

PENGEMBANGAN UMKM BONTOT MELALUI INOVASI PRODUK DI DESA DOMAS SERANG BANTEN

Remvilina Sari^{*1}, Siti Nurjanah², Ahmad Ramdani³, Ende⁴

Corresponding Email: Remvilinasari@gmail.com*

Abstract:

The Student Work Lecture Program is one of Bina Bangsa university programs as one of Tri Dharma Higher Education implementations, namely student service to the community to help and guide the community in utilizing resources that are expected to help develop the potential of the community. This program aligns research and community service activities from lecturers and students across science and brings togetherness values. This implementation is an effort to develop Micro, Small and Medium Enterprises for small products to increase competitiveness as a regional specialty food product that is in demand by consumers through product innovation improvements—solving problems on product innovation of bontot with packaging that has been vacuumed so that it can last a long time to be marketed outside the region and product innovation of bontot crackers through flavour variants, size variants and supported by more attractive and competitive packaging. The approach method used is socialization, training and mentoring. This activity is carried out to increase product innovation so that the selling value of bontot products increases. It is collecting data obtained from the exploration of information from various sources.

Keywords: UMKM Bontot, Product Innovation.

Abstrak

Program Kuliah Kerja Mahasiswa/i (KKM) merupakan salah satu program Universitas Bina Bangsa sebagai salah satu implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian mahasiswa/i terhadap masyarakat untuk membantu dan membimbing masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang diharapkan dapat membantu mengembangkan potensi masyarakat. Program ini dilaksanakan dengan menyelaraskan kegiatan riset dan pengabdian kepada masyarakat dari dosen dan mahasiswa/i lintas keilmuan serta tetap membawa nilai-nilai kebersamaan. Pelaksanaan ini merupakan upaya pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) produk bontot untuk dapat meningkatkan daya saing sebagai produk makanan khas daerah yang diminati para konsumen melalui perbaikan inovasi produk. Penyelesaian masalah pada inovasi produk produk bontot dengan kemasan yang sudah di vacum agar bisa bertahan lama sehingga bisa dipasarkan keluar daerah dan inovasi produk pada kerupuk bontot melalui varian rasa, varian ukuran dan ditunjang dengan kemasan yang lebih menarik dan berdaya saing. Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan inovasi produk, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk bontot meningkat. Pengumpulan data didapat dari eksplorasi informasi dari berbagai sumber.

Kata Kunci: UMKM Bontot, Inovasi Produk

PENDAHULUAN

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia, memainkan peran yang sangat berpotensi dalam menciptakan ragam pasar baru, meningkatkan suplay, meningkatkan persaingan, mengembangkan teknologi, meningkatkan kesempatan kerja dan hasil produksi. Potensi di pedesaan ini merupakan sumber daya utama

pembangunan desa. Kehadiran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu jalan untuk memfasilitasi warga desa menyalurkan potensinya dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat dan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. (Vera et al, 2018).

Pada Bab I pasal 1 UU No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maka yang dimaksud dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah: 1) Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. 2) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. 3) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Program pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu instrument untuk menaikkan daya beli masyarakat, pada akhirnya akan menjadi katup pengaman dari situasi krisis moneter. Pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat berpendapatan rendah.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti kata bontot adalah bungsu. bontot makanan gurih dapat dinikmati siapa saja, terlebih bagi mereka yang sangat suka dengan olahan ikan dan masakan yang bergizi tinggi, dan tentu aman di kantong, karena harga si bontot sangatlah terjangkau. Indonesia memiliki kekayaan alam yang luar biasa dan tentu ikan-ikan yang

menari di perairan laut, payau bahkan sungai menjadi anugrah tersendiri untuk masyarakatnya. Masyarakat di Desa Desa Domas, Kecamatan Pontang, Serang, Banten menjadi salah satu masyarakat yang menikmati anugrah kekayaan ikan laut dan ikan payau. Di Desa Domaslah, lahirlah makanan bontot yang berbahan dasar ikan payus. Ikan Payus yang memiliki nama ilmiah *Sillago sihama* merupakan bahan utama pembuatan Bontot

Secara konvensional istilah inovasi diartikan sebagai suatu terobosan yang berhubungan dengan produk-produk baru. Thompson (1965) dalam Hurley and Hult (1998) mendefinisikan bahwa inovasi adalah konsep yang lebih luas yang membahas penerapan gagasan, produk, atau proses yang baru. Sedangkan Hurley and Hult (1998) mendefinisikan inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis, oleh karena itu perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan pemikiran-pemikiran baru, gagasan-gagasan baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan pelayanan yang memuaskan pelanggan.

Selanjutnya Hurley and Hult (1998,p.44) mengajukan dua konsep inovasi yaitu : (1) Keinovativan dan (2) Kapasitas untuk berinovasi. Keinovativan adalah fikiran tentang keterbukaan untuk gagasan baru sebagai sebuah aspek kultur perusahaan. Sedangkan kapasitas untuk berinovasi adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan atau menerapkan gagasan, proses, atau produk baru secara berhasil. Keinovativan dapat juga diterjemahkan sebagai kultur suatu perusahaan. Keinovativan ini dapat dilihat dari bagaimana sikap suatu perusahaan terhadap adanya suatu inovasi.

Thompson (dalam Hurley dan Hult, 1998, p.44) memberikan definisi inovasi secara klasiknya yaitu merupakan konsep yang luas yang antara lain adalah implementasi dari ide-ide baru, produk ataupun proses. Duncan dan Holbek dalam Hurley dan Hult (1998, p.44) juga mendefinisikan inovasi adalah sebagai praktik, maupun materi yang dianggap baru oleh unit adopsi yang relevan. Secara luas Amabile et al (1996) dalam Hurley dan Hult (1998, p.44) mendefinisikan inovasi sebagai implementasi yang sukses dari sebuah ide yang kreatif dalam sebuah organisasi. Rogers (1983) dalam Hadjimanolis (2000, p.237) menggunakan istilah daya inovasi sebagai tingkat kecepatan individu dalam mengadopsi ide-ide baru dibandingkan

anggota-anggota lain dalam suatu sistem. Keberadaan produk sejenis dari pesaing yang memiliki tampilan yang serupa merupakan faktor pendorong terjadinya inovasi produk, biasanya produk pesaing tersebut muncul tanpa mengalami perubahan yang berarti bahkan cenderung statis. Keadaan tersebut dapat menjadi hal yang menguntungkan, karena persaingan yang timbul dengan munculnya produk pesaing dapat diatasi dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk merupakan sesuatu yang bisa dilihat dari kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibanding dengan produk pesaing.

Apabila produk tersebut memiliki suatu kelebihan yang dipandang sebagai nilai tambah bagi konsumen. Pengembangan produk baru dan strateginya yang efektif seringkali menjadi penentu keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan, tetapi ini bukanlah pekerjaan yang mudah. Pengembangan produk baru memerlukan upaya, waktu, dan kemampuan termasuk besarnya resiko dan biaya kegagalan. Di sisi lain perubahan lingkungan yang cepat akan mempengaruhi proses pembelajaran, hal ini menentukan efisiensi dalam inovasi produk (Hurley dan Hult, 1998, p.45). Dalam sisi lain produk inovasi menurut Galbraith, 1973; Schon, 1967 (dalam Lukas dan Ferrel, 2000, p.240) didefinisikan sebagai proses dari penggunaan teknologi baru kedalam suatu produk sehingga produk tersebut mempunyai nilai tambah. Inovasi dapat dilakukan pada barang, pelayanan, atau gagasan-gagasan yang diterima oleh seseorang sebagai sesuatu yang baru, sehingga mungkin saja suatu gagasan telah muncul di masa lampau, tetapi dapat dianggap inovatif bagi konsumen yang baru mengetahuinya. Seringkali orang berpendapat bahwa dengan melakukan inovasi pada suatu hal maka seseorang telah melakukan perubahan yang bersifat positif yang mengarah pada kemajuan. Pendapat tersebut memang benar adanya, tetapi perubahan (dalam bentuk apapun) tersebut bagi sebagian konsumen sesuatu yang sulit diterima begitu saja.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan inovasi produk, agar produk bontot yang dihasilkan dapat lebih berdaya saing, dengan memberi solusi dari berbagai permasalahan yang dihadapi yaitu kurangnya kemampuan dalam membuat variasi produk serta peralatan yang digunakan masih sederhana.

METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan adalah sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Kegiatan ini dilakukan untuk meningkatkan inovasi produk, agar nilai jual yang dimiliki oleh produk bontot meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut, beberapa tahap yang dilaksanakan adalah:

Survei dan Pengumpulan Data

Tim melakukan survei lapangan untuk mengetahui kondisi, dan mengumpulkan data serta informasi terkait permasalahan, agar dapat memberikan solusi yang tepat. Tim dengan mitra melakukan diskusi untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan mitra dan mengatasi berbagai aspek permasalahan yang dihadapi.

Design dan Penggunaan Merk

Guna memperkuat pemasaran produk baik secara offline maupun online, mitra diedukasi akan pentingnya penggunaan merk dalam memperkenalkan produk bontot ke pasar, meskipun hanya melalui sticker/ label yang ditempelkan di kemasan. Setelah edukasi tersebut dapat diterima, mitra didampingi dalam penentuan, design, dan pencetakan merk yang akan digunakan pada produknya dalam bentuk sticker/ label.

Inovasi Produk

UMKM diberi sosialisasi, pelatihan dan pendampingan melalui peningkatan keterampilan dalam melakukan inovasi produk bontot, melalui bontot yang bisa di jadikan kerupuk bontot serta menambahkan varian rasa, varian ukuran, serta varian kemasan.

Mitra mencoba varian rasa baru dengan penambahan rasa yang berbeda dari pesaingnya, seperti rasa pedas dll. Varian ukuran diciptakan sesuai dengan bentuk kemasan, sedangkan untuk pengemasan produk kerupuk bontot dibuat yang aman bagi makanan dan menarik konsumen.

Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Proses produksi bontot selama ini masih menggunakan peralatan sederhana, berupa alat kukus dan kompor yang digerakkan dengan tenaga manusia selain itu dalam pengemasan produk masih menggunakan plastic biasa sehingga membuat bontot tidak bertahan lama dan tidak bisa di pasarkan jarak jauh. Oleh karena itu penerapan teknologi tepat guna diperlukan dalam

peningkatan proses produksi bontot melalui penciptaan peralatan pendukung produksi berupa mesin vacum yang digerakkan dengan tenaga listrik.

Evaluasi Pelaksanaan Program

Evaluasi program yang dilakukan memiliki tujuan untuk membandingkan pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki oleh mitra sebelum dan setelah pelaksanaan program, dan menemukan solusi terhadap hambatan yang dihadapi selama pelaksanaan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Survei dan Pengumpulan Data

Lokasi pembuatan bontot di Desa Domas, Kecamatan Pontang, Kota Serang, Provinsi Banten. Adapun bahan pembuatan Bontot adalah sagu dan terigu, terasi, bumbu rempah racikan, dan pewarna makanan. Semua bahan tersebut dicampur dan diaduk, lalu dibentuk memanjang. Kemudian dikukus dan diangkat. Setelah dingin dikemas dan siap dipasarkan. Selain itu bontot bisa di inovasi menjadi kerupuk bontot.



Gambar 1. Proses Pengukusan Pembuatan Bontot (Sumber: Foto Pribadi)

2. Design dan Penggunaan Merk

Menurut Hadyati (2008) pemasaran merupakan masalah utama yang dimiliki oleh UMKM, yakni terkait persaingan pasar dan produk, akses terhadap informasi pasar dan kelembagaan pendukung usaha kecil. Kegiatan ini diharapkan menjadi solusi masalah tersebut, salah satunya dengan menggunakan merk pada produk yang dimiliki produsen, sehingga produk

dapat dikenal konsumen dan akhirnya dapat bersaing di pasar. Setelah edukasi, pelatihan dan pendampingan yang diberikan tim kepada mitra dapat diterima.



Gambar 2. Bontot Sebelum Dikemas dan Diberi Label (Sumber: Foto Pribadi)

Selain itu Bontot bisa di inovasi menjadi kerupuk bonton dengan varian rasa, seperti rasa pedas, balado dll.



Gambar 3. Inovasi Produk Kerupuk Bontot Setelah Dikemas dan Diberi Label (Sumber : Foto Pribadi)

3. Inovasi Produk

Inovasi produk yang dilakukan adalah bontot di jadikan kerupuk bontot. Dalam sosialisasi, dan pelatihan inovasi produk dilakukan melalui inovasi varian rasa, varian ukuran serta kemasan. Dan pendampingan dilakukan terhadap mitra untuk inovasi tersebut. Varian rasa menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk kerupuk bontot yang biasanya hanya terdiri dari satu jenis rasa atau rasa original. Kemudian para pelaku usaha mencoba untuk menambah varian rasa produk kerupuk bontot dengan rasa balado, pedas dll.

Dengan variasi rasa, variasi ukuran dan kemasan, produk bontot dan kerupuk bontot yang dihasilkan mampu berdaya saing untuk bertahan dan memperluas pangsa pasar.

4. Design dan Inovasi Teknologi Tepat Guna

Proses produksi Bontot tidak memerlukan waktu yang cukup lama, Tetapi mitra mempunyai kendala dalam memasarkan produk ke tempat yang jauh atau saat sedang ada pesanan diluar kota. Oleh karena itu, tim bekerjasama untuk membeli alat vacum sealer. Manfaat mesin vakum sealer yaitu alat pengedap udara dalam pengemasan makanan, pengemasan makanan bisa awet karena udara yang berada didalam kemasan disedot keluar untuk mengurangi proses oksidasi yang akan terjadi dengan udara yang ada disekitar kemasan, mesin vakum sealer sangat membantu sekali menjadikan makanan awet dalam kemasan secara tidak langsung menjaga kualitas makanan agar tetap baik, oleh sebab itu produsen makanan baik kecil maupun besar banyak yang menggunakan mesin tersebut demi menjaga kualitas makanan yang ingin dipasarkannya dalam produksi makanan. perlunya mesin vakum sealer dalam pengemasan menjadi nilai tambah dalam meningkatkan mutu makanan serta mencerminkan makanan yang higienis dalam pandangan orang. Banyak orang yang memiliki usaha makanan mencari vakum sealer, untuk membantu pengemasan makanan yang akan dipasarkan awet dan tahan lama, pengemasan menggunakan vakum sealer merupakan cara yang paling aman untuk menjaga agar makanan yang ada di dalamnya memiliki nutrisi dan gizi yang tetap terjaga. Dengan demikian maka kerugian akan diminimalisasi dan pedagang akan jauh merasa aman terhadap produk yang dijualnya dikarenakan bisa lebih bertahan lama dan bisa dipasarkan ke tempat yang lebih jauh dari jangkauan yang sudah ada sebelumnya



Gambar 4. Mitra mengoperasikan “vacum sealer”

KESIMPULAN

Kesimpulan yang menjadi hasil pelaksanaan kegiatan pada UMKM Bontot dan Kerupuk Bontot di Desa Domas, Kecamatan Pontang, Kabupaten Serang ini yaitu inovasi produk bontot dengan kemasan yang sudah di vacum agar bisa bertahan lama sehingga bisa dipasarkan keluar daerah dan inovasi produk pada kerupuk bontot melalui varian rasa, varian ukuran dan kemasan,

yang dilakukan bersama mitra mampu meningkatkan pengetahuan serta keterampilan mitra dalam pengembangan variasi produk.

DAFTAR PUSTAKA

- AZIZ, A. (2017). ANALISIS PROFITABILITAS USAHA BONTOT DAN KERUPUK DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Industri Rumah Tangga di Desa Domas, Kecamatan Pontang, Kabupaten Serang) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri" Sultan Maulana Hasanuddin" BANTEN).
- Fikri, A. J., Aini, S., Sukandar, R. S., Safiyannah, I., & Listiasari, D. (2021). OPTIMALISASI KEUNTUNGAN PRODUKSI MAKANAN MENGGUNAKAN PEMROGRAMAN LINIER MELALUI METODE SIMPLEKS. *Jurnal Bayesian: Jurnal Ilmiah Statistika dan Ekonometrika*, 1(1), 1-16.
- Hadiyati, E. 2008. Model Pemasaran dalam pemberdayaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen Gajayana*
- Kurniawanto, H., Hanafiah, H., & Hidayat, A. (2020). PENGEMBANGAN UMKM BONTOT SALMINAH SEBAGAI KULINER KHAS KOTA SERANG MENUJU ERA INDUSTRI 5.0. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 1(1), 1-14.
- Mahuda, I., Kusuma, A. C., & Meilisa, R. (2021). KNOW AND MENTORING E-COMMERCE MARKET FOR MSMES IN LIALANG-SERANG VILLAGE: PENGENALAN DAN PENDAMPINGAN PEMANFAATAN MARKETPLACE E-COMMERCE BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN LIALANG-SERANG. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 1(1), 50-59.
- Meilisa, R., Nopiandri, N., & Rosalinda, A. (2021). PENERAPAN APLIKASI DIGITAL DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KEUANGAN UMKM DESA TAMIANG. *Batara Wisnu: Indonesian Journal of Community Services*, 1(2), 127-135.
- Prayitno, Harun Joko dkk. (ed). 2000. *Pembudayaan Penulisan Karya Ilmiah*. Surakarta Muhammadiyah Universitas Press.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM).
- Universitas Bina Bangsa. 2021 *Panduan Pengabdian Pada Masyarakat (P2M) Bagi dosen*. Serang Banten