

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI EKONOMI KREATIF DENGAN PENDEKATAN SOCIOPRENEURSHIP DI DESA WISATA JAMU KIRINGAN BANTUL

Anik Widiastuti¹, Ainun Habibah^{2*}, Febronia Lelis K³

^{1,2,3}Universitas Negeri Yogyakarta

Jl. Colombo No. 1, Karangmalang, Caturtunggal, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah
Istimewa Yogyakarta 55281

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

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: May 30, 2026

Revised: June 23, 2026

Accepted: July 08, 2026

Kata Kunci: Pemberdayaan
Masyarakat, Ekonomi Kreatif,
Kewirausahaan Sosial

Keywords: Community
Empowerment, Creative Economy,
Sociopreneurship

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif dengan pendekatan sociopreneurship di Desa Wisata Jamu Kiringan, Kabupaten Bantul. Desa ini memiliki potensi besar di sektor obat tradisional, yang terintegrasi dengan sektor pariwisata. Penelitian ini menawarkan pemahaman baru mengenai integrasi ekonomi kreatif dan sociopreneurship dalam pengembangan desa wisata berbasis kearifan lokal, yang masih jarang dikaji secara komprehensif dalam konteks desa wisata herbal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Informan penelitian terdiri atas 8 orang yang dipilih secara purposive, mencakup pengelola desa wisata dan juga pengrajin jamu yang masih aktif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat di Kiringan telah berkembang secara organik melalui inisiatif lokal dan mekanisme sosial, dengan jumlah pengrajin mencapai 132 orang. Masyarakat telah mengembangkan beberapa inovasi produk, seperti ramuan herbal instan, sirup, dan es krim herbal, sebagai bagian dari upaya inovasi kreatif mereka. Meskipun telah berhasil meningkatkan pendapatan masyarakat, implementasi nilai-nilai ekonomi kreatif dan sociopreneurship masih menghadapi tantangan berupa rendahnya regenerasi generasi muda, keterbatasan kemampuan pemasaran digital, serta infrastruktur pendukung yang belum memadai.

ABSTRACT

This study aims to examine community empowerment through the creative economy using a sociopreneurship approach in the Jamu Kiringan Tourism Village, Bantul Regency. This village has great potential in the traditional medicine sector, which is integrated with the tourism sector. This study offers new insights into the integration of the creative economy and social entrepreneurship in the development of tourism villages based on local wisdom a topic that has rarely been comprehensively studied in the context of herbal tourism villages in Indonesia. The study employs a qualitative descriptive approach using the case study method. The research informants consisted of 8 individuals selected through purposive sampling, including tourism village managers and active herbal medicine artisans. Data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and were then analyzed

using the Miles & Huberman interactive model. The results indicate that community empowerment in Kiringan has developed organically through local initiatives and social mechanisms, with the number of artisans reaching 132. The community has developed several product innovations, such as instant herbal concoctions, syrups, and herbal ice cream, as part of their creative innovation efforts. Although these innovations have successfully increased community income, the implementation of creative economy and social entrepreneurship principles still faces challenges in the form of low participation among the younger generation, limited digital marketing capabilities, and inadequate supporting infrastructure.

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat merupakan suatu strategi dalam kerangka pembangunan yang berfokus pada masyarakat sebagai subjek pembangunan. Untuk dapat memberdayakan masyarakat, hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki oleh desa tempat masyarakat tinggal (Endah, 2020). Pemberdayaan desa yang berfokus pada potensi lokal merupakan strategi yang sangat penting untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama melalui sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Desa wisata adalah model pembangunan yang menggabungkan potensi alam, budaya, dan kearifan lokal untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berbasis masyarakat. Dalam hal ini, pemberdayaan masyarakat menjadi faktor kunci agar masyarakat tidak hanya berperan sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek dalam proses pembangunan. Penelitian menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan optimalisasi potensi lokal dengan dukungan dari berbagai pihak (Handayani et al., 2024; Widiastuti & Nurhayati, 2019).

Ekonomi kreatif merupakan pendekatan strategis dalam memberdayakan masyarakat karena dapat mengubah potensi lokal menjadi produk dengan nilai ekonomi yang tinggi. Selain fokus pada keuntungan ekonomi, ekonomi kreatif juga memperkuat identitas budaya lokal. Penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pada potensi lokal dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dan mendorong terbentuknya usaha mandiri yang berbasis komunitas (Makarim & Dewi, 2025). Lebih jauh, ekonomi kreatif juga memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi serta menciptakan peluang kerja baru di tingkat lokal (Sari, 2024).

Dalam penerapannya, pemberdayaan masyarakat memerlukan pendekatan partisipatif dan kolaboratif. Masyarakat harus berpartisipasi secara aktif dalam setiap fase pengembangan, dari identifikasi potensi hingga implementasi program. Keterlibatan ini terbukti menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengelolaan desa wisata berbasis kearifan lokal (Suwarti & Aryaningtyas, 2024). Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat tidak hanya menekankan aspek ekonomi, tetapi juga meningkatkan kapasitas sosial dan kelembagaan masyarakat.

Konsep *sociopreneur*, juga dikenal sebagai *sociopreneurship*, telah berkembang sebagai pendekatan kreatif untuk mendorong pemberdayaan masyarakat. *Sociopreneur* adalah gabungan dari konsep bisnis berkelanjutan dengan masalah sosial yang sangat penting untuk menciptakan kesejahteraan sosial. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa *sociopreneur* tidak hanya memikirkan bagaimana membuat uang tetapi juga bagaimana memberi orang-orang kesempatan untuk tetap hidup sendiri dan mencapai kesejahteraan yang sama (Arianto et al., 2024).

Sebaliknya, kemajuan teknologi digital membuka banyak peluang untuk pertumbuhan ekonomi kreatif di desa wisata. Dengan digitalisasi, bisnis dapat memperluas pasar mereka dengan menggunakan platform digital dan media sosial. Menurut penelitian, penggunaan marketing digital dapat memperkuat ekosistem ekonomi kreatif dan meningkatkan daya saing usaha mikro di desa wisata (Sumardani, 2025). Selain itu, telah ditunjukkan bahwa pelatihan konten kreatif berbasis digital juga dapat membantu masyarakat mempromosikan lebih banyak potensi wisata (Yusuf, 2025).

Desa Wisata Jamu Kiringan yang terletak di Bantul adalah salah satu desa wisata yang mengedepankan kearifan lokal dan memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif, terutama di sektor jamu tradisional. Namun, pengoptimalan potensi ini masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya inovasi produk, pemasaran, dan kapasitas sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya berfokus pada ekonomi kreatif, tetapi juga mengintegrasikan konsep *sociopreneur* untuk menciptakan dampak sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini memiliki signifikansi untuk menganalisis cara pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif yang berlandaskan *sociopreneur* dapat diimplementasikan secara efisien di Desa Wisata Jamu Kiringan Bantul. Penelitian ini diharapkan

mampu memberikan sumbangsih dalam pengembangan model pemberdayaan masyarakat yang inovatif, berkelanjutan, dan berakar pada kearifan lokal.

Penelitian terdahulu yang juga mengkaji pemberdayaan masyarakat melalui desa wisata dan ekonomi kreatif secara terpisah.(Handayani et al., 2024) meneliti mengenai pengembangan desa wisata dalam perspektif ekonomi syariah. Sementara Makarim & Dewi (2025) mengkaji ekonomi kreatif berbasis potensi lokal desa. Di sisi lain, kajian tentang sociopreneurship dalam konteks komunitas lokal juga telah dilakukan oleh Arianto et al. (2024) dalam lingkup pondok pesantren. Namun demikian, belum ada penelitian yang secara spesifik mengintegrasikan ketiga dimensi tersebut yaitu pemberdayaan masyarakat, ekonomi kreatif, dan sociopreneurship dalam konteks desa wisata berbasis kearifan lokal berupa jamu. Desa Wisata Jamu Kiringan memiliki keunikan sebagai satu-satunya kampung pengrajin jamu tradisional yang ditetapkan sebagai desa wisata di Kabupaten Bantul, dengan ekosistem sosial-ekonomi yang tumbuh secara organik tanpa adanya intervensi formal dari luar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif dengan pendekatan sociopreneurship di Desa Wisata Jamu Kiringan Bantul.

KAJIAN PUSTAKA

Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat merupakan proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok supaya mampu mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi yang dimiliki secara mandiri (Endah, 2020). Konsep ini menekankan masyarakat sebagai subjek aktif dan bukan sekedar penerima manfaat program pembangunan. Dalam konteks desa wisata, Suwarti & Aryaningtyas (2024) menegaskan bahwa keterlibatan masyarakat dalam setiap fase pengembangan dari identifikasi potensi hingga implementasi program merupakan determinan keberhasilan pengelolaan berbasis kearifan lokal. Handayani et al. (2024) menambahkan bahwa pengembangan desa wisata yang efektif bergantung pada kekuatan lokal dan partisipasi aktif komunitas, yang pada akhirnya mendorong kemandirian ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan optimalisasi potensi setempat. Wahyuningsih & Satriani (2019) mengemukakan bahwa keberlanjutan usaha komunitas ekonomi memerlukan kebijakan terintegrasi seperti inkubasi bisnis, akses pembiayaan, dan penguatan kemitraan.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan bentuk aktivitas ekonomi yang berlandaskan pada industri kreatif dengan kekayaan intelektual dan kreativitas menjadi nilai utama yang dikelola oleh pelaku usaha (Suraya, 2017). Konsep ini menempatkan ide dan inovasi sebagai motor penggerak penciptaan nilai, yang secara langsung mampu mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru ditingkat lokal Makarim & Dewi (2025) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal dapat meningkatkan kapasitas masyarakat dan mendorong terbentuknya usaha mandiri berbasis komunitas. Secara global, Audretsch & Belitski (2021) membuktikan bahwa inovasi lokal memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing ekonomi regional. Dalam konteks digitalisasi, Sumardani (2025) menunjukan bahwa pemanfaatan platform digital mampu memperkuat ekosistem ekonomi kreatif dan meningkatkan daya saing usaha mikro di desa wisata. Sementara Yusuf (2025) membuktikan bahwa pelatihan konten kreatif berbasis digital efektif membantu masyarakat mempromosikan potensi wisata secara lebih luas.

Sociopreneurship

Sociopreneurship merupakan pendekatan inovatif yang mengintegrasikan semangat kewirausahaan dengan misi penyelesaian permasalahan sosial (Dees, 2001 dalam Antena, 2025). Berbeda dengan wirausaha konvensional, seorang sociopreneur berperan sekaligus sebagai pelaku usaha dan agen perubahan sosial yang secara konsisten mengemban misi sosial, mengelola risiko dengan kreativitas, serta menjaga keseimbangan antara kelangsungan sosial dan finansial (Bornstein, 2004; dalam Mardhiyah, 2022). Terdapat tiga dimensi sociopreneurship yaitu: (1) penciptaan nilai sosial yang memprioritaskan kesejahteraan komunitas di atas keuntungan semata, (2) inovasi dalam menghasilkan solusi efektif bagi isu sosial, serta (3) keberlanjutan melalui strategi yang bersifat mandiri maupun kolaboratif (Austin et al., 2006 dalam Antena, 2025). Arianto et al. (2024) menambahkan bahwa sociopreneur tidak hanya memikirkan keuntungan finansial, tetapi juga bagaimana memberi peluang bagi masyarakat untuk mencapai kemandirian dan kesejahteraan. Dalam konteks desa wisata, integrasi nilai sociopreneurship ke dalam pengelolaan komunitas berpotensi mendorong transformasi dari sekadar aktivitas ekonomi menuju model bisnis sosial yang sistematis dan berdampak jangka panjang (Saebi et al., 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan rencana studi kasus untuk mengkaji pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif berbasis sociopreneurship di Desa Wisata Jamu Kiringan, Kabupaten Bantul. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* mengingat desa ini merupakan pusat *sociopreneurship* berbasis kearifan lokal yang mampu mengintegrasikan pelestarian tradisi jamu dengan kemandirian ekonomi masyarakat. Subjek penelitian ditentukan melalui teknik *purposive sampling*, yang melibatkan pengelola inti dan tokoh pengrajin jamu setempat sebagai informan kunci. Informan penelitian berjumlah 8 orang, terdiri dari: (1) ketua pengelola Desa Wisata Jamu Kiringan, (2) tujuh anggota pengrajin jamu aktif yang telah memproduksi minimal 10 tahun, serta. Pemilihan informan didasarkan pada kriteria: keterlibatan langsung dalam kegiatan produksi dan pengelolaan desa wisata, memiliki pengetahuan komprehensif tentang kondisi komunitas, serta bersedia memberikan informasi secara mendalam. Fokus penelitian diarahkan pada kebutuhan data mendalam mengenai dinamika sosial, proses produksi, serta strategi pengembangan usaha yang dilakukan secara kolektif oleh komunitas untuk mencapai kesejahteraan yang berkelanjutan.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam dengan para pemangku kepentingan, serta dokumentasi terkait arsip kegiatan komunitas. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan teknik analisis interaktif model Miles & Huberman, yang meliputi tahapan reduksi data untuk memusatkan informasi, penyajian data dalam bentuk narasi yang terorganisir, serta kesimpulan untuk memaknai pola hubungan antar fenomena. Melalui rangkaian tahapan yang sistematis ini, menunjukkan bagaimana transformasi di Desa Jamu Kiringan dapat membantu warganya menjadi lebih berdaya dan sejahtera melalui ekonomi kreatif berbasis sociopreneurship dengan memanfaatkan sumber daya lokal di lingkungan sekitar mereka. Keabsahan data dilakukan melalui tiga cara. Pertama, triangulasi sumber, yaitu mengonfirmasi data dengan membandingkan keterangan dari ketua pengelola, pengrajin aktif, dan dokumen arsip. Kedua, triangulasi teknik, yaitu mencocokkan data yang diperoleh dari wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Ketiga, member checking, yaitu mengembalikan hasil interpretasi kepada informan untuk memastikan kesesuaiannya sebelum ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Jamu Kiringan Bantul berkembang melalui pemanfaatan potensi lokal yang berbasis pada ekonomi kreatif yang bersifat organik. Aktivitas produksi jamu tradisional tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan, tetapi juga membentuk sistem ekonomi komunitas yang diwariskan dari generasi ke generasi. Proses pemberdayaan ini tidak dirancang secara formal sejak awal, melainkan tumbuh dari inisiatif individu yang kemudian menyebar melalui mekanisme imitasi sosial. Hal ini tercermin dari pernyataan informan bahwa *"setelah menjual jamu, ternyata ekonominya meningkat, sehingga tetangganya ikut meniru"*. Pola tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat di Kiringan berlangsung melalui difusi imitatif, yaitu penyebaran praktik ekonomi berdasarkan keberhasilan yang diamati secara langsung. Saat ini, terdapat sekitar 132 perajin jamu yang aktif dalam kegiatan produksi, yang menunjukkan adanya skala ekonomi komunitas yang cukup besar. Selain itu, penetapan Desa Kiringan sebagai desa wisata pada tahun 2016 juga memperkuat proses pemberdayaan dengan membuka peluang ekonomi baru melalui sektor pariwisata. Hal ini terlihat dari peningkatan pendapatan masyarakat yang secara kolektif mencapai puluhan juta rupiah per hari, sebagaimana disampaikan oleh informan bahwa *"penghasilan di Kiringan tahun 2023 mencapai sekitar 31,7 sampai 41,3 juta per hari."*

Masyarakat Desa Kiringan telah melakukan diversifikasi produk untuk memenuhi kebutuhan pasar dalam upaya ekonomi kreatif. Jamu yang dibuat tidak hanya jamu tradisional, seperti uyup-uyup, beras kencur, dan kunir asam, tetapi juga produk baru, seperti jamu instan, sirup, dan es krim. *"Inovasinya seperti bikin sirup, jamu instan, jamu bubuk, permen jamu, sampai es krim jamu"*, kata informan. Secara analitik, inovasi ini menunjukkan upaya untuk menciptakan nilai tambahan yang didasarkan pada kreativitas masyarakat. Namun, peningkatan produk masih bersifat progresif dan tidak mengikuti peningkatan sistem seperti branding, standardisasi, dan strategi pemasaran yang terintegrasi. Ini menunjukkan bahwa kekuatan ekonomi kreatif belum dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing.

Praktik pemberdayaan masyarakat Desa Kiringan menunjukkan nilai-nilai sociopreneur, di mana bisnis dilakukan dengan tujuan sosial daripada hanya keuntungan finansial. Pemberdayaan

masyarakat Desa Wisata Jamu Kiringan juga bertujuan untuk melestarikan kearifan lokal berupa jamu. Di era modernisasi tantangan yang dihadapi adalah bagaimana menjadikan jamu bisa disukai dan dikonsumsi oleh generasi muda. Upaya untuk mengubah cara orang melihat jamu agar lebih disukai oleh generasi muda adalah salah satu contohnya. *“Kalau jamu seperti dulu, anak muda sekarang jarang minum, jadi harus disulap supaya semua bisa minum,”* kata informan. Hal ini menunjukkan bahwa inovasi produk tidak hanya dilakukan untuk keuntungan finansial tetapi juga untuk meningkatkan kesadaran kesehatan masyarakat dan melestarikan budaya lokal. Namun demikian, dari perspektif analitis, dampak sosial dari praktik sociopreneur belum terukur secara menyeluruh karena masih bersifat implisit dan belum terintegrasi dalam model bisnis sosial yang sistematis.

Sebaliknya, digitalisasi masih terbatas dalam pengembangan bisnis. Meskipun beberapa pelaku usaha telah mencoba menggunakan platform digital untuk memasarkan produk mereka, metode konvensional masih lebih banyak digunakan. *“Sebenarnya sudah mencoba online seperti Tokopedia dan Shopee, tapi belum semua, kebanyakan masih lewat WhatsApp,”* kata informan. Kondisi ini menunjukkan kekurangan kemampuan digital, yaitu perbedaan antara kemampuan teknologi yang mungkin dan kemampuan masyarakat untuk menggunakannya. Akibatnya, mereka masih terbatas di pasar dan belum mampu memasuki pasar yang lebih luas.

Kondisi tersebut juga menunjukan salah satu tantangan yang dihadapi dalam pengembangan Desa Wisata Jamu Kiringan, sehingga perlu adanya optimalisasi pemanfaatan platform digital dalam pemasaran. Data juga menunjukkan bahwa meskipun desa wisata jamu kiringan telah memiliki akun instagram dan juga website resmi, pengelolaannya masih kurang. Dimana postingan terakhir pada akun instagram resmi desa wisata jamu kiringan adalah tanggal 7 Desember 2025. Kondisi ini sangat disayangkan mengingat besarnya potensi media sosial dalam menjangkau wisatawan potensial secara luas dan lebih efisien. Menurut Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa pemasaran digital merupakan komponen kunci sebagai salah satu strategi pemasaran di era modern ini yang memungkinkan bisnis menjangkau konsumen secara langsung, personal, dan juga terukur.

Kondisi ini diperburuk oleh keterbatasan kemampuan sebagian besar anggota komunitas jamu keringanan dalam mengoperasikan *marketplace* dan media sosial secara optimal, yang

sebagian besar disebabkan oleh faktor usia dan keterbatasan dalam penggunaan teknologi digital. Pernyataan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Restyandito & Kurniawan (2017), bahwa alasan utama mengapa kelompok usia lanjut kurang dalam menggunakan teknologi dikarenakan yaitu: ketidakmampuan finansial untuk membeli perangkat teknologi, merasa tidak mampu mempelajari hal-hal baru, terbiasa dengan cara tradisional atau manual, sehingga mereka menganggap belum terlalu membutuhkan.

Maka dari itu, diperlukanya regenerasi terhadap anggota komunitas desa wisata Jamu Kiringan. Dengan adanya regenerasi anggota dengan mengajak generasi muda meneruskan dan turut serta mengembangkan media sosia Desa Wisata Jamu Kiringan. Selain itu, pernyataan bahwa *"tantangan terbesar itu regenerasi dan media sosial, karena yang muda belum banyak terlibat"* memperkuat gagasan bahwa tantangan regenerasi menjadi masalah penting dalam keberlanjutan usaha di mana generasi muda kurang terlibat. Pengelolaan ekonomi komunitas juga lebih buruk karena kelemahan kelembagaan, seperti fungsi koperasi yang tidak optimal.

Selain itu, banyak hambatan struktural mempengaruhi efektivitas pemberdayaan masyarakat. Potensi lokal masih kurang dimanfaatkan karena ketergantungan pada sumber daya luar. Yang dimana para pedagang jamu kiringan masih membeli bahan baku dari pasar. *"Bahan baku sementara masih dibeli dari luar karena masyarakat lebih memilih membeli daripada menanam sendiri,"* kata informan. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh jumlah produksi jamu setiap pedagang yang bervariasi dan cenderung banyak sehingga hasil tanaman TOGA tidak bisa memenuhi kebutuhan produksi. Namun, kondisi tersebut dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya yaitu kurangnya lahan yang memadai untuk menanam tanaman TOGA, kurangnya tenaga manusia yang memadai untuk proses pembuatan jamu dari mulai menanam hingga menjadi jamu, masyarakat menganggap hal tersebut kurang efisien ditambah kondisi atau umur para pembuat jamu kiringan yang mayoritas sudah menginjak usia tua. Padahal, pengembangan budidaya tanaman TOGA di lingkungan desa wisata jamu kiringan dapat memberikan nilai tambah lebih, mengurangi biaya produksi, meningkatkan kemandirian barang baku, sekaligus menjadi daya tarik wisata edukasi berupa informasi mengenai mengenai jenis-jenis tanaman TOGA dan manfaatnya apa saja, serta bagaimana cara penanaman dan perawatan tanaman herbal tersebut.

Kondisi infrastruktur yang kurang memadai juga menjadi salah satu halangan dalam pengembangan Desa Wisata Jamu Kiringan. “*Kendala lainnya juga disebabkan oleh kurangnya lahan parkir, bus-bus pariwisata yang membawa rombongan wisatawan dalam jumlah besar sering mengalami kesulitan untuk memarkirkan kendaraan mereka di sekitar area wisata.*” kata informan. Apabila tidak ada perbaikan dari segi ketersediaan lahan parkir maka kondisi tersebut dapat mengurangi kenyamanan wisatawan dan juga dapat membatasi jumlah kunjungan kelompok berskala besar. Padahal kunjungan rombongan merupakan segmen pasar yang sangat potensial untuk pengembangan Desa Wisata Jamu Kiringan yang berbasis edukasi. Sehingga diperlukan kolaborasi antara pihak pengelola desa wisata dengan pemerintah daerah untuk menanggulangi permasalahan tersebut.

Sociopreneurship merupakan pendekatan inovatif yang memanfaatkan mekanisme dalam upaya penyelesaian problematika sosial (Dees, 2001 dalam Antena, 2025). Seorang *sociopreneur* tidak hanya berperan sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial yang memegang misi sosial secara konsisten, mengelola risiko dengan kreativitas, serta berupaya menjaga keseimbangan antara kelangsungan sosial dan finansial (Antena, 2025).

Berdasarkan pandangan Austin et al. (2006 dalam Antena, 2025) konsep ini diperkenalkan pada tiga dimensi utama, yaitu:

1. Penciptaan Nilai Sosial: Memprioritaskan kesejahteraan komunitas di atas orientasi keuntungan semata.
2. Inovasi: Menghasilkan solusi baru yang efektif dalam menangani isu-isu sosial.
3. Keberlanjutan: Menjamin dampak jangka panjang melalui strategi yang bersifat mandiri maupun kolaboratif.

Dalam konteks organisasi publik seperti Desa Wisata Jamu Kiringan, *sociopreneurship* diimplementasikan melalui integrasi semangat inovasi dengan tanggung jawab sosial dalam mengelola potensi lokal. Hal ini berarti pengelolaan desa wisata tidak hanya terfokus pada pengembangan usaha jamu semata, namun juga mengedepankan pelayanan publik yang beretika dan akuntabel.

Beberapa nilai kunci sociopreneurship

1. Empati Sosial & Pelestarian: Kepekaan terhadap kesejahteraan perajin jamu dan perlindungan warisan budaya herbal lokal.
2. Kemandirian Finansial: Pengembangan model bisnis desa yang mampu beroperasi secara mandiri tanpa ketergantungan penuh pada anggaran pemerintah.
3. Inovasi Sosial: Transformasi layanan wisata dan pemasaran digital yang berbasis pada partisipasi aktif masyarakat.

Tabel 1. Integrasi nilai sociopreneurship dalam inovasi di Desa Wisata Jamu Kiringan

Pendekatan Sociopreneurship	Contoh di Desa Wisata Jamu Kiringan	Nilai Sociopreneurship yang dihasilkan
Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat melalui pendekatan partisipatif dan empatik.	Pengembangan program paket wisata edukasi jamu yang melibatkan seluruh perajin jamu lokal untuk meningkatkan pendapatan warga.	Empati Sosial & Penciptaan Nilai Sosial: Melestarikan budaya jamu tradisional sebagai warisan leluhur sekaligus menciptakan sumber ekonomi baru yang mandiri bagi masyarakat desa.
Membangun jejaring lintas sektor (pemerintah desa, akademisi, dan komunitas kreatif).	Kolaborasi antara pengurus desa wisata dengan Dinas Pariwisata dan universitas untuk sertifikasi produk jamu dan pelatihan <i>branding</i>	Kolaborasi Lintas Sektor & Pemanfaatan Jaringan: Sinergi sumber daya untuk meningkatkan standar kualitas produk dan jangkauan pasar jamu yang lebih luas.
Kegiatan berbasis pemberdayaan, bukan sekedar menjual produk.	Melibatkan ibu-ibu perajin jamu sebagai pemandu edukasi (<i>tour guide</i>) dalam paket wisata "Belajar Membuat Jamu".	Pemberdayaan Masyarakat & Inovasi Sosial: perubahan warga dari sekedar produsen jamu menjadi pelaku wisata aktif yang mampu mengedukasi masyarakat luas.
Melibatkan masyarakat dalam evaluasi kualitas dan transparansi pengelolaan.	Pertemuan rutin bulanan antar perajin untuk berdiskusi mengenai inovasi produk terbaru dan rasa produk jamu serta transparansi bagi hasil pendapatan wisata.	Akuntabilitas Sosial & Pengukuran Dampak: Mekanisme kontrol bersama untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga dan manfaat ekonomi dirasakan secara adil oleh seluruh anggota.

Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa penerapan pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif berbasis *sociopreneur* di Desa Wisata Jamu Kiringan telah berhasil dan menghasilkan peningkatan ekonomi masyarakat. Namun demikian, implementasi tersebut masih

parsial dan belum terintegrasi dengan baik secara analitis. Ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang jelas antara inovasi produk, digitalisasi, nilai sosial, dan penguatan kelembagaan. Oleh karena itu, efisiensi pemberdayaan masih dalam tahap perkembangan, sehingga pendekatan yang lebih integratif diperlukan untuk mencapai tingkat keberlanjutan dan efisiensi yang lebih tinggi.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Desa Wisata Jamu Kiringan, pemberdayaan masyarakat berkembang melalui pendekatan berbasis potensi lokal yang organik dan partisipatif. Konsep pembangunan berbasis masyarakat sejalan dengan pola ini, yang menekankan bahwa pembangunan yang efektif bergantung pada kekuatan lokal dan partisipasi masyarakat (Handayani, 2024). Namun, jika dibandingkan dengan model pemberdayaan yang lebih terstruktur, seperti yang dijelaskan oleh Chambers, praktik di Kiringan masih berada pada tahap awal, di mana pemberdayaan berkembang secara alami tanpa adanya perencanaan yang sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan yang dicapai lebih dipengaruhi oleh dinamika sosial daripada intervensi kebijakan yang terarah.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi juga telah mengubah pola-pola ekonomi mulai dari produksi, distribusi dan konsumsi sehingga pergeseran tersebut juga berdampak mengubah orientasi ekonomi, dari ekonomi konvensional seperti pertanian menuju ke ekonomi modern yaitu industri. Ekonomi kreatif merupakan bentuk aktivitas ekonomi yang berlandaskan pada industri kreatif, di mana kekayaan intelektual menjadi nilai utama yang dikelola oleh para wirausahawan melalui kecakapan kreatif dan inovatif mereka (Suraya, 2017).

Dari perspektif ekonomi kreatif, peningkatan ketersediaan produk masyarakat menunjukkan pergeseran dari ekonomi konvensional ke ekonomi yang didasarkan pada kreativitas. Hasil ini sejalan dengan penelitian Sari (2024), yang menemukan bahwa ekonomi kreatif dapat meningkatkan nilai tambah melalui inovasi dan kreativitas yang didasarkan pada ide. Studi Audretsch & Belitski (2021) juga mendukung ini secara global, menyatakan bahwa inovasi lokal memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi regional.

Kreativitas dipandang sebagai instrumen dalam proses sosial yang mampu meningkatkan indikator ekonomi, seperti pendapatan, peluang kerja, dan kesejahteraan masyarakat. Hal ini

berkontribusi pada mitigasi berbagai problematika sosial, mulai dari kemiskinan dan ketimpangan hingga ketimpangan dan instabilitas sosial. Secara ekonomi, terdapat keterkaitan yang erat dan saling menguatkan antara kreativitas dengan pembangunan sosio-ekonomi. Ekonomi kreatif mampu menciptakan kesejahteraan melalui penyediaan lapangan kerja yang mengoptimalkan sumber daya lokal sekaligus mendorong terciptanya inovasi yang berkelanjutan.

Konsep pemberdayaan dan pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas merupakan elemen penting dalam pembangunan ekonomi secara menyeluruh. Pembangunan ini menyentuh berbagai dimensi kehidupan masyarakat, mulai dari sektor pendidikan dan teknologi hingga aspek ekonomi lainnya. Strategi ini menjadi sangat mendasar, terutama bagi kelompok masyarakat di lingkungan menengah ke bawah. Agar usaha komunitas ekonomi dapat tumbuh secara mandiri, diperlukan penerapan kebijakan yang terintegrasi, seperti inkubasi bisnis, kemudahan akses pembiayaan, penyediaan dana hibah, serta strategi penguatan kemitraan (Wahyuningsih & Satriani, 2019).

Dalam aspek kemitraan, Desa Wisata Jamu Kiringan banyak menjalin kolaborasi strategi dengan mitra eksternal, yang berimplikasi pada stabilitas operasional dan manajerial. Dari sisi inovasi, pengembangan beberapa produk jamu masih bersifat parsial dan belum menyentuh ranah inovasi sistemik, seperti penguatan *branding*, pemasaran digital, maupun rantai integrasi nilai. Akibatnya, produk inovasi terbaru belum terdistribusi secara luas dan penetrasi pasarnya masih terbatas. Selain itu, belum seluruh elemen masyarakat terlibat dalam komersialisasi produk olahan herbal terkini. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh teknologi yang kurang memadai untuk memproduksi produk inovasi. Sehingga tidak semua anggota komunitas mampu memproduksi produk inovasi terbaru dari olahan jamu.

Pengembangan inovasi produk herbal Kiringan masih terhambat oleh stigma masyarakat terkait rasa jamu yang kurang diminati. Tantangan ini semakin nyata saat menyasar Generasi Z sebagai segmen pasar potensial di era modern; kelompok ini umumnya memiliki persepsi rasa pahit terhadap jamu. Akibatnya, tingkat minat untuk mencoba maupun membeli produk herbal di kalangan generasi ini masih sangat rendah.

Sejalan dengan konsep *social entrepreneurship* yang menekankan bahwa kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada penciptaan dampak sosial (Saebi et al.,

2019). Dalam konteks Kiringan, nilai sosial tersebut terlihat dari upaya mengubah persepsi masyarakat terhadap jamu serta meningkatkan kesadaran kesehatan. Namun demikian, jika dibandingkan dengan praktik sociopreneur yang ideal, implementasi di Kiringan masih bersifat implisit dan belum terlembagakan dalam model bisnis sosial yang terstruktur. Hal ini mengindikasikan bahwa potensi dampak sosial belum dimaksimalkan secara strategis.

SIMPULAN DAN SARAN

Pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata Jamu Kiringan telah berhasil meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga melalui optimalisasi potensi lokal jamu tradisional yang mampu menghasilkan pendapatan kolektif hingga puluhan juta rupiah per hari. Meskipun nilai-nilai *sociopreneurship* telah terimplementasi dalam bentuk pelestarian budaya herbal dan inovasi produk kreatif seperti jamu instan dan es krim jamu, praktiknya masih bersifat organik dan belum terlembaga secara sistematis. Keberlanjutan desa wisata ini masih menghadapi tantangan serius, terutama terkait rendahnya keterlibatan generasi muda dalam regenerasi, keterbatasan literasi teknologi untuk pemasaran digital, serta hambatan infrastruktur seperti kurangnya lahan parkir dan ketergantungan bahan baku dari luar daerah. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih integratif melalui penguatan kelembagaan, digitalisasi, dan kolaborasi lintas sektor agar transformasi ekonomi kreatif di Desa Kiringan dapat berjalan lebih efisien dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Antena, W. S. (2025). Integrasi Nilai Sosiopreneurship Dalam Manajemen Puskesmas: Kajian Teoretis Dan Strategi Implementasi Di Puskesmas Bunguran Selatan. *Indonesian Health Journal*, 4(2), 76–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.58344/ihj.v4i2.779>
- Arianto, B., Handayani, B., & Marwati, M. (2024). Pengembangan Bisnis Pondok Pesantren Berbasis Sociopreneur Dalam Mewujudkan Semangat Santripreneur. *PRAXIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 66–77. <https://doi.org/10.47776/praxis.v2i3.946>
- Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2021). Three-ring entrepreneurial university: in search of a new business model. *Studies in Higher Education*, 46(5), 977–987. <https://doi.org/10.1080/03075079.2021.1896804>
- Austin, James; Stevenson, Howard; Wei-Skillern, J. (2006). Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(1), 1–22. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x>
- Bornstein, D. (2004). *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*. New York: Oxford University Press.

- Dees, J. G. (2001). *The Meaning of "Social Entrepreneurship."* 1–5.
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat : Menggali Potensi Lokal Desa. *Jurnal Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6, 135–143. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/moderat.v6i1.3319>
- Handayani, S. S. R. D. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Perspektif Ekonomi Syariah. *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 153–165. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syariat.2024.vol7\(1\).15987](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/syariat.2024.vol7(1).15987)
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (edisi ke-15)*. Pearson India Education Services.
- Makarim, S. A., & Dewi, L. S. (2025). Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Ekonomi Kreatif: Strategi Pengembangan Ekonomi Pedesaan Di Desa Sukagalih, Kecamatan Sukaratu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Multi Disiplin*, 2(2), 33–39. <https://doi.org/10.70134/jupengen.v2i2.434>
- Mardhiyah, A. (2022). *Kewirausahaan Sosial*. PT Media Penerbit Indonesia.
- Restyandito; Kurniawan, E. (2017). *The Effect of Screen Size and Interaction Style on Mobile Device Usability*. 25.
- Saebi, T., Foss, N. J., & Linder, S. (2019). Social entrepreneurship research: Past achievements and future promises. *Journal of Business Venturing*, 34(1), 70–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/10422587211024545>
- Sari, M. (2024). Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Inovasi Ekonomi Kreatif. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, 2(1), 389–395. <https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v2i1.1523>
- Sumardani, R. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Bagi Umkm Di Desa Wisata: Pelatihan Branding Dan Pemasaran Online. *JUPEMASAL: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(1), 24–27.
- Suraya. (2017). *Ekonomi kreatif: Konsep dan implementasi*. Andi.
- Suwardi, & Aryaningtyas. (2024). Pemberdayaan masyarakat desa dalam mengembangkan wisata berbasis kearifan lokal. *Jurnal WRD*, 5(2), 195–205. <https://doi.org/https://doi.org/10.56910/wrd.v5i2.724>
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195–205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>
- Widiastuti, A., & Nurhayati, A. S. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Desa Wisata Nganggring Sleman. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 1(1). <https://doi.org/10.21831/jwuny.v1i1.26852>
- Yusuf, I. A. (2025). *Jurnal Bina Desa Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Konten Kreatif Dalam Mempromosikan Desa Wisata Muncar Kecamatan Susukan Pendahuluan*. 7(1), 21–28.