

# PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI DAN STRATEGI PEMASARAN USAHA KECIL DAN MENENGAH PAPER INSTAN, MERAUKE

Mutiya Oktariani<sup>1</sup>, Acep Fatchuroji<sup>2</sup>, Damayanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan,  
Universitas Musamus Merauke  
e-mail: mutyaoktariani@unmus.ac.id

## Abstrak

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dan strategis dalam struktur perekonomian daerah bahkan pada level nasional sekalipun. Dimana UKM merupakan kegiatan ekonomi rakyat yang produktif yang telah terbukti mampu bertahan dalam kondisi krisis. Keberadaan UKM pada daerah secara tidak langsung juga telah menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran yang menjadi penghambat pertumbuhan ekonomi. Namun, realitanya UKM sendiri mengalami kendala yang sulit dalam upaya mengembangkan usahanya terutama terkait dengan kapasitas produksi dan pemasaran produk. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Jurusan Pendidikan Ekonomi, FKIP Universitas Musamus memberikan pelatihan dan difusi Iptek. Pelatihan dilakukan dengan cara penyuluhan tentang peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran sedangkan difusi Iptek berupa produk jus pala. Hasil kegiatan pengabdian berupa identifikasi potensi dan masalah pengembangan UKM serta memberikan Solusi dengan tersedianya wadah papeda instan yang lebih menarik dibandingkan wadah sebelumnya dan menambah pengetahuan anggota kelompok terkait peningkatan kapasitas produksi dan strategi memasarkan produk papeda instan.

**Kata kunci:** Peningkatan Kapasitas Produksi, Pemasaran Produk, Papeda Instan

## Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) have an important and strategic role in the regional economic structure even at the national level. Where SMEs are productive people's economic activities that have been proven to be able to survive in crisis conditions. The existence of SMEs in the regions has also indirectly absorbed labor and reduced unemployment which is an obstacle to economic growth. However, the reality is that SMEs themselves are experiencing difficult obstacles in trying to develop their businesses, especially related to product production and marketing capacity. The Community Service Team of the Department of Economic Education, FKIP Musamus University provides training and diffusion of science and technology. The training was carried out by means of counseling on increasing production capacity and marketing strategies while the diffusion of science and technology was in the form of nutmeg juice products. The results of service activities are in the form of identifying the potential and problems of SME development and providing solutions with the availability of instant papeda containers that

**Keywords:** Production Capacity, Marketing Strategy, Papeda Instan

## PENDAHULUAN

Indonesia, khususnya wilayah Papua, memiliki potensi tanaman sagu terbesar di dunia. Luas lahan sagu di Indonesia mencapai 5,5 juta hektar dari total 6,5 juta hektar luas lahan sagu di dunia. Dari total luas tersebut, 5 juta hektar berada di Papua. Merauke, sebagai salah satu kabupaten di Papua, memiliki potensi sagu yang sangat besar dan menjadi salah satu sentra produksi sagu di Indonesia (Tonggroitou et al, (2022).

Seyogyanya, dengan kepemilikan potensi sumber daya lokal yang melimpah tersebut dapat mendatangkan peningkatan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Merauke. Akan tetapi hingga saat ini, upaya untuk meningkatkan pendapatan rumah tangga melalui kelompok usaha belum menunjukkan adanya perubahan yang signifikan. Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Papeda merupakan kelompok kegiatan ekonomi produktif yang masih eksis hingga saat ini. Tentunya kelompok UKM ini dibentuk dengan tujuan dapat memengaruhi perkembangan usaha agar menjadi lebih baik (Gede, et al., 2022).

Seringkali pula para pelaku UKM ini terkendala dengan minimnya pengetahuan, minimnya ketrampilan masyarakat hingga terbatasnya akses informasi pasar menyebabkan usaha UKM tersebut tidak dapat berjalan dengan efektif dan efisien. Kendala yang menghambat produktifitas usaha kecil

dan menengah ini pun diungkapkan oleh Ratih, et al (2020) bahwa, bahwa pokok permasalahan yang menghambat produktivitas UMKM berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, khususnya di bidang manajemen, organisasi, penguasaan teknologi dan pemasaran, serta kompetensi kewirausahaan yang masih rendah. Bahkan, dalam hal estetika kemasan Kelompok UKM Mawar hanya berfokus menjual tanpa memikirkan bagaimana kualitas kemasan dari produknya seperti produk pangan khususnya dikemas dan dilabel tidak sesuai dengan yang diinginkan, tidak terlalu menarik bagi konsumen, masih banyak pelaku UKM yang belum memahami design kemasan, dan estetika kemasan produk UKM tidak ada, sehingga ketika baru dilihat kemasannya konsumen sudah tidak berminat.

Kemudian minim dan terbatasnya pangsa pasar penjualan produk yang dihasilkan (Ayu, et al., 2022). Realita yang sama juga diungkapkan oleh Iyus, et al (2022) bahwa, strategi memperkenalkan produk di pasar dan mencari segmentasi konsumen yang tepat menjadi masalah utama dalam memasarkan produk. Temuan-temuan dalam kajian sebelumnya menunjukkan bahwa,

kelompok UKM mengalami kendala yang sama dalam usaha yang digelutinya, memang terdapat berbagai solusi yang ditawarkan dalam kajian-kajian tersebut. Namun, akan sangat berbeda kondisi yang ditemui pada kelompok UKM yang berada di wilayah kepulauan.

Kendala usaha yang mirip memang juga ditemukan dalam observasi awal yang dilakukan pada UKM Papeda berupa kemasan yang kurang menarik serta pemasaran yang terbatas. Bahkan, perhitungan biaya transportasi dalam memasarkan produknya juga belum diperhitungkan dengan baik.

Berdasarkan uraian tersebut sekaligus sebagai wujud nyata pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi, maka kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk dapat meningkatkan kapasitas produksi dan memberikan solusi dalam strategi pemasaran produk.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan dan difusi iptek. Pelatihan dilakukan dengan cara penyuluhan tentang peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran sedangkan difusi iptek berupa produk Papeda Instan. Kegiatan ini dilakukan pada 2 Februari 2025 dengan sasaran kegiatan pengabdian ini adalah Kelompok Usaha Kecil Menengah (UKM) Papeda Instan yang memproduksi makanan Papeda. Pelaksanaan kegiatan sekaligus juga bentuk aplikasi dari mata kuliah kewirausahaan sehingga mahasiswa juga turut dilibatkan dalam kegiatan pengabdian. Adapun tahap-tahap pelaksanaan kegiatan ini sebagai berikut:

Tahapan pertama dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi Masyarakat Merauke terkait pengelolaan dan pemanfaatan sagu sebagai sumber pangan lokal. Identifikasi potensi meliputi observasi dan diskusi dengan masyarakat, tokoh masyarakat dan aparatur negeri Merauke. Observasi dilakukan untuk mendapatkan Gambaran secara menyeluruh terkait kondisi eksisting sagu di Kabupaten Merauke, yang meliputi, jumlah tanaman sagu, luas areal tanaman sagu, jumlah produksi sagu. Sementara diskusi bertujuan untuk memperoleh informasi terkait cara pemanfaatan dan pengelolaan sagu yang selama ini dilakukan masyarakat.

Temuan bahwa panganan sagu yang berupa papeda belum bisa dioptimalkan secara maksimal karena makanan ini masih dimasak secara tradisional, sehingga termasuk jenis makanan yang cepat basi atau kadaluarsa, sehingga tidak bisa dijadikan sarana oleh-oleh yang bisa dikirim ke berbagai kota di Indonesia. Berangkat dari masalah ini, maka tim pengabdian melakukan diskusi dan koordinasi dengan UKM yang mengelola sagu dalam hal ini makanan papeda.

Tahap kedua, merupakan tahap persiapan kegiatan, dimana tim pengabdian mempersiapkan segala kebutuhan dan perlengkapan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan merupakan tahapan ketiga dalam pelaksanaan pengabdian ini, yakni narasumber menjabarkan Upaya peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran bagi UKM Papeda Instan. Materi yang diberikan telah disesuaikan dengan kebutuhan dari pelaku UKM sehingga mudah mengaplikasikannya kedalam usaha yang digeluti. Langkah terakhir merupakan tahapan evaluasi kegiatan yang dilakukan dengan memberikan kuesioner evaluasi untuk diisi oleh peserta dan informasi evaluasi tersebut dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian di waktu. mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pembuatan papeda instan dan sistem pemasaran menggunakan sosial media sehingga dapat menjadi pengetahuan baru dan menjadi nilai tambah bagi UKM yang menjadi sasaran. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini dikemas dalam bentuk pelatihan dan difusi Iptek. Pelatihan dilakukan dengan cara penyuluhan terkait peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran sedangkan difusi Iptek berupa produk papeda instan. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan diskusi secara terfokus atau focus group discussion (FGD) untuk

mendengarkan pengalaman anggota kelompok UKM Papeda dalam memproduksi dan memasarkan hasil produksi papeda instan. Setelah mendapatkan berbagai informasi tersebut, maka tim pengabdian mempersilahkan para narasumber yang berjumlah tiga orang untuk menyampaikan materi pelatihan. Adapun ketiga narasumber tersebut merupakan dosen pada Jurusan Pendidikan Ekonomi.

Pelatihan dilaksanakan pada rumah ketua kelompok UKM Papeda pada Minggu, 02 Februari 2025, pukul 12.00-16.00 WIT dan diikuti semua anggota kelompok UKM Papeda yang berjumlah 5 orang. Materi pertama, anggota kelompok UKM Papeda diberikan pemahaman mengenai potensi diversifikasi sagu yang dapat dijadikan berbagai produk turunan selain papeda yang selama ini dimanfaatkan oleh masyarakat. Dimana, diversifikasi sagu dapat meningkatkan pendapatan bagi petani maupun memberikan keuntungan bagi industri (Cut & Yuliani, 2022; Syifa & Sugeng, 2020). Diversifikasi sendiri merupakan usaha penganeekaragaman produk yang dapat dilakukan oleh individu, komunitas maupun perusahaan dengan tujuan mendapatkan keuntungan. (Oke & Dewi, 2013) berpendapat bahwa, diversifikasi (produk) merupakan suatu proses penganeekaragaman barang atau jasa yang diproduksi oleh produsen. Proses membentuk penganeekaragaman bervariasi, dapat dari segi fisik, warna, bau, rasa maupun bentuk.

Sementara itu pada materi kedua, narasumber memperagakan proses produksi papeda instan yang dimulai dari sagu basah hingga membuat sagu kering, ikan kuah kuning yang dibuat dalam bentuk instan. Adapun alat-alat produksi yang dipersiapkan antara lain, pisau yang digunakan untuk memotong, ayakan untuk mengayak sagu basah, nampan untuk mengeringkan sagu, kuah untuk memasak ikan dan kuah kuning, oven untuk mengeringkan ikan, mesin press untuk mengemas produk agar lebih awet dan mudah dibawa. Selanjutnya upaya untuk meningkatkan kapasitas produksi dalam penjelasan narasumber dapat ditempuh melalui beberapa cara antara lain:

- a. Persediaan bahan baku yang cukup
- b. Evaluasi proses produksi
- c. Identifikasi masalah yang terjadi
- d. Mengefektifkan peran anggota
- e. Mengevaluasi pemasaran
- f. kreatifitas

Pada pemateri ketiga lebih memberikan materi terkait strategi pemasaran, menurut narasumber perkembangan saat ini telah jauh berbeda dibandingkan dengan beberapa waktu lampau sehingga kemampuan setiap orang terkait penguasaan informasi dan teknologi harus ditingkatkan. Strategi pemasaran umumnya dapat dilakukan melalui:

- a. Riset target pasar
- b. Menentukan produk yang dibutuhkan konsumen
- c. Temukan diferensiasi produk
- d. Desain kemasan yang menarik
- e. Promosi digital
- f. Website bisnis

Namun, untuk pengembangan kelompok Papeda ini dapat ditempuh dengan cara melalui riset pasar, diferensiasi produk, desain kemasan yang menarik dan promosi digital. Keempat hal ini mutlak diperlukan jika menginginkan adanya peningkatan pemasaran, disamping memperkenalkan produk kepada orang lain. Kemudian, sesi berikutnya dilanjutkan dengan mendiskusikan materi yang telah disampaikan sehingga dapat memperjelas hal-hal yang belum dipahami sebelumnya oleh peserta. Antusiasme yang tinggi dari peserta pelatihan ini terlihat melalui berbagai pertanyaan yang beragam, misalnya terkait peningkatan volume produksi hingga proses perijinan dari BPOM maupun izin halal dari Kementerian Agama.

Berkaitan dengan desain kemasan, peserta pelatihan mengatakan bahwa, mereka mengalami kendala pada membuat desain kemasan yang menarik, terlebih selama ini wadah papeda yang digunakan adalah dari box plastik sehingga secara higienitas dan tampilan kemasan tidaklah menarik. Kondisi ini tentunya akan sangat mempengaruhi minat beli dari konsumen dan turut berdampak pula pada keberlanjutan usaha UKM pada masa mendatang.



Gambar 1. Kemasan Awal Papeda Instan

Pandangan ini juga ditemukan dalam kajian Gumar & Pahlevi (2019) dan Arianti, et al (2023) yang menyatakan jika label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasaran, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam label di produk terdapat informasi berupa brand, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk memasak produk.



Gambar 2. Kemasan Akhir Papeda Instan

Pada kesempatan ini tim pengabdian memberikan sampel kemasan berbentuk pouch yang memudahkan dalam proses pengemasan dan dibalut dengan warna yang menarik sehingga diharapkan mampu meningkatkan nilai jual dan dapat meningkatkan pendapatan UKM ini. Kemudian tim pengabdian melakukan peninjauan dengan UKM Papeda untuk bekerjasama sebagai wujud pelaksanaan tridharma perguruan tinggi. Adapun bentuk Kerjasama tersebut adalah dijadikan kelompok UKM binaan Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Musamus.



Gambar 3. Produk Papeda Instan

## SIMPULAN

Peningkata kapasitas produksi dan strategi pemasaran yang tepat dapat menjadi jalan keluar yang baik terhadap keberlanjutan usaha UKM. Terleih usaha UKM ini dapat menjado sumber alternatif pangan dan pendapatan rumah tangga masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup yang terus meningkat dan bervariasi dari waktu ke waktu. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan oleh dosen Jurusan Pendidikan Ekonomi yang berfokus pada kelompok UKM Papeda yang bertujuan memberikan wawasan pengetahuan dan motivasi dalam mengembangkan usaha melalui peningkatan kapasitas produksi dan strategi pemasaran dalam memasarkan produk papeda instan.

## SARAN

Diperlukan upaya lebih responsif dalam menanggapi permintaan konsumen serta dapat memanfaatkan media sosial untuk memperluas pangsa pasar produksi bagi UKM Papeda.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada UKM Papeda yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung. Penghargaan khusus penulis sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Musamus yang telah memberikan dukungan penuh dalam bentuk pendanaan, bimbingan, serta arahan sehingga kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan baik dan lancar. Semoga sinergi dan kolaborasi yang baik ini dapat terus berlanjut di masa yang akan datang demi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pengembangan ilmu pengetahuan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arianti, J., Oktariani, M., & Situmorang, P. L. (2023). Pelatihan dan Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis Produk Kewirausahaan pada SMA YPPK Yoanes XXIII Merauke. *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 435-440
- Ayu Permata Sari, Mardina Ratna Sari Ritonga, Rahmah Aulia, Wahyuni Syahfitri, Firmansyah, H. (2022). Pemberdayaan dan Pengembangan UKM sebagai Pendorong Ekonomi Desa (Studi Kasus pada Desa Kramat Gajah, Kecamatan Galang, Sumatera Utara). *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(6), 1262–1269. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.11198>
- Cut Lena Riza, H. Y. (2022). Pengembangan Produk Pangan Olahan Dari Pala Di Desa Pasie Kuala Asahan. *Sosial Dan Sains*, 2(4), 511–517.
- Gede Dana Pramitha, Ayu Siska Wulantari, K. W. (2022). Pelatihan Manajemen Komprehensif Usaha Kuliner Komunitas Food Truck Bali. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(563–569). <https://doi.org/10.30653/002.202273.75>
- Gumar Herudiansyah, C., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Iyus Wiadi, Ayoeningsih Dyah Woelandhary, Gilang Cempaka, I. S. (2022). Pelatihan Strategi Pemasaran Untuk Produk Rupa Olahan Serbuk Kayu Bagi Terdampak Pandemi di Yayasan Rumah Sinergi Indonesia. *Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(3), 602–613. <https://doi.org/10.30653/002.202273.80>
- Oke Setiarso, A. S. D. (2013). Diversifikasi Produk Olahan Telur Itik (Studi UMKM Di Desa Pesurungan Ko
- Ratih Kusumawardhani, Ignatius Soni Kurniawan, Alfiatul Maulida, A. D. C. (2020). Pelatihan UKM Rumahan Industri Pangan sebagai Upaya Meminimalkan Kendala Berwirausaha. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 23–28. <https://doi.org/10.22146/jpkm.46438>
- Syifa Aulia, S. H. S. (2020). Diversifikasi Produk Olahan Buah Pala (*Myristica fragrans*) di Desa Sukadamai. *Pusat Inovasi Masyarakat*, 2(6), 966–972. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/33268>
- Tonggroitou, S., Palennari, M., & Rante, P. (2022). Upaya Pelestarian Hutan Sagu di Papua. *Jurnal Profesi Kependidikan*, 3(1), 31-36.