

## Strategi Keberlanjutan UMKM Dangke Berbasis Nilai Lokal

**Ambarwati Akib<sup>1</sup>, Magfirah Wahyu Ramadhani<sup>2</sup>, Dwi Utami<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Pendidikan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Negeri Makassar

Email: ambarwati@unm.ac.id, magfirah.wahyu.ramadhani@unm.ac.id,  
dwi.utami@unm.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi keberlanjutan UMKM Dangke Nursi Talaga Biru di Kabupaten Enrekang melalui perspektif pemasaran holistik, kearifan lokal, manajemen persediaan, dan kemandirian keuangan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara pemilik usaha, dan dokumentasi aktivitas produksi, pemasaran, persediaan, serta pengelolaan keuangan. Data dianalisis secara tematik melalui reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha dibangun melalui integrasi promosi langsung dan digital sederhana, hubungan pelanggan berbasis kepercayaan, pelestarian proses produksi tradisional, pengendalian persediaan produk mudah rusak, serta reinvestasi laba untuk memperkuat aset produksi. Penggunaan cetakan batok kelapa, penyimpanan dingin, penambahan garam, dan keputusan mempertahankan distribusi langsung menjadi praktik penting dalam menjaga mutu dan identitas produk. Temuan ini menegaskan bahwa keberlanjutan UMKM pangan tradisional tidak hanya bergantung pada peningkatan penjualan, tetapi juga pada kemampuan memadukan nilai budaya, respons pasar, efisiensi operasional, dan disiplin keuangan secara terpadu.

**Kata kunci:** *Dangke, Kearifan Lokal, Kemandirian Keuangan, Pemasaran Holistik, UMKM*

### Abstract

*This study aims to analyze the sustainability strategy of Dangke Nursi Talaga Biru MSME in Enrekang Regency through the perspectives of holistic marketing, local wisdom, inventory management, and financial independence. This research employed a qualitative case study approach. Data were collected through observation, owner interviews, and documentation of production, marketing, inventory, and financial management activities. The data were analyzed thematically through data reduction, data display, conclusion drawing, and technique triangulation. The findings show that business sustainability is constructed through the integration of direct and simple digital promotion, trust-based customer relationships, preservation of traditional production processes, control of perishable inventory, and profit reinvestment to strengthen productive assets. The use of coconut-shell*

*molds, cold storage, salt application, and direct distribution are important practices for maintaining product quality and identity. These findings indicate that the sustainability of traditional food MSMEs depends not only on sales growth but also on the ability to integrate cultural values, market responsiveness, operational efficiency, and financial discipline.*

**Keywords:** *Dangke, Financial Independence, Holistic Marketing, Local Wisdom, Msmes*

## **Pendahuluan**

UMKM memiliki posisi strategis dalam struktur ekonomi Indonesia karena berperan dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, penguatan usaha keluarga, dan pengembangan ekonomi berbasis potensi daerah. Dalam konteks pembangunan ekonomi lokal, UMKM tidak hanya dipahami sebagai unit produksi berskala kecil, tetapi juga sebagai ruang tempat keterampilan, pengetahuan turun-temurun, dan identitas budaya masyarakat dipertahankan. Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan (2024) menyebutkan bahwa UMKM berkontribusi sekitar 61,07% terhadap produk domestik bruto dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Data tersebut memperlihatkan bahwa penguatan UMKM, terutama yang bergerak pada sektor pangan lokal, merupakan agenda penting karena memiliki dampak ekonomi sekaligus sosial budaya.

Salah satu produk pangan tradisional yang memiliki nilai ekonomi dan budaya adalah dangke, yaitu makanan khas Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Dangke dikenal sebagai produk olahan susu sapi atau kerbau yang dipanaskan dan digumpalkan menggunakan getah pepaya atau sumber enzim papain, kemudian dicetak secara tradisional. Kajian terdahulu menjelaskan bahwa dangke tidak hanya menjadi bahan pangan, tetapi juga merepresentasikan identitas kuliner masyarakat Enrekang (Mustamin et al., 2022; Rahman et al., 2023; Setiarto et al., 2025). Dengan demikian, dangke memiliki posisi ganda, yaitu sebagai komoditas ekonomi dan sebagai warisan budaya yang perlu dijaga agar tidak terputus oleh perubahan pasar.

Sebagai produk berbahan dasar susu segar, usaha dangke menghadapi karakteristik operasional yang berbeda dari banyak produk makanan kering. Susu segar mudah rusak, pasokannya bergantung pada ternak perah, dan produk akhir memiliki umur simpan yang relatif pendek. Kondisi ini menuntut pelaku usaha

untuk mengelola produksi, penyimpanan, dan distribusi secara cermat. Dalam konteks produk perishable, pengendalian persediaan berperan penting untuk mencegah kerusakan, mengurangi biaya, dan menjaga kontinuitas pelayanan kepada pelanggan (Alam & Farmaciawaty, 2020; Syahmer et al., 2024; Tanuwijaya et al., 2025). Oleh karena itu, strategi keberlanjutan UMKM dangke tidak cukup hanya dianalisis dari aspek penjualan, tetapi perlu dilihat sebagai rangkaian keputusan manajerial yang saling terhubung.

Dangke Nursi Talaga Biru merupakan salah satu UMKM pangan tradisional di Kabupaten Enrekang yang mempertahankan produksi dangke secara mandiri. Usaha ini menarik dikaji karena memadukan beberapa praktik penting, yaitu penggunaan bantuan modal untuk membeli sapi sebagai aset produktif, pemanfaatan promosi dari mulut ke mulut dan media digital sederhana, pemeliharaan hubungan langsung dengan pelanggan, serta pelestarian proses produksi tradisional melalui penggunaan cetakan batok kelapa. Pemilik pernah mencoba mengganti cetakan batok kelapa dengan aluminium, tetapi kembali menggunakan batok kelapa setelah pelanggan menilai adanya perubahan rasa. Keputusan tersebut memperlihatkan bahwa proses tradisional tidak hanya dimaknai sebagai simbol budaya, tetapi juga sebagai bagian dari kualitas yang dirasakan konsumen.

Fenomena tersebut relevan dianalisis melalui perspektif pemasaran holistik. Pemasaran holistik menempatkan aktivitas pemasaran sebagai sistem yang terintegrasi, meliputi penciptaan nilai, hubungan pelanggan, komunikasi pemasaran, dan tanggung jawab terhadap berbagai pemangku kepentingan (Kotler et al., 2022). Dalam UMKM pangan tradisional, pemasaran tidak dapat dipisahkan dari konsistensi rasa, cerita budaya produk, kepercayaan pelanggan, kebersihan produksi, kemasan, dan kemampuan usaha menyesuaikan diri dengan perubahan

perilaku konsumen. Digital marketing juga memberikan peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meskipun implementasinya sering menghadapi keterbatasan literasi digital, sumber daya manusia, dan konsistensi pengelolaan konten (Asrah et al., 2024; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Aspek kearifan lokal menjadi pembeda utama dalam keberlanjutan UMKM pangan tradisional. Kearifan lokal berfungsi sebagai sumber identitas, nilai keaslian, dan diferensiasi produk. Dalam konteks dangke, kearifan lokal tampak melalui penggunaan bahan baku setempat, cara produksi tradisional, cetakan batok kelapa, serta kebiasaan penyajian yang melekat pada masyarakat Enrekang. Penelitian tentang penguatan branding dangke menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi sebagai produk unggulan daerah, tetapi masih menghadapi tantangan berupa umur simpan pendek, kemasan sederhana, dan jangkauan pemasaran yang belum optimal (Abadi et al., 2025). Oleh sebab itu, pelestarian nilai lokal perlu berjalan seiring dengan penguatan manajemen usaha.

Kemandirian keuangan juga menjadi elemen penting dalam keberlanjutan UMKM. Banyak pelaku UMKM menghadapi keterbatasan pencatatan keuangan, akses pembiayaan, dan pemisahan antara keuangan usaha dan rumah tangga. Namun, usaha kecil dapat memiliki ketahanan apabila pemilik mampu menggunakan modal secara produktif, menahan sebagian laba untuk reinvestasi, dan menjaga kontrol atas keputusan bisnis. Widayanti et al. (2017) menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan dalam mendukung keberlangsungan usaha UMKM. Dalam kasus Dangke Nursi Talaga Biru, modal awal yang digunakan untuk membeli sapi dan keuntungan yang dialokasikan kembali untuk menambah aset produksi merupakan praktik kemandirian keuangan yang penting untuk dianalisis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab pertanyaan utama: bagaimana strategi keberlanjutan UMKM Dangke Nursi Talaga Biru dibangun melalui pemasaran holistik, kearifan lokal, manajemen persediaan, dan kemandirian keuangan? Tujuan penelitian ini adalah menganalisis praktik pemasaran, hubungan pelanggan, pengelolaan kualitas dan persediaan, serta strategi keuangan yang menopang keberlanjutan usaha. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperkaya kajian manajemen UMKM pangan tradisional. Secara

praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan lembaga pendamping usaha dalam merancang strategi pengembangan pangan lokal yang tetap berakar pada nilai budaya.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berupaya memahami praktik keberlanjutan usaha secara mendalam dalam konteks sosial, budaya, dan ekonomi yang spesifik. Studi kasus sesuai digunakan ketika peneliti ingin mengkaji fenomena aktual secara terperinci melalui berbagai sumber data dan ketika batas antara fenomena dengan konteks tidak sepenuhnya dapat dipisahkan (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018). Dalam penelitian ini, kasus yang dikaji adalah UMKM Dangke Nursi Talaga Biru di Kabupaten Enrekang.

Lokasi penelitian berada di Dangke Nursi Talaga Biru, Jl. Pahlawan No. 57 A, Juppandang, Kecamatan Enrekang, Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. Lokasi ini dipilih secara purposif karena usaha masih aktif memproduksi dangke, mempertahankan teknik produksi tradisional, dan memiliki pengalaman dalam mengelola produksi, pemasaran, persediaan, serta keuangan secara mandiri. Subjek utama penelitian adalah pemilik usaha. Informasi pendukung diperoleh dari pengamatan langsung terhadap aktivitas produksi, penyimpanan, pelayanan pelanggan, dan dokumentasi kegiatan usaha.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk melihat proses pengolahan susu menjadi dangke, penggunaan peralatan produksi, penyimpanan produk, dan pola pelayanan pelanggan. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi tentang sejarah usaha, sumber modal, keputusan pemasaran, hubungan pelanggan,

respons terhadap umpan balik konsumen, pengelolaan bahan baku, dan strategi reinvestasi. Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data lapangan, termasuk foto proses produksi, informasi biaya produksi, catatan sederhana usaha, serta bukti promosi melalui media digital.

Analisis data dilakukan secara tematik dengan mengacu pada tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan sebagaimana dikembangkan oleh Miles et al. (2014). Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu pemasaran holistik, kearifan lokal, manajemen persediaan, dan kemandirian keuangan. Penyajian data dilakukan melalui uraian naratif, tabel temuan, dan model sintesis. Kesimpulan ditarik secara induktif dengan membandingkan temuan lapangan dan konsep yang relevan. Keabsahan data diperkuat melalui triangulasi teknik, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta melakukan pengecekan konsistensi antar informasi.

Tabel 1. Fokus Analisis dan Sumber Data

| <b>Fokus analisis</b> | <b>Indikator yang diamati</b>  | <b>Sumber data</b>                         |
|-----------------------|--|--|
| Pemasaran holistik    | Saluran promosi, distribusi, komunikasi pelanggan, integrasi promosi tradisional dan digital | Observasi, wawancara, dokumentasi promosi  |
| Kearifan lokal        | Cetakan batok kelapa, proses tradisional, nilai keaslian, respons pelanggan                  | Observasi proses produksi dan wawancara    |
| Manajemen persediaan  | Ketersediaan susu, penyimpanan dingin, penambahan garam, pengendalian kualitas               | Observasi, wawancara, dokumentasi produksi |
| Kemandirian keuangan  | Sumber modal, reinvestasi laba, penyesuaian harga, keputusan distribusi langsung             | Wawancara dan dokumentasi usaha            |

Sumber: Diolah dari desain penelitian, 2025.

## Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberlanjutan Dangke Nursi Talaga Biru tidak dibangun melalui satu strategi tunggal, tetapi melalui kombinasi keputusan yang saling mendukung. Keputusan pemasaran berkaitan dengan hubungan pelanggan dan identitas produk. Keputusan produksi berkaitan dengan kearifan lokal, rasa, dan pengendalian mutu. Keputusan persediaan berkaitan dengan karakter produk yang mudah rusak. Keputusan keuangan berkaitan dengan penggunaan modal secara produktif dan reinvestasi laba. Keterhubungan keempat aspek tersebut membentuk pola keberlanjutan yang khas bagi UMKM pangan tradisional.

## Gambaran Kasus UMKM Dangke Nursi Talaga Biru

Dangke Nursi Talaga Biru merupakan usaha pangan tradisional yang memproduksi dangke sebagai produk utama. Aktivitas usaha bertumpu pada ketersediaan susu segar dan kemampuan pemilik menjaga konsistensi rasa. Produk dijual secara langsung kepada pelanggan yang datang ke lokasi, pelanggan tetap, dan konsumen yang mengetahui usaha melalui rekomendasi atau pencarian digital. Dalam praktik harian, pemilik tidak hanya berperan sebagai produsen, tetapi juga sebagai pengelola pemasaran, penjaga mutu, pengambil keputusan keuangan, dan penghubung dengan pelanggan.

Keberlanjutan usaha tampak dari cara pemilik mengelola aset produktif. Bantuan modal yang diperoleh tidak digunakan untuk konsumsi jangka pendek, tetapi diarahkan untuk membeli sapi sebagai sumber bahan baku. Pilihan ini penting karena bahan baku susu menjadi faktor inti dalam produksi dangke. Ketika laba diperoleh, sebagian keuntungan dialokasikan kembali untuk menambah sapi

atau memperkuat kapasitas usaha. Dengan demikian, usaha tidak hanya bertahan melalui penjualan harian, tetapi membangun dasar produksi yang lebih mandiri.

Karakter usaha juga memperlihatkan orientasi pada kontrol mutu. Pemilik belum menggunakan reseller secara luas karena khawatir kualitas produk sulit dikendalikan setelah keluar dari pengawasan langsung. Keputusan ini membatasi jangkauan distribusi, tetapi memperkuat kendali atas rasa, kesegaran, harga, dan hubungan pelanggan. Pada usaha pangan mudah rusak, kontrol seperti ini menjadi penting karena perluasan pasar yang terlalu cepat dapat menimbulkan risiko kerusakan produk, ketidakkonsistenan pelayanan, dan penurunan kepercayaan pelanggan.

### **Pemasaran Holistik: Integrasi Promosi, Hubungan Pelanggan, dan Nilai Produk**

Pemasaran Dangke Nursi Talaga Biru dibangun melalui kombinasi promosi langsung, promosi digital sederhana, dan hubungan personal dengan pelanggan. Promosi dari mulut ke mulut menjadi saluran utama karena produk pangan tradisional sangat bergantung pada pengalaman konsumsi, reputasi rasa, dan kepercayaan. Pelanggan yang puas menjadi agen promosi informal bagi usaha. Dalam konteks UMKM, mekanisme ini sering kali lebih kuat dibanding iklan formal karena rekomendasi berasal dari pengalaman nyata dan hubungan sosial yang dekat.

Pemilik juga memanfaatkan Facebook dan Google Maps untuk memperluas keterjangkauan informasi. Facebook digunakan untuk memperkenalkan produk dan aktivitas usaha, sedangkan Google Maps membantu calon pelanggan menemukan lokasi produksi atau tempat penjualan. Strategi ini belum sepenuhnya berbasis analitik digital, tetapi sudah menunjukkan proses adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa digital marketing dapat memperluas jangkauan pasar UMKM, meningkatkan visibilitas, dan memperkuat daya saing, meskipun pelaksanaannya perlu didukung literasi digital yang memadai (Asrah et al., 2024; Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Selain media digital, usaha juga memanfaatkan pameran lokal dan brosur. Keikutsertaan dalam pameran memberikan kesempatan bagi produk dangke untuk dikenalkan kepada konsumen baru, lembaga pendamping, dan komunitas lokal. Pameran tidak hanya berfungsi sebagai tempat penjualan, tetapi juga sebagai ruang membangun citra bahwa dangke merupakan produk khas daerah yang layak dikembangkan. Dalam perspektif pemasaran holistik, seluruh titik kontak tersebut, promosi langsung, media sosial, lokasi digital, dan pameran, membentuk pengalaman pelanggan yang saling melengkapi (Kotler et al., 2022).

Namun, strategi pemasaran yang ada masih memiliki beberapa keterbatasan. Konten digital belum dikelola secara konsisten, identitas visual merek belum sepenuhnya terstandardisasi, katalog produk belum tertata, dan informasi tentang daya tahan produk belum dikomunikasikan secara rinci. Kondisi ini menunjukkan bahwa usaha memiliki fondasi pemasaran sosial yang kuat, tetapi memerlukan penguatan pada aspek branding, kemasan, dokumentasi produk, dan kalender konten digital. Penguatan tersebut perlu dilakukan tanpa menghilangkan narasi keaslian, karena justru nilai lokal menjadi sumber utama diferensiasi produk.

### **Kearifan Lokal sebagai Diferensiasi dan Pengendali Mutu**

Kearifan lokal merupakan elemen penting dalam keberlanjutan Dangke Nursi Talaga Biru. Temuan paling menonjol adalah keputusan pemilik mempertahankan penggunaan cetakan batok kelapa. Pemilik pernah mencoba cetakan aluminium, tetapi pelanggan merasakan adanya perubahan pada cita rasa produk. Masukan tersebut membuat pemilik kembali menggunakan batok kelapa. Keputusan ini memperlihatkan bahwa kearifan lokal bukan sekadar simbol tradisi, melainkan bagian dari kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen.

Dalam produksi dangke, proses tradisional memiliki nilai fungsional dan simbolik. Nilai fungsional tampak pada kontribusinya terhadap rasa, tekstur, dan persepsi keaslian. Nilai simbolik tampak pada keterkaitannya dengan identitas Enrekang. Kajian tentang dangke menegaskan bahwa makanan ini memiliki akar historis dan nilai budaya bagi masyarakat setempat (Mustamin et al., 2022; Rahman et al., 2023). Setiarto et al. (2025) juga menjelaskan bahwa dangke merupakan keju tradisional dari Enrekang yang memiliki aspek produksi, mikrobiologi, gizi, keamanan, dan umur simpan yang perlu dikembangkan secara lebih komprehensif.

Kearifan lokal juga menjadi sumber diferensiasi pasar. Konsumen tidak hanya membeli produk pangan, tetapi juga pengalaman, cerita, dan keaslian. Suharni et al. (2025) menunjukkan bahwa preferensi konsumen dangke berkaitan dengan atribut aroma, rasa, tekstur, harga, dan kemasan. Artinya, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan produk, tetapi juga oleh kemampuan menjaga atribut mutu yang dianggap penting oleh konsumen. Dalam kasus Dangke Nursi Talaga Biru, penggunaan batok kelapa menjadi bukti bahwa keputusan produksi perlu mempertimbangkan respons pasar sekaligus nilai tradisi.

Tantangan utama pada aspek kearifan lokal adalah bagaimana melakukan inovasi tanpa merusak keaslian. Inovasi kemasan, peningkatan higienitas, label informasi, dan promosi digital tetap diperlukan. Namun, inovasi tersebut harus ditempatkan sebagai penguat, bukan pengganti identitas lokal. Dengan kata lain, modernisasi yang tepat bagi UMKM dangke adalah modernisasi pada sistem pendukung usaha, seperti pencatatan, kemasan, sanitasi, dan komunikasi merek, sedangkan unsur inti yang membentuk rasa dan identitas produk tetap dipertahankan.

### **Manajemen Persediaan Produk Mudah Rusak**

Dangke termasuk produk pangan mudah rusak karena berbahan dasar susu segar. Ketersediaan bahan baku, proses produksi, dan penyimpanan menjadi faktor penting bagi kesinambungan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi sangat bergantung pada pasokan susu. Ketika permintaan meningkat,

produksi tidak selalu dapat langsung dinaikkan apabila bahan baku terbatas. Sebaliknya, produksi berlebih dapat menimbulkan risiko kerugian karena produk memiliki umur simpan terbatas.

Pemilik menerapkan pengelolaan persediaan sederhana dengan menyimpan dangke dalam lemari pendingin dan menambahkan garam untuk memperpanjang masa simpan. Praktik ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap karakter produk. Pada usaha pangan mudah rusak, pengendalian persediaan perlu menghindari dua risiko utama, yaitu stockout ketika permintaan tidak terpenuhi dan waste ketika produk tersisa lalu menurun kualitasnya. Penelitian tentang persediaan produk perishable menunjukkan bahwa pengelolaan stok yang baik dapat menekan pemborosan, mengurangi biaya, dan memperkuat kelancaran produksi (Alam & Farmaciawaty, 2020; Nomleni et al., 2025; Tanuwijaya et al., 2025).

Pada tahap saat ini, pengelolaan persediaan Dangke Nursi Talaga Biru masih bersifat praktis dan berbasis pengalaman. Model ini cukup efektif untuk skala produksi terbatas, tetapi akan menghadapi kendala apabila permintaan meningkat atau saluran distribusi diperluas. Oleh karena itu, pencatatan stok harian perlu mulai diterapkan. Pencatatan dapat mencakup jumlah susu yang masuk, jumlah dangke yang diproduksi, jumlah terjual, sisa stok, umur simpan, keluhan pelanggan, dan produk yang tidak terjual. Pencatatan sederhana tersebut dapat membantu pemilik mengenali pola permintaan dan menentukan jumlah produksi yang lebih tepat.

Selain pencatatan, penguatan rantai pasok susu lokal perlu diperhatikan. Hubungan jangka panjang dengan pemasok atau pengelolaan sapi sendiri menjadi strategi penting agar produksi tidak terlalu bergantung pada pasokan pasar. Dalam usaha berbasis susu, kontinuitas bahan baku menentukan kemampuan memenuhi

permintaan dan menjaga kepercayaan pelanggan. Karena itu, manajemen persediaan pada UMKM dangke sebaiknya dipahami secara luas, bukan hanya penyimpanan produk jadi, tetapi juga perencanaan bahan baku, pengendalian kualitas, dan koordinasi pasokan.

### **Kemandirian Keuangan dan Reinvestasi Laba**

Struktur keuangan Dangke Nursi Talaga Biru menunjukkan pola pengelolaan yang sederhana, tetapi memiliki arah strategis. Modal awal yang berasal dari bantuan pemerintah digunakan untuk membeli sapi sebagai aset produktif. Keputusan ini menunjukkan orientasi investasi, bukan konsumsi. Sapi berfungsi sebagai sumber bahan baku, sehingga modal awal langsung berhubungan dengan kapasitas produksi. Dalam konteks UMKM pangan lokal, keputusan semacam ini penting karena aset produktif dapat memperkuat kemandirian usaha dan mengurangi ketergantungan pada pembelian bahan baku eksternal.

Keuntungan usaha juga dialokasikan kembali untuk membeli sapi baru atau memperkuat kegiatan usaha. Reinvestasi laba merupakan praktik penting dalam menjaga keberlanjutan karena memperbesar kapasitas produksi secara bertahap tanpa menambah beban utang. Fahmi (2015) menjelaskan bahwa struktur keuangan berkaitan dengan komposisi sumber dana yang digunakan untuk membiayai aktivitas usaha. Pada UMKM, laba ditahan dan modal internal sering menjadi sumber pembiayaan utama karena akses terhadap pembiayaan formal masih terbatas atau belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Kemandirian keuangan juga terlihat dari keputusan menjaga distribusi langsung. Pemilik tidak tergesa-gesa melibatkan reseller karena mempertimbangkan kontrol mutu dan hubungan pelanggan. Keputusan ini memiliki dua sisi. Di satu sisi, distribusi langsung memperkuat kontrol kualitas, harga, dan pengalaman pelanggan. Di sisi lain, jangkauan pasar menjadi lebih terbatas. Dengan demikian, pilihan distribusi merupakan bagian dari strategi keuangan dan strategi mutu secara bersamaan. Usaha memilih pertumbuhan yang terkendali dibanding pertumbuhan cepat yang berpotensi menurunkan kualitas.

Estimasi biaya dan pendapatan bulanan menunjukkan bahwa usaha memiliki ruang laba untuk mempertahankan operasi dan melakukan reinvestasi. Namun, data tersebut masih perlu diperkuat dengan pencatatan yang lebih sistematis. Pencatatan keuangan dapat membantu pemilik membedakan biaya bahan baku, tenaga kerja, pakan ternak, overhead, transportasi, kemasan, dan laba bersih. Literasi keuangan berperan penting dalam keberlanjutan UMKM karena memengaruhi kemampuan pelaku usaha mengambil keputusan, mengelola modal, dan mengantisipasi perubahan biaya (Widayanti et al., 2017).

Tabel 2. Ringkasan Estimasi Biaya Produksi dan Pendapatan Bulanan

| <b>Komponen</b>      | <b>Nilai</b> | <b>Keterangan</b>                            |
|----------------------|--------------|--|
| Biaya bahan baku     | Rp3.900.000  | Susu segar untuk sekitar 390 unit per bulan  |
| Biaya tenaga kerja   | Rp1.500.000  | Estimasi upah produksi bulanan               |
| Biaya overhead       | Rp100.000    | Gas, listrik, bahan tambahan, dan kebersihan |
| Biaya variabel/pakan | Rp3.750.000  | Estimasi kebutuhan pakan ternak              |
| Total biaya produksi | Rp9.250.000  | Akumulasi biaya bulanan                      |
| Pendapatan           | Rp13.650.000 | 390 unit x Rp35.000                          |
| Estimasi laba bersih | Rp4.400.000  | Pendapatan dikurangi total biaya produksi    |

Sumber: Diolah dari data lapangan penelitian, 2025.

### **Sintesis Model Strategi Keberlanjutan**

Berdasarkan temuan penelitian, strategi keberlanjutan Dangke Nursi Talaga Biru dapat dirumuskan sebagai integrasi antara nilai lokal, produksi terkendali, kepercayaan pelanggan, dan reinvestasi usaha. Nilai lokal memberikan identitas dan diferensiasi. Produksi terkendali menjaga rasa, mutu, dan ketersediaan produk. Kepercayaan pelanggan mempertahankan permintaan dan menjadi sumber promosi organik. Reinvestasi usaha memperkuat aset produktif dan kapasitas produksi. Keempat unsur ini tidak berdiri sendiri, tetapi membentuk siklus yang saling memperkuat.

Pemasaran yang baik tidak akan bertahan apabila kualitas produk tidak konsisten. Kualitas sulit dijaga apabila bahan baku, proses produksi, dan persediaan tidak dikelola. Reinvestasi laba tidak efektif apabila tidak diarahkan pada aset yang memperkuat produksi. Sebaliknya, nilai lokal akan kehilangan dampak ekonomi apabila tidak dikomunikasikan kepada pasar. Oleh karena itu, keberlanjutan UMKM pangan tradisional perlu dipahami sebagai kemampuan mengorkestrasi keputusan budaya, operasional, pemasaran, dan keuangan dalam satu kerangka manajemen.

Model yang dihasilkan dari kasus ini dapat disebut sebagai model nilai lokal, produksi terkendali, kepercayaan pelanggan, dan reinvestasi usaha. Model ini relevan bagi UMKM pangan tradisional lain yang menghadapi tantangan serupa, yaitu keterbatasan modal, umur simpan pendek, promosi digital terbatas, dan kebutuhan mempertahankan autentisitas produk. Model ini juga menunjukkan bahwa modernisasi UMKM tidak selalu berarti mengganti praktik tradisional, tetapi dapat dilakukan dengan memperkuat sistem pendukung agar nilai tradisional dapat bertahan dalam pasar yang berubah.



Gambar 1. Model Strategi Keberlanjutan UMKM Dangke

Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2025.

Tabel 3. Sintesis Temuan Penelitian

| Dimensi              | Praktik pada UMKM  | Makna strategis   | Implikasi keberlanjutan                          |
|----------------------|--|---|--|
| Pemasaran holistik   | Mulut ke mulut, Facebook, Google Maps, pameran lokal                   | Menggabungkan promosi tradisional dan digital sederhana | Meningkatkan visibilitas dan kedekatan pelanggan |
| Kearifan lokal       | Cetakan batok kelapa dan proses tradisional                            | Pembeda produk dan sumber keaslian rasa                 | Memperkuat identitas dan loyalitas konsumen      |
| Manajemen persediaan | Penyimpanan dingin, garam, penyesuaian produksi                        | Mengurangi risiko kerusakan produk                      | Menjaga kualitas dan ketersediaan produk         |
| Kemandirian keuangan | Banpres untuk membeli sapi, laba direinvestasikan, distribusi langsung | Memperkuat modal internal dan kontrol mutu              | Menopang keberlanjutan usaha secara mandiri      |

Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2025.

### Implikasi Teoretis, Praktis, dan Keterbatasan

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa keberlanjutan UMKM pangan tradisional perlu dibaca sebagai konstruksi multidimensi. Keberlanjutan tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menjual produk, tetapi juga oleh kemampuan mengelola sumber daya lokal,

mempertahankan atribut budaya, menyesuaikan komunikasi pemasaran, mengendalikan persediaan, dan membangun struktur keuangan internal. Temuan ini memperluas penggunaan konsep pemasaran holistik dalam konteks usaha mikro yang masih mengandalkan relasi sosial dan proses produksi tradisional.

Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM dangke dapat memulai penguatan usaha dari langkah sederhana yang realistis. Langkah tersebut meliputi penyusunan identitas merek yang konsisten, pemotretan produk yang lebih rapi, pengelolaan WhatsApp Business, pencatatan produksi harian, pencatatan biaya dan laba, serta dokumentasi testimoni pelanggan. Penguatan tersebut tidak harus mengubah inti produksi tradisional. Justru sistem pendukung yang lebih tertata akan membantu pemilik menjaga keaslian produk sambil memperluas kepercayaan pasar.

Implikasi bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping adalah perlunya desain pendampingan yang tidak hanya berfokus pada pelatihan promosi, tetapi juga pada ekosistem produksi. Pendampingan UMKM dangke perlu mencakup standar higienitas, kemasan yang aman untuk produk mudah rusak, pelabelan informasi produk, akses peralatan penyimpanan dingin, sertifikasi usaha, serta penguatan pasokan susu lokal. Apabila pendampingan hanya menekankan promosi tanpa memperbaiki daya simpan dan kapasitas produksi, perluasan pasar dapat menimbulkan risiko ketidaksiapan operasional.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan desain studi kasus tunggal. Temuan yang diperoleh memberikan pemahaman mendalam tentang Dangke Nursi Talaga Biru, tetapi belum dapat digeneralisasi untuk seluruh UMKM dangke di Enrekang. Data keuangan yang digunakan juga masih berupa estimasi berdasarkan informasi lapangan, sehingga belum menggantikan laporan keuangan yang tersusun secara akuntansi. Selain itu, penelitian ini belum memasukkan survei konsumen secara luas untuk mengukur tingkat kepuasan, preferensi kemasan, dan kesiapan membayar.

Penelitian selanjutnya dapat memperluas unit analisis dengan membandingkan beberapa UMKM dangke pada kecamatan yang berbeda, menggunakan pendekatan campuran, atau menguji model hubungan antara

kearifan lokal, kualitas produk, pemasaran digital, kepuasan pelanggan, dan kinerja usaha. Kajian lanjutan juga dapat menguji aspek umur simpan, desain kemasan, model distribusi dingin, serta kelayakan usaha apabila produk dangke dipasarkan ke luar Kabupaten Enrekang. Dengan demikian, pengembangan riset dapat bergerak dari deskripsi kasus menuju model pengembangan yang lebih terukur.

Tabel 4. Arah Penguatan Strategi Keberlanjutan UMKM Dangke

| Area penguatan      | Masalah utama  | Arah perbaikan   | Indikator keberhasilan  |
|---------------------|--|--|---|
| Pemasaran dan merek | Identitas visual dan konten digital belum konsisten      | Menyusun katalog digital, foto produk, narasi lokal, dan jadwal unggahan | Peningkatan kunjungan lokasi, pertanyaan pelanggan, dan pesanan ulang |
| Produksi dan mutu   | Produk mudah rusak dan mutu perlu dijaga konsisten       | Memperkuat standar proses, higienitas, dan informasi penyimpanan         | Keluhan menurun dan kualitas produk lebih stabil                      |
| Persediaan          | Pencatatan stok dan bahan baku masih berbasis pengalaman | Menerapkan catatan produksi, stok, umur simpan, dan produk tidak terjual | Risiko stockout dan waste lebih rendah                                |

|          |   |  |  |
|----------|---|--|--|
| Keuangan | Pencatatan biaya dan laba belum sepenuhnya sistematis | Memisahkan kas usaha, menghitung biaya per unit, dan menetapkan dana reinvestasi | Laba bersih dan kapasitas aset produktif lebih terpantau |
|----------|---|--|--|

Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2025.

## **Kesimpulan**

Penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM Dangke Nursi Talaga Biru dibangun melalui integrasi pemasaran holistik, kearifan lokal, manajemen persediaan, dan kemandirian keuangan. Pemasaran dilakukan melalui promosi dari mulut ke mulut, Facebook, Google Maps, pameran lokal, dan hubungan langsung dengan pelanggan. Strategi ini memperlihatkan bahwa UMKM pangan tradisional dapat beradaptasi dengan pasar modern tanpa meninggalkan kedekatan sosial sebagai sumber kepercayaan.

Kearifan lokal menjadi fondasi diferensiasi produk. Penggunaan cetakan batok kelapa dan proses produksi tradisional bukan hanya mempertahankan identitas budaya, tetapi juga berperan dalam menjaga cita rasa yang diakui pelanggan. Respons pemilik terhadap masukan konsumen menunjukkan bahwa hubungan pelanggan menjadi bagian dari mekanisme pengendalian kualitas. Dengan demikian, nilai lokal tidak berdiri sebagai romantisasi tradisi, tetapi menjadi aset strategis dalam membangun loyalitas.

Dalam aspek operasional, pengelolaan persediaan dilakukan melalui penyimpanan dingin, penambahan garam, dan penyesuaian produksi dengan ketersediaan susu. Strategi ini relevan karena dangke merupakan produk pangan berbahan susu yang mudah rusak. Dalam aspek keuangan, kemandirian usaha tampak dari pemanfaatan bantuan modal untuk membeli aset produktif, reinvestasi laba, penyesuaian harga ketika biaya meningkat, dan keputusan mempertahankan kontrol distribusi. Secara keseluruhan, keberlanjutan UMKM

dangke bergantung pada kemampuan memadukan nilai budaya, mutu produk, relasi pelanggan, efisiensi persediaan, dan disiplin keuangan.

## Saran

Pelaku usaha disarankan memperkuat pencatatan keuangan dan persediaan secara sederhana tetapi konsisten. Buku kas harian atau aplikasi digital ringan dapat digunakan untuk mencatat jumlah produksi, jumlah terjual, sisa stok, biaya bahan baku, biaya pakan, biaya tenaga kerja, biaya kemasan, dan laba bersih. Pencatatan ini penting agar keputusan produksi dan reinvestasi tidak hanya berbasis perkiraan, tetapi juga didukung data usaha.

Strategi pemasaran digital perlu ditingkatkan melalui penggunaan Instagram, TikTok, WhatsApp Business, katalog digital, foto produk yang konsisten, dan narasi tentang proses tradisional dangke. Penguatan digitalisasi sebaiknya tetap menjaga cerita kearifan lokal agar produk tidak kehilangan identitas. Informasi tentang cara penyimpanan, daya tahan, harga, lokasi, dan pemesanan juga perlu ditampilkan secara jelas agar memudahkan calon pelanggan.

Pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM dapat mendukung pengembangan dangke melalui pelatihan pencatatan keuangan, standar higienitas produksi, desain kemasan, sertifikasi produk, penguatan rantai pasok susu lokal, dan fasilitasi promosi produk khas Enrekang. Penelitian selanjutnya dapat membandingkan beberapa UMKM dangke, menggunakan data konsumen yang lebih luas, atau menguji hubungan antara nilai lokal, pemasaran digital, kepuasan pelanggan, dan kinerja usaha secara kuantitatif.

## Daftar Pustaka

- Abadi, R. R., Amin, A. M., Fadli, S., Abadi, R. R., & Musa, K. S. (2025). Penguatan branding produk dangke sebagai produk unggulan Kabupaten Enrekang. *Kolaborasi: Jurnal Hasil Kegiatan Kolaborasi Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 18-25. <https://doi.org/10.62383/kolaborasi.v3i2.550>
- Alam, A. M., & Farmaciawaty, D. A. (2020). Inventory waste management in micro scale-food industry. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 1, 47-53.
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., Tarisa, C., & Nurwani. (2024). Optimalisasi strategi digital marketing untuk perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215-224. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21299>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Direktorat Jenderal Perbendaharaan Kementerian Keuangan. (2024). *UMKM hebat, perekonomian nasional meningkat*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Fahmi, I. (2015). *Pengantar manajemen keuangan: Teori dan soal jawab*. Alfabeta.
- Hatta, W., Sudirman, I., Malaka, R., & Ako, A. (2014). Praktek sanitasi higiene pada usaha pengolahan dangke susu sapi di Kabupaten Enrekang, Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan*, 3(3), 147-155.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mustamin, S. F., Jumadi, M., & Sumilih, D. A. (2022). Dangke: Pangan lokal (kajian historis dan nilai budaya di Desa Pinang Kecamatan Cendana Kabupaten Enrekang). *Jurnal Kajian Sosial dan Budaya: Tebar Science*, 6(1), 73-80.
- Nomleni, A. P. W., Nugroho, W., Gracia, R., & Persius, A. A. (2025). Inventory management analysis in supporting production sustainability: A case study of a catering MSME in South Tangerang. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 7(3), 1788-1803.
- Nurdina, Ardhiani, M. R., Handayani, C. M. S., & Asj'ari, F. (2021). Strategi pemberdayaan UMKM makanan berbasis kearifan lokal di masa pandemi Covid-19 di Desa Slempit Kedamean Gresik. *Ekobis Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 43-51. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.2.1.3903>
- OECD. (2021). *SME and entrepreneurship policy in Indonesia 2018*. OECD Publishing.

- Pradita, S. P., & Widodo, K. H. (2024). Product inventory control at a local brand forum outlet using ABC analysis. *Agrointek*, 18(2), 246-255. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v18i2.18819>
- Rahman, S., Lasumange, & Yunus, A. (2023). Historical overview and contribution of dangke as traditional food to income and public health. *Food Research*, 7(5), 245-250. [https://doi.org/10.26656/fr.2017.7\(5\).964](https://doi.org/10.26656/fr.2017.7(5).964)
- Setiarto, R. H. B., Nur, N., Romulo, A., & Herlina, V. T. (2025). Dangke: Unveiling Indonesian traditional fermented cheese from Enrekang, South Sulawesi. *Journal of Ethnic Foods*, 12, 16. <https://doi.org/10.1186/s42779-025-00279-1>
- Suharni, Mihrani, Sari, A., Effendi, S., & Sukriya, A. (2025). Analisis preferensi konsumen terhadap produk dangke di Usaha Dangke Melona. *Jurnal Gallus-Gallus*, 3(2), 30-36.
- Syahmer, V., Rishelin, N., & Nata, R. A. (2024). Evaluasi persediaan perishable raw material pada industri kecil menengah makanan olahan menggunakan multi-item economic order quantity. *Inventory: Industrial Vocational E-Journal on Agroindustry*, 5(2), 102-110.
- Tanuwijaya, A. T., Nurhasanah, N., & Tripiawan, W. (2025). Inventory planning and control in perishable items products using the single order quantities method: Case study PT XYZ. *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Sains dan Teknologi*, 10(1), 1-10.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Vikaliana, R., Sofian, Y., Solihati, N., Adji, D. B., & Maulia, S. S. (2020). Manajemen persediaan. *Media Sains Indonesia*.
- Widayanti, R., Damayanti, R., & Marwanti, F. (2017). Pengaruh financial literacy terhadap keberlangsungan usaha (business sustainability) pada UMKM Desa Jatisari. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 153-163.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.

