

Pengembangan Industri Kerupuk Kulit Rumahan pada Masyarakat Waena, Kota Jayapura Propinsi Papua

Rahmalia Ayu Isnaini, Zhaima Saputri, Muhamad Yusuf*, Zulihi⁴, Ibrahim Watora
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Fattahul Muluk Papua, Indonesia

*Corresponding Author: joesoef1974@gmail.com

Dikirim: 25-02-2026; Direvisi: 04-02-2026; Diterima: 06-02-2026

Abstrak: Usaha kerupuk kulit yang dijalankan oleh ibu Puji di Jayapura merupakan salah satu bentuk industri rumahan yang memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan keluarga dan masyarakat sekitar. Hal ini dilakukan karena semakin tingginya kebutuhan masyarakat sehingga mencari peluang lain untuk dapat memperoleh pendapatan tambahan. Tujuan penelitian adalah untuk menjabarkan secara komprehensif tentang pengembangan industri kerupuk kulit rumahan yang dilakukan oleh masyarakat Waena Kota Jayapura melalui pengabdian pada masyarakat. Metode penelitian menggunakan model Roda Deming (*PDCA*) yang digabungkan dengan analisis *SWOT*. Hasil analisis *SWOT* menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan seperti tidak adanya pesaing langsung, kualitas bahan baku yang baik, dan harga yang terjangkau. Namun, kelemahan masih terdapat pada keterbatasan varian rasa, waktu produksi yang panjang, dan kendala cuaca. Peluang besar datang dari minimnya pengetahuan masyarakat tentang produksi kerupuk kulit dan belum adanya pesaing kuat, sementara ancaman berasal dari potensi munculnya kompetitor baru dan keterbatasan dalam pemasaran digital. Dengan mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada, usaha ini memiliki potensi untuk berkembang lebih luas di masa mendatang.

Kata Kunci: Industri Rumahan; Kerupuk Kulit; Pemasaran

Abstract: The cow skin cracker enterprise operated by Mrs. Puji in Jayapura represents a form of home-based industry that contributes positively to increasing household income and supporting the economic welfare of the surrounding community. This initiative emerged in response to the rising needs of society, which have encouraged individuals to explore alternative opportunities for generating supplementary income. The purpose of this study is to comprehensively describe the development of the home-based cow skin cracker industry undertaken by the Waena community in Jayapura City through a community engagement program. The research employs the Deming Cycle (*PDCA*) model integrated with a *SWOT* analysis framework to systematically evaluate the business development process and strategic positioning of the enterprise. The results of the *SWOT* analysis indicate that the business possesses several strengths, including the absence of direct competitors, high-quality raw materials, and affordable pricing. However, certain weaknesses remain, such as limited flavor variations, lengthy production time, and weather-related constraints affecting the production process. Significant opportunities arise from the limited public knowledge regarding cow skin cracker production and the absence of strong competitors in the market. Meanwhile, potential threats include the possible emergence of new competitors and limitations in digital marketing capabilities. By strategically leveraging its strengths and available opportunities while addressing existing weaknesses and external threats, this home-based enterprise demonstrates strong potential for broader expansion and sustainable development in the future.

Keywords: Home Industry; Skin Crackers; Marketing.

PENDAHULUAN

Pengembangan industri rumahan merupakan strategi penting untuk memberdayakan perekonomian masyarakat, terutama di daerah-daerah yang jauh atau wilayah dengan akses terbatas ke industri besar. Industri rumahan, sering disebut usaha mikro kecil (UMK), memiliki keunggulan dalam menggerakkan potensi lokal dengan memanfaatkan berbagai sumber daya alam dan manusia yang ada di sekitar. Usaha ini relatif mudah diakses karena tidak memerlukan modal besar dan menyediakan torsi dalam manajemen serta produksi. Menurut Cahyani, *et.al.*, (2021), industri rumahan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan pendapatan rumah tangga serta menciptakan lapangan kerja baru, terutama bagi ibu rumah tangga dan kelompoknya dengan pendidikan formal terbatas. UMKM memiliki peran penting untuk mendorong bertumbuhnya ekonomi, membuka lapangan pekerjaan, peningkatan kesejahteraan masyarakat, serta membantu terciptanya pemerataan penghasilan (Swasono, *et.al.*, 2023).

UMKM merupakan pilihan dalam menggerakkan perekonomian yang dipandang cukup efektif untuk menghasilkan produk/jasa yang merupakan kebutuhan masyarakat, dengan jalan memberdayakan sumber daya lokal yang ada baik bahan baku, sumber daya manusia, pengetahuan serta teknologi lokal (Nurinda, & Sinuraya, 2020). Munculnya UMKM bukan hanya tentang bagaimana mendapatkan penghasilan, akan tetapi juga mengenai pemberdayaan masyarakat (Lubis & Salsabila, 2024). UMKM ini juga terbukti tahan banting saat menghadapi krisis ekonomi, seperti saat pandemi COVID-19, berkat sifatnya yang fleksibel dan berbasis kebutuhan lokal. Salah satu produk dengan potensi besar untuk dikembangkan dalam industri rumahan adalah kerupuk kulit. Kerupuk kulit adalah makanan ringan tradisional yang populer di Indonesia dari berbagai kalangan yang mudah dijumpai di berbagai rumah makan atau di warung-warung yang ada di Indonesia. Produk ini dibuat dari limbah kulit hewan ternak, seperti sapi dan kerbau, yang sebelumnya dianggap tidak bernilai, kini diolah menjadi makanan dengan nilai jual tinggi. Proses ini tidak hanya menciptakan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga membantu mengurangi limbah peternakan yang dapat mencemari lingkungan (Suprianto & Sarifudin. 2020).

Potensi pasar kerupuk kulit sangat menjanjikan, baik untuk konsumsi lokal maupun regional. Cita rasa unik dan daya tahan produk yang baik membuat kerupuk kulit mudah dipasarkan, mulai dari pasar tradisional hingga platform digital. Beberapa daerah telah menjadikan kerupuk kulit sebagai produk unggulan UMKM, seperti di Mataram, Garut, dan Lubuklinggau, di mana produk ini tidak hanya dijual sebagai makanan ringan, tetapi juga sebagai oleh-oleh khas daerah (Cahyani, *et.al.* 2021). Namun, dalam pengembangan industri kerupuk kulit rumahan, masih terdapat berbagai tantangan. Permasalahan umum yang meliputi keterbatasan teknologi pengolahan, rendahnya standar kebersihan dan sanitasi, kurangnya kewirausahaan pengetahuan, serta lemahnya akses terhadap pasar dan modal. Hal ini berdampak pada kualitas dan daya saing produk yang kurang optimal. Juliyarsi, *et.al.* (2019), menekankan pentingnya pelatihan dan pendampingan dari lembaga pendidikan serta pemerintah daerah untuk meningkatkan kualitas produksi dan manajemen usaha industri kerupuk.

Kerupuk kulit dapat bersaing di pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, pengembangan industri kerupuk kulit rumahan tidak hanya penting dari bidang

ekonomi, tetapi juga strategi dalam konteks pemberdayaan masyarakat melalui industri rumahan dalam rangka pengurangan kemiskinan, disamping itu mampu mengatasi limbah hewan ternak untuk di olah agar lebih bermanfaat, serta mampu melestarikan produk pangan lokal. Dengan pendekatan yang holistik dan terintegrasi, industri ini berpotensi tumbuh menjadi penggerak perekonomian rakyat yang mandiri dan berkelanjutan yang mampu menunjang perekonomian keluarga.

Usaha kerupuk kulit telah berkembang sampai ke Papua, yang dilakukan oleh para pendatang (imigran) dari luar Papua, namun jumlah produksi yang tidak begitu banyak, sehingga memberikan peluang untuk pengembangan usaha, seperti halnya yang dilakukan oleh warga Waena Kota Jayapura yang melakukan pengembangan produksi kerupuk kulit rumahan. Di wilayah Waena Kota Jayapura dimana banyak terdapat perkantoran baik kantor swasta maupun pemerintah sehingga warung-warung makan menjamur di wilayah tersebut. Hal ini menimbulkan kreatifitas para ibu di lingkungan tersebut untuk memanfaatkan kulit sapi untuk dijadikan kerupuk kulit sebagai makanan ringan yang dapat disajikan dengan nasi beserta lauk pauknya. Kemudian selanjutnya dapat di pasarkan di warung-warung makan yang tersebar di wilayah Waena Kota Jayapura.

Tujuan penelitian yang dilakukan ini adalah untuk menjabarkan secara komprehensif tentang pengembangan industri kerupuk kulit rumahan yang dilakukan oleh masyarakat Waena Kota Jayapura melalui pengabdian pada masyarakat. Penelitian ini dipandang penting dalam rangka meningkatkan kreatifitas masyarakat dalam meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha rumahan. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah terletak pada minimnya usaha pengelolaan kerupuk kulit di Kota Jayapura namun bahan baku yang mudah diperoleh sehingga menjadi pangsa pasar yang baik dalam meningkatkan pendapatan keluarga.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Merupakan penelitian kualitatif, dengan bentuk pengabdian yang dilakukan kepada masyarakat, terutama ibu kos di kompleks Waena, yang penelitiannya dilaksanakan pada bulan Juni 2025. Dimana ibu-ibu memanfaatkan bahan dan peralatan yang tersedia di lokasi tersebut untuk mengembangkan usaha kerupuk kulit rumahan. Adapun bahan-bahan yang digunakan untuk membuat kerupuk kulit meliputi kulit sapi, bawang putih, garam, micin, masako, dan minyak goreng. Alat-alat yang diperlukan untuk proses pembuatan kerupuk kulit antara lain panci, wajan, baskom, kompor, spatula, timbangan, dan kemasan plastik. Berdasarkan bahan dan alat yang ada, menerapkan metode yang tepat untuk mengolah kerupuk kulit menjadi produk yang khas. Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *PDCA* (*Plan, Do, Check, Act*), yang diperkenalkan oleh W. Edwards Deming dan dikenal sebagai siklus Deming. Siklus *PDCA* terdiri dari empat langkah untuk meningkatkan kebersamaan melalui perbaikan yang berkelanjutan (Suryana, 2017). *PDCA* ialah merupakan siklus perbaikan berkelanjutan dalam rangka melaksanakan perubahan (Singh & Gandhi, 2024). *PDCA* melibatkan proses pengujian sistematis serta proses penyempurnaan dalam rangka pencapaian hasil secara baik (Naughton., *et.al.* 2024). Siklus *PDCA* terbagi kedalam dari empat tahapan untuk melakukan peningkatan kualitas melalui cara melaksanakan perbaikan yang dilakukan dengan cara berkelanjutan (Jakiyudin, *et.al.*, 2023). Lebih lanjut



Metodologi *PDCA* hendaknya dapat diterapkan dalam meminimalisir cacat serta mampu meningkatkan kualitas dibidang pengemasan (Vi Nguyen, *et.al.*, 2025). Siklus *PDCA* biasanya diawali dengan langkah-langkah kecil untuk menguji kemungkinan dampak terhadap sistem, kemudian secara bertahap berkembang menuju perbaikan yang lebih besar dan lebih spesifik (Isniah, Purba & Debora, 2020). Metode ini digunakan untuk menguji dan menerapkan perubahan yang bertujuan memperbaiki kinerja produk, proses, atau sistem demi kesuksesan di masa depan.

Plan

Tahap ini berkaitan dengan rencana pengembangan produk, yaitu lingkungan dan menetapkan standar proses yang baik. Perencanaan awal untuk produk kerupuk kulit dilakukan dengan menganalisis produk. Analisis produk dilakukan melalui observasi mendalam sebagai persiapan dalam pembuatan kerupuk kulit. Kegiatan analisis yang dilakukan meliputi: Pengamatan terhadap jenis-jenis sapi dari peternakan yang akan digunakan kulitnya menjadi kerupuk kulit; Pengamatan terhadap bahan dan alat yang akan digunakan selama proses produksi kerupuk kulit; Penjadwalan pembuatan kerupuk kulit; Analisis pembuatan kemasan.

Do

Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan yang melibatkan pelaksanaan dari rencana-rencana yang telah ditetapkan sebelumnya untuk dapat direalisasikan dalam kegiatan produksi. Kegiatan yang dilakukan adalah memproduksi kerupuk kulit sesuai dengan tahapan perencanaan yang telah dibuat sebelumnya. Proses produksi dilakukan dengan menggunakan metode sampling produk dari kerupuk kulit, yaitu pembuatan kerupuk kulit di salah satu rumah warga di perumahan Waena Kota Jayapura. Tujuannya adalah untuk menganalisis produk kerupuk kulit yang dihasilkan.

Check

Tahap ini bertujuan untuk memeriksa hasil yang telah dicapai dari tahapan pelaksanaan, yaitu dengan melakukan berbagai perbaikan sesuai target yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika target telah tercapai, maka proses dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Akan tetapi apabila target belum tercapai maka akan dilakukan berbagai perbaikan yang dibutuhkan hingga tercapainya target yang diinginkan. Dalam proses ini, kegiatan yang dilakukan meliputi pengujian sampel kerupuk kulit melalui pengujian rasa, warna, serta takaran yang sesuai dengan rencana produk dari kerupuk kulit.

Action

Tahap ini meliputi tindakan penyesuaian terhadap suatu proses jika diperlukan, berdasarkan analisis yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya. Setelah menyelesaikan beberapa tahapan tersebut, tahap akhir dilakukan dengan mengadakan "Pelatihan Kewirausahaan Produk Kerupuk Kulit" untuk keluarga, hingga mencapai tahap *grand launching* produk kerupuk kulit. Dalam menganalisis produk, juga digunakan teknik analisis *SWOT* yang meliputi: Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*) untuk merealisasikan produk tersebut.



IMPLEMENTASI KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Produk Kerupuk Kulit

Usaha pembuatan kerupuk kulit di Waena Kota Jayapura adalah salah satu usaha kecil yang berbasis rumahan (industri rumahan) dan dijalankan oleh Ibu Puji di rumahnya di Waena Kota Jayapura Propinsi Papua. Usaha ini menjadi sumber pendapatan bagi keluarga Ibu Puji serta masyarakat sekitar yang turut serta berkecimpung dalam usaha ini, yang semakin aktif dalam memproduksi kerupuk kulit dengan tujuan utama meningkatkan pendapatan keluarga. Produk utama yang dihasilkan dan dipasarkan adalah kerupuk kulit dengan rasa original. Bahan utama yang digunakan untuk pembuatan kerupuk kulit ini adalah kulit sapi. Berikut adalah cara proses pembuatan kerupuk kulit berdasarkan bahan dan alat yang telah dijelaskan:



Gambar 1. Alur Produksi Kerupuk Kulit

Selain pengelolaan produk, upaya yang dilakukan juga mencakup metode pemasaran yang dilakukan dengan menyuplai produk kerupuk kult tersebut ke kios-kios atau warung, rumah makan dan pasar Yotefa serta pasar Otonom yang ada di Kota Jayapura. Promosi dilakukan dengan memberikan diskon kepada masyarakat sekitar yang membeli secara langsung di pabrik pembuatan kerupuk kulit. Selain itu, promosi dilakukan melalui pembuatan spanduk kerupuk kulit dan penyebaran informasi melalui media sosial. Pemberian tester rasa kerupuk kulit juga dilakukan untuk menarik minat pelanggan agar membeli produk tersebut.



Gambar 2. Potret Spanduk Penjualan Kerupuk Kulit

Analisis Produk Dengan Menggunakan Metode SWOT (*Streght, Weakness, Opportunities, Theats*)

Untuk menghadapi berbagai persaingan yang sering terjadi di pasar, terutama dalam konteks pasar global, sebuah perusahaan membutuhkan penggunaan analisis SWOT sebagai dasar dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan daya saing produknya (Elyarni, 2016). Analisis SWOT adalah metode mengidentifikasi faktor-faktor secara sistematis untuk menganalisis strategi usaha bisnis. Analisis tersebut berfokus pada upaya untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), sekaligus meminimalkan kelemahan (*weakness*) serta ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2016).

Analisis SWOT adalah salah satu alat untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang banyak dikenal. Analisis ini berlandaskan asumsi bahwa strategi yang efektif akan mengurangi kelemahan dan ancaman yang bakal terjadi. Jika diterapkan dengan tepat, asumsi sederhana ini dapat berdampak besar terhadap perancangan strategi yang sukses. SWOT sendiri merupakan singkatan dari kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman (Yohan Tirtayasa. 2019). Lebih lanjut dikatakan Emet Gurel & Merba Tat (2017), menjabarkan: Analisis SWOT merupakan metode analisis yang dipergunakan untuk melaksanakan evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman, yang terdapat dalam suatu organisasi, rencana proyek atau aktivitas bisnis. Dengan mempergunakan analisis SWOT dapat memberikan wawasan yang mampu melakukan tindaklanjut dalam menghadapi berbagai kekuatan juga kelemahan internal sambil melaksanakan pemanfaatan peluang eksternal juga meminimalisir beragam ancaman (Vladimir Karadzhov, 2025).

Penggunaan analisis SWOT dalam produk kerupuk kulit di Waena Kota Jayapura adalah sebagai berikut:

Kekuatan (*Strength*)

Produk kerupuk kulit di Waena Kota Jayapura memiliki beberapa kekuatan, antara lain: Merupakan satu-satunya produk kerupuk kulit di Jayapura. Tidak ada pesaing dalam usaha ini. Bahan utama pembuatan kerupuk berasal dari sumber pribadi dengan kualitas sapi yang baik, serta dapat diperoleh pula dari rumah jagal yang ada di Koa Jayapura. Menyediakan variasi bahan baku kerupuk yang berbeda dari produk lainnya. Produksi yang dilakukan tidak mengandung bahan pengawet. Harga kerupuk kulit yang terjangkau di masyarakat. Terjaminnya kualitas kebersihan dari bahan baku yang digunakan karena dikelola secara pribadi.



Gambar 3. Potret Pembungkusan Kerupuk Kulit

Kelemahan (*Weakness*)

Adapun kelemahan yang dapat timbul dari produksi kerupuk kulit di Waena Kota Jayapura adalah sebagai berikut: Produk yang ditawarkan hanya memiliki satu varian rasa, yaitu original. Hal ini disebabkan karena belum ada pengembangan untuk membuat varian rasa yang lebih beragam yang mampu menarik minat para konsumen. Proses pembuatannya terhambat karena waktu yang diperlukan sangat panjang untuk menjadi sebuah produk siap jual. Faktor cuaca juga berpengaruh, jika cuaca tidak stabil, proses penjemuran kerupuk menjadi terhambat dan memakan waktu lebih lama, sehingga dibutuhkan alat pengering yang tidak bergantung pada cuaca.



Gambar 4. Potret Penjemuran Kerupuk Kulit

Peluang (*Opportunities*).

Minimnya pesaing dalam usaha kerupuk kulit di Kota Jayapura. Dimana produk kerupuk kulit yang dilakukan di Waena Kota Jayapura adalah salah satu yang pertama di wilayah Jayapura dengan branding khusus, yang menjadi peluang terbesar bagi produk ini karena lebih dikenal oleh masyarakat sekitar. Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam memproduksi kerupuk kulit serta tentang cara mengolah kulit untuk dipasarkan sehingga usaha ini mampu memberikan peluang yang besar dalam pengembangan usaha untuk dapat meningkatkan pendapatan keluarga, dengan minimnya persaingan.

Ancaman (*Threats*)

Munculnya produk kerupuk kulit dari daerah yang sama, kehadiran pesaing baru kedepannya di Jayapura menjadi ancaman bagi produk kerupuk kulit dalam bersaing di pasar. Munculnya pengusaha baru yang menjual kerupuk kulit menjadi tantangan bagi keberlangsungan usaha produksi kerupuk kulit, serta adanya pasokan kerupuk kulit dari luar Papua dapat menjadi ancaman dalam penjualan. Pembelian produk tergantung pada jumlah konsumen. Selain itu kendala dalam pemasaran melalui media *online* dan media sosial menjadi kelemahan, sehingga produk kerupuk

kulit harus mengandalkan penjualan di rumah dan dipasok ke berbagai kios atau warung, rumah makan dan pasar yang ada. Kehadiran pesaing baru dengan branding dan kemasan yang lebih menarik menjadi ancaman bagi kerupuk kulit dalam mempertahankan daya saing produknya. Sehingga dapat dikatakan inovasi yang dilakukan oleh pesaing ini dapat mempengaruhi posisi produk kulit di pasar.

Program Berkelanjutan

Produk merupakan barang yang ditawarkan oleh perusahaan pada konsumen. Proses pengembangan produk terdiri dari beragam tahapan yang diawali dari identifikasi persepsi konsumen juga peluang pasar, sampai berakhir pada tahapan produksi, pemasaran, serta distribusi barang. Keberhasilan perusahaan amat bergantung dari kesanggupannya untuk melakukan identifikasi kebutuhan konsumen serta melakukan rancang produk yang selarasi dengan cara cepat juga melalui pengeluaran biaya yang seefisien mungkin (Fauziah, *et.al.*, 2025). Pengembangan produk serta inovasi merupakan aspek krusial yang dibutuhkan pada perusahaan. Kinerja inovasi produk baru (*New Product Innovation Performance/NPIP*) didefinisikan sebagai “manfaat yang diperoleh dari pengenalan produk atau layanan baru untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan pasar (Yan QU & Abbas Mardani, 2023). Oleh karena itu, pengembangan produk baru menjadi kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif (Hee, Hui, Rizal, Tan & Fei, 2018).

Dengan demikian berdasarkan penjelasan tersebut di atas produk dapat diartikan sebagai barang yang dijual oleh perusahaan kepada konsumen, juga pengembangan produk mencakup analisis pasar sampai dengan tahap produksi serta pengiriman. Keberhasilan perusahaan sangat bertumpu pada kemampuan dalam melakukan pengenalan serta pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui biaya efisien. Dimana efisiensi ekonomi mengukur seberapa dekat perusahaan dengan titik optimum dari perspektif ekonomi, yaitu minimalisasi biaya, maksimalisasi pendapatan, maksimalisasi keuntungan, atau maksimalisasi profitabilitas (Aparicio, *et.al.* 2023). Inovasi, yang merupakan transformasi pengetahuan, sangat penting dalam rangka menghasilkan nilai baru serta melakukan peningkatan keuntungan. Disamping itu, inovasi merupakan inti dari aktivitas perusahaan yang melibatkan manajemen ide, teknologi, produksi, serta pemasaran. Dengan demikian, pengembangan produk serta inovasi merupakan kunci dalam rangka menghadapi kompetisi serta memberikan penawaran produk yang memiliki keunikan pada konsumen.

Pengembangan produk kerupuk kulit pada masa mendatang memerlukan sejumlah perubahan strategis. Peningkatan varian rasa dari hanya original menjadi pilihan asin, manis, serta pedas. Perluasan pemasaran melalui pembukaan berbagai gerai penjualan. Pemanfaatan media sosial seperti *Facebook*, *WhatsApp*, serta *Instagram* untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat. Perancangan kemasan yang lebih menarik guna meningkatkan minat beli konsumen. Pengadaan atau pembuatan alat pengering buatan untuk mengurangi ketergantungan pada panas matahari dalam proses produksi.

KESIMPULAN

Usaha pembuatan kerupuk kulit yang dijalankan oleh Ibu Puji merupakan salah satu bentuk industri rumahan yang berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan

keluarga dan masyarakat sekitar di Jayapura. Produk unggulannya adalah kerupuk kulit rasa original berbahan dasar kulit sapi berkualitas tanpa bahan pengawet. Strategi pemasaran dilakukan secara sederhana melalui distribusi ke kios atau warung dan pasar lokal, promosi diskon, spanduk, media sosial, dan pemberian tester produk. Melalui analisis *SWOT*, diketahui bahwa usaha ini memiliki sejumlah kekuatan seperti tidak adanya pesaing langsung di wilayah tersebut, kualitas bahan baku yang baik, serta harga yang terjangkau. Namun, terdapat kelemahan seperti keterbatasan varian rasa, waktu produksi yang panjang, dan kendala cuaca. Peluang besar juga muncul dari minimnya pengetahuan masyarakat dalam produksi kerupuk kulit dan belum adanya pesaing yang kuat. Meskipun demikian, ancaman tetap ada dari munculnya pesaing baru yang menawarkan inovasi produk serta keterbatasan pemasaran digital.

Saran dari penulis yaitu: Pengembangan produk, disarankan untuk mengembangkan variasi rasa kerupuk kulit guna menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun luar daerah. Peningkatan proses produksi, mengupayakan efisiensi dalam proses produksi, misalnya dengan penggunaan alat bantu pengeringan atau pengolahan yang lebih modern agar tidak tergantung pada cuaca dan mempercepat waktu produksi sehingga proses produksi tidak tertunda akibat faktor cuaca yang tidak menentu. Penguatan pemasaran digital, memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan media sosial secara lebih optimal melalui pembuatan konten menarik, testimoni pelanggan, dan penggunaan desain kemasan yang lebih profesional. Inovasi dan branding melakukan inovasi dalam hal kemasan, logo, dan citra produk untuk memperkuat branding kerupuk kulit sebagai produk khas Jayapura yang memiliki nilai jual lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aparicio, Juan., Zofio, Jos'e, L., & Pastor, Jes'us, T. (2023). Decomposing Economic Efficiency into Technical and Allocative Components: An Essential Property. *Journal of Optimmization Theory and Applications*, 197, 98–129. <https://doi.org/10.1007/s10957-023-02188-2>
- Cahyani, N., Irnad, I., & Reswita, R. (2021). Analisis Persediaan Bahan Baku dan Usaha Industri Kerupuk Kulit (Studi Kasus Home Industry "Kerupuk Jangek Asli Khas Malalo") di Kota Lubuklinggau Provinsi Sumatera Selatan. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(9), 2025-2035. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i9.733>
- Elyarni, R., & Hermanto, H. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. *Metris: Jurnal Sains dan Teknologi*, 17(02), 81-88
- Fauziah, S. L. R., Isrowiyah, I., Yusuf, M., Zulihi, Z., & Sudirman, S. (2025). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kuliner melalui Pengembangan Usaha Mie Ayam 99 di Arso IV Kabupaten Keerom. *Bima Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 521–530. <https://doi.org/10.53299/bajpm.v5i2.2181>
- Gurel, Emet., & Tat, Merba. (2017). SWOT Analysis a Theoritical Review. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, 10(50), 994-1006. <http://dx.doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>



- Hee, O. C., Hui, T. L., Rizal, A. M., & Tan, K. O. (2018). Factors Influencing Employee Job Satisfaction: A Conceptual Analysis. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 8(6). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i6/4207>
- Isniah, S., Purba, H. H., & Debora, F. (2020). Plan Do Check Action (PDCA) Method: literature Review and Research Issues. *Jurnal Sistem Manajemen Indusri.*, 4(1), 72–81. <https://doi.org/10.30656/jsmi.v4i1.2186>
- Jakiyudin, A. H., Yusuf, M., Iribaram, S., Nawir, M. S., & Muhandy, R.S. (2023). Pemberdayaan Mama-Mama Melalui Produk Abon Ikan Lilinta (ABOLI) Berbasis Industri Rumahan Di Kampung Lilinta, Distrik Misool Barat, Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat* 8(2): 275–284. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.258>
- Juliyarsi, I., Melia, S., & Novia, D. (2019). Perbaikan Sanitasi dan Higienis Kerupuk Kulit IKM Aulia di Kabupaten Agam, Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Dedikasi Masyarakat*, 3(1), 26-35. <https://doi.org/10.31850/jdm.v3i1.450>
- Karadzhov, Vladimir. (2025). How to Create the Best SWOT Analysis. *International Journal of Research and Review.* 12(1), 66-75. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20250110>
- Lubis, P.S.I., & Salsabila, R. (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi di Indonesia. *MUQADDIMAH; Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis*, 2(2), 91-110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>
- Naughton, E., Moran, R., Kharub, M., Sa, J.C., & McDermott, O. (2024). A Structured Model for Continuous Improvement Methodology Deployment and Sustainment: A Case Study. *Heliyon*, 10(21). <https://doi.org/e40034.10.1016/j.heliyon.2024.e40034>
- Nguyen, Vi., Nguyen, Nam., Schumacher, Bastian., & Tran, Thanh. (2020). Practical Application of Plan-Do-Check-Act Cycle for Quality Improvement of Sustainable Packaging: A Case Study. *Appl. Sci*, 10(18), 6332. <https://doi.org/10.3390/app10186332>
- Nurinda, & Sinuraya, J. (2020). Potensi UMKM Dalam Menyangga Perekonomian Kerakyatan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Kajian Literatur. Covid-19 Pandemic, Mitigate the Shock and Pave the Way for a Sustainable Future, 160–175. <https://feb.untan.ac.id/prosiding-satiesp-2020>
- Qu, Yan., & Mardani, Abbas. (2023). Market Orientation, Technological Opportunity, and New Product Innovation Performance. *Journal of Business Research*, 162. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113841>
- Rangkuti, F. (2016). Analisis SWOT: Tehnik Membedah Kasus Bisnis (PT. Gramed). *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama*
- Singh, Jagdeep., & Gandhi, Surjit, Kumar. (2024). Benefits Using PDCA Cycle of Continuous Improvement in Manufacturing Industry - a Case Study. *Management Concepts and Philosophy*, 17(1), 83-97. <https://doi.org/10.1504/IJMCP.2024.135088>



- Suprianto, S., & Sarifudin, S. (2020). Analisis Efisiensi dan Nilai Tambah Produk Agroindustri Olahan Kerupuk Kulit Sapi (Studi Kasus di Seganteng Kota Mataram). *Journal of Economics and Business*, 6(2), 114-133. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v6i2.51>
- Suryana. S. (2017). Analisis Implementasi Deming's Cycle Dalam Upaya Mengatasi Masalah Distribusi Semen di PT. Indocement Tungal Prakarsa Tbk. Plant 12 Tarjun Kabupaten Kota Baru Kalimantan Selatan. *JIEB; Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 3(2), 181-197. <https://doi.org/10.35972/jieb.v3i2.96>
- Swasono, M. A. H., Rizal Bakti, Yusniar, Montaris Silaen, & Afrizal. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Dalam Rangka Meningkatkan Kelangsungan dan Mengembangkan Usaha Bakmie Purnama. *Eastasouth Journal of Effective Community Services*, 2(01), 16–26. <https://doi.org/10.58812/ejecs.v2i01.141>