

Pendampingan Inovasi dan Packaging Bontot Ikan Payus Menjadi Produk Camilan Kering Bontot Kering (Boring) Sebagai Upaya Meningkatkan Nilai Tambah Produk Lokal Di Desa Pontang

Mohamad Ludfi Rahmatullah^{1*}, Sri Sukmawati², Rohmatunisa³, Zakia Febriani⁴, Fadiyah Fitriyani⁵, Rossa Aulia Sari⁶, Aldi Ramadhan Ru'yat⁷

¹Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Bangsa

²Dosen Statistika, Fakultas Sains Dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

^{3,4}Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bina Bangsa

⁵Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bina Bangsa

⁶Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Bina Bangsa

⁷Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

E-mail: ludfiaja99@gmail.com^{1*}, sukmaema8@gmail.com², cacaanisa8684@gmail.com³, fadiafitriyani96@gmail.com⁴, zakiafebriani9@gmail.com⁵, rossaauliasari10@gmail.com⁶, Aldiruyat@gmail.com⁷

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk mengembangkan produk olahan ikan payus melalui inovasi bontot menjadi camilan kering yang diberi nama Boring atau Bontot Kering di Desa Pontang. Pengembangan ini dilatarbelakangi oleh adanya potensi bahan pangan lokal yang belum dimanfaatkan secara maksimal dalam menghasilkan produk dengan nilai ekonomi yang lebih tinggi. Bontot ikan payus yang selama ini dikenal sebagai salah satu olahan pangan lokal dikembangkan melalui proses diversifikasi agar memiliki bentuk penyajian yang lebih praktis dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat dalam beberapa tahapan, yaitu pengenalan potensi produk, penyampaian informasi mengenai diversifikasi pangan, praktik pengolahan bontot menjadi produk kering, pengemasan, serta pengenalan strategi pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pengembangan Boring dapat menjadi alternatif dalam memperluas pemanfaatan produk berbahan dasar ikan payus. Produk yang dihasilkan memiliki karakteristik kering dan lebih praktis untuk dikonsumsi maupun dikemas. Selain itu, kegiatan memberikan tambahan pengetahuan kepada masyarakat mengenai pentingnya inovasi, kemasan, dan identitas produk dalam meningkatkan daya tarik suatu produk lokal. Dengan adanya pengembangan tersebut, Boring memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi salah satu produk unggulan berbasis potensi lokal Desa Pontang. Pengembangan secara berkelanjutan melalui peningkatan kualitas produk, variasi rasa, desain kemasan, branding, dan pemasaran digital diharapkan mampu meningkatkan nilai jual sekaligus mendukung pertumbuhan UMKM masyarakat setempat.

Kata kunci : Bontot Kering, Ikan Payus, Diversifikasi, Produk Lokal, UMKM.

ABSTRACT

This community service activity was conducted to develop processed payus fish products through the innovation of bontot (fish bone) into a dry snack called Boring (Dried Bontot) in

Pontang Village. This development was motivated by the potential of local food ingredients that have not been optimally utilized to produce products with higher economic value. Payus fish bontot, previously known as a local processed food, was developed through a diversification process to provide a more practical presentation and meet consumer needs. The activity implemented a participatory approach, involving the community in several stages: product identification, information dissemination on food diversification, processing bontot into dry products, packaging, and introducing marketing strategies. The results of the activity indicate that the development of Boring can be an alternative to expand the use of payus fish-based products. The resulting product is dry and more practical for consumption and packaging. Furthermore, the activity provided additional knowledge to the community about the importance of innovation, packaging, and product identity in increasing the attractiveness of a local product. With this development, Boring has the potential to be developed into a superior product based on the local potential of Pontang Village. Sustainable development through product quality enhancements, flavor variations, packaging design, branding, and digital marketing is expected to increase sales value while supporting the growth of local MSMEs.

Keyword : Dried Bontot, Payus Fish, Diversification, Local Products, MSMEs.

1. PENDAHULUAN

UMKM menjadi salah satu bagian penting dalam perekonomian masyarakat karena mampu membuka peluang usaha, meningkatkan pendapatan, serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar. Pengembangan UMKM berbasis potensi daerah dapat menjadi strategi untuk mendorong masyarakat menghasilkan produk yang memiliki keunikan dan nilai ekonomi (Wahyuni et al., 2023).

Salah satu potensi yang dapat dikembangkan di Desa Pontang adalah hasil perikanan, khususnya ikan payus. Komoditas tersebut telah dimanfaatkan masyarakat sebagai bahan dasar pembuatan bontot yang menjadi salah satu produk pangan lokal. Keberadaan produk tersebut menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki pengetahuan dasar dalam mengolah ikan payus menjadi makanan yang dapat dikonsumsi dan memiliki nilai jual (Alma, 2021).

Meskipun demikian, pengembangan produk bontot masih dapat ditingkatkan. Produk yang tersedia umumnya masih dipasarkan dalam bentuk olahan yang relatif sederhana sehingga peluang untuk meningkatkan nilai tambah dan memperluas pasar masih terbuka. Kondisi tersebut menjadi dasar untuk melakukan inovasi melalui perubahan bentuk produk dan cara penyajiannya (Resmi & Wismiarsi, 2025).

Diversifikasi pangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengembangkan produk yang sudah ada menjadi bentuk baru. Melalui diversifikasi, suatu produk dapat memiliki variasi yang lebih beragam sehingga mampu menjangkau konsumen dengan kebutuhan yang berbeda. Dalam konteks ini, bontot ikan payus dikembangkan menjadi camilan kering dengan nama BORING atau Bontot Kering.

BORING dikembangkan sebagai produk camilan yang memiliki karakteristik lebih kering dan praktis. Pengembangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk serta memberikan alternatif baru bagi masyarakat dalam memanfaatkan ikan payus. Selain aspek produk, pengemasan dan branding juga menjadi bagian penting agar BORING memiliki identitas yang mudah dikenali oleh konsumen.

Pengembangan produk berbasis bahan lokal juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat. Produk yang awalnya hanya memiliki nilai jual dalam bentuk olahan konvensional dapat dikembangkan menjadi produk yang lebih menarik dan memiliki peluang pemasaran lebih luas. Apabila dikelola dengan baik, inovasi tersebut dapat menjadi bagian dari penguatan usaha masyarakat (Sudiyono & others, 2024).

Berdasarkan potensi dan kondisi tersebut, kegiatan “Inovasi dan Diversifikasi Bontot Ikan Payus Menjadi Produk Camilan Kering BORING (Bontot Kering) sebagai Upaya

Meningkatkan Nilai Tambah Produk Lokal di Desa Pontang” dilaksanakan sebagai bentuk pengembangan potensi pangan lokal. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan keterampilan baru kepada masyarakat sekaligus membuka peluang pengembangan produk lokal yang lebih kompetitif (Ardiana et al., 2020).

2. LANDASAN TEORI

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian masyarakat. UMKM berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pengembangan ekonomi lokal. Keberadaan UMKM berbasis potensi daerah menjadi sarana untuk mengoptimalkan sumber daya yang tersedia sehingga mampu menghasilkan produk yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi. Penguatan UMKM dapat dilakukan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas produksi, pengemasan, serta strategi pemasaran yang efektif (Ardiana et al., 2019).

Diversifikasi Produk Pangan

Diversifikasi pangan adalah upaya pengembangan suatu produk pangan menjadi bentuk atau variasi baru tanpa menghilangkan karakteristik utama bahan bakunya. Diversifikasi bertujuan meningkatkan nilai tambah produk, memperluas pilihan konsumsi masyarakat, serta meningkatkan daya saing produk di pasar. Melalui diversifikasi, produk pangan lokal dapat dikembangkan menjadi produk yang lebih praktis, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen modern. Diversifikasi juga menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan pemanfaatan sumber daya lokal secara berkelanjutan (Delfyrah et al., 2024).

Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan proses pengembangan atau penciptaan produk baru maupun penyempurnaan produk yang telah ada untuk memberikan manfaat yang lebih besar kepada konsumen. Inovasi dapat dilakukan melalui perubahan bentuk, rasa, kemasan, kualitas, maupun metode penyajian produk. Dalam pengembangan usaha berbasis pangan lokal, inovasi produk menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya tarik

konsumen dan memperluas peluang pemasaran. Produk yang inovatif memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dengan produk sejenis di pasar (Saptantinah et al., 2025).

Nilai Tambah Produk

Nilai tambah merupakan peningkatan nilai ekonomi suatu produk yang diperoleh melalui proses pengolahan, pengemasan, atau pengembangan tertentu. Produk yang sebelumnya memiliki nilai jual rendah dapat mengalami peningkatan harga dan daya tarik setelah dilakukan inovasi. Penciptaan nilai tambah tidak hanya berasal dari perubahan bentuk produk, tetapi juga dari aspek kualitas, kemasan, merek, serta strategi pemasaran yang digunakan. Dengan adanya nilai tambah, produk lokal dapat memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat dan pelaku usaha (Sudiyono & others, 2024).

Pengemasan (Packaging)

Pengemasan adalah kegiatan membungkus atau melindungi produk agar tetap terjaga kualitasnya selama proses penyimpanan, distribusi, dan pemasaran. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi yang memberikan informasi kepada konsumen. Desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli, memperkuat identitas produk, serta membedakan produk dari pesaing. Oleh karena itu, pengemasan menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan produk UMKM (Wahyuni et al., 2023).

Branding Produk

Branding merupakan proses membangun identitas dan citra suatu produk agar mudah dikenali oleh konsumen. Branding mencakup pemberian nama produk, logo, desain visual, serta pesan yang ingin disampaikan kepada pasar. Identitas merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membantu produk memperoleh posisi yang lebih baik di pasar. Pada produk pangan lokal, branding menjadi sarana untuk memperkenalkan keunikan daerah asal produk sekaligus meningkatkan daya saingnya (Ardiana et al., 2019).

Potensi Produk Lokal Berbasis Ikan Payus

Ikan payus merupakan salah satu sumber daya perikanan yang dimanfaatkan masyarakat Desa Pontang sebagai bahan baku produk pangan lokal. Salah satu produk

olahan yang dikenal masyarakat adalah bontot ikan payus. Produk tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan melalui inovasi dan diversifikasi sehingga menghasilkan bentuk produk baru yang lebih praktis dan memiliki nilai jual lebih tinggi. Pengembangan produk berbasis ikan payus dapat menjadi strategi dalam meningkatkan pemanfaatan sumber daya lokal sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat desa (Delfyrah et al., 2024).

3. METODOLOGI

Kegiatan pengembangan BORING dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan masyarakat dalam proses pengenalan, pengolahan, dan pengembangan produk. Pendekatan ini digunakan agar masyarakat tidak hanya memperoleh informasi secara teori, tetapi juga dapat memahami dan mempraktikkan proses pengembangan produk secara langsung. Tahapan kegiatan terdiri atas beberapa proses berikut (Tjiptono & Diana, 2019).

Identifikasi Potensi

Tahap awal dilakukan dengan melihat potensi ikan payus dan produk bontot yang telah tersedia di masyarakat. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui peluang pengembangan produk serta menentukan bentuk inovasi yang dapat diterapkan.

Sosialisasi

Masyarakat diberikan penjelasan mengenai pentingnya inovasi dan diversifikasi dalam pengembangan produk lokal. Pada tahap ini diperkenalkan konsep BORING sebagai produk baru yang berasal dari pengembangan bontot ikan payus.



Gambar 1. Sosialisasi Masyarakat

Persiapan Produksi

Tahap persiapan dilakukan dengan menyediakan bahan dan peralatan yang diperlukan. Persiapan juga mencakup penentuan ukuran potongan serta proses yang

akan digunakan untuk menghasilkan produk bontot kering.

Tahapan Pelaksanaan Inovasi Produk

Kegiatan pembuatan inovasi produk dilaksanakan di posko KKN yang berlokasi di Kampung Kesabilan RT 06, tepatnya di wilayah Perapatan Pontang. Gagasan inovasi produk ini dilatarbelakangi oleh permasalahan daya simpan bontot yang relatif singkat, yaitu sekitar 3–4 hari. Kondisi tersebut mendorong tim untuk melakukan inovasi terhadap makanan khas Kecamatan Pontang agar memiliki nilai tambah, dapat dikembangkan menjadi produk camilan yang lebih kekinian, serta memiliki daya simpan yang lebih lama (Saptantinah et al., 2025).

Inovasi yang dilakukan berupa pengolahan bontot menjadi bontot kering, yaitu produk camilan berbahan dasar bontot yang diiris tipis, digoreng hingga renyah, kemudian diberikan tambahan varian rasa.

Adapun tahapan pembuatan bontot kering adalah sebagai berikut:

1. Pendinginan Bontot

Bontot mentah terlebih dahulu disimpan di dalam lemari es selama kurang lebih 1 hari. Tahap ini bertujuan untuk membuat tekstur bontot menjadi lebih padat sehingga lebih mudah untuk diiris tipis.



Gambar 2. Pendinginan Bontot

2. Pengirisan Bontot

Bontot yang telah didinginkan kemudian dipotong menjadi dua bagian secara memanjang. Selanjutnya, bontot diiris tipis menyerupai irisan bahan keripik agar menghasilkan tekstur yang renyah setelah digoreng.



Gambar 3. Pengirisan Bontot

3. Persiapan Penggorengan

Wajan disiapkan dan minyak goreng dipanaskan menggunakan api kecil. Penggunaan api kecil bertujuan agar irisan bontot dapat matang secara merata dan tidak mudah gosong.

4. Proses Penggorengan

Irisan bontot dimasukkan ke dalam minyak yang telah panas. Bontot digoreng hingga matang dan berubah warna menjadi kuning keemasan.



Gambar 3. Proses Penggorengan

5. Penirisan

Setelah matang, bontot kering diangkat dari wajan dan ditiriskan untuk mengurangi kandungan minyak yang tersisa pada produk.



Gambar 4. Penirisan

6. Pemberian Bumbu

Bontot yang telah digoreng dan ditiriskan kemudian dimasukkan ke dalam wadah tertutup. Selanjutnya, ditambahkan bumbu sesuai varian rasa yang diinginkan, seperti bumbu asin pedas/balado dan bubuk daun jeruk. Wadah kemudian ditutup dan dikocok hingga bumbu tercampur secara merata pada seluruh permukaan bontot.



Gambar 5. Pemberian Bumbu

7. Pengemasan Produk

Setelah bumbu tercampur secara merata, bontot kering siap untuk dikemas dan disajikan sebagai produk camilan. Pengemasan dilakukan untuk menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan daya tarik dan nilai jual bontot kering.



Gambar 6. Pengemasan Produk

Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan melihat hasil akhir produk serta tanggapan masyarakat terhadap BORING. Beberapa aspek yang diperhatikan meliputi tekstur, rasa, tampilan, kemasan, dan potensi pengembangan produk untuk pemasaran.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan menghasilkan inovasi produk berupa camilan kering BORING yang berbahan dasar bontot ikan payus. Kegiatan diawali dengan melihat potensi produk lokal yang telah dikenal masyarakat. Dari proses tersebut diketahui bahwa bontot masih memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi produk dengan

bentuk penyajian yang berbeda (Kotler & Keller, 2024).

Pengenalan konsep diversifikasi memberikan pemahaman kepada masyarakat bahwa produk pangan lokal dapat dikembangkan tanpa harus meninggalkan bahan baku dan karakteristik daerahnya. Pengembangan dilakukan dengan memberikan inovasi pada proses pengolahan sehingga dihasilkan produk yang memiliki karakteristik berbeda dari bontot pada umumnya.

Pengembangan BORING sebagai Produk Inovatif

BORING merupakan hasil pengembangan bontot ikan payus menjadi camilan kering. Penggunaan nama BORING yang merupakan singkatan dari Bontot Kering dimaksudkan untuk menciptakan nama produk yang sederhana, mudah diingat, dan dapat digunakan sebagai identitas usaha.

Produk tersebut menawarkan bentuk konsumsi yang berbeda. Bontot yang sebelumnya dikenal sebagai makanan olahan ikan dikembangkan menjadi camilan kering yang lebih praktis. Perubahan tersebut dapat memberikan peluang bagi produk untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Nilai Tambah Produk

Inovasi BORING dapat memberikan nilai tambah terhadap produk berbasis ikan payus. Nilai tambah tidak hanya berasal dari perubahan bentuk produk, tetapi juga dari proses pengolahan, pengemasan, dan pemberian identitas produk.

Melalui pengembangan tersebut, bahan pangan lokal dapat memiliki peluang ekonomi yang lebih besar. Masyarakat dapat mengembangkan produk sebagai salah satu alternatif usaha yang memanfaatkan sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar.

Pengemasan dan Branding

Selain kualitas produk, kemasan memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen. BORING dikembangkan dengan identitas produk yang jelas agar konsumen dapat membedakannya dari produk sejenis.

Kemasan yang praktis juga dapat membantu menjaga kondisi produk selama penyimpanan dan pemasaran. Penggunaan branding yang konsisten diharapkan dapat membangun citra BORING sebagai produk camilan khas yang berasal dari Desa Pontang.

Peningkatan Pengetahuan Masyarakat

Kegiatan ini memberikan pengetahuan tambahan kepada masyarakat mengenai proses diversifikasi pangan lokal. Masyarakat memperoleh pemahaman bahwa pengembangan produk dapat dilakukan melalui berbagai aspek, seperti pengolahan, bentuk produk, pengemasan, branding, dan pemasaran.

Pengalaman praktik secara langsung juga menjadi bagian penting karena masyarakat dapat memahami proses pengolahan BORING secara lebih mudah dibandingkan hanya memperoleh penjelasan secara teori.

Peluang Pemasaran

BORING memiliki peluang untuk dipasarkan melalui berbagai saluran, baik secara langsung maupun melalui media digital. Pemasaran dapat dilakukan di lingkungan Desa Pontang, kegiatan masyarakat, pusat penjualan produk lokal, maupun melalui media sosial.

Pemanfaatan media digital dapat menjadi salah satu strategi untuk memperkenalkan BORING kepada konsumen di luar wilayah Desa Pontang. Dengan promosi yang menarik dan konsisten, produk berpotensi memiliki jangkauan pasar yang lebih luas.

5. KESIMPULAN

Inovasi bontot ikan payus menjadi produk camilan kering BORING merupakan salah satu bentuk diversifikasi pangan lokal yang dapat meningkatkan nilai tambah produk di Desa Pontang. Melalui perubahan proses pengolahan dan penyajian, bontot dapat dikembangkan menjadi camilan yang lebih praktis serta memiliki peluang untuk dipasarkan kepada konsumen yang lebih luas.

Kegiatan ini juga memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat dalam mengembangkan produk lokal, khususnya dalam aspek pengolahan, pengemasan, branding, dan pemasaran. BORING memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk UMKM berbasis sumber daya lokal.

Pengembangan selanjutnya dapat diarahkan pada peningkatan kualitas produksi, penciptaan variasi rasa, penyempurnaan desain kemasan, penguatan identitas merek, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Keberlanjutan inovasi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk

sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat Desa Pontang.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim KKM dan PKM mengucapkan terima kasih kepada Universitas Bina Bangsa yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Pontang. Terima kasih juga disampaikan kepada pemerintah Desa Pontang, masyarakat, pelaku UMKM, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berpartisipasi dalam proses pengembangan BORING (Bontot Kering). Dukungan dari berbagai pihak menjadi bagian penting dalam terlaksananya kegiatan inovasi produk lokal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2021). *Kewirausahaan*. Alfabeta.
- Ardiana, I. D. K. R., Brahmayanti, I. A., & Subaedi. (2008). Kompetensi SDM UKM dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 42–55.
- Ardiana, I. D. K. R., Brahmayanti, I. A., & Subaedi. (2019). Kompetensi Sumber Daya Manusia UKM dan Pengaruhnya terhadap Kinerja UKM. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 21(1), 1–9.
- Delfyrah, P., Zakin, K. O., Zibran, M. A., Fikri, M. H., & Asyisyitri, S. (2024). Analisis Perlindungan Hukum bagi UMKM: Pembebasan Hak Guna Pelaku UMKM dengan Membebaskan Regulasi Perdagangan. *Indonesian Journal of Law and Justice*, 2(2), 7. <https://doi.org/10.47134/ijlj.v2i2.3370>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management*. Pearson Education, 15.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2025). Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
- Saptantinah, D., Astuti, P., Sugiarto, C., & Arifin, Z. (2025). *Pengembangan Digiwisata Berbasis Potensi Lokal Menuju Kawasan Wisata Terintegrasi Desa Kerajinan Tembaga Cepogo , Boyolali*. 09(02), 166–174.
- Sudiyono, R. N., & others. (2024). Sosialisasi dan Pendampingan Pengembangan Usaha bagi Para Pelaku UMKM. *Proletarian: Community Service Development Journal*, 2(2), 69–74.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi*. Andi.
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17–25.