

## PENGEMBANGAN UMKM ANDALIMAN DALAM Mendukung EKONOMI KREATIF DI DESA BORBOR

Khairuddin Ependi Tambunan<sup>1</sup>, Jensita Pasaribu<sup>2\*</sup>, Melani Putri D. Siregar<sup>3</sup>, Grace  
Marturia Lumban Gaol<sup>4</sup>, Sri Ratna Hastuti Sitanggang<sup>5</sup>

Universitas Negeri Medan

\*E-mail Correspondence: [Pasaribujensita06@gmail.com](mailto:Pasaribujensita06@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis andaliman dalam mendukung ekonomi kreatif di Desa Borbor Kecamatan Borbor Sumatera Utara. Penelitian ini penting dilakukan karena penelitian sebelumnya masih lebih banyak membahas pengembangan UMKM secara umum, sedangkan kajian yang mengintegrasikan potensi lokal, ekonomi kreatif, dan pengembangan usaha berbasis andaliman masih terbatas. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan melibatkan lima informan yang terdiri atas pelaku UMKM, aparat desa, dan masyarakat setempat. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM berbasis andaliman memiliki potensi besar dalam mendukung ekonomi kreatif karena memiliki nilai ekonomi dan keunikan produk lokal. Namun, pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya inovasi produk, pemasaran yang masih tradisional, keterbatasan pemanfaatan teknologi digital, dan akses transportasi yang kurang memadai. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkuat pemahaman bahwa pengembangan UMKM berbasis potensi lokal melalui pendekatan ekonomi kreatif mampu meningkatkan nilai tambah produk dan kesejahteraan masyarakat desa.

**Kata Kunci:** UMKM, Ekonomi\_Kreatif, Andaliman, Potensi\_Lokal, Pengembangan\_Usaha

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the development of andaliman-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in supporting the creative economy in Borbor Village, Borbor District, North Sumatra. This research is important because previous studies have predominantly focused on MSME development in general, while studies examining the integration of local potential, creative economy, and andaliman-based business development remain limited. This study employed a descriptive qualitative approach involving five informants consisting of MSME actors, village officials, and community members. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The findings indicate that andaliman-based MSMEs possess significant potential to support the local creative economy due to the uniqueness and economic value of andaliman products. However, several challenges remain, including limited product innovation, traditional marketing systems, inadequate digital technology utilization, and limited transportation access. This study contributes to strengthening the understanding that local resource-based MSME development through creative economy approaches can increase product value and improve community welfare in rural areas.*

**Keywords:** MSMEs, Creative Economy, Andaliman, Local Potential, Business Development

### 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 usia produktif 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 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. 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 berbasis andaliman dalam mendukung ekonomi kreatif di Desa Borbor Kecamatan Borbor serta mengidentifikasi berbagai kendala dan strategi pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dan kontribusi praktis bagi masyarakat serta pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM desa.

Penelitian mengenai pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif telah banyak dilakukan sebelumnya. Namun, sebagian besar penelitian masih berfokus pada pengembangan UMKM secara umum, pemasaran digital, maupun strategi peningkatan daya saing produk tanpa mengkaji secara mendalam pengembangan UMKM berbasis potensi lokal khas daerah seperti andaliman. Selain itu, penelitian terdahulu masih cenderung bersifat deskriptif dan belum menyoroti keterkaitan antara potensi lokal, kreativitas masyarakat, dan penguatan ekonomi desa secara terpadu. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya karena berfokus pada pengembangan UMKM berbasis andaliman sebagai produk khas daerah dalam mendukung ekonomi kreatif masyarakat Desa Borbor Kecamatan Borbor.

## **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 UMKM berbasis andaliman di Desa Borbor Kecamatan Borbor. Informan penelitian terdiri atas lima orang, yaitu tiga pelaku UMKM andaliman, satu aparat desa, dan satu masyarakat yang terlibat dalam aktivitas usaha berbasis andaliman. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling dengan pertimbangan bahwa informan memahami kondisi pengembangan UMKM andaliman di Desa Borbor.

Desa Borbor memiliki potensi sumber daya andaliman yang cukup besar sebagai salah satu komoditas unggulan daerah. Berdasarkan data desa, sebagian masyarakat menggantungkan pendapatan dari sektor pertanian dan usaha kecil berbasis hasil pertanian lokal, termasuk andaliman. Namun, pengembangan UMKM andaliman masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan inovasi produk, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta terbatasnya akses pemasaran dan transportasi.

Objek dalam penelitian ini adalah pengembangan UMKM berbasis andaliman dalam mendukung ekonomi kreatif masyarakat Desa Borbor. Fokus penelitian meliputi proses pengembangan usaha, inovasi produk, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta kontribusi UMKM terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa.

### **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.



**Gambar 1. Potensi Andaliman**

## HASIL 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, pengembangan UMKM berbasis andaliman di Desa Borbor menunjukkan bahwa potensi lokal memiliki peluang besar untuk dikembangkan melalui pendekatan ekonomi kreatif. Andaliman tidak hanya berfungsi sebagai rempah tradisional khas Sumatera Utara, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat apabila diolah secara inovatif. Temuan ini menunjukkan bahwa potensi lokal dapat menjadi sumber daya ekonomi kreatif yang mendukung pengembangan usaha masyarakat desa.

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM andaliman masih menghadapi berbagai hambatan. Rendahnya inovasi produk menyebabkan produk yang dihasilkan belum memiliki variasi dan daya saing yang tinggi. Sebagian besar pelaku usaha masih menjual produk dalam bentuk sederhana tanpa pengemasan modern maupun diversifikasi produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam pengembangan produk belum dimanfaatkan secara optimal. Padahal menurut Suryana (2017), inovasi merupakan faktor utama dalam meningkatkan daya saing usaha dan menciptakan nilai tambah produk.

Selain itu, pemasaran produk masih dilakukan secara tradisional melalui penjualan langsung dan pasar lokal. Minimnya pemanfaatan media digital menyebabkan jangkauan pemasaran produk menjadi terbatas. Dalam konteks ekonomi kreatif, penggunaan teknologi digital sangat penting karena dapat memperluas akses pasar serta meningkatkan promosi produk secara lebih efektif. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan digital pelaku UMKM masih perlu ditingkatkan agar mampu beradaptasi dengan perkembangan pasar modern.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa keterbatasan akses transportasi menjadi salah satu faktor penghambat pengembangan usaha. Kondisi geografis desa menyebabkan distribusi produk ke luar daerah menjadi kurang optimal. Akibatnya, produk andaliman belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas secara berkelanjutan. Hal ini memperlihatkan bahwa pengembangan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh dukungan infrastruktur dan aksesibilitas wilayah.

Dalam perspektif ekonomi kreatif, pengembangan UMKM andaliman dapat dilakukan melalui inovasi produk, pengembangan kemasan, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Produk andaliman memiliki peluang untuk dikembangkan menjadi berbagai produk olahan seperti bubuk andaliman, sambal kemasan, maupun bumbu instan yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Dengan inovasi tersebut, UMKM tidak hanya menjual bahan mentah, tetapi juga mampu menciptakan produk bernilai tambah yang lebih kompetitif.

Selain itu, pengembangan UMKM berbasis andaliman juga memiliki kontribusi terhadap peningkatan ekonomi masyarakat desa. Aktivitas usaha berbasis potensi lokal mampu membuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat identitas produk lokal daerah. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi strategi dalam mendorong pembangunan ekonomi desa secara berkelanjutan.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis andaliman memerlukan sinergi antara inovasi produk, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta dukungan pemerintah daerah. Apabila dikelola secara optimal, andaliman dapat berkembang menjadi produk unggulan daerah yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan kesejahteraan masyarakat Desa Borbor.

## **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa UMKM berbasis andaliman di Desa Borbor Kecamatan Borbor memiliki potensi besar dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal. Andaliman sebagai produk khas daerah memiliki nilai ekonomi yang mampu dikembangkan menjadi berbagai produk bernilai tambah melalui inovasi dan kreativitas usaha masyarakat.

Namun demikian, pengembangan UMKM andaliman masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya inovasi produk, keterbatasan pemasaran digital, kurangnya pengemasan modern, serta akses transportasi yang belum memadai. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing produk andaliman masih relatif terbatas dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif memerlukan dukungan inovasi produk, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, dan dukungan pemerintah daerah dalam penguatan infrastruktur

serta pelatihan usaha masyarakat. Dengan pengembangan yang tepat, UMKM andaliman berpotensi menjadi produk unggulan daerah yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat ekonomi kreatif desa secara berkelanjutan.

#### 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 marketng 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.