

---

## PENINGKATAN USAHA BUMBU DAN SAMBAL BOTOL TYAS KITCHEN DI SURABAYA

Rena Febrita Sarie<sup>1</sup>, Yurilla Endah Muliatie<sup>2</sup>, Nur Jannah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Wijaya Putra

<sup>2</sup>Universitas Wijaya Putra

<sup>3</sup>Universitas Wijaya Putra

[renafebritasarie@uwp.ac.id](mailto:renafebritasarie@uwp.ac.id) , [yurillaendah@uwp.ac.id](mailto:yurillaendah@uwp.ac.id) , [nurjannah@uwp.ac.id](mailto:nurjannah@uwp.ac.id)

---

### Abstrak

PKM ini bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran untuk memiliki inisiatif, kreatif, dan inovasi dalam mengelola usaha, guna mewujudkan ekonomi yang kuat berprestasi, mandiri dan sukses, Melalui berwirausaha di bidang ekonomi kreatif dapat menghasilkan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga, khususnya Tyas Kitchen yang berlokasi di Kota Surabaya. Melalui pemahaman kiat berwirausaha, strategi pemasaran, manajemen produksi, maupun aspek keuangan terhadap kegiatan usaha ini. Kegiatan PPM ini sesuai dengan Bidang Unggulan *managing innovation and creative industry*. Topik PPM sesuai dengan manajemen UMKM dan industri kreatif. Kemudian permasalahan dari PPM ini adalah (1) Inkonsisten produksi, 2) Belum ada diversifikasi produk, 3) Belum ada pembrandingan, Bidang Pemasaran: 4) Segmen pasar yang terbatas pada pemesanan 5) Belum adanya promosi, Bidang Manajemen: 6) Mitra masih minim pengetahuan tentang modal kerja dan perhitungan laba rugi, 7) Tenaga kerja yang keluar masuk. Hasil dari program ini mitra secara mandiri mampu untuk menjadi pengusaha UMKM yang dapat secara produktif meningkatkan pendapatan keluarganya. Kegiatan PPM ini juga akan sangat membantu perkembangan UKM skala mikro dan mampu sebagai pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional

**Kata Kunci** : Kewirausahaan, Pemasaran, Pelatihan

---

### PENDAHULUAN

Indonesia memiliki keanekaragaman kuliner dan kekayaan rempah-rempah, hal ini tidak jauh dari latar belakang Indonesia yang memiliki beragam etnis, budaya, adat istiadat, dan agama sehingga keaneka ragaman tersebut menciptakan berbagai sajian dan cita rasa makanan yang beragam serta sajian dengan cita rasa yang khas. (Kadir, 2022) Masakan Indonesia terkenal dengan cita rasa yang kaya akan bumbu dan rempah Selain bumbu, sambal juga merupakan suatu kondimen yang selalu hadir

didalam kuliner Indonesia. (Rahmawati, 2024) Kehadiran sambal dalam hidangan Indonesia bukan hanya sebagai penambah rasa, tetapi juga sebagai bagian dari identitas kuliner yang kaya dan bervariasi di Indonesia. Teknologi yang semakin berkembang mendorong munculnya fenomena perubahan gaya hidup yang lebih modern dan praktis. (Sarie, 2021) Kegiatan memasaknya saat ini juga tidak luput dari adanya perkembangan dengan munculnya banyak industri yang menciptakan bumbu dan sambal instan (siap saji). (Athiefah, 2023) Bumbu instan biasanya telah diracik dan diberikan perasa, dikemas dalam

kemasan (jar, botol, plastik kedap udara) dimana bumbu ini dalam penyajiannya tinggal ditambahkan ketika proses pemasakan (Sarie, 2018) Sedangkan sambal, prosesnya tidak jauh berbeda dimana sambal yang telah jadi akan melalui tahap pengawetan dan dikemas secara steril agar tidak mudah basi. (Lestari,2019) Bumbu memang merupakan salah satu elemen kunci dalam masakan Indonesia yang membuatnya begitu istimewa dan lezat. Bumbu dasar, yang merupakan campuran rempah-rempah yang digunakan sebagai dasar dalam banyak masakan, adalah inti dari keanekaragaman cita rasa yang ada dalam masakan Indonesia (Alkalah, 2016) Dengan menggunakan bumbu dasar sebagai fondasi, kita dapat menciptakan berbagai macam hidangan dengan rasa yang berbeda-beda, tetapi tetap mempertahankan esensi dari masakan tersebut. (Yuliasuti,2023) Kekayaan rempah-rempah Indonesia seperti kemiri, ketumbar, kunyit, jahe, serai, dan lain-lain, memberikan dimensi rasa yang unik dan khas pada masakan Indonesia. (Mardiyah, 2021) Selain itu, bumbu juga memainkan peran penting dalam menciptakan harmoni antara berbagai rasa seperti manis, asam, pedas, dan gurih dalam satu hidangan. Itulah mengapa masakan Indonesia begitu disukai oleh banyak orang, karena setiap suapan menyajikan sensasi yang memikat lidah dan mengundang selera. Tyas Kitchen merupakan mitra pengabdian kami yang melihat peluang akan banyaknya minat bumbu dan sambal instan, sehingga Tyas Kitchen menghadirkan proses memasak lebih cepat dan mudah tanpa kehilangan cita rasa yang autentik. **Prioritas permasalahan** yaitu Bidang Produksi: 1) Inkonsisten produksi, produksi bumbu dan sambal botol hanya dilakukan pre order. 2) Kemasan bumbu dalam botol seringkali membuat harga produksi menjadi mahal. 3) Belum ada varian sambal dan bumbu yang ditawarkan mitra kepada konsumennya hanya varian sambal bawang saja. 4) Belum adanya label halal untuk produk sambal dan bumbu botol. Bidang Pemasaran: 5) Belum ada pembrandingan untuk produk sambal dan bumbu botol. 6) Segmen pasar yang terbatas pada pre order. 7) Tidak adanya promosi yang dilakukan meningkatkan penjualan sambal dan bumbu botol. Bidang Manajemen: 8) Mitra masih minim pengetahuan tentang perhitungan laba/rugi. 9) Masih terbatasnya modal pribadi sehingga volume produksi

masih belum optimal. 10) Masih sering bermasalah dengan tenaga kerja



Gambar 1 Profil Mitra Tyas Kitchen dengan olahan bumbu instan

Berbagai kendala menghambat pertumbuhan Tyas Kitchen yaitu: 1) Pembuatan produk hanya sebatas pemesanan saja dan tidak rutin, 2) Kurangnya strategi pemasaran yang efektif, 3) Capaian penjualan yang belum sesuai target, bahan baku dengan kualitas yang tidak konsisten, kurangnya pelatihan tenaga kerja, penggunaan metode produksi tradisional yang terbatas, teknologi produksi yang belum termodernisasi, keterbatasan modal, penanganan administrasi keuangan yang masih bersifat informal (mengandalkan sistem kekeluargaan), biaya produksi yang tinggi berdampak pada harga jual yang mahal, inovasi produk yang terbatas, serta kurangnya jejaring distribusi dan promosi yang kuat.

Oleh sebab itu, perlu adanya keunggulan bersaing agar mampu meraih kesuksesan dalam kompetisi bisnis. Keunggulan tersebut dapat dicapai melalui karakteristik unik misalnya terdapat varian sambal baru yang menarik kemudian pemanfaatan sumber daya yang memungkinkan UMKM mencapai kinerja lebih unggul daripada pesaing di dalam industri atau pasar yang sama. Upaya ini memiliki tujuan untuk mengatasi persaingan dengan efektif dan menarik perhatian pelanggan baru di tengah lingkungan yang penuh dengan kompetisi



Gambar 2 Produk sambal dan bumbu instan

Tabel 1: Penjualan Sambal dan Bumbu Tyas Kitchen Mitra per bulan

Beban Pokok Produksi	Hasil Penjualan @25.000/ Botol	Keuntungan Per bulan	Hasil Produksi
1.600.000	2.000.000	400.000	80 botol

## METODE

Langkah-langkah sistematis yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu (1) Tahap Persiapan yaitu meliputi Pra survei, Pembentukan Tim PPM, Pembuatan Proposal, Koordinasi Tim dan Mitra, Persiapan alat dan bahan pelatihan. (2) Tahap Pelaksanaan a) memberikan pelatihan kepada mitra bagaimana membuat produk yang baik dan higienis dalam segi tempat produksi, packaging dan promosi di media sosial. b) Membantu mencari segmen pasar yang lebih luas dengan masuk ke pasar-pasar tradisional, kantin-kantin koperasi dan perkantoran. c).Memberikan pelatihan administrasi dan system keuangan (pembukuan) pelaporan keuangannya. d). Menyiapkan kebutuhan mitra untuk pemasaran di media sosial. yaitu membuat Instagram & aplikasi google business. e). Penambahan tenaga kerja pemasaran/penjualan atau pengiriman barang. f). Memotivasi semangat usaha mitra UKM guna peningkatan kesejahteraan hidupnya. (3) Evaluasi program. Melakukan evaluasi atas pelaksanaan

kegiatan usaha mitra UKM setelah kegiatan PKM selesai. Kegiatan ini diharapkan dapat berhasil sesuai dengan yang diharapkan. Dilakukan dengan membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Evaluasi program dilakukan

Setiap bulan pada minggu ke empat selama pelaksanaan kegiatan PPM yang dilakukan oleh mitra. (4) Pelaporan yaitu Penyusunan laporan dilakukan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program dan selanjutnya dilakukan publikasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Solusi dan Target Luaran

Solusi dari permasalahan yang ada pada mitra antara lain: 1) Perlunya pendampingan untuk melakukan produksi yang konsisten dengan memasarkan produk bumbu dan sambal di pasar tradisional dan pasar modern. 2) Perlunya pendampingan untuk membuat Kemasan dalam plastik ukuran sekali pakai sehingga dapat menekan harga dan dapat terjual secara konsisten. 3) Pendampingan dan pelatihan untuk membuat varian sambal dan bumbu yang lebih banyak. 4) Pendampingan untuk mendapatkan label halal. 5) Pembrandingan premium ataupun pemberian Branding berdasarkan permintaan konsumen untuk resale. 6) Memberikan pendampingan dan pelatihan untuk mencari segmen pasar yang lebih luas dengan menitipkan produk ke toko-toko di pasar tradisional maupun di kantor-kantor. 7) Memberikan pendampingan dan pelatihan meningkatkan penjualan dengan berpromosi melalui media sosial. 8) Pendampingan untuk perhitungan laba/rugi secara manual. 9) Mendapatkan bantuan modal kerja dari Lembaga keuangan. 10) Pendampingan tentang perekrutan tenaga kerja

**Luaran** yang ditargetkan adalah adanya: 1) Konsistensi produk sambal dan bumbu botol sebesar 20%. 2) Adanya kemasan sekali pakai sebesar 20%. 3) Adanya diversifikasi produk dengan menambahkan varian sambal dan bumbu 30% 4) Adanya label halal sebesar 40%. 5) Pembrandingan Premium ataupun pemberian branding berdasarkan permintaan konsumen untuk resale sebesar 30%. 6) Segmen pasar yang luas tidak

hanya menitipkan dagangan di pasar tradisional tetapi bisa ditawarkan di kantin-kantin kantor sebesar 20%. 7) Meningkatkan penjualan dengan berpromosi melalui media sosial sebesar 20%. 8) Peningkatan kemampuan pembuatan laporan keuangan sebesar 25%. 9) Pengetahuan untuk mendapatkan bantuan modal kerja dari Lembaga keuangan sebesar 15%. 10) Pengetahuan tentang tenaga kerja meningkat sebesar 15%

## 2. Pembahasan

Hasil Kegiatan PPM Bumbu dan Sambal botol Tyas'Kitchen :

1. Adanya peningkatan penjualan dengan besarnya rata-rata 20% perminggu, yang dulunya produksi perminggu hanya 25 botol sudah meningkat menjadi 30 botol per minggu.
2. Produksi masih belum bisa dilakukan setiap hari karena keterbatasan tenaga kerja saat ini mengingat mitra adalah ibu rumah tangga biasa sehingga perlu motivasi dari Tim Pengabdian untuk menumbuhkan jiwa wirausaha mitra sehingga mau untuk produksi setiap hari.
3. Peningkatan promosi melalui media sosial. Media sosial yang dipakai adalah google business dan Instagram masih mengalami kenaikan sebesar 10 %, dan belum mempunyai banyak follower yang signifikan karena mitra masih belum mampu untuk menggunakan media Instagram dalam berpromosi, Mitra masih lebih menggunakan promosi tradisional yaitu “gethok tular atau words of mouth”.
4. Saat ini mitra juga telah mampu untuk membuat jurnal dan laporan keuangan sederhana mengenai biaya bahan baku dan penjualan. Sebelumnya mitra tidak bisa menghitung dan mengelola modal usahanya disebabkan mitra menjual produknya karena sebatas hobi sehingga seringkali biaya tenaga kerja tidak diperhitungkan dalam biaya.
5. Mitra sudah mulai melakukan penjualan di bazar-bazar terutama di bulan Agustus yang mana banyak digelar bazar-bazar makanan dalam rangka peringatan hari kemerdekaan RI

yang ke 79.

6. Mitra sudah didaftarkan untuk memperoleh sertifikasi halal.
7. Saat ini Mitra menjadi lebih higienis terhadap proses produksi dan kebersihan dapur serta tempat usaha, mengingat tempat usaha dan rumah yang menjadi satu maka seringkali Tim PPM menemukan proses produksi yang tidak higienis. Setelah Tim PPM memberikan bantuan peralatan maka kegiatan proses produksi menjadi lebih rapi dan bersih.
8. Selanjutnya masalah packaging sudah terlihat rapi dan baik. Dulunya sebelum pembinaan penjualan bumbu dan sambal, dikemas dalam toples yang mahal, sehingga harga jual menjadi mahal. Setelah mendapatkan pembinaan dari Tim UWP packaging bumbu dan sambal disesuaikan dengan pasar yang dituju. Untuk packaging di pasar tradisional menggunakan plastik klip sedangkan untuk pangsa pasar kantin-kantin kantor menggunakan botol plastik karena seringkali mereka mengkonsumsi sambal di kantor sambil makan siang atau sebagai cocolan camilan. (Imelda, 2023)
9. Sebelum ada pembinaan dari Tim PPM mitra tidak menggunakan merk untuk produknya. Namun saat ini mitra sudah membuat merk bahkan menawarkan merk premium bagi reseller yang ingin menjual produk bumbu dan sambal botol. Saat ini Tim PPM melihat mitra masih belum mempergunakan teknologi yang modern dan masih menggunakan alat-alat produksi yang tradisional. Penggunaan alat-alat yang lebih baik dari segi teknologi dapat meningkatkan kinerja proses produksi mitra.

Adapun keunggulan dari program PPM ini mitra yang dulunya sebagai ibu rumah tangga biasa yang berpenghasilan hanya dari gaji suami saja kini sudah mulai menjadi pengusaha UMKM dan mempunyai kemampuan untuk menambah pendapatan tambahan dari hasil penjualan produk bumbu dan sambal botolnya.. Sedangkan kekurangannya, dibutuhkan monitoring yang terus-menerus mengingat mitra

terkadang tidak konsisten dalam memproduksi karena kesibukannya sebagai ibu rumah tangga.



Gambar 3 : Penjualan sambal dan bumbu botol Tyas'Kitchen di bazar sekolah SDI Darut Taqwa



Gambar 4: Tim Pengabdian membantu mitra untuk menjualkan produk bumbu dan sambal botol Tyas'Kitchen di Koperasi Universitas Wijaya Putra



Gambar 5: Tim Pengabdian melakukan pendampingan mitra dalam pengelolaan produksi bumbu dan sambal botol Tyas'Kitchen agar lebih baik.



Gambar 6: Tim Pengabdian membantu mitra untuk pengurusan sertifikasi Label Halal.



Gambar 7: Tim Pengabdian memberikan pendampingan pembuatan Laporan Keuangan Sederhana

## **KESIMPULAN**

Kegiatan Program pemberdayaan Masyarakat ini dilakukan dalam rangka untuk memberikan pendampingan dan memberikan pelatihan kepada mitra yaitu Ibu Mardiyani Pantjaningtyas di Jl. Simomulyo Baru Blok 5H no 7 Kota Surabaya yang letaknya sekitar 10 kilometer dari Universitas Wijaya Putra. Potensi yang dimiliki oleh mitra ini sangat baik karena setelah dilakukan pendampingan mitra mampu menambah pendapatan keluarga. Setelah melalui proses pendampingan maka bumbu dan sambal botol bisa mendapatkan laba kurang lebih Rp. 600.000 per bulan. Dulunya sebelum mendapatkan pendampingan mitra hanya mampu mendapatkan laba Rp.400.000 perbulan, Perkembangan selanjutnya saat ini mitra sudah bisa melakukan pembukuan dan mengatur keuangan laba rugi untuk usaha bumbu dan sambal botolnya. Pembrandingan juga sudah dilakukan dan mitra saat ini mempunyai 3 reseller dengan merk yang berbeda

sesuai dengan pesanan. Pemasaran yang dulunya dilakukan berdasarkan pesanan, kini sudah melayani penjualan di pasar tradisional dan kantin perkantoran. Penjualan bumbu dan sambal botol juga sudah mulai dilakukan online. Mitra juga saat ini sudah memahami service quality layanan kepada pelanggan dengan baik, yang sebelumnya sering melakukan keterlambatan pengiriman kini sudah memberikan layanan yang baik. Kedepannya proses produksi bumbu dan sambal botol masih bisa ditambahkan bahan atau nutrisi lain untuk produk baru yang bisa menghasilkan nilai ekonomis yaitu sambal lauk dan variasi bumbu lainnya. Dengan demikian kegiatan PPM ini akan sangat membantu perkembangan UKM skala mikro dan mampu sebagai pendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi nasional

#### UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih atas semua kontribusinya dan kerjasamanya kepada mitra yaitu Ibu Mardiyani Pantjaningtyas yang telah memberikan kesempatan kepada Tim PPM untuk bisa berkontribusi dalam mengimplementasikan ilmunya secara langsung dalam bisnis usaha Bumbu dan Sambal Botol. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Universitas Wijaya Putra Surabaya yang telah menerima pengabdian masyarakat ini melalui hibah ABMAS Internal UWP

#### REFERENSI

Alkalah, C. (2016). *PEMBERDAYAAN EKONOMI KREATIF KELOMPOK SEKA WIRANG DALAM PEMBUATAN BUMBU SEBAGAI DASAR PENGEMBANGAN KULINER MASAKAN KHAS BALI DESA BUKIT – KARANGASEM*. 19(5), 1–23.

Athiefah Fauziyyah, Mutiara Ulfah, Eko Yuliasuti, Athila Safira Rahma, & Mahdy Eka Putra. (2023). Pengembangan Produk Sambal Dalam Kemasan Bagi Komunitas Warga Arcadia Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*

*Universitas Terbuka*, 2, 13–22.  
<https://doi.org/10.33830/prosidingsenmaster.v2i1.692>

- Di, T., & Bandung, K. (2019). *22179-90182-1-Pb*.
- Imelda, E., & Simina, J. (2023). Peningkatan Masa Simpan Produk Sambal Si Uda Dengan Peralihan Metode Pengemasan Produk. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 6(5), 220–225.
- Kadir, S. (2022). *Kuliner Bergizi Berbasis Kadir, S. (2022). Kuliner Bergizi Berbasis Budaya*. <https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/9535/Sunarto-Kadir-Kuliner-Bergizi-Berbasis-Budaya.pdf>
- Mardhiyyah, Y. S., & Ningsih, I. (2021). Masa Simpan Aneka Sambal Dari Bahan Nabati Menggunakan Metode Accelerated Shelf Life Testing: Kajian Literatur. *Agrointek*, 15(2), 459–468.  
<https://doi.org/10.21107/agrointek.v15i2.9290>
- Rahmawati, B., Soedarto, T., & Yuliati, N. (2024). Pengaruh Faktor Pribadi dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Bumbu Instan Sajiku di Surya Mart Kabupaten Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Respati*, 15(1), 36–47.  
<https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.3591>
- Sarie, R. F. (2021). *The Shifting Of Women Shopping Behavior In The City Of Surabaya*.
- Sarie, R. F. (2018). Analisis Pengaruh Keberagaman Produk, Persepsi Harga, Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen Hypermartket Pakuwon Supermall Di Surabaya. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 14(2), 149–169.
- Yuliasuti, Athila Safira Rahma, & Mahdy Eka Putra. (2023). Pengembangan Produk Sambal Dalam Kemasan Bagi Komunitas Warga

---

Arcadia Tangerang Selatan. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Terbuka*, 2, 13–22.  
<https://doi.org/10.33830/prosidingsenmaster.v2i1.692>