



Strategi pengembangan UMKM Borditel melalui pemanfaatan komoditas lokal umbi ungu untuk meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat desa Kramat

Borditel's MSME development strategy through the use of local purple tuber commodities to improve the creative economy of the Kramat village community

Moh. Raji*, Holis, Abdul Hofar, Nor Afni Dian Maulidini, Iis Dahlia, Harsono

Universitas Madura, Pamekasan, Indonesia

Abstrak

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM Borditel melalui optimalisasi komoditas lokal umbi ungu (*Ipomoea batatas L.*) sebagai motor penggerak ekonomi kreatif. Selain itu, penelitian ini berupaya memetakan bagaimana inovasi produk dan efisiensi operasional dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi bagi masyarakat di Desa Kramat, Pamekasan.

Desain/metodologi/pendekatan – Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan orientasi studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan lima informan kunci dan observasi partisipatif, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumentasi laporan keuangan tahun 2025. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Ruang lingkup teoritis difokuskan pada manajemen UMKM berbasis kearifan lokal dan teori ekonomi kreatif.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Borditel berhasil mencapai kinerja finansial yang sehat dengan margin laba bersih sebesar 18,4% melalui strategi rantai pasok pendek. Inovasi produk berupa transformasi pasta umbi ungu menjadi varian rasa modern (cokelat, taro, vanila) terbukti mampu memperluas segmen pasar tanpa menghilangkan identitas tradisional. Penggunaan pemasaran digital yang efisien juga ditemukan sebagai kunci utama dalam menekan beban operasional sekaligus meningkatkan visibilitas produk di pasar luas.

Keterbatasan penelitian – Penelitian ini terbatas pada analisis laporan keuangan operasional dalam periode satu tahun dan berfokus pada satu lokus geografis spesifik di Kabupaten Pamekasan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan studi longitudinal untuk melihat keberlanjutan usaha dalam jangka panjang serta membandingkan model serupa pada komoditas lokal yang berbeda di wilayah lain.

Implikasi – Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku UMKM untuk melakukan kemitraan langsung dengan petani guna memutus rantai tengkulak. Secara teoritis, hasil penelitian memperkuat model pengembangan ekonomi inklusif di mana kreativitas mahasiswa dan sumber daya perdesaan dapat bersinergi untuk menciptakan nilai ekonomi baru yang kompetitif.

Kebaruan – Penelitian ini menawarkan model baru integrasi Borditel (jajanan tradisional) dengan teknik *value-added processing* berbasis umbi ungu yang sebelumnya hanya dipandang sebagai komoditas mentah. Kebaruan terletak pada konvergensi antara pelestarian kuliner lokal dan adaptasi rasa modern dalam kerangka pemberdayaan masyarakat desa.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Inovasi Produk, Strategi UMKM, Umbi Ungu, Borditel

Abstract

Purpose – This study aims to analyze the development strategy of Borditel MSMEs by optimizing the local purple sweet potato commodity (*Ipomoea batatas L.*) as a driver of the creative economy.

Furthermore, the study seeks to map how product innovation and operational efficiency can enhance economic value added for the community in Kramat Village, Pamekasan.

Design/methodology/approach – This study employs a descriptive qualitative approach with a case study orientation. Primary data were obtained through in-depth interviews with five key informants and participatory observation, while secondary data were collected through a document analysis of the 2025 financial reports. Data analysis was conducted using the interactive model of Miles and Huberman, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing. The theoretical scope is focused on MSME management grounded in local wisdom and creative economy theory.

Findings – The findings indicate that Borditel MSMEs have achieved sound financial performance, reflected in a net profit margin of 18.4%, through the implementation of a short supply chain strategy. Product innovation, particularly the transformation of purple sweet potato paste into modern flavor variants (chocolate, taro, and vanilla), has proven effective in expanding market segments without compromising the product's traditional identity. Furthermore, the strategic use of digital marketing has been identified as a key factor in reducing operational costs while simultaneously enhancing product visibility in broader markets.

Research limitations – This study is limited to the analysis of operational financial reports within a one-year period and focuses on a single specific geographical locus in Pamekasan Regency. Future research is recommended to adopt a longitudinal design to examine long-term business sustainability and to conduct comparative studies of similar models applied to different local commodities in other regions.

Implications – Practically, this study provides recommendations for MSME actors to establish direct partnerships with farmers in order to eliminate intermediary chains. Theoretically, the findings reinforce the model of inclusive economic development, in which student creativity and rural resources can synergistically generate new and competitive economic value.

Originality – This study proposes a novel model that integrates Borditel (a traditional snack) with value-added processing techniques using purple sweet potato, which has previously been regarded merely as a raw commodity. The novelty lies in the convergence of preserving local culinary heritage and adapting modern flavor profiles within a framework of rural community empowerment.

Keywords: Creative Economy, Product Innovation, MSME Strategy, Purple Sweet Potato, Borditel

Histori Artikel:

Diterima: 11 Februari 2026, Direvisi: 28 Februari 2026, Disetujui: 2 Maret 2026, Dipublikasikan: 6 April 2026.

*Penulis Korespondensi:

ajietarib@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.1089>

PENDAHULUAN

Indonesia dianugerahi kekayaan biodiversitas dan warisan budaya kuliner yang menjadi fondasi utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, khususnya di sektor perdesaan. Makanan tradisional tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan pangan primer, tetapi juga merepresentasikan identitas sosial dan kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun. Dalam konteks pariwisata kuliner global, keunikan sajian lokal menjadi daya tarik signifikan bagi wisatawan untuk memahami dinamika kebudayaan Indonesia (Abror dkk., 2024; Putri dkk., 2023). Fenomena ini menempatkan kuliner tradisional sebagai aset strategis dalam struktur ekonomi nasional yang berbasis pada nilai-nilai komunal dan pemanfaatan sumber daya alam setempat (Fensel dkk., 2001).

Namun, dinamika globalisasi dan masifnya penetrasi industri makanan cepat saji (*fast food*) modern telah menciptakan tantangan serius bagi keberlangsungan jajanan tradisional. Produk lokal sering kali dipersepsikan sebagai komoditas kelas dua karena kurangnya sentuhan inovasi, baik dari segi rasa, kemasan, maupun teknik pemasaran. Rahman (2021) menekankan

bahwa tanpa adanya adaptasi terhadap tren pasar modern, eksistensi kuliner tradisional akan perlahan terpinggirkan dan kehilangan relevansinya di mata generasi muda. Kondisi ini menuntut adanya transformasi fundamental dalam tata kelola Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) agar mampu bersaing di pasar yang kian kompetitif (Dwijayanti, 2023).

Salah satu potensi lokal yang belum teroptimalkan secara maksimal adalah komoditas umbi ungu (*Ipomoea batatas L.*) di Kabupaten Pamekasan, Madura. Meskipun wilayah seperti Desa Potoan Daya dikenal sebagai penghasil umbi ungu berskala besar, pemanfaatannya selama ini masih terbatas pada penjualan dalam bentuk mentah atau olahan sederhana. Rendahnya nilai tambah (*added value*) yang dihasilkan menyebabkan kesejahteraan petani lokal cenderung stagnan. Padahal, umbi ungu memiliki karakteristik nutrisi yang unggul dan potensi organoleptik yang tinggi jika diintegrasikan dengan inovasi produk kuliner modern (Ariani dkk., 2026).

Penelitian terdahulu telah banyak mengeksplorasi strategi pengembangan UMKM secara umum. Misalnya, Sari dan Irawati (2025) menemukan bahwa strategi inovatif pada UMKM kuliner tradisional berperan penting dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui inovasi produk dan proses produksi dalam konteks ekonomi kreatif. Selain itu, penelitian oleh Rizky (2025) menunjukkan bahwa UMKM kuliner tradisional perlu mengadopsi strategi inovasi yang kuat agar tetap relevan di era digital sekaligus mempertahankan akar nilai budaya lokal. Namun, terdapat *research gap* yang nyata terkait model integrasi spesifik antara inovasi produk tradisional berbahan komoditas lokal dengan pemberdayaan ekonomi perdesaan, terutama di wilayah Madura, yang memiliki kekayaan budaya kuliner khas tetapi minim kajian empiris yang fokus pada transformasi produk tradisional ke dalam ranah ekonomi kreatif berbasis komunitas desa. Hingga kini, studi yang mendalami bagaimana transformasi makanan tradisional dari sekadar jajanan pasar menjadi produk ekonomi kreatif yang dapat secara konkret memperkuat ekonomi masyarakat desa masih terbatas. Studi lain yang relevan berfokus pada model pemberdayaan melalui produk tradisional seperti pengembangan model ekonomi kreatif berbasis jamu lokal di Pasuruan, yang menggabungkan inovasi produk, pelestarian budaya, dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan mengusung kebaruan pada aspek diversifikasi produk "Borditel" yang berbasis pada *value-added processing*. Keunikan penelitian ini terletak pada pendekatan strategi pemasaran yang menggabungkan kekuatan sosial-budaya masyarakat dengan pemanfaatan teknologi digital di era milenial. Fokus penelitian tidak hanya tertuju pada keberhasilan komersial produk, tetapi juga pada bagaimana ekosistem usaha ini mampu menggerakkan rantai pasok lokal secara berkelanjutan (Safa dkk., 2024). Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif baru dalam literatur manajemen strategi UMKM berbasis kearifan lokal.

Urgensi penelitian ini didasarkan pada kebutuhan mendesak untuk merumuskan model pengembangan usaha yang aplikatif di tengah tantangan ekonomi global. Inovasi pada produk Borditel menjadi jawaban atas keterbatasan penelitian sebelumnya yang seringkali mengabaikan peran krusial inovasi rasa dalam menarik minat konsumen modern (Antenzio dkk., 2026; Hein dkk., 2026). Jika pengembangan ini tidak dilakukan secara sistematis, maka potensi ekonomi dari komoditas umbi ungu di Pamekasan akan tetap terkungkung dalam pola konvensional, yang pada akhirnya akan menghambat akselerasi ekonomi kreatif di wilayah tersebut (Iskandar dkk., 2025; Tena & Mall, 2025).

Penelitian ini menggunakan perspektif Resource-Based View (RBV) sebagai landasan konseptual yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan dapat dibangun melalui pengelolaan sumber daya yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah tergantikan. Dalam konteks penelitian ini, komoditas umbi ungu diposisikan sebagai *strategic resource* yang memperoleh nilai tambah melalui inovasi produk, efisiensi rantai pasok, dan pemanfaatan pemasaran digital. Dengan demikian, transformasi Borditel tidak hanya dilihat sebagai inovasi

kuliner, tetapi juga sebagai strategi penguatan sumber daya lokal dalam kerangka ekonomi kreatif berbasis desa.

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM Borditel melalui pemanfaatan komoditas lokal umbi ungu sebagai motor penggerak ekonomi kreatif di Desa Kramat. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk memetakan peran inovasi produk, efektivitas rantai pasok lokal, serta dampak sosial-ekonomi yang dihasilkan bagi masyarakat sekitar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi pengembangan ekonomi berbasis potensi daerah yang berdaya saing.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan orientasi studi kasus untuk mengeksplorasi strategi pengembangan UMKM Borditel secara mendalam. Pendekatan kualitatif dipilih karena kemampuannya dalam memberikan pemahaman kontekstual mengenai fenomena manajerial dan sosial-ekonomi di lingkungan perdesaan (Tong dkk., 2025). Penelitian berlokasi di Desa Kramat, Kabupaten Pamekasan, yang dipilih secara sengaja (*purposive*) karena merepresentasikan model integrasi antara inovasi mahasiswa dan komoditas unggulan lokal. Fokus penelitian diarahkan pada analisis proses produksi, efektivitas rantai pasok bahan baku umbi ungu, dan strategi pemasaran yang diimplementasikan untuk meningkatkan nilai tambah produk tradisional.

Pemilihan informan dilakukan secara *purposive* dengan kriteria: (1) memiliki keterlibatan langsung dalam operasional UMKM minimal satu tahun, (2) memahami proses produksi dan distribusi, serta (3) memiliki peran strategis dalam pengambilan keputusan atau penyediaan bahan baku. Kriteria ini digunakan untuk memastikan kedalaman data dan relevansi informasi terhadap fokus penelitian. Kriteria informan tersaji sebagai berikut.

Tabel 1. Profil Informan Penelitian

Kode	Peran	Usia	Lama Keterlibatan	Relevansi
1	Pengelola Utama	32	2 tahun	Pengambil keputusan strategis
2	Staf Produksi	27	1,5 tahun	Pengendali proses produksi
3	Staf Pemasaran	25	1 tahun	Pengelola digital marketing
4	Petani Mitra	45	5 tahun	Pemasok bahan baku utama
5	Petani Mitra	38	3 tahun	Kontrol kualitas umbi

Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan lima informan kunci yang mencakup pengelola usaha dan petani lokal, serta melalui observasi partisipatif terhadap alur produksi Borditel. Wawancara dilakukan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur yang disusun dalam empat klaster utama, yaitu: (1) proses produksi dan inovasi produk, (2) pola kemitraan dan rantai pasok, (3) strategi pemasaran dan digitalisasi, serta (4) persepsi terhadap dampak ekonomi usaha. Format semi-terstruktur dipilih untuk memberikan kerangka pertanyaan yang sistematis sekaligus untuk eksplorasi narasi pengalaman informan secara mendalam. Teknik ini bertujuan untuk menangkap realitas operasional dan kendala lapangan secara empiris (Maziliauske, 2024). Sementara itu, data sekunder dikumpulkan melalui studi dokumentasi yang meliputi laporan keuangan usaha tahun 2025 dan data statistik komoditas umbi ungu dari instansi terkait. Penggunaan data sekunder ini berfungsi sebagai pendukung validitas atas temuan-temuan kualitatif yang diperoleh di lapangan.

Analisis data dilakukan mengikuti model interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles, Huberman, & Saldana, 2014).

Reduksi data dilakukan dengan menyaring informasi yang relevan terkait strategi pemasaran dan pengelolaan sumber daya, sedangkan penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel analisis keuangan untuk mempermudah interpretasi hasil. Untuk menjamin keabsahan data (*trustworthiness*), peneliti menerapkan teknik triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan informasi dari berbagai narasumber serta memverifikasi hasil wawancara dengan observasi langsung dan dokumen laporan keuangan. Prosedur ini memastikan bahwa kesimpulan yang diambil memiliki tingkat akurasi dan kredibilitas yang tinggi sesuai dengan standar publikasi ilmiah bereputasi.

Untuk menjamin kredibilitas data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan pernyataan pengelola usaha (I1), staf produksi (I2), dan petani mitra (I4–I5) terkait efektivitas rantai pasok dan efisiensi biaya bahan baku. Triangulasi teknik dilakukan dengan mencocokkan hasil wawancara, observasi proses produksi, serta dokumen laporan keuangan tahun 2025.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Performa Kinerja Finansial UMKM Borditel

Berdasarkan hasil observasi dan analisis data keuangan UMKM Borditel selama tahun operasional 2025, diperoleh gambaran kinerja finansial sebagaimana disajikan pada **Tabel 1**.

Tabel 2. Profil Kelayakan Finansial UMKM Borditel Tahun 2025

No	Parameter Keuangan	Nilai (Rp)	Persentase (%)
1	Pendapatan Penjualan	4.424.000	100,0
2	Harga Pokok Penjualan (HPP)	3.160.000	71,4
3	Laba Kotor	1.264.000	28,6
4	Total Beban Operasional	450.000	10,2
5	Laba Bersih	814.000	18,4

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Data pada Tabel 2 menunjukkan bahwa UMKM Borditel mampu menghasilkan margin laba bersih sebesar 18,4%, yang tergolong tinggi untuk kategori UMKM kuliner berbasis komoditas lokal. Struktur biaya yang efisien menjadi faktor utama tercapainya tingkat profitabilitas tersebut. Pendapatan sebesar Rp4.424.000 merupakan akumulasi penjualan selama periode uji coba produksi skala terbatas selama enam bulan, bukan pendapatan tahunan penuh. Dengan proyeksi kapasitas produksi stabil selama 12 bulan, potensi pendapatan diperkirakan meningkat dua kali lipat. Dengan struktur biaya yang relatif efisien, margin laba bersih sebesar 18,4% menunjukkan bahwa model usaha berada dalam kategori layak secara finansial pada tahap rintisan.

Data pada Tabel 2 menunjukkan margin laba bersih sebesar 18,4%, yang tergolong tinggi untuk UMKM kuliner tahap rintisan. Namun, temuan lapangan menunjukkan bahwa capaian tersebut tidak semata-mata dipahami sebagai indikator keberhasilan finansial.

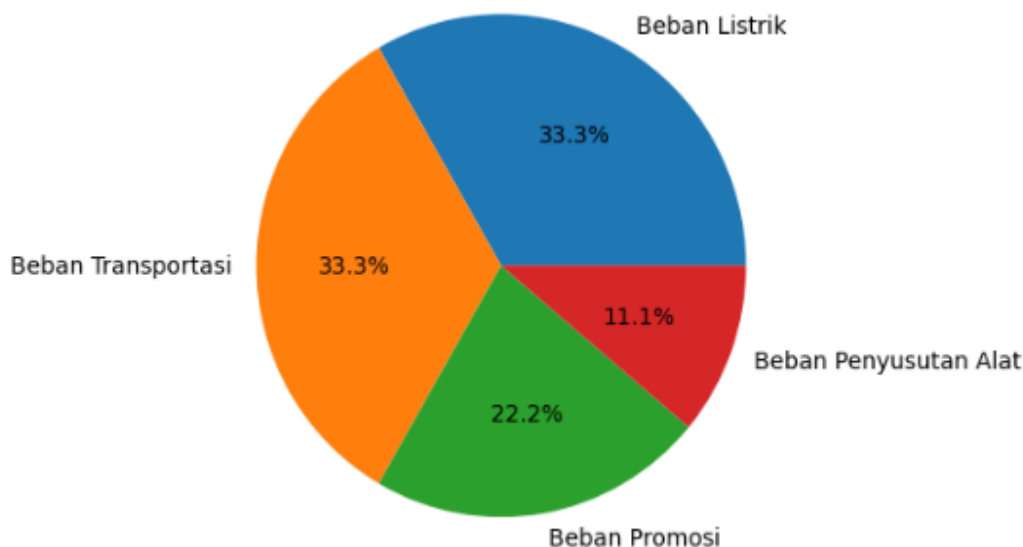
Pengelola utama (1) menyatakan:

“Margin segini sudah cukup bagus untuk usaha baru. Tapi yang paling penting itu biaya bisa dikontrol dan bahan baku stabil.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa stabilitas operasional menjadi pertimbangan utama dalam strategi usaha, bukan hanya pencapaian laba nominal.

Efisiensi Struktur Beban Operasional

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai komposisi pengeluaran, distribusi beban operasional UMKM Borditel divisualisasikan pada Grafik 1.



Grafik 1. Distribusi Persentase Beban Operasional UMKM Borditel (2025)

Grafik 1 memperlihatkan bahwa beban listrik dan transportasi merupakan komponen biaya terbesar, sementara beban promosi relatif rendah dibandingkan dengan komponen lainnya.

Staf produksi (I2) menjelaskan:

“Biaya listrik cukup besar karena proses pengukusan lama. Tapi kalau dikurangi, kualitas bisa turun.”

Kutipan tersebut memperjelas bahwa struktur biaya tidak semata-mata persoalan efisiensi finansial, melainkan berkaitan dengan keputusan menjaga kualitas produksi.

Diferensiasi Produk dan Nilai Tambah

Hasil analisis inovasi produk UMKM Borditel dibandingkan dengan jajanan pasar konvensional disajikan dalam Tabel 2.

Tabel 3. Matriks Inovasi dan Diferensiasi Produk Borditel

Atribut Produk	Kondisi Eksisting (Jajanan Pasar)	Inovasi Borditel	Nilai Tambah
Bahan Baku	Umbi rebus/goreng polos	Pasta umbi ungu Grade A	Peningkatan tekstur dan nilai gizi
Varian Rasa	Single (original)	Cokelat, taro, vanila	Ekspansi segmen pasar
Penyajian	Kertas koran/plastik mika	Food-grade packaging	Peningkatan standar higienis
Daya Tahan	< 12 jam	Plastik vakum (frozen)	Perluasan radius distribusi

Tabel 3 menunjukkan bahwa diferensiasi produk dilakukan secara menyeluruh dan sistematis, sehingga menghasilkan nilai tambah ekonomi dan daya saing produk. Bagian ini mengkaji kinerja keuangan, efisiensi biaya, diferensiasi produk, serta dampaknya terhadap

penguatan ekonomi lokal pada UMKM Borditel berbasis umbi ungu dengan mengaitkan temuan empiris dan kajian terdahulu dalam kerangka ekonomi kreatif.

Tabel 2 menunjukkan bahwa diferensiasi dilakukan secara menyeluruh dan sistematis.

Pengelola (1) menyatakan:

“Kalau hanya original, pembeli terbatas. Setelah ada cokelat dan taro, pesanan meningkat terutama dari mahasiswa.”

Staf pemasaran (3) menambahkan:

“Varian modern lebih mudah dipromosikan di media sosial karena tampilannya menarik.”

Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi produk tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga memperluas segmentasi pasar.

Dinamika Kemitraan dan Dampak Ekonomi Lokal

Kemitraan langsung dengan petani menjadi elemen penting dalam model usaha Borditel. Harga pembelian bahan baku ditetapkan sebesar Rp7.000/kg untuk menjaga stabilitas pasokan.

Petani mitra (4) menyatakan:

“Dulu harga ikut tengkulak, kadang turun drastis. Sekarang lebih pasti karena langsung ke pengelola.”

Triangulasi antara wawancara, observasi transaksi, dan dokumen pembelian menunjukkan konsistensi bahwa sistem kemitraan langsung meningkatkan kepastian harga dan stabilitas pendapatan petani. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi Borditel tidak hanya menciptakan margin laba, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal berbasis komoditas desa.

Berdasarkan Tabel 2, UMKM Borditel menunjukkan kinerja keuangan yang relatif sehat dengan margin laba bersih sebesar 18,4%. Capaian ini mengindikasikan bahwa struktur biaya usaha telah dikelola secara efisien, khususnya pada komponen Harga Pokok Produksi (HPP). Pemanfaatan komoditas lokal berupa umbi ungu sebagai bahan baku utama memungkinkan UMKM untuk menekan biaya produksi sekaligus menjaga kualitas produk. Namun, hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa efisiensi tersebut tidak hanya bersumber dari harga bahan baku yang relatif terjangkau, tetapi juga dari penerapan standar seleksi bahan baku dan kontrol mutu produksi. Proses produksi diawali dengan sortasi umbi ungu Grade A berdasarkan intensitas warna dan tekstur, dilanjutkan dengan pengukusan selama ± 45 menit, penghalusan menjadi pasta, pencampuran varian rasa, pencetakan, serta pengemasan vakum food grade. Prosedur ini menunjukkan adanya standarisasi produksi meskipun dalam skala UMKM.

Selain itu, penerapan rantai pasok pendek melalui kemitraan langsung dengan petani lokal berdampak signifikan terhadap pengurangan biaya distribusi dan ketergantungan pada pihak perantara. Kondisi ini sejalan dengan temuan Aghajari dan Senin yang menyatakan bahwa efisiensi operasional berbasis inovasi strategis merupakan faktor kunci dalam meningkatkan profitabilitas dan keberlanjutan UMKM secara jangka panjang (Zhao & Liao, 2025).

Selain itu, penerapan rantai pasok pendek melalui kemitraan langsung dengan petani lokal berdampak signifikan terhadap pengurangan biaya distribusi dan peningkatan stabilitas pasokan. Pernyataan petani mitra menunjukkan bahwa harga beli Rp7.000/kg tidak hanya berdampak pada efisiensi HPP, tetapi juga menciptakan kepastian pendapatan bagi petani. Dengan demikian, kinerja finansial Borditel tidak dapat dilepaskan dari model kemitraan berbasis kepercayaan dan kedekatan sosial.

Margin laba yang stabil juga mencerminkan kemampuan UMKM Borditel dalam mengelola keseimbangan antara biaya produksi, harga jual, dan daya beli konsumen, sehingga usaha tidak hanya bertahan, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan.

Struktur beban operasional UMKM Borditel yang ditunjukkan pada Gambar 1 memperlihatkan bahwa biaya promosi hanya mengambil porsi relatif kecil dibandingkan dengan komponen biaya lainnya. Meskipun demikian, UMKM tetap mampu menjaga tingkat penjualan yang stabil. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan telah berjalan secara efektif dan efisien.

Pemanfaatan media digital, seperti pemasaran melalui media sosial dan komunikasi berbasis jejaring komunitas, memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang minimal. Hal ini sejalan dengan temuan dari penelitian internasional yang menunjukkan bahwa penerapan strategi pemasaran digital, termasuk media sosial dan teknologi digital lainnya, secara signifikan meningkatkan kinerja pemasaran UMKM dengan memperluas jangkauan pasar dan interaksi dengan pelanggan serta menekan biaya promosi dibandingkan metode pemasaran tradisional (misalnya melalui iklan konvensional) karena kanal digital memungkinkan pengukuran dan penargetan yang lebih efisien (Zhang dkk., 2026). Penelitian ini menguatkan hasil sebelumnya yang menyatakan bahwa digitalisasi pemasaran pada produk kuliner tradisional berperan penting dalam menekan biaya promosi sekaligus meningkatkan visibilitas produk di pasar, sebagaimana digital marketing terbukti meningkatkan *market reach* dan *brand visibility* untuk UMKM di berbagai konteks melalui kampanye media sosial yang efektif, analisis perilaku konsumen, dan keterlibatan komunitas secara langsung (Sedalo dkk., 2022; Shaikh dkk., 2021). Dengan demikian, efisiensi alokasi beban operasional tidak hanya berdampak pada penghematan biaya, tetapi juga meningkatkan fleksibilitas UMKM dalam mengadaptasi strategi pemasaran sesuai dengan dinamika pasar.

Berdasarkan Tabel 3, diferensiasi produk Borditel tidak hanya dilakukan melalui variasi rasa, tetapi juga mencakup peningkatan kualitas bahan baku, inovasi kemasan, serta daya tahan produk. Umbi ungu tetap dipertahankan sebagai *core product* yang merepresentasikan identitas lokal, sementara inovasi rasa dan kemasan berfungsi sebagai *augmented product* yang memberikan nilai tambah.

Strategi ini mencerminkan prinsip ekonomi kreatif yang menekankan pada kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan sumber daya lokal sebagai modal utama pengembangan usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan Ali yang menyatakan bahwa rekayasa kreatif merupakan prasyarat penting dalam menjaga keberlanjutan produk kuliner tradisional di tengah kompetisi pasar modern (Harsanto dkk., 2022; Suriyankietkaew dkk., 2025). Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa inovasi tidak serta-merta menghilangkan identitas lokal, sebagaimana dikhawatirkan oleh Ardiansyah dkk., (2026), tetapi justru memperkuat daya saing produk tradisional melalui adaptasi yang kontekstual dan berbasis kearifan lokal (Harsono, dkk., 2024).

Keberhasilan UMKM Borditel memberikan dampak lanjutan (*multiplier effect*) terhadap penguatan ekonomi lokal. Kemitraan langsung dengan petani umbi ungu di Desa Potoan Daya melalui harga beli Rp7.000/kg menciptakan hubungan ekonomi yang lebih adil dan berkelanjutan. Pola ini secara nyata memutus mata rantai tengkulak yang selama ini merugikan petani kecil. Model kemitraan tersebut sejalan dengan konsep pemberdayaan UMKM, yang menekankan bahwa kolaborasi berbasis potensi lokal merupakan fondasi utama ketahanan ekonomi skala kecil (Bouasria dkk., 2025; Fuentes dkk., 2026). Integrasi antara kreativitas, sumber daya lokal, dan pemanfaatan teknologi digital menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis desa memiliki peluang besar untuk berkembang secara inklusif dan berkelanjutan. Hasil ini juga mendukung pandangan yang menegaskan pentingnya sinergi antara inovasi produk dan manajemen kinerja pelanggan dalam menghadapi ekonomi berbasis pengetahuan (Huang & Zhou, 2025; Loon dkk., 2026; Triguero, 2025; Wicaksono dkk., 2025).

SIMPULAN

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengembangan UMKM Borditel melalui optimalisasi komoditas umbi ungu lokal berhasil menciptakan model bisnis ekonomi kreatif yang berkelanjutan di ekosistem perdesaan. Temuan utama menunjukkan bahwa integrasi antara inovasi produk (*value-added processing*) dan efisiensi operasional berbasis rantai pasok pendek menghasilkan kinerja finansial yang sehat dengan margin laba bersih sebesar 18,4%. Diferensiasi produk yang dilakukan melalui transformasi pasta umbi ungu menjadi varian rasa modern (cokelat, taro, vanila) terbukti efektif sebagai strategi adaptasi kuliner tradisional di pasar milenial tanpa mendegradasi identitas kearifan lokal. Secara sistematis, penelitian ini membuktikan bahwa sinergi antara kreativitas intelektual, pemanfaatan teknologi digital, dan kemitraan strategis dengan petani lokal mampu menciptakan multiplier effect yang signifikan terhadap penguatan ekonomi inklusif di Desa Kramat, Pamekasan.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, pengumpulan data keuangan dan operasional hanya mencakup periode tahun 2025, sehingga fluktuasi kinerja jangka panjang belum dapat dipetakan secara longitudinal. Kedua, lokus penelitian terbatas pada satu unit UMKM di Kabupaten Pamekasan, yang mungkin memiliki karakteristik sosial-ekonomi unik, sehingga generalisasi hasil pada skala nasional atau wilayah dengan komoditas berbeda perlu dilakukan dengan hati-hati. Terakhir, penelitian ini belum mengeksplorasi secara mendalam variabel eksternal seperti regulasi kebijakan pemerintah daerah yang spesifik terhadap perlindungan merek jajanan tradisional.

Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini memberikan implikasi teoretis dan praktis sekaligus membuka agenda riset lanjutan yang lebih terukur. Secara teoretis, temuan ini memperkaya kajian manajemen strategi UMKM berbasis *Resource-Based View* dengan menunjukkan bahwa komoditas lokal seperti umbi ungu dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif apabila dipadukan dengan inovasi produk dan digitalisasi pemasaran; secara praktis, model integrasi hulu-hilir Borditel dapat menjadi rujukan penguatan posisi tawar petani dan pengembangan ekosistem digital desa. Namun demikian, penelitian ini masih terbatas pada satu studi kasus dan periode pengamatan tertentu sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji secara kuantitatif pengaruh intensitas digital marketing terhadap volume penjualan dan loyalitas pelanggan dengan variabel terukur seperti frekuensi unggahan, engagement rate, tingkat konversi, dan retensi pelanggan; melakukan studi komparatif pada komoditas lokal lain (singkong, jagung, talas) dengan membandingkan nilai tambah, struktur biaya, margin laba, dan pola kemitraan; serta melaksanakan penelitian longitudinal selama tiga hingga lima tahun dengan pendekatan mixed-method guna menganalisis stabilitas rantai pasok, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen secara lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, K. T., Zennika, T., Putri, E. P. M., & Yukuri, K. A. (2024). Peran makanan tradisional dalam menguatkan identitas nasional. *Jurnal Budaya Nusantara*, 2(September), 24–35.
- Antenzio, L., Marques, P., & Bikfalvi, A. (2026). Technovation Digital orientation and performance in innovative SMEs: exploring the (curvi) linear effects. *Technovation*, 151(January), 103478. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2026.103478>
- Ardiansyah, M. R., Rahman, M. A., Malika, R. N., & Carolina, B. (2026). Melek Zaman Bergerak Mapan : Perubahan Sosial dan Ekonomi Masyarakat Kampung Adat Cirendeu dalam Proses

- Modernisasi. *Scripta Humanika : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 1(3), 1–10.
- Bouasria, A., Mrabet, R., Jelloul, A., & Chikhaoui, M. (2025). Decolonizing and re-rooting soil science : Towards equitable global collaboration and local empowerment , case of Morocco. *Soil Advances*, 4(September), 100088. <https://doi.org/10.1016/j.soilad.2025.100088>
- Dorothea Wahyu Ariani^{1*}, Yetti Lutiyan Suprpto² , Rina Dwiarti³, S. S. (2026). Pengembangan Produk Wisata Berbasis Pengalaman Berkesan di Kampung Wisata Sawah Durimanis. *Journal Abdimas Maduma*, 5(1), 188–197.
- Fensel, D., Ding, Y., Omelayenko, B., Amsterdam, V. U., Schulten, E., Associates, H. O., Botquin, G., Europe, C., Brown, M., & Flett, A. (2001). *Integration in B2B*.
- Fuentes, C. De, Doloreux, D., & Quilley, S. (2026). Place-based rural development : building capacities , multi-actor collaborations and making sense of the local ‘ place .’ *Journal of Rural Studies*, 122(December 2025), 103976. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103976>
- Harsanto, B., Mulyana, A., Faisal, Y. A., & Shandy, V. M. (2022). Open Innovation for Sustainability in the Social Enterprises : An Empirical Evidence. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 160. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030160>
- Harsono, Amalia, L., Mukminin, A., Raji, M., & Anam, C. (2024). Utilizing Madura ’ s Cultural Heritage to Develop Critical Thinking Skills and Prevent Plagiarism in Scientific Writing. 8(1), 281–290.
- Hein, N., Thomas, M., & Zimmermann, V. (2026). Green , digital , or twin strategic orientation : What drives environmental sustainability and digitalization in German innovative SMEs ? *Journal of Innovation & Knowledge*, 12(July 2025), 100896. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100896>
- Huang, X., & Zhou, Q. (2025). Knowledge management model in the integration of open innovation and circular economy driven by digital intelligence : A comparative multi-case study. *Journal of Innovation & Knowledge*, 10(6), 100839. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2025.100839>
- Iskandar, C. F., Abi, R., Zeineddine, R., Shbaro, M., Doughan, Y., & El, W. (2025). Contribution of agri-food cooperatives in rural development and the safety status of their local food products. *Journal of Agriculture and Food Research*, 22(February), 102017. <https://doi.org/10.1016/j.jafr.2025.102017>
- Isna Masmira Dwijayanti¹, B. P. (2023). Upaya pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di keputran kejambon ii melalui web e-peken surabaya 1,2. *Karya : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 287–294.
- Loon, M., Otaye-ebede, L., Stewart, J., & Ahlstrom, D. (2026). Technovation Business model innovation in traversing developed and emerging economies : An integrated systematic literature review. *Technovation*, 149(August 2024), 103348. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2025.103348>
- Maziliauske, E. (2024). Innovation for sustainability through co-creation by small and medium-sized tourism enterprises (SMEs): Socio-cultural sustainability benefits to rural destinations. *Tourism Management Perspectives*, 50(November 2023), 101201. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101201>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis*. Sage Publications.
- Putri, J. A., R, Y. D., Maryani, T., Yuliamir, H., & Rahayu, E. (2023). Potensi Makanan Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Salatiga. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 207–213.
- Rahman, S. (2021). *Pengembangan industri kuliner berbasis makanan tradisional khas Sulawesi*. Deepublish.
- Rizky, M. C. (2025). Strategies of Micro , Small , and Medium Enterprises in Traditional Culinary Innovation in the 4 . o Era : Strategi Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Inovasi Kuliner

- Tradisional di era 4 . 0. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3), 1–10. <https://doi.org/10.21070/ijins.v26i3.1445>
- Safa, N., Sulaeman, M. M., & Cahyono, P. (2024). Product Development Strategy Based on Local Wisdom to Strengthen the Identity of SMEs during Ramadan. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), 394–401. <https://doi.org/https://doi.org/10.61100/adman.v2i1.158>
- Sedalo, G., Boateng, H., & Paul, J. (2022). Exploring social media affordance in relationship marketing practices in SMEs. *Digital Business*, 2(1), 100017. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100017>
- Shaikh, A. A., Sharma, R., & Karjaluocto, H. (2021). Digital innovation & enterprise in the sharing economy: An action research agenda. *Digital Business*, 1(1), 100002. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100002>
- Suriyankietkaew, S., Krittayaruangroj, K., Thinthan, S., & Lumlongrut, S. (2025). Environmental and Sustainability Indicators Creative tourism as a driver for sustainable development : A model for advancing SDGs through community-based tourism and environmental stewardship. *Environmental and Sustainability Indicators*, 27(May), 100828. <https://doi.org/10.1016/j.indic.2025.100828>
- Tantria Desvi Vinata Sari, S. A. I. (2025). In The Digital Era in Sampang District Strategi Inovatif dan Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM Kuliner pada Era Digital di Kabupaten Sampang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 5030–5036.
- Tena, M., & Mall, F. F. (2025). *Explanatory factors for the purchase of local food in a context of global environmental and economic uncertainty : An application of the stimulus-organism-response model*. 16(December 2024). <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100249>
- Tong, B., Tan, S., & Zhang, J. (2025). Strategies for avoiding land disputes risk : a tripartite evolutionary game based on local governments, enterprises and farmers. *Sustainable Futures*, 10(August 2024), 101008. <https://doi.org/10.1016/j.sftr.2025.101008>
- Triguero, A. (2025). Technological Forecasting & Social Change Leveraging eco-innovation and market knowledge for a circular economy transition : Insights from Spanish manufacturing firms. *Technological Forecasting & Social Change*, 216(April). <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2025.124152>
- Wicaksono, T., Marhadi, M., Fritz, A., & Anatasia, V. (2025). Customer-centric circular economy as-a-service decision-making : Machine learning-driven open innovation in food service. *Cleaner Environmental Systems*, 18(July), 100302. <https://doi.org/10.1016/j.cesys.2025.100302>
- Zhang, H., Millan, E., Money, K., & Guo, P. (2026). The role of neglected and underutilized species (NUS) in sustainable development goals (SDGs): The case of sea buckthorn value chain in rural China. *Future Foods*, 13(December 2025), 100894. <https://doi.org/10.1016/j.fufo.2025.100894>
- Zhao, H., & Liao, W. (2025). The nexus between climate risk and corporate green innovation : the moderating role of supply chain finance. *Finance Research Letters*, 85(PB), 107995. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2025.107995>