu, 2018)

Pada awalnya, mitra belum menggunakan alat penggilingan daging. Setelah tim PKM memberikan pelatihan, pendampingan, dan bantuan alat penggilingan, maka mitra mulai merasakan manfaatnya. Tujuan penggunaan penggilingan ini agar tekstur daging ayam lebih halus, *hygiene*, dan mudah dikonsumsi oleh konsumen. Dengan adanya alat ini, maka proses pembuatan mie nyonyor lebih cepat dari sebelumnya. Kedua, blender penghalus cabai. Cabai merupakan salah satu campuran dalam pembuatan mie nyonyor. Biasanya cabai dihaluskan menggunakan cobek, sehingga waktu yang dibutuhkan cukup lama serta berpotensi mengenai mata bagi yang membuatnya. Penggunaan cabai disesuaikan dengan level kepedasannya, mulai dari level 1 sampai level 10. Semakin tinggi levelnya berarti cabai yang dibutuhkan untuk campuran mie nyonyor semakin banyak. Dampak dari pelatihan dan pendampingan tim PKM, mitra membeli 2 unit blender untuk menghaluskan cabai sebagaimana terlihat pada Gambar 3 berikut ini.



Gambar 3. Proses Penghalusan Cabai
(Dokumen: Dermawan Waruwu, 2018)

Sebelum cabai dihaluskan terlebih dahulu dibersihkan dan direbus. Setelah cabai dimasak setengah matang, lalu diblender dan disaring serta airnya dibuang. Kemudian cabai yang telah dihaluskan dimasak agar daya tahannya lebih lama. Bahan-bahan yang digunakan untuk campuran mie nyonyor bebas dari bahan pengawet.

Ketiga, pemasaran menggunakan internet. Sistem pemasaran yang digunakan oleh pemilik usaha mie nyonyor selama ini masih bersifat konvensional dengan cara menunggu pembeli datang ke tempat penjualan mie nyonyor tersebut. Model pemasaran ini kurang maksimal, sehingga omzet penjualan setiap harinya relatif kecil. Oleh sebab itu, tim pelaksana PKM memberikan pemahaman, pendampingan, dan pelatihan manajemen pemasaran dengan cara mie nyonyor dipromosikan melalui media sosial atau media online. Suasana pemesanan mie nyonyor melalui gojek sebagaimana terlihat pada Gambar 4 berikut ini.



Gambar 4. Konsumen dan Pemesanan Secara Online/Gojek
(Dokumen: Dermawan Waruwu, 2018)

Promosi yang menggunakan internet atau media online ternyata berhasil diterapkan oleh mitra. Konsumen sudah mulai memesan mie nyonyor secara *online* menggunakan jasa transportasi online seperti Gojek atau Grab. Antusias masyarakat dalam menikmati menu mie nyonyor dipengaruhi oleh lokasi usaha tersebut. Lokasi yang strategis dan faktor demografi sangat mempengaruhi tingkah laku konsumen untuk membeli suatu produk (Gunawan & Suprapti, 2015). Peningkatan penjualan suatu produk sangat ditentukan oleh kepribadian, demografis, dan sistem nilai (Djumaty, 2015). Hal ini sejalan dengan pendapat J. Barsky & L. Nash yang menyatakan: *Understanding customers emotional responses to a product or service in crucial for service businesses these responses affect customers' purchase decisions* (Andimarjoko & Wiharto, 2014).

Dalam konteks ini, manajemen pemasaran sangat diperlukan oleh setiap orang yang ingin berwirausaha. Tanpa pemasaran yang benar, maka peningkatan penjualan dipastikan kecil bahkan usaha itu berpotensi mengalami kebangkrutan. Peningkatan penjualan suatu produk, termasuk penjualan mie nyonyor, sangat dipengaruhi oleh penggunaan teknologi. Penjualan yang relatif kecil disebabkan tidak ada transfer teknologi yang optimal (Hapsari & Prakoso, 2016). Oleh sebab itu, pada era digital saat ini diperlukan internet atau media sosial untuk memasarkan produk mie nyonyor.

b) Penerapan Nilai Budaya.

Dalam penyajian mie nyonyor sangat dibutuhkan kebersihan, baik kebersihan alat yang digunakan maupun tangan orang yang membuatnya. Penerapan nilai-nilai budaya pada saat penyajian mie nyonyor, antara lain: Pertama, pemakaian sarung tangan pada saat membuat mie nyonyor. Karyawan usaha mie nyonyor selama ini tidak menggunakan sarung tangan pada saat membuat mie nyonyor. Oleh sebab itu, tim PKM memberikan pelatihan, pendampingan, dan bantuan sarung tangan plastik sebanyak 2 *pack* (200 lembar). Kondisi karyawan yang belum menggunakan sarung tangan, penyerahan, dan pemakaian sarung tangan ditujukan pada Gambar 5 berikut ini.



Gambar 5. Penggunaan Sarung Tangan Sebelum dan Sesudah
(Dokumen: Dermawan Waruwu, 2018)

Proses pembuatan mie nyonyor selama ini mitra kurang memperhatikan kebersihan alat, tempat memasak, dan tangan karyawan yang membuatnya. Konsumen yang berasal dari berbagai agama, etnis, suku, dan daerah merasa kurang nyaman pada saat mengkonsumsi mie nyonyor yang kurang memperhatikan kebersihan. Oleh sebab itu, tim PKM memberikan pelatihan dan

pendampingan tentang penerapan nilai-nilai budaya pada saat membuat mie nyonyor yang dipesan oleh konsumen.

Foto nomor 1 menunjukkan pembuatan mie nyonyor yang belum menggunakan sarung tangan. Foto nomor 2 menunjukkan penyerahan bantuan sarung tangan. Foto nomor 3 menunjukkan penggunaan sarung tangan pada saat membuat mie nyonyor. Tujuan penggunaan sarung tangan ini adalah agar tangan karyawan tidak kontak langsung dengan bahan baku mie nyonyor. Sumber daya manusia yang profesional merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan kinerja dan pelayanan kepada konsumen (Leovani, 2016). Pelayanan yang memperhatikan budaya dan etika dapat meningkatkan selera konsumen untuk mengonsumsi mie nyonyor tersebut. Dengan demikian, konsumen yang akan merasa nyaman pada saat mengonsumsi mie nyonyor tersebut.

Kedua, keramahan karyawan kepada konsumen. Keramahan sangat diperlukan dalam mengembangkan sebuah usaha, seperti usaha mie nyonyor di Bali. Sikap keramahan menjadi salah satu faktor pendukung berkembangnya usaha mie nyonyor tersebut. Keramahan ini perlu diterapkan agar konsumen yang makan mie nyonyor dari berbagai suku, agama, dan budaya merasa nyaman saat mengkonsumsinya. Setiap karyawan dalam menyajikan makanan di restoran atau warung harus memperhatikan etika serta budaya konsumen. Karyawan mie nyonyor pada awalnya kurang memperhatikan budaya serta etika pada saat menyajikan mie nyonyor. Tim pelaksana PKM memberikan pendampingan dan pelatihan tentang tata cara penyambutan serta pelayanan kepada tamu. Setiap karyawan harus menyapa dan senyum kepada setiap konsumen, karena pelanggan atau konsumen merupakan orang yang harus dihormati ketika makan mie nyonyor tersebut. Proses pelayanan dan penyajian mie nyonyor kepada tamu sebagaimana terlihat pada Gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Penyajian Mie Nyonyor Dengan Memperhatikan Etika dan Budaya
(Dokumen: Dermawan Waruwu, 2018)

Setiap konsumen yang masuk ke warung atau restoran harus disapa terlebih dahulu, sehingga konsumen merasa diperhatikan melalui pelayanan tersebut. Begitu pula pada saat menyajikan makanan dan membawakan makanan konsumen, maka setiap karyawan dilatih untuk menyapa konsumen. Setelah konsumen selesai makan, maka meja harus dibersihkan. Dengan adanya kebersihan meja ini maka konsumen semakin menyukai mie nyonyor tersebut.

Penggunaan teknologi serta penerapan nilai budaya pada usaha mitra berpotensi meningkatkan pendapatan penjualan mie nyonyor setiap harinya. Awalnya omzet penjualan mie nyonyor relatif kecil sekitar Rp300.000/hari, tetapi setelah tim PKM memberikan pelatihan, pendampingan, dan bantuan alat, maka

pendapatan mitra semakin hari meningkat. Peningkatan pendapatan usaha mie nyonyor ini sekitar Rp510.000 sampai Rp540.000/hari atau Rp186.150.000 sampai Rp197.100.000/tahun. Penjualan mie nyonyor setiap hari maupun bulan mengalami peningkatan sekitar 70% sampai 80% dari jumlah penjualan sebelumnya. Oleh sebab itu, keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan mie nyonyor ini sekitar 10% dari total penjualan yaitu Rp18.615.000 sampai Rp19.710.000/tahun. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi dan penerapan nilai budaya dapat membantu masyarakat untuk mengembangkan usahanya, sehingga ekonomi dan kesejahteraan masyarakat meningkat.

5. Simpulan

Usaha mie nyonyor berpotensi sebagai sumber pendapatan masyarakat, baik pemilik usaha mie nyonyor, karyawan, gojek, petani cabai, petani bawang, peternak ayam, dan sebagainya. Menu mie nyonyor menjadi alternatif pilihan makanan bagi masyarakat, selain mengkonsumsi nasi. Usaha mie nyonyor dapat memberikan inspirasi kepada generasi muda untuk berwirausaha dengan memperhatikan etika dan budaya konsumen serta menggunakan teknologi tepat guna. Dengan demikian, penerapan teknologi dan nilai-nilai etika serta budaya dapat meningkatkan minat konsumen untuk mengkonsumsi mie nyonyor, sehingga ekonomi dan kesejahteraan mitra maupun masyarakat di sekitarnya meningkat.

Pustaka Acuan

- Andimarjoko, P. & Wiharto, B. 2014. The effects and importance of authenticity: A studi on Indonesian and Thai restaurant in Prague. Dalam *Jurnal of Business and Entrepreneurship*. 2 (3): 36-52.
- Atmoko, W.B. & Among, N. 2016. Sustainability consumption: Perubahan perilaku mengkonsumsi daging. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. XIX (2): hlm. 249-267.
- Djumaty, B.L. 2015. Dari "ya" menjadi "tidak" studi tentang persepsi dan sikap masyarakat Desa Idamdehe terhadap rencana pembangunan PLTP di Idamdehe dan Idamdehe Gamsungi. Dalam *Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin "Kritis"*. XXIV (1): hlm. 21-39.
- Gunawan, K.Y.I. & Suprpti, N.W.S. 2015. Peran pendapatan dalam memoderasi pengaruh sikap pada kesediaan membayar produk ramah lingkungan. Dalam *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*. 9 (1): hlm. 74-82.
- Hapsari, R.D. & Prakoso, I. 2016. Penanaman modal dan pertumbuhan ekonomi tingkat provinsi di Indonesia. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. XIX (2): 210-227.
- Leovani, E. 2016. Implementasi modal pemberdayaan karyawan (Employee empowerment di PT FIGROUP Tbk cabang Palembang). Dalam *Jurnal Manajemen*. XX (1): hlm. 241-259.
- Primayani, P.M. dan Reonningrat, N.L.P.A. 2015. Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Buleleng cabang Kubutambahan. Dalam *Jurnal Manajemen dan Akuntansi STIE Triatma Mulya*. 21 (2): hlm. 157-168.