
**DIFERENSIASI PRODUK KELOMPOK WANITA TANI (KWT) CABE
MERAH MELALUI TEKNOLOGI PRODUKSI DAN KEMASAN**

^{1*}Andriyani Hapsari, ²Fifit Astuti, ³Syafieq Fahlevi
Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
Email : 1*dosen01178@unpam.ac.id, 2*dosen01140@unpam.ac.id,
3*dosen01855@unpam.ac.id

Manuskrip: Mei -2023; Ditinjau: Mei -2023; Diterima: Juni -2023; Online: Juni-2023;
Diterbitkan: Juli-2023

ABSTRAK

Target dari kegiatan PKM ini adalah mitra memiliki produk yang terdiferensiasi, mitra memiliki peralatan produksi dan pengemasan serta sistem pemasaran yang mendukung diferensiasi produk yang sudah diciptakan. Pelatihan dan fasilitasi yang dilakukan adalah Pengabdian ini menggunakan beberapa metode yaitu 1) pelatihan diferensiasi produk, 2) pengadaan alat produksi dan kemasan 3) pelatihan penerapan teknologi produksi dan pengemasan, 4) fasilitasi disain kemasan, dan 5) pengadaan kemasan. Luaran dari PKM ini mencakup artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal, publikasi kegiatan pada situs berita online, video kegiatan yang diunggah di youtube, penerapan teknologi produksi dan pengemasan, serta perluasan pada daerah pemasaran. Pengabdian ini didanai oleh Kemdikbudristek.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Teknologi Produksi, Kemasan

PENDAHULUAN

Desa Kabasiran adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Parung Panjang. Luas wilayah Kecamatan Parung Panjang 63,12 Km² dengan total jumlah penduduk tahun 2018 adalah 134.585 jiwa dimana 17,690 jiwa adalah penduduk Desa Kabasiran. Berdasarkan aspek posisi geografis terhadap pusat pertumbuhan kota, kecamatan ini merupakan kecamatan yang berada di koridor antar kota. Memiliki akses transportasi darat yaitu kereta api yang menghubungkan Jakarta dengan Rangkasbitung, desa ini kemudian berkembang pesat dan menjadi daerah perumahan. Jika pada awalnya menjadi pilihan untuk daerah perumahan bersubsidi dengan sekarang telah berkembang menjadi daerah perumahan mewah untuk kalangan menengah ke atas.

Namun pertumbuhan ekonomi ini, ternyata tidak sepenuhnya menyentuh penduduk asli. Indeks Pembangunan Manusia di Kecamatan Parung Panjang tahun 2018, nilai rata-rata lama sekolahnya adalah 8,50. Artinya rata-rata waktu yang dihabiskan penduduk yang berusia 25 tahun ke atas untuk menjalani pendidikan formal adalah 8,5 tahun atau sampai tingkat Sekolah Menengah Pertama. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan penulis melalui pengamatan dan wawancara dengan masyarakat setempat. Bahwa rata-rata penduduk asli Desa

Kabasiran hanya sempat menjalani pendidikan hingga tingkat SMP. Sehingga berakibat pada mata pencaharian hanya menjadi buruh kasar atau asisten rumah tangga dengan penghasilan Rp. 400.000 – Rp. 500.000 per bulan. Saat terjadi pandemi Covid 19, masyarakat juga semakin terpuruk. Tercatat dari pengusaha UMKM yang tergabung dalam Forum UMKM Parung Panjang 93% mengalami penurunan omset penjualan dan 22% terpaksa harus melakukan pemutusan hubungan kerja kepada karyawannya

Berdasarkan kondisi tersebut, maka masyarakat berupaya untuk melakukan usaha-usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satunya dengan mendirikan Kelompok Wanita Tani (KWT) Cabe Merah pada tahun 2013. KWT ini yang beranggotakan tiga belas orang, pada awal pendiriannya melakukan kegiatan budi daya cabe bersama warga dengan memanfaatkan lahan kosong dan pekarangan rumah. Anggota KWT ini juga mendirikan UMKM – UMKM yang mengolah produk hasil kebun warga menjadi aneka kuliner bergizi. Mulai dari singkong diolah menjadi kripik singkong, gethuk, tiwul, dan tepung mocaf yang kemudian diolah menjadi brownies. Kemudian berkembang, KWT juga mengolah tanaman pegagan, bayam, kangkung, jagung, ubi ungu, wortel, cabe hijau, dan talas menjadi kripik dan stick sayur, kunyit dan asam menjadi jamu, bawang merah dan putih menjadi bawang merah goreng dan shallot oil.

KWT Cabe Merah mengolah dan memproduksi makanan dan snack dengan menggunakan peralatan sederhana yaitu memanfaatkan peralatan masak rumah tangga yang ada seperti kompor gas, oven, gilingan daging dan gilingan mie untuk mencetak stik sayur secara manual, serta merajang bawang juga dilakukan secara manual. Proses produksi masih dilakukan di dapur atau teras rumah yang masih bisa dimanfaatkan untuk kegiatan memasak bersama. Dengan kondisi seperti ini kapasitas produksi KWT Cabe Merah hanya mencapai 5 kg untuk produk stick dan kripik sayur.

Untuk penjualan KWT Cabe Merah mengandalkan pasar domestik dan penjualan online. Omset penjualan di Bazaar ini mencapai Rp. 10.000.000 - 11.000.000 setiap satu kali penyelenggaraan Bazaar. Namun produk KWT Cabe Merah rata-rata memiliki HPP sekitar 70 % dari harga jual. Maka dapat dihitung laba kotornya adalah sekitar Rp. 3.000.000. Jika penjualan dilakukan melalui reseller, maka biaya penjualan bertambah sekitar 10 - 15%. . Jika dibagi kepada 13 orang anggota KWT secara rata, maka setiap orang bisa mendapatkan tambahan penghasilan sekitar Rp. 230.000 per bulan. Jumlah yang belum signifikan untuk peningkatan kesejahteraan ekonomi keluarga.

Untuk itu perlu dilakukan usaha-usaha untuk meningkatkan penjualan. Mitra tidak boleh hanya bergantung pada pasar domestik. Harus mulai menggarap pasar di luar wilayah Desa Kabasiran dan Parung Panjang. Maka mitra perlu memiliki diferensiasi pada produknya agar bisa memenangkan persaingan. Mengingat produknya saat ini belum memiliki ciri khas dari produk cemilan lainnya.

Selain itu Mitra juga harus meningkatkan kapasitas produksi yang masih terbatas karena proses produksi masih sederhana, peralatan juga masih manual. Termasuk proses kemasan juga dilakukan secara manual. Keterbatasan proses

pengemasan menghasilkan kemasan yang terbatas juga. Kemasan yang ada saat ini tidak bisa menjaga mutu produk. Produk jadi cepat rusak, tidak garing lagi untuk produk kripik. Selain itu kemasan juga terbatas dari segi tampilan warna dan tulisannya. Kemasan tidak bisa menjadi nilai tambah bagi produk yang ada. Dengan kondisi seperti ini, mempengaruhi branding mitra. KWT Cabe Merah tidak mampu meraih kelompok masyarakat yang lebih luas dengan selera yang lebih tinggi. Produk juga tidak bisa disimpan dalam jangka waktu yang lebih lama, karena kemasannya tidak mampu menjaga kualitas produk di dalamnya. Oleh karena itu maka dilakukan kegiatan pengabdian ini yaitu Diferensiasi Produk Kelompok Wanita Tani (KWT) Cabe Merah Melalui Teknologi Produksi dan Kemasan.

METODE

Pengabdian ini menggunakan beberapa metode yaitu 1) pelatihan diferensiasi produk, 2) pengadaan alat produksi dan kemasan 3) pelatihan penerapan teknologi produksi dan pengemasan, 4) fasilitasi desain kemasan, dan 5) pengadaan kemasan. Pelatihan diferensiasi produk dilakukan dengan metode ceramah, diskusi dan tanya jawab. Untuk pelatihan penerapan teknologi produksi dan pengemasan dilakukan dengan metode demonstrasi kerja mesin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan diferensiasi dilakukan pada tanggal 14 Juni 2022. Acara dilaksanakan di Rumah Produksi Evia Abon Cabe di Desa Kabasiran Parung Panjang. Acara ini dihadiri oleh tim PKM dari Universitas Pamulang pihak KWT Cabe Merah dan tokoh masyarakat di Desa Kabasiran. Acara inti dari pelatihan yaitu pemaparan materi diferensiasi produk. Pada bagian ini metode yang digunakan selain ceramah pemaparan materi adalah diskusi dan tanya jawab. Materi yang disampaikan adalah mengenai pentingnya melakukan diferensiasi pada produk agar memiliki nilai tambah untuk memenangkan persaingan. Disampaikan oleh Keller dan Kotler (2007) bahwa suatu perusahaan melakukan diferensiasi sebagai salah satu strategi untuk membedakan produknya dengan pesaingnya. Senada dengan itu Nindyawati (2014) menyampaikan bahwa termasuk di dalam diferensiasi produk adalah ketika suatu perusahaan menciptakan produk dan citra produk yang memiliki perbedaan dengan produk yang sudah ada di pasar, sebagai upaya untuk menarik perhatian konsumen. Diferensiasi produk mencakup keistimewaan pada fungsi produk, kesesuaian kualitas, daya tahan (durability), dan desain produk (Kotler : 2003)

Diferensiasi produk terbukti berpengaruh secara positif terhadap niat beli konsumen (Kumesin, Wenas dan Poluan, 2021), berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Yuvira, Siregar dan Sabrina, 2021), kepuasan konsumen (Sutiarti & Sadiarta, 2022), dan volume penjualan (Rochmah, 2014)

Materi diawali dengan diskusi studi kasus tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha melakukan diferensiasi. Bahwa diferensiasi akan berhasil jika diferensiasi yang dilakukan memberikan nilai bagi pembelinya dan memberikan solusi atas permasalahan yang dialami calon

konsumen terkait dengan produk. Oleh karena itu dalam melakukan diferensiasi perlu suatu usaha mengenali profil konsumennya.

Untuk mengenali konsumen perlu diketahui dari sisi demografik, meliputi usia konsumen, domisili, kondisi ekonomi/ pendapatan konsumen, tingkat pendidikan dan kondisi keluarga. Selain itu juga perlu dikenali dari sisi sikap konsumen, seperti aktif energi, spontan, rentan terhadap stress, dan lainnya. Kemudian mengenali gaya hidupnya, gaya berkomunitas yaitu apakah senang melakukan aktivitas secara berkelompok atau cenderung individualis, hobi yang dimiliki dan dijalani seperti olah raga, musik, kuliner, jalan-jalan (travelling) dan lainnya. Dengan mengenali profil akan membantu produsen untuk memilih saluran penjualan dan segmentasi pelanggannya. Pada pelatihan ini, mitra diminta untuk menetapkan diferensiasi produknya yang disesuaikan dengan profil pelanggannya.

Aktivitas pengabdian selanjutnya adalah pengadaan mesin produksi dan kemasan. Permasalahan yang dihadapi KWT Cabe Merah terkait peralatan produksi adalah peralatan produksi yang digunakan masih sederhana, memanfaatkan peralatan masak rumah tangga seperti kompor gas, oven, hand mixer, alat penggiling daging, penggiling/ pencetak mie dan pasta. Ruangan memasak atau produksi memanfaatkan dapur atau ruangan rumah seperti teras untuk melakukan kegiatan produksi. Dengan kondisi ini kapasitas produksi jadi terbatas. Produk yang dihasilkan tidak terstandar pada bentuk dan ukurannya. Setelah kegiatan pengabdian ini, diharapkan proses produksi menjadi lebih efektif dan efisien. Kapasitas produksi bertambah sehingga harga pokok produksi dapat ditekan. Produk juga menjadi terstandar dalam hal bentuk dan ukuran. Pengadaan mesin produksi dan kemasan secara rinci dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Pengadaan Mesin Produksi dan Kemasan

No	Jenis Mesin	Spesifikasi
1	Mesin Perajang, adapun mesin ini merupakan karya dari tim pengabdian	Kapasitas: 15 Kg – 20 Kg / Jam. Dimensi Mesin: 800 x 480 x 900 . Material Rangka : Besi Siku. Material Body: Plat Stainless Steel. Material Penekan: Stainless Steel. Material Pisau: Stainless Steel. Penggerak: Elektro Motor. Daya (Power): 200 watt. Energi yg digunakan : Listrik. Tegangan Listrik: 220 V. Frekuensi Listrik : 50 Hz / 60Hz
2	Mesin Kemasan	Voltase : 220V / 50-60 Hz Daya Listrik : 680 Watt Kecepatan Seal : 0-12 m / menit Lebar Seal : 0, 6 - 1, 2 cm Temperatur Pemanas Seal : 0-300* C Mesin Size (P x L x T) : 102 x 56 x 99 cm Berat mesin (Gross) : 39 kg (Volume 100 kg)
3	Mesin Pencetak Mie	Dimensi :355x330x364mm Roller :180mm Kapasitasproduksi :15-20kg/jam

		Listrik :370W/220V Berat : 21,5 kg Bahan :stainlesssteel Kontrol ketebalan mie kecepatan putar : 50 rpm / menit
4	Standing Mixer	Bahan : Stainless steel Berat : 500 gram Kapasitas mangkok pengocok : 4 liter Daya listrik : 300 watt Jumlah : 1 buah

Pelaksanaan desain kemasan meliputi beberapa tahapan yaitu :

1. Desain atau merancang ulang logo merk dari UKM KWT Cabe Merah. Dari seluruh unit usaha yang dimiliki KWT Cabe Merah, terpilih empat UKM terbaik yang akan difasilitasi kemasan barunya yaitu :
 - a. Evia Abon Cabe, produk abon cabe atau cabe bubuk
 - b. Stik Sayur Mama Manda, produk olahan stik berbahan dasar jagung.
 - c. Peyek Cabe KTP Hanan, produk olahan cabe menjadi rempeyek.
 - d. Kripik Pisang Kepok Mama Tari

Proses awal yang dilakukan adalah merancang dari awal atau merancang ulang logo yang sudah dimiliki oleh UKM. Evia Abon Cabe sudah memiliki logo yang bagus, sehingga tidak perlu ada logo baru. Untuk Stik Sayur Mama Manda, Peyek Cabe KTP Hanan dan Kripik Pisang Kepok Mama Tari, perlu dilakukan penyempurnaan pada logonya untuk menyesuaikan dengan desain kemasan Hasil kemasan produk KWT Cabe Merah dapat dilihat pada Gambar 1

2. Desain kemasan standing pouch. Standing pouch menjadi bentuk kemasan yang dipilih oleh para UKM. Desain kemasan meliputi komposisi warna, tata letak (lay out) kemasan, ukuran kemasan, jenis plastik kemasan (doff atau glossy). Hasil kemasan produk KWT Cabe Merah dapat dilihat pada Gambar 2

Dalam pengadaan kemasan dilakukan dengan memperhatikan detail informasi yang harus ada dalam kemasan, yaitu nama produk, nama dan alamat produsen, berat bersih makanan, komposisi, legalitas, tanggal dan kode produksi, serta tanggal kadaluarsa.

Setelah memperoleh kemasan baru, pihak KWT berupaya terus untuk memperluas daerah pemasaran. Dengan melakukan kurasi produk pada mini market dan melakukan pendekatan-pendekatan dengan pihak distributor dan reseller. Hingga saat ini tercatat sudah lulus kurasi di mini market dan toserba terkemuka wilayah Depok dan Bogor, distributor produk UKM dan IKM Kabupaten serta penjualan melalui reseller toko online.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari serangkaian kegiatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian maka dapat diambil kesimpulan bahwa suatu diferensiasi diperlukan untuk menjadi pembeda satu produk dengan produk lainnya. Adapun diferensiasi ini akan mampu meningkatkan penjualan apabila memiliki nilai bagi konsumen. Untuk itu dalam rangka melakukan diferensiasi harus diawali

dengan mengenali profil konsumen. Sehingga diferensiasi yang dijalankan bisa menjadi solusi atas masalah yang dihadapi konsumen. Pelaksanaan pengabdian ini bertujuan agar KWT Cabe Merah bisa memiliki diferensiasi pada produknya, agar bisa memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualannya. Hasil dari pengabdian ini adalah telah dilaksanakannya pelatihan diferensiasi, pengadaan mesin produksi dan mesin kemasan, memfasilitasi proses desain logo dan kemasan, serta pengadaan kemasan untuk produk KWT Cabe Merah.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS (2019). Kecamatan Parung Panjang Dalam Angka 2020 Bappeda Litbang Kabupaten Bogor(2018). Analisis Indeks Pembangunan Manusia di 40 Kecamatan di Kabupaten Bogor Tahun 2018. <https://bappedalitbang.bogorkab.go.id/topik/analisis-indek-pembangunan-manusia-di-40-kecamatan-di-kabupaten-bogor-tahun-2018/> diunduh 12 Februari 2022
- Hapsari, A. Mutawali (2019). Analisis SWOT Sebagai Perencanaan Desa Wisata Agrikultur Cabe Dengan Pendekatan Konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Kabasiran Parung Panjang, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol 3 No. 1 2019
- Hapsari, A., & Nani, N. (2021). Building Place Branding of Kampung Cabe with Community at Desa Kabasiran Parung Panjang. *Kontigensi : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 531-539. Retrieved from <https://jurnal.dim-unpas.web.id/index.php/JIMK/article/view/205>
- Keller, & Kotler (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.: PT.Indeks
- Kumesin, Wenas dan Poluan,. (2021), Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Nita Beli Konsumen di Restoran Cepat Saji Richeese Factory Bahumall Manado. *Jurnal EMBA* Vol. 9, No. 4 Oktober 2021, Hal. 1187 - 1197
- Nindyawati & Iriani., (2014), Pengaruh Gaya Hidup dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen I* Volume 2 Nomor 4 Oktober 2014
- Rochmah (2014)., Pengaruh Diferensiasi Produk dan Potongan Tunai Terhadap Volume Penjualan Industri Kecil Konfeksi di Kecamatan Semarang Barat, *Jurnal STIE Semarang* VOL 6, NO 2, Edisi Juni 2014 (ISSN : 2252 – 7826)
- Sutiari, Sadiartha., (2022), Pengaruh Diferensiasi Produk dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Usaha Kuliner Warung Bu Angga (WBA) Sepang di Bandung, *Widya Amrita : Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Pariwisata*, Agustus 2022 Vol. 2 No. 3 Halaman 812 -822
- Yuvira, Siregar dan Sabrina (2021)., Pengaruh Harga dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria Fupada Suzuki Sunindo Cabang Amplas Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI) Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 2(1) 2021: 81-85.