

INOVASI PENGEMASAN GUDEG YU DJUM DALAM PERSPEKTIF EKONOMI KREATIF: KAJIAN SOCIOPRENEURSHIP DAN PEMBERDAYAAN TENAGA KERJA DAERAH

Aqilah Laila Azkiya¹, Isna Khoirun Nisa², Anik Widyastuti³

^{1,2,3}Universitas Negeri Yogyakarta

Jl. Colombo No.1, Karang Malang, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta

Email Correspondence: aqilahlaila.2023@student.uny.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: April 21, 2026

Revised: April 23, 2026

Accepted: April 27, 2026

Kata Kunci:

Ekonomi Kreatif;

Inovasi Pengemasan;

Kuliner Tradisional;

Pemberdayaan Masyarakat;

Sociopreneurship

Keywords:

Creative Economy;

Packaging Innovation;

Traditional Culinary;

Community Empowerment;

Sociopreneurship

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya ekonomi kreatif serta sociopreneurship dalam industri kuliner tradisional. Ekonomi kreatif dinilai penting dalam industri kuliner tradisional untuk dapat mengemas kuliner tradisional menjadi lebih modern, menarik dan mempunyai nilai jual tinggi, sementara sociopreneurship juga penting untuk agar jalannya usaha tersebut tidak hanya bergerak dalam mencari uang tetapi juga memberdayakan masyarakat lokal dan melestarikan warisan kuliner. Penelitian ini membahas mengenai inovasi pengemasan pada produk Gudeg Yu Djum, dan bagaimana Gudeg Yu Djum dapat mempertahankan industri kuliner tradisionalnya melalui ekonomi kreatif sekaligus dapat memberi dampak sosial bagi masyarakat sekitar. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Gudeg Yu Djum mengembangkan inovasi pengemasan dalam perspektif ekonomi kreatif serta menganalisis bagaimana sociopreneurship dapat diterapkan pada industri kuliner gudeg Yu Djum. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi pengemasan berupa vakum dan kaleng yang dilakukan oleh Gudeg Yu Djum mampu meningkatkan nilai tambah produk serta memperluas pangsa pasar sebagai bentuk penerapan ekonomi kreatif. Selain itu, aspek sociopreneurship tercermin melalui pemberdayaan tenaga kerja lokal dan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat sekitar.

ABSTRACT

The background of this research is the importance of the creative economy and sociopreneurship in the traditional culinary industry. The creative economy is considered important in the traditional culinary industry to be able to package traditional culinary to be more modern, attractive and have high sales value, while sociopreneurship is also important to exist so that the business is not only engaged in making money but also empowering local communities and preserving culinary heritage. This study discusses packaging innovation in Gudeg Yu Djum products, and how Gudeg Yu Djum can maintain its traditional culinary industry through the creative economy while also being able to provide social impacts for the surrounding community. This study was conducted with the aim of determining how Gudeg Yu Djum develops packaging innovation from a creative economy perspective and analyzing how sociopreneurship can be applied to the Yu Djum gudeg

culinary industry. This study uses a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques used include interviews, observation and documentation. The results show that the packaging innovations in the form of vacuum and cans carried out by Gudeg Yu Djum are able to increase the added value of the product and expand market share as a form of implementing the creative economy. In addition, the sociopreneurship aspect is reflected through the empowerment of local workers and contributions to improving the welfare of the surrounding community.

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia Industri kuliner merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi yang besar salah satunya industri kuliner tradisional yang berasal dari Yogyakarta yaitu Gudeg Yu djum. Gudeg Yu Djum ini juga merupakan industri kuliner yang berbasis kearifan lokal, karena gudeg menjadi ikon kuliner khas yogyakarta. Seiring perkembangan zaman dan juga situasi keadaan sekitar semua sektor harus bisa beradaptasi dengan zamannya dengan melakukan berbagai inovasi tanpa menghilangkan unsur kekhasan dari gudeg Yu Djum tersebut. Proses inovasi merupakan proses penerapan ide-ide yang dituangkan ke dalam praktik inovasi dalam suatu industri dilakukan agar dapat memenuhi kebutuhan publik (Wijaya et al., 2019). Gudeg Yu Djum melakukan inovasi pengemasan yang diawali karena Pandemi Covid - 19, pada saat pandemi ini banyak sektor salah satunya industri kuliner yang mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan, yang menjadikan mereka melakukan berbagai inovasi agar sektor mereka tetap berjalan. Salah satunya Gudeg Yu Djum ini melakukan inovasi dalam kemasannya. Gudeg Yu Djum juga menerapkan strategi pemasaran yang tepat agar dapat mengikuti perkembangan zaman dan teknologi dan terus berinovasi agar tetap dapat bersaing dalam industri perkulineran di Indonesia.

Dengan pernyataan di atas, ekonomi kreatif memiliki peran yang cukup penting dan sektor yang strategis dalam diplomasi ekonomi modern (Wibowo & Adinugraha, 2025). Oleh karena itu langkah inovasi yang dilakukan oleh Gudeg Yu Djum, tidak hanya berorientasi untuk meningkatkan nilai ekonomi saja, tetapi juga sebagai upaya dalam penguatan identitas daerah agar budaya lokal tetap lestari di tengah berkembang pesatnya perubahan zaman. Dengan adanya inovasi pengemasan produk ini tidak hanya untuk meningkatkan daya saing produk, tetapi juga dapat mencerminkan nilai tambah yang dapat memperluas jangkauan pasar.

Beberapa penelitian sebelumnya mengkaji mengenai usaha Gudeg Yu Djum dari segi kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan karyawan terhadap kepuasan konsumen, seperti penelitian yang dilakukan oleh Makbud et al (2022) dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan karyawan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gudeg Yu Djum Jl. Wijilan No. 31, baik secara parsial maupun simultan. Hal yang sama juga dilakukan oleh (Herkaputra, 2017) dalam penelitiannya mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Gudeg Yu Djum cabang Kadipro yang menunjukkan hasil positif dimana Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Gudeg Yu Djum cabang Kadipro. Telah banyak penelitian yang mengkaji mengenai kualitas produk, persepsi harga dan pelayanan karyawan dari usaha Gudeg Yu Djum namun masih minim yang mengkaji mengenai aspek *sociopreneurship* dan ekonomi kreatif yang ada dibalik usaha tersebut, maka dari itu saya akan meneliti mengenai aspek *sociopreneurship* dan ekonomi kreatif yang ada dibalik usaha Gudeg Yu Djum.

KAJIAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep perekonomian yang memfokuskan pada informasi dan kreatifitas serta ide dan keluasan pengetahuan individu sebagai faktor produksi utama dalam pengembangan kegiatan ekonominya (Iskandar, 2023). secara realistis dan sederhananya ekonomi kreatif dapat diartikan sebagai sebuah talenta berupa ide kreatif dan inovatif yang mengandung nilai ekonomi dalam karyanya sehingga mampu menciptakan kreatif menjadi salah satu sektor yang mempunyai peluang besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di negara berkembang seperti Indonesia dengan mengandalkan daya cipta, kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk atau layanan yang mempunyai nilai tambah (Giriyanto et al., 2025).

Di Indonesia sektor ekonomi kreatif tidak hanya seputar industri seni dan budaya tetapi juga terdapat 16 subsektor lainnya seperti periklanan, desain, fashion, kuliner, game, musik dan lain-lain (Bimantara et al., 2020). Ekonomi kreatif bergerak paling banyak salah satunya pada industri kuliner tradisional, yang berperan penting dalam mengangkat produk lokal agar tetap dapat bersaing di pasar modern tanpa menghilangkan entitas budayanya. Memberikan inovasi pada produk merupakan salah satu kunci untuk tetap bertahan dalam persaingan, terutama inovasi dalam

bentuk pengemasan.

Inovasi Pengemasan Produk

Inovasi merupakan salah satu aspek penting yang harus selalu diterapkan oleh sebuah perusahaan agar tidak kehilangan konsumen dengan mengembangkan, memodifikasi produk melalui usaha riset dan identifikasi pasar untuk memberikan lebih banyak pilihan serta mencegah rasa bosan konsumen terhadap produk yang sudah ada (Ernawati, 2019). Salah satunya yaitu inovasi dalam bentuk pengemasan, tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, pengemasan juga sebagai media komunikasi, identitas serta penentu kualitas produk pada konsumen. Khayru dalam (Nasution et al., 2023) mengatakan bahwa perbaikan atau inovasi pada kemasan terbukti dapat meningkatkan pemasaran, segmen pasar semakin bertambah serta meningkatkan omset pemasaran sehingga dapat mewujudkan UMKM yang berkelas.

Sociopreneurship

Sociopreneurship merupakan penggabungan dari dua suku kata yaitu *social* dan *entrepreneur*. Andrian dalam Soeharto et al (2023) mendefinisikan *Sociopreneurship* sebagai individu yang mampu membuat perubahan sosial berskala besar melalui pelibatan masyarakat. *Sociopreneurship* berbeda dengan aktivis sosial, perbedaan tersebut dapat dilihat dari dampak yang diberikan, dimana efek yang diberikan dari *sociopreneurship* mempunyai sifat jangka panjang, stabil dan mendalam sementara aktivis sosial hanya berjuang di tingkat permukaan saja. Eliyatningsih dalam Anas (2019) menyebutkan bahwa konsep dari *Sociopreneurship* sendiri dapat diartikan sebagai sebuah unit bisnis yang diciptakan untuk tujuan sosial dan untuk mengurangi serta mengatasi masalah sosial, namun tetap dijalankan dengan disiplin, inovatif dan profesional. Pada dasarnya *Sociopreneurship* adalah penggabungan dari konsep kewirausahaan yang mengutamakan kegiatan ekonomi dengan tujuan yang tidak hanya berorientasi pada profit melainkan juga pada tujuan sosial. Pentingnya menumbuhkan sikap *sociopreneurship* dalam diri seseorang sebagai bekal kompetensi dalam menjalani kehidupan dan persaingan di abad 21 (Widiastuti et al., 2023).

Pemberdayaan Masyarakat

Konsep dari pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu alternatif pembangunan yang merubah paradigma pembangunan nasional menjadi pendekatan yang lebih partisipatif,

memberdayakan masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan harkat dan martabat lapisan masyarakat kita yang dalam kondisi sekarang ini tidak mampu melepaskan diri dari banyaknya kemiskinan dan keterbelakangan (Mirad, 2021). Pemberdayaan masyarakat dapat dikatakan sebagai usaha untuk memandirikan, memampukan masyarakat dengan mendorong, memotivasi dan membangkitkan kesadaran terhadap potensi yang dimilikinya untuk lebih berdaya guna dan berhasil guna (Mustanir et al., 2023). Menurut Saliman et al (2019) dalam memberdayakan masyarakat memerlukan suatu proses yang merujuk pada serangkaian tindakan atau langkah-langkah secara bertahap untuk mengubah pihak yang kurang atau belum berdaya menuju keberdayaan.

Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah seluruh penduduk yang berada dalam usia kerja mulai dari 15 tahun atau lebih yang berpotensi untuk dapat memproduksi barang dan jasa (Rumainur & Jaya, 2023). Setiap negara memiliki batas usia tenaga kerja yang berbeda-beda, di Indonesia sendiri sesuai dengan kemampuan masing-masing tenaga kerja dengan tetap memperhatikan standar gaji yang layak untuk diberikan. Menurut pasal 1 ayat (2) Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 mengenai ketenagakerjaan memberikan pengertian bahwa tenaga kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan/atau jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat. Tenaga kerja dapat dikelompokkan berdasarkan sifat dan kualitasnya, berdasarkan sifatnya tenaga kerja dibagi menjadi dua yaitu tenaga kerja jasmani dan tenaga kerja rohani sedangkan berdasarkan kualitas atau kemampuannya, tenaga kerja dibagi menjadi tiga yaitu tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terampil, tenaga kerja tidak terdidik dan tidak terampil atau biasa disebut dengan tenaga kerja kasar (MURSALINI, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Abdussamad & Sik (2021) menyatakan bahwa penelitian kualitatif berfokus pada fenomena alami yang terjadi di lapangan. Dengan data berupa, kata-kata, lisan, maupun tertulis, serta perilaku yang diamati. Sejalan dengan hal tersebut, Kirk & Miller (1986) menyatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan tradisi dalam ilmu sosial yang menekankan pengamatan langsung pada manusia dalam konteks kehidupan serta interaksi terhadap objek yang diamati.

Jenis penelitian menggunakan pendekatan Studi Kasus. Roosinda et al (2021) menyatakan bahwa studi kasus bertujuan mengkaji secara mendalam suatu fenomena dilapangan baik latar belakang, kondisi, serta interaksi yang terjadi terutama yang memiliki dampak signifikan bagi masyarakat.

Penelitian dilakukan di Outlet Gudeg Yi Djum Cabang Pusat. Subjek Penelitian adalah karyawan yang dipilih sebagai informan oleh pemilik outlet. Teknik Pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan saat outlet beroperasi untuk mengamati proses operasional. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data primer dari informan dan data pendukung berupa catatan, rekaman, dan foto terkait aktivitas di outlet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu gudeg legendaris yang ada di Yogya adalah Gudeg Yu Djum yang dirintis oleh ibu Djuwariyah. Berdiri sejak tahun 1950 Gudeg Yu djum menjadi salah satu usaha kuliner yang memegang posisi sentral dalam menopang industri kuliner dan pariwisata di yogyakarta, Gudeg Yu Djum telah berhasil bertransformasi dari sebuah usaha dapur yang sederhana menjadi ikon kuliner berskala nasional. Yu djum juga menjadi pencetus pertama gudeg kering di yogya dengan daya tahan yang lebih lama sehingga dapat memperpanjang masa simpan produk dibandingkan dengan gudeg basah biasa. Hal ini membuat gudeg dapat menjangkau pasar yang lebih luas sekaligus menjadi komoditas oleh-oleh unggulan di yogyakarta. Sepeninggal Yu Djum, kini usaha tersebut diambil alih oleh anak sulung beliau. Dalam mengembangkan dan membesarkan usaha tersebut anak sulung beliau membuat sejumlah inovasi baik dalam bentuk menu tambahan pendamping gudeg maupun dalam bentuk kemasan. Setiap perubahan dan inovasi tersebut mempunyai latar belakang masalah masing-masing yang akhirnya membuat dilakukan inovasi untuk menyelesaikan hambatan tersebut.

Dalam perkembangannya usaha kuliner tradisional tidak terlepas dari berbagai tantangan yang harus dihadapi termasuk situasi krisis pada saat pandemi yang juga dialami oleh usaha kuliner tradisional Gudeg Yu Djum. Seperti yang dijelaskan oleh salah satu karyawan pada saat wawancara, ketika peneliti bertanya “Apa yang melatarbelakangi Gudeg Yu Djum melakukan inovasi pengemasan?”. Karyawan menjawab bahwa “faktor utama yang melatarbelakangi inovasi tersebut adalah ketika pandemi wabah Covid - 19 menyebabkan penurunan omset yang sangat

signifikan, karena adanya pembatasan aktivitas masyarakat. Sehingga pembeli maupun pelanggan Yu Djum tidak bisa datang secara langsung. Kemudian kami membuat inovasi berupa kemasan kaleng dan juga vakum agar pelanggan tetap dapat menikmati gudeg tanpa harus datang ke outlet.” Dari pernyataan tersebut dapat dipahami bahwa untuk mengembalikan stabilitas ekonomi Gudeg Yu Djum mengadaptasi inovasi pengemasan produk berupa makanan yang dikemas dengan vakum dan juga kaleng. Menurut Widiastuti et al (2023) diperlukan kompetensi yang relevan dalam bentuk kewirausahaan sosial- kreatif dalam menghadapi pandemi covid-19 yang menyebabkan penurunan ekonomi diberbagai sektor. Hal ini menunjukkan adanya inovasi dalam ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Gudeg Yu Djum. ekonomi kreatif dapat terbentuk karena ide-ide kreatif yang dapat menghasilkan persaingan dalam dunia ekonomi dan menghasilkan pendapatan maksimum (Bimantara et al., 2020). Dengan inovasi pengemasan tersebut produk menjadi lebih bertahan lama dan juga dapat didistribusikan ke berbagai daerah seperti jakarta, surabaya, tangerang dan daerah lainnya. Dengan inovasi tersebut dapat mengembalikan ekonomi industri yang awalnya turun karena pandemi covid akhirnya dapat stabil kembali karena adanya adaptasi terhadap perubahan situasi. Mengingat bahwa Gudeg adalah makanan tradisional bersantan yang hanya dapat bertahan selama 24 jam Gudeg Yu Djum berhasil mengembangkan teknik pengalengan kontemporer dengan metode vakum dan sterilisasi bertekanan yang memungkinkan produk dapat bertahan hingga dua tahun tanpa pengawet. Inovasi kemasan ini tidak hanya mengubah fungsi dari gudeg yang awalnya adalah hidangan yg hanya bisa dinikmati di tempat menjadi komoditas oleh-oleh yang tahan lama dan membuka peluang ekonomi baru dengan membuat gudeg menjadi produk kreatif yang dapat didistribusikan ke kota-kota besar di indonesia. Oleh karena itu, kemasan kaleng dan vakum dari Gudeg Yu Djum menunjukkan bahwa makanan tradisional dapat menjadi bagian dari ekonomi kreatif dengan memanfaatkan inovasi yang menggabungkan antara kearifan lokal dengan teknologi modern sehingga dapat menghasilkan nilai ekonomi yang berlipat ganda tanpa mengorbankan nilai budayanya.

Selain untuk inovasi dan ekonomi kreatif, gudeg Yu Djum juga menciptakan dampak sosial yaitu dengan dampaknya pada penyerapan tenaga kerja lokal yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Maka dari itu, praktik ini tidak hanya berpotensi dalam meningkatkan nilai ekonomi tetapi juga sebagai sarana prasarana pemberdayaan masyarakat

melalui pendekatan nilai ekonomi dan sosial. Sociopreneurship dapat diartikan sebagai sebuah sistem kerja dari wirausaha yang memiliki keunikan dengan menggabungkan bisnis dengan kesejahteraan masyarakat (Utami et al., 2017). Dengan adanya inovasi dalam kemasan, Gudeg Yu Djum menunjukkan bahwa mereka berhasil menerapkan strategi *sociopreneurship* untuk melestarikan warisan kuliner tradisional dengan pendekatan bisnis berkelanjutan yang tetap berfokus pada pemberdayaan ekonomi masyarakat secara luas. ketika ditanyai sistem pengelolaan usaha informan mengatakan “Untuk yang menggunakan label pusat itu dikelola oleh anak sulung Yu Djum, sedangkan yang tidak menggunakan label pusat biasanya dikelola oleh anak-anak atau saudara lainnya.” Lebih lanjut, saat ditanya mengenai penggunaan nama merek, ia menambahkan, “Saudara-saudara diperbolehkan membuka usaha dengan nama Yu Djum tanpa biaya, asalkan sebelumnya ada komunikasi dengan pihak pusat.” Dari sini dapat kita lihat bahwa dengan adanya tujuan dari Gudeg Yu Djum sendiri untuk melestarikan makanan tradisional dan mengenalkan makanan khas daerah ini pada generasi muda, kemudian penerimaan karyawan yang mengutamakan keluarga dan warga sekitar tempat usaha, serta saudara-saudara Yu Djum yang dapat membangun usaha tanpa pungutan biaya dengan memakai nama merek Yu Djum, membuktikan bahwa usaha kuliner Gudeg Yu Djum ini tidak hanya mengutamakan profit tetapi juga memiliki kepedulian pada aspek sosial dimana hal tersebut termasuk kedalam konsep *sociopreneurship*.

Dalam Menjalankan usahanya, Gudeg Yu Djum juga berperan dalam pemberdayaan tenaga kerja daerah, yaitu dengan mempekerjakan warga sekitar kedalam usahanya. Menurut Endah (2020) adanya pemberdayaan masyarakat dilakukan sebagai upaya untuk menyelamatkan masyarakat dari permasalahan yang dihadapi. Dengan Gudeg Yu Djum mempekerjakan warga sekitar dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat yang berdampak juga dengan meningkatnya angka kesejahteraan warga sekitar. Di Gudeg Yu Djum mereka dilatih bagaimana cara memasarkan produk, cara menyajikan produk agar terlihat menarik, diajarkan juga bagaimana cara mengelola suatu usaha. Ibu Nunuk menyampaikan bahwa “penerimaan karyawan Gudeg Yu djum itu lebih mengutamakan dan mengedepankan masyarakat sekitar tempat usaha dan keluarga dari Yu Djum itu sendiri”. Ibu Nunuk menjelaskan mengenai pembagian tugas karyawan di Gudeg Yu Djum Pusat, “ Gudeg Yu Djum pusat total karyawane itu sebanyak 50 dengan 30 karyawan

yang berada di belakang, mendapat bagian masak di dapur dan 15-20 karyawan lainnya berada di depan”.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji inovasi pengemasan Gudeg Yu Djum dalam perspektif ekonomi kreatif, serta menganalisis praktik sociopreneurship dan pemberdayaan tenaga kerja daerah yang diterapkan dalam usaha tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa usaha Gudeg Yu Djum telah berhasil menerapkan prinsip ekonomi kreatif melalui inovasi pengemasan berupa kaleng dan vakum yang mampu meningkatkan daya tahan produk dari 24 jam menjadi 1–2 tahun. Inovasi ini terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar serta mengatasi penurunan pendapatan akibat pandemi COVID-19. Dalam aspek sociopreneurship dan pemberdayaan tenaga kerja daerah, praktik usaha ditunjukkan melalui perekrutan karyawan yang mengutamakan keluarga dan masyarakat sekitar, serta diperbolehkannya anggota keluarga untuk membuka usaha dengan merek yang sama tanpa biaya. Dengan demikian, inovasi yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya lokal serta peningkatan kesejahteraan sosial secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press. <https://doi.org/https://books.google.co.id/books?id=JtKREAAAQBAJ&lpg=PR5&ots=vDJyt35M5&dq=metode%20penelitian%20kualitatif&lr&pg=PA30#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif&f=false>
- Anas, M. Y. A. (2019). *Mengapa Sociopreneur Bukan Social Entrepreneur? DIALEKTIK: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4 (2), 66–73.
- Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/jie.v4i1.9189>
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135–143.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17–

32. <https://doi.org/https://doi.org/10.20527/jwmthemanagementinsightjournal.v7i1.75>

Giriyanto, S., Romdhoni, A. H., & Prastiwi, I. E. (2025). Peran ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia dalam perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(03). <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v11i03.17202>

Herkaputra, V. (2017). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GUDEG YU DJUM CABANG KADIPIRO*.

Iskandar, E. (2023). Peran ekonomi kreatif dalam prepestif kesejatraan masyarakat. *Iqtishaduna*, 8(2), 627–636. <https://doi.org/https://doi.org/10.53888/iqtishaduna.v4i2.478>

Kirk, Jerome., & Miller, M. L. . (1986). *Reliability and validity in qualitative research*. Sage Publications. <https://doi.org/https://doi.org/10.4135/9781412985659>

Makbud, A., bagus Nyoman, I., & Maharani, B. D. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GUDEG YU DJUM YOGYAKARTA JL. WIJILAN No. 31 KOTA YOGYAKARTA. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 33(3), 143–153. <https://doi.org/https://doi.org/10.53916/jam.v35i3.64>

Mirad, A. (n.d.). Pemberdayaan Masyarakat Desa Kuapan Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. *Jurnal Administrasi Politik Dan Sosial*, 2(2), 90–98. <https://doi.org/https://doi.org/10.46730/japs.v2i2.67>

MURSALINI, W. I. (2019). Analisis Pengaruh Tenaga Kerja dan Jam Kerja Terhadap Produksi Tahu di Kota Solok. *Manajemen Dan Kewirausahaan*.

Mustanir, A., Faried, A. I., Mursalat, A., Kusnadi, I. H., Fauzan, R., Siswanto, D., & Widiyawati, R. (2023). Pemberdayaan Masyarakat. *Global Eksekutif Teknologi*, 7.

Nasution, M. P., Pinem, L. J., Sahnun, M., & Irni, J. (2023). Inovasi Pengemasan Produk Souvenir bagi Pedagang di Daerah Wisata Tangkahan, Kabupaten Langkat, Provinsi Sumatera Utara. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(4), 756–763. <https://doi.org/https://doi.org/10.33394/jpu.v4i4.9153>

Roosinda, F. W., Lestari, N. S., Utama, A. A. G. S., Anisah, H. U., Siahaan, A. L. S., Islamiati, S. H. D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Zahir Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=xmtgEAAAQBAJ&lpg=PA1&ots=utMlpLBPee&dq=metode%20penelitian%20kualitatif&lr&pg=PA11#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif&f=false>

- Rumainur, R., & Jaya, I. (2023). Analisis Yuridis Perubahan Status Karyawan Kontrak Menjadi Karyawan Maganga Ditjaun Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2020 (Studi Penelitian PT. XYZ di Jakarta). *Jurnal Hukum Indonesia*, 2(4), 187–199.
- Saliman, S. W., Widiastuti, A., & Rosardi, R. G. (2019). *PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI DESA WISATA*.
- Soeharto, T. N. E. D., Witanti, A., & Rengganis, D. R. P. (2023). Menumbuhkan Watak Wirausaha Sosial pada Anak Sejak Dini: Apa yang dapat Dilakukan Orangtua–Guru. *PROCEEDING SERIES OF PSYCHOLOGY*, 1(1), 247–255.
- Utami, D. A., Noviyanti, N., Putra, G. G., & Prasetyawan, A. (2017). Sociopreneurship sebagai Alternatif Pemberdayaan Masyarakat dan Pengentasan Kemiskinan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara ASIAN (Asosiasi Ilmuwan Administrasi Negara)*, 5(2), 31–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.47828/jianaasian.v5i2.4>
- Wibowo, M., & Adinugraha, H. H. (2025). CREATIVE ECONOMY AND HALAL INDUSTRY IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL ECONOMIC DICONOMIC DIPLOMACY IN INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 3(4), 223–235. <https://doi.org/https://doi.org/10.61896/jeki.v3i4.130>
- Widiastuti, A., Supriatna, N., Disman, D., & Nurbayani, S. (2023). The urgency of social-creativepreneurship competency in social studies learning during the Covid-19 pandemic: Teachers perception. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 42(2), 470–482. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/cp.v42i2.45754>
- Wijaya, R. A., Qurratu’aini, N. I., & Paramastri, B. (2019). Pentingnya pengelolaan inovasi dalam era persaingan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(2), 217–227.