

Pemberdayaan Masyarakat Dalam Usaha Peningkatan Sambal Hayati Melalui Diversifikasi Produk, Penguatan Manajemen Usaha dan Perluasan Pemasaran Di Ampenan Kota Mataram

Siti Yulianah M. Yusuf^{1*}, Syaumudinsyah², Basuki Sri Hermanto³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram, Mataram

Email: itiyulianah84@gmail.com^{1*}

Abstrak

Usaha sambal Hayati yang merupakan usaha rumahan yang menjual sambal bawang khas Lombok didirikan sejak bulan Juli tahun 2013. Berlokasi di Lingkungan Banjar, Kelurahan Banjar, Kecamatan Ampenan, beranggotakan 5 orang ibu-ibu wilayah tersebut yang diketuai oleh ibu Hj. B. Nurhayati. Sejak hampir 12 tahun berdirinya usaha ini tidak mengalami perkembangan. Setelah tim melakukan observasi ditemukan tiga permasalahan utama terkait aspek produksi, aspek manajemen usaha dan aspek pemasaran. Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk membenahi permasalahan yang dihadapi mitra melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, dimana dalam pelaksanaannya diharapkan mitra bersedia berdiskusi dan berpartisipasi secara aktif dalam seluruh pelaksanaan kegiatan sehingga transfer ilmu dapat berjalan secara efektif dan efisien. Melalui kegiatan pengabdian ini, mitra mampu membenahi permasalahan yang dihadapi, serta melalui pemberian alat produksi dengan kapasitas yang lebih besar dan lebih modern, membantu proses produksi semakin cepat dan efisien serta lebih kuantitas produk yang dihasilkan lebih besar. Mitra mampu melakukan diversifikasi produk dengan mengangkat ciri khas daerah, sehingga pilihan sambal oleh konsumen semakin variative. Modal semakin berkembang dengan membuat catatan keuangan sederhana sehingga arus kas tercatat secara jelas dan terperinci, pasar semakin luas dengan memanfaatkan social media sebagai sarana promosi. Diharapkan mitra dapat secara konsisten melaksanakan pembenahan terkait aspek produksi, aspek manajemen usaha dan aspek pemasarannya. Dengan bertambahnya kapasitas produksi, kualitas produk yang selalu terjaga serta pasar yang semakin luas, diharapkan usaha ini dapat menyerap jumlah tenaga kerja lebih banyak sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta taraf hidup masyarakat.

Keywords: *Diversifikasi produk, Pemberdayaan masyarakat, Penguatan manajemen usaha, Perluasan pemasaran*

PENDAHULUAN

Usaha sambal Hayati merupakan usaha rumahan yang menjual sambal bawang khas Lombok didirikan sejak bulan Juli tahun 2013. Berlokasi di Lingkungan Banjar, Kelurahan Banjar, Kecamatan Ampenan, beranggotakan 5 orang ibu-ibu di wilayah tersebut dan diketuai oleh ibu Hj. B. Nurhayati. Sejak hampir 12 tahun berdirinya usaha ini tidak berkembang karena produk dijual terbatas di wilayah setempat saja, dengan mengandalkan informasi dari mulut ke mulut. Padahal, lokasi usaha cukup strategis karena berada di jantung Kota Provinsi. Mitra belum memiliki sosial media dan belum melakukan penjualan secara online atau melalui *e-commerce* karena mitra belum melek teknologi informasi. *E-commerce* adalah penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sarana elektronik seperti internet, website atau jaringan komputer lainnya, (Pratiwi, dkk, 2023). *E-commerce* merupakan bagian dari *online marketing*, (Melina, dkk, 2023). Tidak adanya variasi produk,

diman mitra hanya menjual sambal bawang berdasarkan pesanan saja. Modal awal yang digunakan sebesar Rp 500.000,-. Hingga saat ini, rata-rata omset penjualan per bulan sebesar Rp 1.000.000,- dari 4 kilogram sambal jadi. Mitra belum memiliki catatan keuangan, dimana modal usaha tidak dipisahkan dengan penggunaan kebutuhan hidup sehari-hari. Sehingga tiap ada sedikit keuntungan tidak disimpan untuk menambah modal, melainkan digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Hal inilah yang menyebabkan usaha tidak berkembang. Mitra masih mengandalkan pembayaran dimuka jika ada pesanan dalam jumlah besar karena keterbatasan modal.

Selain itu, kapasitas produksi yang terbatas karena alat produksi yang digunakan masih sangat sederhana serta tidak adanya diversifikasi produk, produk terbatas hanya pada sambal bawang saja, sehingga tidak ada variasi pilihan pembeli. Diversifikasi produk adalah strategi mengembangkan produk baru untuk pasar baru. Tujuannya untuk memenuhi keinginan konsumen, memenangkan persaingan, meningkatkan jumlah penjualan, mendayagunakan sumber-sumber produksi dan mencegah kebosanan konsumen, (Yusnidar, dkk, 2023).

Sambal bawang dijual dengan kemasan 80 gram seharga Rp 20.000,- dan 200 gram seharga Rp 50.000,-. Produk sudah memiliki cita rasa pedas manis yang bikin nagih pembeli. Namun, produk belum dikemas dengan menarik serta belum adanya stiker kemasan. Dalam proses produksi, mitra masih menggunakan kompor sumbu dengan bahan bakar minyak tanah. Sehingga proses produksi membutuhkan waktu cukup lama, hal ini disebabkan karena mitra takut menggunakan kompor gas. Alat produksi yang digunakan masih sangat sederhana seperti alat pemeras minyak masih manual, serta masih menggunakan cobek untuk menghaluskan cabai. Perlu pembenahan dalam penataan dapur produksi, agar proses produksi dari awal hingga pengemasan tetap terjaga kebersihannya. Untuk pemasarannya, mitra belum memanfaatkan sosial media atau *e-commerce* sebagai media promosi untuk memperluas jangkauan pasar. Berikut adalah lokasi usaha mitra.



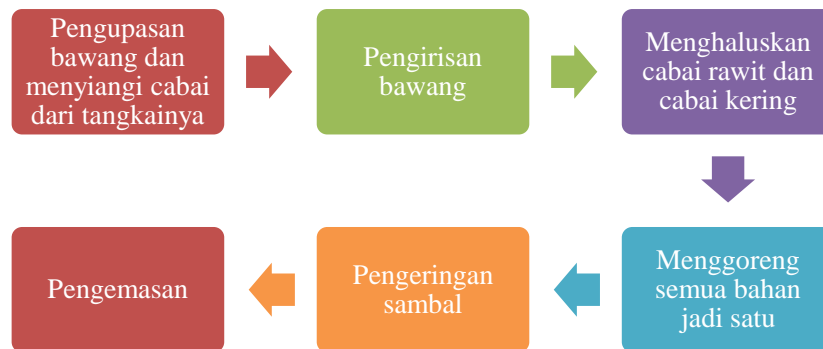
Gambar 1. Lokasi Usaha Mitra

Selanjutnya berikut adalah dapur produksi mitra:



Gambar 2. Dapur produksi mitra

Bahan-bahan yang digunakan mitra dalam proses pembuatan sambal bawang adalah bahan-bahan segar seperti cabai rawit kecil, cabai merah kering, bawang putih, bawang merah, gula, garam serta penyedap. Untuk sekali produksi 1 kg cabai memakan waktu kurang lebih 2 jam, hal ini disebabkan karena mitra masih menggunakan kompor sumbu dalam proses produksinya dan alat produksi masih sederhana serta kapasitasnya terbatas. Sambal merupakan produk pelengkap dan penyerta hidangan (kondimen) wajib di dalam tradisi makan orang Indonesia. Sambal, sebagai olahan cabai dengan tambahan bahan lain seperti bawang merah, bawang putih, garam, dan gula, menjadi salah satu varian *sauce* yang memberi cita rasa pedas, (Riyanto, ddk, 2023). Potensi usaha ini sangat besar, karena sambal bawang sesuai dengan selera masyarakat khususnya di daerah Lombok dengan cita rasa pedas dan selalu dibutuhkan sebagai pendamping lauk untuk konsumsi sehari-hari. Selain itu, sambal bawang bisa dibawa traveling seperti umroh atau haji, sebagai oleh-oleh, atau tujuan lainnya karena praktis dibawa jika dikemas secara baik. Berikut adalah proses produksi sambal bawang dari awal hingga akhir:



Gambar 3. Alur proses produksi sambal Hayati.

Selanjutnya berikut adalah dokumentasi proses pembuatan sambal bawang dari awal hingga pengemasannya.



Gambar 4. Proses pembuatan sambal Hayati

Adapun tujuan pelaksanaan kegiatan PKM ini berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan tim, dimana tim melihat perlu adanya pembenahan dari aspek produksi, aspek manajemen usaha dan aspek pemasaran. Mengingat potensi usaha ini cukup besar jika dikelola dengan baik, sehingga melalui pembedayaan masyarakat di daerah Ampenan khususnya pada usaha Sambal Bawang Hayati, diharapkan usaha mitra semakin berkembang yang tujuan akhirnya untuk meningkatkan perekonomian mitra melalui peningkatan pendapatannya.

METODE KEGIATAN

Kegiatan PKM dilaksanakan melalui sosialisasi, pelatihan dan penerapan teknologi melalui bantuan alat produksi yang diberikan, sekaligus pendampingan terkait permasalahan yang dihadapi mitra, sehingga melalui kegiatan ini terjadi komunikasi yang efektif dan timbal balik. Setelah tim melakukan survey dan analisis kebutuhan terkait permasalahan mitra, tim memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, dimana dalam pelaksanaannya diharapkan mitra bersedia berdiskusi dan berpartisipasi secara aktif dalam seluruh pelaksanaan kegiatan.

Pertama, pada aspek produksi tim merekomendasikan bagaimana membenahi *layout* atau tata letak dapur produksi agar proses produksi dari awal hingga pengemasan lebih rapi dan bersih serta tidak terpusat di satu titik. Pentingnya menjaga kebersihan baik dari kebersihan diri mitra selama proses produksi, menggunakan bahan baku yang *fresh* dan bersih. Mitra diberikan bantuan peralatan penunjang untuk meningkatkan kapasitas produksi dan menggunakan alat produksi yang lebih modern sehingga waktu proses produksi lebih singkat dan efisien. Kemudian terkait permasalahan yang kedua pada aspek manajemen usaha, mitra dibimbing untuk membuat catatan keuangan sederhana yang memuat seluruh transaksi dari produksi awal hingga penjualan. Mitra diberikan pemahaman tentang pentingnya pemisahan modal usaha dari penggunaan untuk kebutuhan sehari-hari. Pembenahan sistem pembagian honor seluruh anggota mitra sesuai dengan beban kerja masing-masing.

Selanjutnya pada permasalahan ketiga terkait aspek pemasaran, tim memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan tentang bagaimana melakukan diversifikasi produk, tidak hanya sebatas sambal bawang saja, tetapi mitra dapat meningkatkan kualitas produk dengan berfikir kreatif melalui inovasi cita rasa dan produk yang bervariasi dengan mengusung ciri khas daerah sebagai keunikan produk yang membedakan produk mitra dari produk sejenis lainnya. Mitra dibimbing agar dapat membuat *design* kemasan yang menarik dan kekinian. Mengemas produk dengan berbagai variasi ukuran dan harga untuk melayani berbagai tingkat kebutuhan konsumen. Mitra dilatih untuk dapat melakukan promosi melalui *e-commerce* atau media sosial seperti *Whatsapp*, *Instagram* dan *Facebook*, untuk memperluas wilayah pemasaran melalui *smartphone*. Berdasarkan hasil penelitian dengan skema Penelitian Dosen Pemula (PDP) yang diperoleh ketua tim pada tahun 2019,

menunjukkan hal senada dengan tujuan penerapan IPTEKS yang dilakukan tim yaitu melakukan strategi pemasaran melalui diversifikasi produk dengan penggunaan teknologi tepat guna sehingga dapat meningkatkan penjualan serta melalui promosi dengan memanfaatkan sosial media atau *e-commerce* secara gencar dapat memperkenalkan produk pada pasar yang jangkauannya lebih luas, (Yulianah, Siti, 2019). Sehingga tujuan akhir dari pelaksanaan pemberdayaan ini dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup dari mitra.

Berikut adalah langkah-langkah pelaksanaan program PKM yang dilaksanakan oleh tim, disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 5. Tahapan pelaksanaan kegiatan PKM

Dalam kegiatan PKM ini, IPTEKS yang diimplementasikan pada mitra berupa pengetahuan melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait permasalahan prioritas yang dihadapi mitra. Berikut adalah gambaran IPTEKS yang diimplementasikan pada mitra sasaran.



Gambar 6. Gambaran IPTEKS yang diimplementasikan pada Mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan, mitra melakukan pembenahan dari permasalahan utama yang dihadapi. Pertama pada Aspek Produksi, dapur produksi menjadi lebih tertata rapi dan bersih. Mitra lebih memperhatikan kebersihan diri dalam setiap tahapan proses produksi. Kapasitas produksi menjadi lebih besar dan waktu

produksi lebih efisien dengan adanya pemberian alat produksi yang lebih modern dan dengan berkapasitas lebih besar.

Selanjutnya pada aspek manajemen usaha, mitra membuat catatan keuangan sederhana, memudahkan mitra dalam mencatat berbagai transaksi keuangan yang dilakukan secara jelas dan terperinci. Sehingga hambatan yang selalu dikeluhkan mitra karena selalu merugi akibat tidak adanya pemisahan penggunaan keuangan usaha dengan keperluan pribadi dapat teratasi. Pemberian dan pembagian honor yang jelas bagi tiap anggota kelompok berdasarkan hasil penjualan secara adil sesuai dengan beban kerja masing-masing anggota. Kemudian pada aspek pemasaran, kualitas produk semakin meningkat, dari segi kebersihan, penguatan diversifikasi produk melalui inovasi variasi produk sambal dengan menampilkan cita rasa khas daerah, pengemasan dengan berbagai ukuran dan *design packing* yang menarik serta kekinian, memperkuat *brand image* produk sehingga konsumen tetap loyal dan kontinu melakukan pembelian ulang, bahkan pembeli dapat merekomendasikan produk mitra pada kerabat dan teman-temannya sehingga menjaring konsumen baru serta memperluas jangkauan pasar. Produk dikenal lebih luas karena mitra mampu memanfaatkan *e-commerce* atau media sosial sebagai media promosi dengan memanfaatkan *smartphone* yang dimiliki. Mitra dapat menambah wawasan dalam berinovasi dengan mengikuti berbagai *event-event* seperti pameran, bazar, yang diadakan oleh pihak-pihak terkait, serta dapat membangun *networking* untuk memperluas pasar.

Berikut adalah dokumentasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan.



Gambar 7. Pelaksanaan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan

Selanjutnya berikut adalah dokumentasi penyerahan alat bantuan alat produksi.



Gambar 8. Penyerahan alat bantuan produksi

Berikut adalah design kemasan produk yang semakin menarik.



Gambar 9. Design produk yang semakin menarik

KESIMPULAN

Melalui pembenahan ketiga permasalahan utama yang dihadapi mitra, usaha mitra saat ini lebih berkembang. Dari hasil monitoring, mitra menjelaskan bahwa sambal hayati mulai dikenal lebih luas karena saat ini pesanan melalui social media sudah mulai berdatangan. Permintaan pasar semakin meningkat rata-rata produksi mencapai 10 kg dalam 2 bulan terakhir, dimana sebelumnya rata-rata mitra hanya melayani permintaan sebanyak 2-4 kg per bulannya dan itupun belum tentu ada pesanan tiap bulannya. Selain sambal bawang, mitra sudah mulai berinovasi dengan memproduksi sambal bajo dan sambal lindung, bahkan abon daging dan ayam karena adanya alat produksi diberikan seperti *spinner* dan mesin giling, sehingga variasi produk yang ditawarkan semakin banyak.

Diharapkan mitra dapat secara konsisten melaksanakan pembenahan terkait aspek produksi, aspek manajemen usaha dan aspek pemasarannya. Dengan bertambahnya kapasitas produksi, produk yang dijual semakin banyak dan bervariasi, kualitas produk yang selalu terjaga serta pasar yang semakin luas, diharapkan usaha ini dapat menyerap jumlah tenaga kerja lebih banyak sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan serta taraf hidup masyarakat

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada: Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi (Kemdiktisaintek) melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi Tahun Anggaran 2025 yang telah mendanai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini, serta Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Mataram yang telah memberikan dukungan moril bagi Tim Dosen dan Mahasiswa dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Melina S, Sudrartono T. (2023). E-Commerce Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Di Distro SPRK.Apparel BANDUNG. J Ilm Manajemen, Ekon & Akunt. 7(1):813–29. <http://dx.doi.org/10.31955/mea.v7i1.2925>
- Pratiwi D, Dirkareshza R. (2023). Pengelabuan Informasi Harga di E-Commerce terhadap Konsumen Melalui Flash Sale. J Ius Const. 8(3):406. <http://dx.doi.org/10.26623/jic.v8i3.7344>
- Riyanto B, Syafitri UD, Trilaksani W, Ulya I. (2023). Pengembangan produk sambal roa inovatif melalui formulasi undur-undur laut. J Pengolah Has Perikan Indones. 26(2):216–28.

<http://dx.doi.org/10.17844/jphpi.v26i2.44396>

Yusnidar C, Ameliany N. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Toko Greatman Distro Krunggeukueh). *Negot J Ilmu Adm Bisnis*. 6(2):228. <http://dx.doi.org/10.29103/njiab.v6i2.14346>

Yusuf, Siti Yulianah M. (2019). Pengembangan Matapencaharian Alternatif Berbasis Penerapan Teknologi Sederhana Oleh Perempuan Pesisir Ampenan. *MEDIA BINA Ilmiah*. 14(2):1975. <http://dx.doi.org/10.33758/mbi.v14i2.293>.