

PENGEMBANGAN UMKM ANDALIMAN DALAM MENDUKUNG EKONOMI KREATIF DI DESA BORBOR

Jensita Pasaribu¹, Melani Putri D. Siregar², Grace Marturia Lumban Gaol³, Sriratna Hastuti Br. Sitanggang⁴

Universitas Negeri Medan^{1,2,3,4}

Email: ¹pasaribujensita06@gmail.com, ²melanisiregar25@gmail.com,
³gracelumbangaol44@gmail.com, ⁴sriratih468@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berbasis andaliman dalam mendukung sektor ekonomi kreatif di Desa Borbor, Kecamatan Borbor. Metode yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM yang berbasis andaliman memiliki potensi yang signifikan untuk dijadikan produk unggulan daerah. Akan tetapi, proses pengembangannya masih mengalami berbagai hambatan, seperti kurangnya inovasi produk, pemasaran yang masih menggunakan cara tradisional, dan rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, akses menuju pasar yang lebih luas juga menjadi tantangan utama. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah pengembangan melalui pendekatan ekonomi kreatif, yang mencakup peningkatan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta penguatan strategi pemasaran. Harapannya, langkah-langkah ini dapat meningkatkan nilai tambah produk andaliman dan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kata Kunci: UMKM, Ekonomi Kreatif, Andaliman, Pengembangan Usaha, Ekonomi Pedesaan.

Abstract

This study aims to analyze the development of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) based on andaliman in supporting the creative economy in Borbor Village, Borbor District. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings indicate that andaliman-based MSMEs have significant potential to be developed as a leading local product. However, their development still faces several challenges, including limited product innovation, conventional marketing practices, and low utilization of digital technology. In addition, access to broader markets remains a major constraint. Therefore, development efforts through a creative economy approach are needed, such as enhancing product innovation, utilizing digital technology, and strengthening marketing strategies. These efforts are expected to increase the added value of andaliman products and improve the welfare of the local community.

Keywords: MSMEs, Creative Economy, Andaliman, Business Development, Rural Economy

A. PENDAHULUAN

UMKM adalah salah satu sektor yang sangat penting dalam membantu meningkatkan ekonomi masyarakat, terutama di daerah pedesaan. UMKM tidak hanya membantu menciptakan pekerjaan, tetapi juga meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, usaha kecil menengah memiliki kemampuan yang cukup baik untuk menghadapi perubahan kondisi ekonomi, sehingga menjadi salah satu penggerak utama perekonomian nasional (Tambunan, 2019). Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional melalui pengembangan ekonomi kreatif. Pelaku-pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif menjadi bagian terbesar dari seluruh usaha. aktivitas ekonomi rakyat Indonesia, Indonesia akan mengalami bonus Demografi hingga tahun 2035, di mana pada tahun 2030 jumlah penduduk usiaproduktif diperkirakan mencapai lebih dari 60 % dan 27 % di antaranya adalah penduduk muda dengan rentang usia 16-30 tahun (Aysa, 2020). Seiring dengan perkembangan globalisasi, konsep ekonomi mengalami perubahan yang cukup signifikan, dimana kreatifitas dan inovasi menjadi faktor utama dalam menciptakan nilai tambah suatu produk. Konsep ini dikenal sebagai ekonomi kreatif, yaitu suatu pendekatan ekonomi yang menitikberatkan pada sumber daya lokal. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih luas. Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif, UMKM memiliki posisi yang sangat penting sebagai pelaku utama dalam mengolah potensi lokal menjadi produk yang bernilai ekonomi. Salah satu potensi lokal yang dapat dikembangkan adalah andaliman, yaitu rempah khas Sumatera Utara yang memiliki cita rasa unik dan nilai ekonomi yang cukup tinggi. Pemanfaatan andaliman tidak hanya terbatas sebagai bumbu masakan tradisional, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi berbagai produk olahan yang memiliki nilai tambah. Desa Borbor Kecamatan Borbor merupakan salah satu wilayah di Sumatera Utara yang terkenal dengan penanam andaliman dan mayoritas yang memiliki potensi andaliman yang cukup besar. Namun, pengelolaan UMKM berbasis andaliman di daerah tersebut masih belum optimal karena kurangnya dukungan dari pemerintah setempat dan masyarakat dalam pengembangan alat untuk mengembangkan

produk andaliman ini ke masyarakat luas luar daerah Borbor. Kurangnya Inovasi dalam pengolahan, serta pemasaran yang masih terbatas karena kendala transportasi yang masih sulit di daerah tersebut menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan usaha ini. Kondisi ini menunjukkan bahwa potensi lokal yang dimiliki belum dimanfaatkan secara maksimal untuk mendukung ekonomi kreatif. Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya pengembangan UMKM berbasis andaliman yang mampu meningkatkan nilai tambah produk melalui kreativitas dan inovasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan UMKM andaliman dalam mendukung ekonomi kreatif di Desa Borbor Kecamatan Borbor. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan potensi lokal serta meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang ekonomi kreatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Sejarah Singkat Desa Borbor

Desa Borbor, Kecamatan Borbor, merupakan salah satu wilayah Sumatera Utara yang dikenal sebagai daerah penghasil Andaliman. Andaliman merupakan salah satu rempah yang mayoritas dimiliki oleh setiap masyarakat Borbor Sehingga dari tahun ke tahun andaliman ini berkembang dan disebarluaskan ke berbagai daerah. Pada tahun 2018 Desa Borbor sempat membuat salah satu mesin untuk mengolah andaliman menjadi bubuk andaliman, karena andaliman dikenal sebagai salah satu tanaman yang mudah busuk, supaya bisa disebarluaskan ke masyarakat luar daerah Desa Borbor membuat mesin tersebut. Namun karena akses transportasi yang kurang mendukung akhirnya mesin ini berhenti pada tahun 2020.

Letak geografis :

1. Terletak di daerah Habornas
2. Orbitasi (jarak dari pusat pemerintahan)
 - a) Jarak dari pusat pemerintahan Kecamatan : 1 Km
 - b) Jarak dari ibukota kabupaten : 62,5 Km
 - c) Jarak dari ibukota provinsi : 270 Km

3. Topografi Desa

Secara umum, keadaan Desa Borbor merupakan daerah dataran tinggi dengan ketinggian 1000-1.650 meter di atas permukaan laut. Desa Borbor mempunyai iklim tropis sehingga mempunyai pengaruh langsung terhadap aktivitas pertanian dan pola tanam di Desa ini.

Keadaan Demografis Desa

1. Kependudukan

Jumlah Penduduk Desa Borbor sebanyak 2.019 jiwa dengan luas sekitar 176,65 Km². Desa Borbor Kecamatan Borbor, adalah Desa yang berbasis pertanian dan perkebunan dan beberapa potensi ada usaha mikro dan kecil diantaranya kopi dan andaliman. Dan saat ini di Desa tersebut sangat diperlukan adanya pengembangan usaha yang tepat guna, mengingat dari sisi kesejahteraan di Desa tersebut masih kurang.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Secara konseptual, UMKM dapat diartikan sebagai usaha produktif yang dijalankan oleh individu maupun badan usaha dengan skala kecil hingga menengah, yang memiliki karakteristik terbatas dari segi modal, teknologi, dan sumber daya manusia. Meskipun demikian, UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan usaha. Fleksibilitas ini memungkinkan UMKM untuk lebih cepat menyesuaikan diri terhadap kebutuhan pasar dibandingkan dengan usaha skala besar (Suryana, 2017).

Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui UMKM, masyarakat dapat memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki menjadi kegiatan ekonomi yang produktif dan bernilai tambah. Dengan demikian, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai unit usaha, tetapi juga sebagai sarana dalam meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa UMKM mampu mendorong pemerataan pembangunan ekonomi, khususnya di daerah yang belum berkembang secara optimal (Tambunan, 2019).

Dalam perkembangannya, UMKM tidak terlepas dari berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas sumber daya manusia, serta kurangnya akses terhadap teknologi dan informasi. Tantangan tersebut dapat menghambat pertumbuhan dan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengembangan yang berkelanjutan agar UMKM dapat meningkatkan kapasitas usahanya dan mampu bersaing di tingkat lokal maupun nasional (Suryana, 2017).

Lebih lanjut, perkembangan teknologi dan globalisasi juga memberikan peluang sekaligus tantangan bagi UMKM. Di satu sisi, kemajuan teknologi digital membuka

peluang bagi UMKM untuk memperluas pasar melalui pemasaran online. Namun di sisi lain, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut agar tidak tertinggal. Dalam hal ini, kemampuan inovasi dan kreativitas menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM di era modern.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian, baik sebagai penyedia lapangan kerja, penggerak ekonomi lokal, maupun sebagai sarana pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan UMKM perlu terus dilakukan agar mampu memberikan kontribusi yang lebih besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

2. Pengembangan UMKM

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah langkah strategis yang dilakukan untuk meningkatkan kapasitas bisnis agar lebih produktif, inovatif, serta dapat bersaing di pasar. Fokus dari pengembangan ini tidak hanya pada peningkatan volume produksi, tetapi juga pada aspek kualitas produk, manajemen bisnis, pemasaran, dan pengembangan kemampuan sumber daya manusia. Dengan pengembangan yang berkelanjutan, diharapkan UMKM dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan daya saing di tengah persaingan pasar yang semakin sengit.

Menurut (Suryana, 2017), pengembangan UMKM dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, seperti inovasi produk, peningkatan kualitas, dan pemanfaatan teknologi dalam usaha. Inovasi produk menjadi faktor kunci dalam pengembangan UMKM karena dapat menciptakan keunggulan kompetitif serta meningkatkan daya tarik produk di pasar. Selain itu, inovasi memungkinkan pelaku bisnis untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah.

Selain inovasi, pemasaran juga merupakan aspek kunci dalam pengembangan UMKM. Di era digital saat ini, pemasaran tidak hanya dilakukan dengan cara tradisional, tetapi juga melalui media digital seperti media sosial dan platform online. Penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dapat membantu UMKM memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas produk. Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang bisa memanfaatkan teknologi digital cenderung memiliki performa yang lebih baik dibandingkan dengan UMKM yang masih mengandalkan metode tradisional dalam pemasaran (Sari,2024)

Pengembangan UMKM juga sangat terkait dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Pelaku UMKM perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam mengelola usaha, termasuk di bidang manajemen keuangan, pemasaran, dan inovasi produk. Oleh karena itu, pelatihan dan pendampingan menjadi strategi penting dalam meningkatkan kapasitas pelaku UMKM. Dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga sangat penting dalam menyediakan fasilitas pelatihan serta akses terhadap informasi dan teknologi. (Sari, 2024)

Selain itu, akses ke modal juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM. Keterbatasan modal sering kali menjadi hambatan utama yang dihadapi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis mereka. Oleh karenanya, dukungan dari lembaga keuangan dan kebijakan pemerintah yang mendukung kemudahan akses permodalan untuk UMKM sangat dibutuhkan. Dengan dukungan ini, UMKM dapat mengembangkan bisnis mereka dengan lebih baik dan berkelanjutan.

Selanjutnya, strategi pengembangan UMKM juga bisa dilakukan melalui analisis lingkungan Bisnis, seperti analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis ini membantu pelaku usaha untuk memahami kondisi internal dan eksternal bisnis, sehingga bisa menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan usaha. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan analisis SWOT dapat meningkatkan efektivitas strategi pengembangan UMKM dan membantu dalam menghadapi persaingan pasar (Syifa Fauziah, 2023)

Dengan demikian, pengembangan UMKM adalah proses yang rumit dan melibatkan berbagai aspek, mulai dari inovasi produk, pemasaran, sumber daya manusia, hingga akses permodalan. Pengembangan yang dilakukan secara terintegrasi dan berkelanjutan akan mampu meningkatkan daya saing UMKM dan memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi masyarakat.

3. Ekonomi Kreatif

Menurut (Munaf, 2015) Ekonomi kreatif adalah sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan ide sebagai aset utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Menurut (Howkins, 2001), ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas, ide, dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menghasilkan nilai ekonomi. Ekonomi kreatif merupakan pengembangan konsep berbasis kreativitas yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Santos, 2007).

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep yang menekankan pentingnya kreativitas, inovasi, dan ide-ide dalam menciptakan nilai tambah pada barang atau jasa. Dalam sistem ekonomi ini, manusia menjadi sumber daya utama karena kemampuan berpikir kreatif dan inovatif merupakan kunci dalam menciptakan produk yang kompetitif. Berbeda dari ekonomi tradisional yang lebih mengandalkan sumber daya alam, ekonomi kreatif memprioritaskan kemampuan intelektual dan kreativitas individu.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2020, sektor ekonomi kreatif memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu. Sektor ini memiliki peran penting dalam memajukan ekonomi negara, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan nilai produk lokal. Oleh karena itu, ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi yang modern.

Dalam penerapannya, ekonomi kreatif mencakup berbagai subsektor seperti makanan, kerajinan, mode, desain, dan media digital. Setiap subsektor ini memiliki potensi untuk berkembang menjadi sumber ekonomi yang bernilai tinggi jika dikelola dengan tepat. Pengembangan sektor ini tidak hanya membawa dampak positif pada peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga budaya lokal melalui produk yang dihasilkan.

Di samping itu, ekonomi kreatif juga sangat terkait dengan kemajuan teknologi digital. Perkembangan teknologi memberikan kesempatan bagi pengusaha untuk memperluas pemasaran produk mereka melalui platform digital. Penggunaan media sosial dan e-commerce memungkinkan produk lokal untuk menjangkau lebih banyak konsumen, bahkan di pasar internasional. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan teknologi digital dalam ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing usaha dan memperlebar jangkauan pasar.

Meskipun demikian, pengembangan ekonomi kreatif juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya inovasi, dan akses teknologi yang terbatas. Oleh karena itu, kolaborasi dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, sangat dibutuhkan, berupa pelatihan, pendampingan, dan penyediaan fasilitas yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif.

Dalam ruang lingkup UMKM, ekonomi kreatif menjadi pendekatan yang efektif untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Dengan menggabungkan kreativitas

dan inovasi dalam usaha mereka, UMKM dapat menciptakan produk yang tidak hanya bermanfaat tetapi juga memiliki nilai estetika dan daya jual yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif bermain peran penting dalam mendukung pengembangan UMKM, terutama yang berbasis pada potensi lokal seperti andaliman.

Dengan demikian, ekonomi kreatif memiliki potensi untuk menjadi solusi dalam meningkatkan nilai tambah produk serta memperkuat daya saing UMKM di pasar. Implementasi konsep ekonomi kreatif diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

4. Potensi Andaliman sebagai Produk Lokal

Andaliman adalah salah satu jenis komoditas khas dari Sumatera Utara yang memiliki nilai ekonomi dan budaya yang cukup signifikan. Sebagai rempah tradisional, andaliman menawarkan rasa yang khas, yaitu pedas dengan nuansa getir yang unik, sehingga banyak dipakai dalam berbagai hidangan tradisional Batak. Keistimewaan rasa ini menjadikan andaliman sebagai simbol kuliner daerah yang memiliki potensi untuk pengembangan lebih lanjut.

Tak hanya sebagai bahan masakan, andaliman juga memiliki peluang ekonomi yang besar jika dikelola dengan baik. Produk berbasis andaliman bisa dikembangkan melalui berbagai inovasi, seperti memprosesnya menjadi sambal kemasan, bumbu instan, atau produk olahan lain yang bernilai tambah. Inovasi ini dapat memperbesar daya jual produk serta memperluas jangkauan pasarnya, sehingga memberikan keuntungan ekonomi bagi masyarakat.

Berdasarkan penelitian yang berkaitan dengan pengembangan produk lokal, penggunaan sumber daya lokal secara inovatif dapat meningkatkan nilai tambah dan daya saing barang di pasar ((Fauziah, 2023) Hal ini menunjukkan bahwa produk lokal seperti andaliman memiliki peluang besar untuk diperluas melalui pendekatan ekonomi kreatif. Dengan menyatukan kreativitas dan inovasi dalam pengolahan produk, andaliman bisa menjadi komoditas unggulan yang mampu bersaing di tingkat lokal dan nasional.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), andaliman dapat berfungsi sebagai bahan baku utama dalam pengembangan usaha yang berbasis potensi lokal. UMKM yang memproses andaliman memiliki kesempatan untuk menciptakan produk yang istimewa dan memiliki identitas tersendiri. Ini merupakan keunggulan

kompetitif yang tidak dimiliki oleh barang lain, sehingga dapat meningkatkan daya saing di pasar.

Namun, pengembangan andaliman sebagai produk ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai rintangan. Beberapa hal yang menjadi kendala adalah kurangnya inovasi produk, minimnya pengetahuan tentang kemasan modern, serta akses yang terbatas terhadap pemasaran digital. Situasi ini menyebabkan potensi andaliman belum dimanfaatkan sepenuhnya dalam mendukung perkembangan UMKM.

Oleh karena itu, perlu adanya strategi pengembangan yang efektif untuk memaksimalkan potensi andaliman sebagai produk lokal. Strategi ini bisa mencakup peningkatan inovasi produk, pengembangan kemasan yang menarik, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Dengan cara ini, andaliman tidak hanya akan menjadi produk tradisional, tetapi juga dapat berkembang menjadi produk ekonomi kreatif yang memiliki nilai jual yang tinggi.

Dengan manajemen yang baik, andaliman memiliki potensi untuk menjadi salah satu komoditas unggulan yang dapat mendukung pertumbuhan UMKM dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, pengembangan produk yang berhubungan dengan andaliman merupakan langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat lokal.

5. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam studi ini disusun berdasarkan keterkaitan antara UMKM, pengembangan bisnis, ekonomi kreatif, dan pemanfaatan potensi daerah seperti andaliman. UMKM memiliki peranan yang sangat signifikan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat, khususnya di daerah pedesaan. Namun, seiring perkembangan, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan yang menghalangi pertumbuhan dan daya saingnya.

Upaya untuk mengembangkan UMKM merupakan langkah penting untuk meningkatkan kapasitas bisnis agar dapat beroperasi lebih produktif dan kompetitif. Pengembangan ini bisa dilakukan melalui berbagai strategi, seperti inovasi produk, peningkatan kualitas, dan penggunaan teknologi dalam pemasaran. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif berfungsi sebagai pendekatan yang mampu menambah nilai produk melalui kreativitas dan inovasi.

Ekonomi kreatif menawarkan kesempatan bagi UMKM untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan memiliki daya saing yang tinggi. Dengan memanfaatkan ide-ide dan kreativitas yang ada, UMKM bisa menghasilkan barang yang tidak hanya bermanfaat, tetapi juga memiliki nilai estetika dan harga jual yang lebih tinggi. Oleh karena itu, kombinasi antara pengembangan UMKM dan ekonomi kreatif sangat penting untuk meningkatkan kualitas dan daya saing bisnis.

Dalam riset ini, potensi lokal berupa andaliman menjadi fokus utama dalam pengembangan UMKM. Andaliman sebagai produk khas daerah memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif yang bernilai tinggi. Melalui inovasi dalam proses pengolahan, pengemasan, dan pemasaran, andaliman dapat bertransformasi menjadi produk unggulan yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat.

Dengan demikian, kerangka pemikiran dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM yang berfokus pada potensi lokal melalui pendekatan ekonomi kreatif dapat meningkatkan nilai tambah produk serta daya saing bisnis. Ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat di Desa Borbor Kecamatan Borbor

C. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya terkait dengan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis andaliman dalam mendukung ekonomi kreatif. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang bersifat mendalam dan kontekstual melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian.

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan secara sistematis dan faktual. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menjelaskan bagaimana kondisi UMKM andaliman, strategi pengembangannya, serta kendala yang dihadapi dalam mendukung ekonomi kreatif di Desa Borbor Kecamatan Borbor.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Borbor Kecamatan Borbor, yang merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi pengembangan UMKM berbasis andaliman. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada adanya aktivitas ekonomi masyarakat yang memanfaatkan andaliman sebagai produk lokal yang memiliki nilai ekonomi.

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 27 maret 2026, dengan mempertimbangkan ketersediaan data serta kondisi lapangan yang memungkinkan untuk dilakukan observasi dan wawancara secara langsung.

Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pihak-pihak yang memiliki keterkaitan langsung dengan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis andaliman di Desa Borbor Kecamatan Borbor. Subjek penelitian meliputi pelaku UMKM andaliman, masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha, serta aparat Desa atau pihak terkait yang memiliki informasi relevan dengan penelitian. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu dengan tujuan memperoleh data yang akurat dan mendalam sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Sementara itu, objek dalam penelitian ini adalah pengembangan UMKM berbasis andaliman dalam mendukung ekonomi kreatif. Objek penelitian mencakup berbagai aspek, seperti proses pengembangan usaha, peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan nilai tambah produk, serta kendala yang dihadapi dalam pengembangan UMKM tersebut. Dengan demikian, penelitian ini berfokus pada bagaimana potensi lokal berupa andaliman dapat dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas UMKM andaliman di Desa Borbor untuk memperoleh gambaran nyata mengenai proses produksi dan pemasaran. Wawancara dilakukan kepada pelaku UMKM dan pihak terkait untuk menggali informasi secara mendalam mengenai pengembangan usaha dan kendala yang dihadapi. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa foto, catatan, dan dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.



D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Desa Borbor Kecamatan Borbor, ditemukan bahwa UMKM berbasis andaliman merupakan salah satu bentuk usaha yang memiliki potensi cukup besar dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pelaku UMKM di daerah ini umumnya memanfaatkan andaliman sebagai bahan utama dalam pembuatan produk, seperti bumbu masakan dan sambal tradisional. Kegiatan usaha ini dilakukan secara sederhana dengan memanfaatkan peralatan yang masih terbatas.

Dari hasil observasi, diketahui bahwa proses produksi UMKM andaliman masih dilakukan secara manual, mulai dari pengolahan bahan hingga pengemasan produk. Produk yang dihasilkan umumnya masih dalam bentuk sederhana dan belum memiliki variasi yang beragam. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk masih perlu ditingkatkan agar dapat memberikan nilai tambah yang lebih tinggi.

Hasil wawancara dengan pelaku UMKM menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Penjualan produk masih dilakukan secara langsung kepada konsumen atau melalui pasar tradisional. Hal ini menyebabkan jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan berdampak pada rendahnya volume penjualan.

Selain itu, terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, antara lain keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan tentang pengembangan produk, serta minimnya pelatihan terkait pemasaran dan pengemasan. Kondisi ini menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan UMKM andaliman di Desa Borbor.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa pengembangan UMKM andalan di Desa Borbor belum optimal, terutama dalam hal inovasi produk dan pemasaran. Hal ini sejalan dengan pendapat Suryana (2017) yang menyatakan bahwa inovasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Tanpa adanya inovasi, produk yang dihasilkan akan sulit bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Dari segi ekonomi kreatif, UMKM andalan di Desa Borbor sebenarnya memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan. Namun, pemanfaatan kreativitas dalam pengolahan produk masih belum maksimal. Padahal, dengan menerapkan konsep ekonomi kreatif, pelaku UMKM dapat menciptakan produk yang lebih menarik dan memiliki nilai tambah yang lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) bahwa ekonomi kreatif dapat meningkatkan nilai ekonomi melalui kreativitas dan inovasi.

Selain itu, keterbatasan dalam pemasaran juga menjadi kendala utama dalam pengembangan UMKM. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan teknologi informasi sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar. UMKM yang mampu memanfaatkan media digital cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk berkembang dibandingkan dengan UMKM yang masih menggunakan metode pemasaran tradisional.

Dalam konteks pengembangan usaha, diperlukan strategi yang tepat untuk mengatasi berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Strategi tersebut dapat berupa peningkatan inovasi produk, pelatihan bagi pelaku usaha, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Dengan adanya strategi tersebut, diharapkan UMKM andalan di Desa Borbor dapat berkembang lebih baik dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Lebih lanjut, pengembangan UMKM berbasis potensi lokal seperti andalan juga dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Dengan meningkatnya nilai tambah produk, pendapatan pelaku usaha juga akan meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM berbasis andalan di Desa Borbor Kecamatan Borbor memiliki potensi yang cukup besar

dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Hal ini terlihat dari pemanfaatan andaliman sebagai bahan utama dalam produk usaha yang memiliki nilai ekonomi dan ciri khas daerah.

Namun, pengembangan UMKM tersebut masih belum optimal. Hal ini disebabkan oleh beberapa kendala, seperti kurangnya inovasi produk, keterbatasan dalam pengemasan, serta pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan usaha juga masih sangat terbatas, sehingga jangkauan pasar belum maksimal.

Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi produk, peningkatan kualitas kemasan, serta pemanfaatan teknologi digital menjadi langkah penting dalam meningkatkan nilai tambah produk andaliman. Dengan pengembangan yang tepat, UMKM andaliman berpotensi menjadi usaha yang lebih kompetitif dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Borbor Kecamatan Borbor.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital : Studi Kasus Zydnaa Edukasi Jombang. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2 No 2, 121–138.
- Fauziah. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal UMKM Perbatasan dalam mengurangi Pengangguran Sebatik Tengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (IMEA)*, 7.NO. 3, 1705–1718.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How people make money From Ideas*. Penguin Books.
- Munaf, T. (2015). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Badan Ekonomi Kreatif.
- Santos, D. (2007). *Creative Economy Development*.
- Sari, D. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif. *SOLMA*, 13 No 2, 1007–1011.
- Suryana. (2017). *Ekonomi Kreatif*. Salemba Empat.
- Syifa Fauziah, D. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Pempek Kedai R2 dengan Menggunakan Analisis SWOT. *AZZAHRA: Scientific Journal of Social and Humanities*, 1 No. 3, 159–167.
- Tambunan. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.(2020). *Pengembangan Ekonomi Kreatif*

Indonesia.

Jannah, M. Abriella, dkk. (2025). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM.

PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora, 4(4), 5575-5581.

Tohari, A., dkk. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Pendampingan digital marketing untuk

UMKM Jatirejo. *JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).

Idayu, R., Husni, M., & Suhandi. (2021). Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan

menengah (UMKM) untuk meningkatkan perekonomian masyarakat Desa di Desa

Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen*

STIE Muhammadiyah Palopo, 7(1), 73–85.