

DARI KRISIS BISNIS MENUJU PENCIPTAAN NILAI SOSIAL: STUDI KASUS KUALITATIF TENTANG KERAJINAN YANTI BATOK DI YOGYAKARTA

Sofia Mumtaz^{1*}, Anik Widiastuti², Amelia Eka Hariani³, Fikrar rahma Syah Putra⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Yogyakarta

*E-mail Correspondence: sofiamumtaz.2023@student.uny.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penyelesaian masalah yang dilakukan oleh Yanti Batok Craft dalam menghadapi krisis usaha. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa krisis yang dialami, seperti penurunan permintaan dan keterbatasan sumber daya, mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk berbasis limbah batok kelapa serta memperkuat strategi pemasaran digital. Selain itu, Yanti Batok Craft tidak hanya berfokus pada pemulihan ekonomi, tetapi juga mengembangkan nilai sosial melalui pemberdayaan masyarakat lokal, khususnya perempuan, dengan membuka peluang kerja dan pelatihan keterampilan. Proses penyelesaian masalah dilakukan secara adaptif melalui kolaborasi dan pembelajaran berkelanjutan. Temuan ini menunjukkan bahwa krisis usaha dapat menjadi titik awal transformasi menuju usaha yang berorientasi pada keberlanjutan dan dampak sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya kajian kewirausahaan sosial, khususnya terkait strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi ketidakpastian sekaligus menciptakan nilai sosial yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Inovasi_Produk; Kewirausahaan_Sosial; Krisis_usaha; Nilai_Sosial; Pemberdayaan_Masyarakat

ABSTRACT

This study aims to analyze the problem-solving process undertaken by Yanti Batok Craft in facing a business crisis. Using a qualitative approach with a case study design, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The results show that the crisis experienced, such as decreased demand and limited resources, encouraged entrepreneurs to innovate products based on coconut shell waste and strengthen their digital marketing strategies. Furthermore, Yanti Batok Craft not only focuses on economic recovery but also develops social value through empowering local communities, particularly women, by creating employment opportunities and skills training. The problem-solving process is carried out adaptively through collaboration and continuous learning. These findings suggest that a business crisis can be a starting point for transformation towards a business oriented towards sustainability and social impact. This research contributes to enriching the study of social entrepreneurship, particularly regarding the adaptation strategies of MSMEs in facing uncertainty while creating sustainable social value.

Keywords: Product_Innovation; Social_Entrepreneurship; Business_Crisis; Social_Values; Community_Empowerment

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian, namun juga rentan terhadap krisis, baik akibat perubahan pasar, keterbatasan sumber daya, maupun dinamika sosial-ekonomi. Dalam kondisi tersebut, kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi melalui inovasi menjadi faktor kunci keberlanjutan usaha. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan pemanfaatan media digital, seperti media sosial,

berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Selain itu, inovasi produk dan dukungan sosial terbukti menjadi determinan penting dalam keberhasilan usaha kecil (Sari et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa penyelesaian masalah dalam UMKM tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga melibatkan aspek sosial, kreativitas, serta kemampuan membaca peluang pasar. Di sisi lain, tekanan eksternal seperti pandemi dan perubahan preferensi konsumen juga menuntut pelaku usaha untuk lebih adaptif dan responsif terhadap perubahan. Oleh karena itu, strategi penyelesaian masalah menjadi aspek krusial yang menentukan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

Dalam konteks yang lebih luas, konsep kewirausahaan sosial muncul sebagai pendekatan yang mengintegrasikan tujuan ekonomi dan sosial. Kewirausahaan sosial berfokus pada penciptaan solusi atas permasalahan sosial melalui inovasi yang berkelanjutan dan pemberdayaan masyarakat (Hidayat, 2021). Bahkan, inovasi sosial dan kewirausahaan sosial dianggap sebagai strategi utama dalam menjawab tantangan ekonomi dan sosial yang tidak dapat diselesaikan oleh bisnis konvensional. Lebih lanjut, sinergi antara kewirausahaan sosial dan inovasi sosial mampu menciptakan model bisnis berkelanjutan yang tidak hanya menghasilkan keuntungan ekonomi, tetapi juga dampak sosial yang signifikan (Rahmawati, 2024). Pendekatan ini menempatkan pelaku usaha tidak hanya sebagai pencari keuntungan, tetapi juga sebagai agen perubahan sosial. Dengan demikian, keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari profit, tetapi juga dari kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar.

Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada pengukuran pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM secara kuantitatif, sementara kajian mengenai proses adaptasi krisis yang menghasilkan transformasi nilai sosial masih terbatas, khususnya pada UMKM berbasis ekonomi sirkular dan *sociopreneurship*. Gap penelitian terletak pada kurangnya eksplorasi kualitatif yang menggambarkan bagaimana pelaku UMKM secara nyata mengelola krisis, membangun strategi adaptif, serta mengembangkan nilai sosial secara simultan. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji usaha kreatif berbasis limbah atau sumber daya lokal sebagai bentuk inovasi berkelanjutan. Padahal, konteks lokal seringkali memiliki karakteristik unik yang mempengaruhi strategi adaptasi pelaku usaha. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi untuk mengkaji secara mendalam dinamika tersebut melalui pendekatan studi kasus yang komprehensif dan

kontekstual. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi antara analisis penyelesaian masalah, transformasi usaha, dan penciptaan nilai sosial dalam satu kerangka kajian. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi kekosongan literatur terkait bagaimana proses problem solving berkembang menjadi mekanisme penciptaan nilai sosial dalam konteks UMKM kreatif berbasis limbah local.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses penyelesaian masalah yang dilakukan oleh Yanti Batok Craft dalam menghadapi krisis usaha, serta mengidentifikasi bagaimana proses tersebut berkontribusi pada penciptaan nilai sosial. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengungkap strategi adaptasi yang digunakan dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah keterbatasan sumber daya. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan praktik nyata pelaku usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian kewirausahaan sosial, khususnya dalam konteks UMKM berbasis lokal. Secara praktis, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lainnya dalam menghadapi krisis sekaligus menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memahami secara mendalam proses penyelesaian masalah dalam menghadapi krisis usaha serta transformasinya menjadi penciptaan nilai sosial pada Yanti Batok Craft. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara kontekstual dan holistik, terutama terkait pengalaman, strategi, serta dinamika yang dialami oleh pelaku usaha. Selain itu, metode ini dinilai mampu membantu peneliti dalam mendapatkan sumber informasi yang akurat. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan utama, yaitu pemilik usaha Yanti Batok Craft, serta beberapa pihak terkait seperti pekerja atau anggota masyarakat yang terlibat dalam kegiatan usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari dokumen pendukung, seperti catatan usaha, foto kegiatan, serta informasi lain yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan observasi langsung. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan menggunakan pedoman wawancara yang fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara

lebih mendalam terkait pengalaman menghadapi krisis, strategi penyelesaian masalah, serta upaya penciptaan nilai sosial. Observasi langsung dilakukan dengan mengamati aktivitas produksi, interaksi antar pelaku usaha, serta keterlibatan masyarakat dalam kegiatan usaha. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh data faktual mengenai praktik yang dilakukan secara nyata di lapangan. Teknik analisis data menggunakan analisis tematik, yang dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi dikategorikan berdasarkan tema-tema yang relevan dengan fokus penelitian, seperti bentuk krisis, strategi adaptasi, inovasi, serta dampak sosial yang dihasilkan. Untuk menjaga validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dan observasi serta memeriksa konsistensi informasi dari berbagai informan. Dengan metode ini, diharapkan penelitian mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai proses penyelesaian masalah dalam usaha serta kontribusinya terhadap penciptaan nilai sosial secara nyata dan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Yanti Batok Craft adalah usaha kerajinan yang memanfaatkan limbah batok kelapa dan berkembang dari skala rumah tangga menjadi industri kreatif lokal di Pendowoharjo, Bantul, Yogyakarta. Usaha ini dirintis Hariyanti pada 2002 berawal dari kejelian melihat batok kelapa limbah pertanian yang kerap terabaikan dan berpotensi mencemari lingkungan bila menumpuk. Melalui ketekunan, ia merumuskan teknik pengolahan manual yang kompleks, meliputi perebusan untuk sanitasi, pemotongan presisi dengan peralatan tradisional, dan penghalusan permukaan. Proses produksi yang menuntut ketelitian tinggi tersebut melahirkan beragam produk bernilai tambah, seperti aksesoris fesyen berupa kalung dan gelang yang ringan sekaligus awet, perlengkapan makan fungsional seperti mangkuk dan sendok yang tidak mudah pecah, hingga tas batok yang memadukan motif etnik Jawa dengan gaya kekinian. Setiap produk dirancang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga praktis digunakan, sehingga diminati wisatawan dan konsumen yang peduli keberlanjutan. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*.

Dari aspek lingkungan, pengolahan tempurung kelapa secara intensif memberi dampak positif pada penanganan sampah organik di Kabupaten Bantul. Sebagai salah satu daerah perkebunan kelapa di DIY, Bantul menghasilkan limbah tempurung dalam volume

besar setiap panen. Sebelum dimanfaatkan, limbah ini sering menumpuk di lahan, dibakar terbuka, atau dibuang ke sungai sehingga mencemari tanah, udara, dan air. Dengan menyerap tempurung kelapa sebagai bahan baku utama, usaha ini ikut mengurangi tumpukan limbah sekaligus menekan praktik pembakaran yang menimbulkan emisi. Langkah ini sejalan dengan konsep ekonomi sirkular: bahan yang tadinya tidak berharga diubah menjadi produk bernilai tinggi, umur pakai material diperpanjang, dan sisa produksi yang tidak terpakai diolah lagi menjadi kompos untuk pertanian. Dengan cara itu, usaha ini tidak hanya menghasilkan nilai ekonomi dan membuka lapangan kerja bagi perajin, tetapi juga menjaga keseimbangan ekosistem setempat dan menurunkan potensi pencemaran lingkungan secara berkelanjutan.

Yanti Batok Craft membentuk rantai nilai baru yang berbasis potensi lokal dengan menghubungkan petani pemasok bahan baku, perajin terlatih, dan konsumen yang sadar lingkungan. Model ini memberi penghasilan yang relatif stabil bagi keluarga pendiri serta para pekerja, sekaligus menjadi rujukan bagi UMKM lain di Yogyakarta bahwa inovasi berbasis sumber daya lokal mampu menghasilkan dampak ekonomi, sosial, dan ekologis secara berkelanjutan. Perjalanan Yanti Batok Craft diwarnai dua guncangan eksternal besar yang menguji daya tahan usaha. Pertama, gempa bumi 2006 di Yogyakarta melumpuhkan operasional, menghancurkan sarana produksi sederhana, dan memaksa Hariyanti bersama tim membangun kembali usaha dari titik nol setelah proses pemulihan yang tidak singkat.

Lebih dari satu dekade berselang, pandemi Covid-19 hadir sebagai krisis kedua dengan dampak yang lebih luas. Ketergantungan pada jalur distribusi luring seperti toko souvenir dan mitra ritel membuka usaha ini terpukul hebat. Penutupan gerai di Jakarta, Yogyakarta International Airport, Malioboro, dan destinasi wisata lain menyebabkan pesanan berhenti total dan penjualan merosot tajam hingga berada pada posisi “minus” dalam waktu lama. Tekanan finansial dirasakan secara nyata: tabungan yang dikumpulkan sebelum pandemi terkuras untuk menutup biaya operasional dasar dan kebutuhan keluarga. Hariyanti bahkan harus melepas aset pribadi berupa mobil keluarga guna memenuhi kebutuhan rumah tangga, termasuk rencana ibadah umrah yang telah lama diimpikan. Situasi tersebut memperlihatkan kerentanan struktural UMKM yang bertumpu pada sektor pariwisata dan ritel fisik saat terjadi disrupsi berskala besar. Tanpa diversifikasi pasar maupun kesiapan digital, usaha jenis ini sangat berdampak fluktuasi eksternal, sehingga adaptasi strategis menjadi

kunci keberlangsungan.

Yang paling khas Yanti Batok Craft terletak pada cara memandang relasi kerja yang bersifat humanis dan setara. Para pekerja tidak ditempatkan sebagai “karyawan” dalam makna terbatas yang hanya menjalankan perintah, tetapi sebagai “keluarga” sekaligus “mitra” yang terlibat dalam semua tahap usaha, mulai dari merancang desain, menyiapkan bahan, proses pembuatan, sampai evaluasi setelah produk terjual. Perspektif ini mengubah hubungan atasan bawahan yang kaku menjadi kerja sama yang didasari rasa saling percaya. Karena merasa ikut memiliki usaha secara batin, para perajin membangun kedekatan emosional yang kuat. Kedekatan itu menumbuhkan rasa tanggung jawab yang kemudian menjadi penggerak produktivitas dan penjaga kualitas. Wujud nyata dari pendekatan ini tampak ketika ada ide produk baru atau muncul kendala teknis di tempat produksi. Hariyanti tidak memutuskan semuanya sendiri. Ia membuka ruang musyawarah, dalam forum tersebut, setiap perajin leluasa mengemukakan pendapat, hambatan peralatan, masalah bahan, hingga saran perbaikan alur kerja. Hariyanti secara aktif menanyakan siapa yang paling sesuai mengerjakan bagian tertentu, seperti ukiran detail dan pewarnaan. Penentuannya merujuk pada pengalaman, minat, dan kelebihan masing-masing orang, bukan hanya soal siapa yang sedang luang. Musyawarah tersebut bukan sekadar simbol keterlibatan. Ia menjadi tempat partisipasi yang sungguh sungguh sehingga setiap orang merasa keahliannya diakui, dihargai, dan diperlukan. Saat perajin senior dipercaya membuat pola baru karena pengalamannya dalam mengukir, ia bekerja dengan standar yang lebih tinggi karena merasa diberi tanggung jawab. Saat perajin muda diberi kesempatan mencoba teknik *finishing* yang ramah lingkungan, ia merasa proses belajarnya didukung. Penghargaan seperti inilah yang menggeser dorongan kerja dari sekadar upah menjadi kebanggaan terhadap profesi.

Hasilnya terlihat pada mutu keputusan dan kelancaran produksi. Penyelesaian yang diambil menjadi lebih tepat karena berasal dari pengalaman langsung di lapangan, bukan dari perkiraan pemilik di balik meja. Persoalan batok yang retak ketika dikeringkan, contohnya, diatasi dengan menyesuaikan suhu penjemuran atas usulan perajin bagian penjemuran. Ide motif modern untuk pasar hotel muncul dari perajin yang terbiasa menangani pesanan ekspor. Dengan pola ini, proses belajar di dalam usaha berjalan dua arah: pemilik mendapat pengetahuan teknis yang kaya konteks, sedangkan perajin memperoleh ruang untuk mengembangkan diri. Dalam jangka panjang, model relasi kerja seperti ini memperkuat daya

tahan usaha. Tingkat keluar-masuk tenaga kerja rendah karena kesetiaan tumbuh dari ikatan emosional, bukan sekadar kontrak. Kesalahan produksi berkurang karena setiap orang berani menyampaikan persoalan sejak awal sebelum membesar. Pada kegiatan pelatihan atau kunjungan pihak luar, para perajin tidak diposisikan sebagai peserta pasif, melainkan didorong menjadi “tutor” yang membagikan teknik pengamplasan, pewarna alami, atau perakitan tas. Transfer pengetahuan berlangsung organik di dalam komunitas. Pola ini menunjukkan bahwa penyelesaian persoalan tidak hanya mengandalkan pendekatan teknis, tetapi juga dibangun di atas kepercayaan, komunikasi terbuka, dan keterlibatan aktif. Pendekatan tersebut merefleksikan *community based problem solving*, dimana keputusan tidak diturunkan secara top-down oleh pemilik, melainkan tumbuh dari jaringan dukungan sosial di workshop. Relasi yang setara ini memperkuat solidaritas kelompok dan meningkatkan ketangguhan tim dalam menghadapi dinamika pasar maupun tantangan produksi harian.

Jika tahap awal usaha lebih berfokus pada upaya bertahan dari krisis gempa 2006 dan pandemi Covid-19, tahap selanjutnya menandai pergeseran ke arah penciptaan nilai sosial yang berkelanjutan. Pemanfaatan batok kelapa secara konsisten tidak hanya menekan timbunan sampah organik di Bantul, tetapi juga membuka peluang kerja baru, terutama bagi perempuan sekitar workshop yang sebelumnya minim akses ekonomi. Konversi limbah menjadi produk bernilai tinggi seperti aksesoris dan peralatan makan menghasilkan margin yang cukup untuk menyebarkan manfaat ekonomi ke komunitas secara lebih luas. Eksistensi Yanti Batok Craft turut memperkuat ketahanan sosial di masa pandemi, kebutuhan pokok pekerja seperti pangan dan biaya listrik dibantu oleh Hariyanti demi menjaga stabilitas rumah tangga mereka. Transformasi ini menjadikan Yanti Batok Craft sebagai contoh kewirausahaan sosial yang relevan. Penyelesaian persoalan usaha tidak berhenti pada pencapaian laba, tetapi diperluas pada kontribusi jangka panjang terhadap lingkungan melalui pengurangan limbah dan terhadap kesejahteraan sosial di Yogyakarta. Hal ini membuktikan bahwa UMKM lokal dapat berperan sebagai agen perubahan yang menyeluruh.

Keseluruhan praktik Yanti Batok Craft memperlihatkan ciri *sociopreneurship* yang melekat pada setiap lini operasional, diantaranya:

1. Misi sosial hadir sejak pendirian. Hariyanti secara sadar mengarahkan usaha untuk memberdayakan ibu rumah tangga di Pendowoharjo yang aksesnya terhadap ekonomi

- formal terbatas. Sebagian laba juga dialokasikan untuk mendukung pendidikan anak-anak pekerja, sehingga terbentuk siklus pemberdayaan lintas generasi.
2. Fleksibilitas kerja yang berpihak pada peran domestik menjadi mekanisme inklusi ekonomi. Pekerja perempuan dapat menyesuaikan waktu kerja dengan tanggung jawab rumah tangga seperti mengasuh anak atau berkebun, sehingga tetap produktif tanpa mengorbankan peran keluarga praktik yang jarang ditemukan pada UMKM pada umumnya.
 3. Inovasi produk dan upaya mencari bahan baku hingga ke luar daerah tidak semata didorong efisiensi, melainkan untuk menjaga keberlanjutan rantai ekonomi komunitas. Hariyanti aktif menjangkau daerah penghasil kelapa lain guna memastikan pasokan batok berkualitas, sehingga pekerja tetap memperoleh pekerjaan yang stabil meski hasil panen lokal berfluktuasi.
 4. Tanggung jawab pemilik usaha saat krisis, termasuk kesediaan melepas aset pribadi seperti mobil keluarga di masa pandemi, menegaskan etika sociopreneur yang menempatkan pekerja sebagai primary stakeholder. Langkah ini bukan hanya bantuan finansial sesaat, tetapi juga bentuk komitmen moral yang mempertebal loyalitas dan rasa aman tim.
 5. Budaya kekeluargaan dan musyawarah menjadikan pekerja sebagai mitra pencipta nilai, bukan sekadar pelaksana. Keputusan terkait desain maupun strategi dirumuskan bersama, sehingga inovasi yang lahir lebih adaptif dan berkelanjutan.

Yanti Batok Craft tidak hanya mampu bangkit dari krisis gempa 2006 dan pandemi Covid-19, tetapi juga membangun pondasi kuat bagi pembangunan sosial berbasis komunitas di Yogyakarta. Model ini menunjukkan bahwa sociopreneurship dapat menyatukan profitabilitas dan dampak sosial, sekaligus menjadi inspirasi bagi UMKM lain dalam menghadapi tantangan era disruptif.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa proses penyelesaian masalah pada Yanti Batok Craft dalam menghadapi krisis gempa 2006 dan pandemi Covid-19 bersifat adaptif dan transformatif. Temuan empiris mengindikasikan bahwa tekanan eksternal mendorong pelaku usaha untuk mengaktifkan strategi multidimensi yang meliputi inovasi produk berbasis limbah batok kelapa, migrasi ke kanal pemasaran digital, serta rekonfigurasi rantai pasok

yang mengintegrasikan petani lokal dan perajin terampil. Secara organisasi, ketahanan usaha ditopang oleh model relasi kerja yang partisipatif dan berlandaskan kepercayaan, yang memfasilitasi pengambilan keputusan berbasis pengalaman lapangan (community-based problem solving). Penelitian ini mengonfirmasi bahwa krisis tidak semata-mata direspons sebagai ancaman operasional, tetapi difungsikan sebagai katalis untuk menginternalisasi misi pemberdayaan perempuan dan praktik ekonomi sirkular. Secara teoritis, temuan ini memperkaya perspektif kewirausahaan sosial dengan mendemonstrasikan bahwa integrasi antara viabilitas ekonomi, inovasi kontekstual, dan penciptaan nilai sosial dapat berlangsung secara simultan dalam konteks UMKM berbasis sumber daya lokal.

Berdasarkan simpulan tersebut, penelitian ini merekomendasikan atau memberi saran beberapa langkah strategis untuk pemangku kepentingan terkait. Pertama, pelaku UMKM disarankan untuk menginternalisasi pendekatan adaptif yang tidak hanya berfokus pada pemulihan likuiditas jangka pendek, tetapi juga pada pengembangan kompetensi digital, diverifikasi saluran distribusi, serta penguatan relasi kerja kolaboratif sebagai modal ketahanan organisasi. Kedua, pemerintah daerah dan lembaga pendamping UMKM perlu merancang intervensi kebijakan yang bersifat holistik, meliputi fasilitasi akses pembiayaan fleksibel, pelatihan literasi digital terintegrasi, serta pemberian insentif bagi usaha yang mengadopsi prinsip ekonomi sirkular dan pemberdayaan kelompok rentan secara terstruktur. Ketiga, organisasi masyarakat dan jaringan koperasi dapat berperan aktif dalam membangun ekosistem kolaboratif antar pelaku usaha kreatif, khususnya melalui pertukaran praktik baik terkait model kerja inklusif, fleksibilitas pengelolaan, serta pemasaran berbasis narasi keberlanjutan.

Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa keberhasilan transformasi UMKM tidak hanya ditentukan oleh kapasitas internal pelaku usaha, tetapi juga oleh kemampuannya dalam membangun jejaring kolaboratif dengan berbagai pihak, termasuk komunitas lokal, pemerintah, dan pasar digital. Integrasi antara inovasi berbasis sumber daya lokal, pemanfaatan teknologi, serta nilai-nilai sosial yang diinternalisasi dalam praktik usaha menunjukkan bahwa model bisnis berbasis kewirausahaan sosial memiliki relevansi tinggi dalam menjawab tantangan ekonomi kontemporer. Dengan demikian, Yanti Batok Craft tidak hanya merepresentasikan praktik adaptasi terhadap krisis, tetapi juga menjadi model empiris

bagaimana UMKM dapat berperan sebagai agen transformasi sosial-ekologis yang berkelanjutan di tingkat lokal maupun global

DAFTAR PUSTAKA

- Destrin, P. (2024). *The impact of financial literacy on MSME performance with innovation as a moderating variable*. Jurnal Literasi Akuntansi, 4(4), 184–189. <https://doi.org/10.55587/jla.v4i4.142>
- Ellen MacArthur Foundation. (2021). Circular economy in cities: Evolving the role of local governments. <https://ellenmacarthurfoundation.org>
- Harmadji, D. E., & Perdana, S. (2024). *Pengusaha perempuan dan keberlanjutan UMKM berbasis ekonomi digital*. Journal of Innovation Research and Knowledge, 4(5). <https://doi.org/10.53625/jirk.v4i5.8756>
- Hidayat, D. (2021). Kewirausahaan sosial sebagai integrasi tujuan ekonomi dan sosial dalam pemberdayaan masyarakat. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 2(1), 45–58.
- Kusmantini, T., et al. (2025). *How do social entrepreneurship factors influence sustainable business development?* Asian Management and Business Review. <https://doi.org/10.20885/AMBR.vol5.iss1.art9>
- OECD. (2021). Local innovation for sustainable development: Practices and policies. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/1234567890>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2021). *The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government*. OECD Publishing.
- Putri, N. J. M., et al. (2024). *Marketing strategy through innovation and sustainable entrepreneurship in UMKM*. Indonesian Journal of Banking and Financial Technology, 3(2). <https://doi.org/10.55927/fintech.v3i2.34>
- Rahmawati, S. (2024). Sinergi kewirausahaan sosial dan inovasi sosial dalam menciptakan model bisnis berkelanjutan. Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, 4(1), 112–128.
- Ratten, V. (2021). Social entrepreneurship and sustainability: Concepts, context, and case studies. Journal of Cleaner Production, 285, 124885. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124885>
- Sari, D. P., Hidayat, R., & Pratama, A. (2023). Pengaruh inovasi produk dan pemasaran digital terhadap keberlanjutan UMKM di Yogyakarta. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Kreatif, 9(1), 78–95.
- UNDP. (2022). Community empowerment for inclusive economic participation: Guidelines and case studies. United Nations Development Programme. <https://www.undp.org/publications>
- World Bank. (2023). MSME recovery and digital transformation in Southeast Asia. World Bank Group. <https://documents.worldbank.org>