

IMPLEMENTASI NILAI SOCIOPRENEURSHIP PADA UMKM GETHUK GORENG DANMO UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN EKONOMI MASYARAKAT

Nabila Fadilah Zhafarina^{1*}, Nisa Trilestari², Anik Widiastuti³

^{1,2} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

¹ E-mail Correspondence: nabilafadilah.2023@student.uny.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh besarnya peran UMKM dalam mendorong kesejahteraan masyarakat serta pentingnya penerapan pendekatan sociopreneurship yang menggabungkan tujuan ekonomi dan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implementasi nilai sociopreneurship pada UMKM Gethuk Goreng Danmo dan dampaknya terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Kajian ini mengacu pada konsep UMKM, kewirausahaan sosial, pemberdayaan masyarakat, serta inovasi produk dan strategi pemasaran. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan informan penelitian adalah owner Gethuk Goreng Danmo yang dipilih secara purposive karena memiliki pengetahuan menyeluruh mengenai sejarah usaha, pengelolaan bisnis, serta dampak sosial ekonomi usaha terhadap masyarakat sekitar. Instrumen penelitian adalah peneliti sendiri, keabsahan datanya menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik, dan teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Gethuk Goreng Danmo mampu memberdayakan masyarakat melalui penyediaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, serta mendorong aktivitas ekonomi di lingkungan sekitar. Selain itu, temuan ini mengindikasikan bahwa penerapan nilai sociopreneurship berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: Sociopreneurship, UMKM, Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat

ABSTRACT

This research is motivated by the significant role of MSMEs in promoting community welfare and the importance of implementing a sociopreneurship approach that combines economic and social objectives. This study aims to examine the implementation of sociopreneurship values in Gethuk Goreng Danmo MSMEs and their impact on the welfare of the surrounding community. This study refers to the concept of MSMEs, social entrepreneurship, community empowerment, as well as product innovation and marketing strategies. The research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The research informant is the owner of Gethuk Goreng Danmo was selected using purposive sampling due to their comprehensive knowledge of the business's history, management, and socio-economic impact on the local community.. The research instrument is the researcher himself, the validity of the data uses source triangulation and technical triangulation, and the data analysis technique uses the interactive model of Miles and Huberman. The results of the study indicate that Gethuk Goreng Danmo MSMEs are able to empower the community by providing employment, increasing income, and encouraging economic activity in the surrounding environment. In addition, these findings indicate that the application of sociopreneurship values contributes to business sustainability as well as improving community welfare.

Keywords: Sociopreneurship, UMKM, economic welfare of society

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha menguntungkan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau badan usaha dengan modal awal dan pekerja yang terbatas serta hasil penjualan tahunan tertentu. UMKM memiliki peran penting dalam kegiatan perekonomian di Indonesia terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan pemberdayaan dalam memajukan

perekonomian. UMKM mampu menyerap dengan baik 97% dari total perusahaan kerja yang ada di Indonesia (Baginda et al., 2024). Dengan banyaknya UMKM dapat mengurangi pengangguran di Indonesia karena menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Sejalan dengan pendapat (Widiastuti & Sagoro, 2020) kewirausahaan menjadi salah satu kunci kemajuan suatu negara.

Berdasarkan data BPS 2023, perekonomian Indonesia tumbuh diperkirakan sebesar 5,31% pada tahun 2022, lebih tinggi dibanding tahun 2021 yaitu 3,70%.. Kemudian pada tahun 2023 Kementerian Koperasi dan UMKM menargetkan 10 juta unit UMKM teregistrasi oleh sistem Online Single Submission (OSS) pada akhir 2023. Namun, peningkatan jumlah dan digitalisasi UMKM tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh penguatan UMKM dalam mengelola dampak sosial dan ekonomi bagi masyarakat, sehingga menjadi urgensi dalam menentukan pendekatan yang memadukan tujuan ekonomi dan sosial secara bersamaan. Dari kondisi inilah yang menjadi urgensi dalam mengkaji implementasi nilai *sociopreneurship* pada UMKM guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, jumlah UMKM pada tahun 2024 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 61,07% atau senilai dengan 8.572,89 triliun rupiah. Pada tahun 2020 saat Indonesia mengalami pandemi Covid-19 kontribusi UMKM pada PDB hanya mencapai angka 30% karena beberapa UMKM mengalami kerugian. Namun pada tahun tahun berikutnya, kontribusi UMKM terhadap PDB mulai meningkat pada tahun 2021-2023 mencapai angka hingga 60-61%. UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam perekonomian, yang dibuktikan dengan kontributor signifikan terhadap PDB.

Pengembangan ekonomi berbasis masyarakat menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan yang berkelanjutan. Pendekatan ini menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola UMKM. Model pemberdayaan berbasis komunitas dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal serta keterlibatan dalam kegiatan produksi. Pengembangan ekonomi berbasis masyarakat berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. Pendekatan ini mendorong ekonomi agar lebih inklusif serta memperkuat ketahanan ekonomi lokal terutama dalam sektor UMKM. Pengembangan ekonomi berbasis masyarakat tidak hanya menjadikan masyarakat sebagai objek, tetapi sebagai subjek utama dalam pengembangan ekonomi.

Sociopreneurship ini menjadi pendekatan yang semakin relevan dalam pengembangan UMKM, khususnya pada sektor kuliner tradisional. Konsep ini mengintegrasikan tujuan ekonomi dengan misi sosial, sehingga tidak hanya berorientasi pada keuntungan saja, namun juga pada pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan sosial. Dalam konteks UMKM kuliner tradisional, sociopreneurship berperan penting dalam menjaga keberlanjutan usaha sekaligus melestarikan nilai budaya lokal yang terkandung dalam produk kuliner. UMKM kuliner tradisional memiliki potensi besar dalam mendukung perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja, pemanfaatan bahan baku lokal, serta penguatan identitas budaya. Namun, tantangan seperti keterbatasan inovasi, pemasaran, dan daya saing seringkali menjadi hambatan. Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai sociopreneurship seperti kepedulian sosial, pemberdayaan komunitas, dan keberlanjutan menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing sekaligus memberikan dampak sosial yang luas.

Praktik sociopreneurship dalam UMKM ini mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat melalui berbagai program inovatif dan kolaboratif. Selain itu, dalam sektor kuliner, pendekatan sociopreneur juga terbukti dapat meningkatkan kemandirian ekonomi, membuka peluang kerja, serta memperluas manfaat usaha bagi lingkungan sekitar. Di sisi lain, pengembangan UMKM kuliner tradisional yang berbasis nilai sosial dan budaya juga berkontribusi pada pelestarian kuliner lokal sekaligus meningkatkan nilai tambah produk. Dengan demikian, relevansi sociopreneurship dalam UMKM kuliner tradisional tidak hanya terletak pada peningkatan profitabilitas usaha, tetapi juga pada kemampuannya dalam menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan. Hal ini menjadikan sociopreneurship sebagai pendekatan strategis dalam upaya meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis kearifan lokal.

Implementasi nilai-nilai sociopreneurship dalam praktik UMKM menjadi langkah strategis dalam mengintegrasikan tujuan ekonomi dan sosial secara berimbang. Nilai-nilai utama seperti kepedulian sosial, pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan, serta inovasi sosial ini tercermin dalam berbagai aktivitas usaha yang tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar. Implementasi ini bisa dilihat dari bagaimana pelaku usaha melibatkan masyarakat lokal dalam proses produksi, distribusi, hingga pengembangan usaha.

Di sisi lain, inovasi sosial dalam UMKM juga menjadi bagian penting dari sociopreneurship. Pelaku usaha tidak hanya menciptakan produk yang bernilai jual, tetapi juga menghadirkan solusi atas permasalahan sosial, seperti pengurangan pengangguran dan peningkatan kesejahteraan komunitas. Penelitian menunjukkan bahwa implementasi nilai sociopreneurship dalam UMKM dapat meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat serta memperkuat ketahanan usaha dalam menghadapi persaingan pasar (Winedar et al., 2022). Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak seperti komunitas, pemerintah, dan lembaga lainnya juga menjadi indikator penting dalam praktik sociopreneurship. Kolaborasi ini memungkinkan UMKM untuk berkembang lebih luas sekaligus memperbesar dampak sosial yang dihasilkan. Menurut (Hidayati et al., 2025) penerapan nilai sociopreneurship mampu mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif melalui sinergi antara pelaku usaha dan masyarakat. Implementasi nilai-nilai sociopreneurship dalam praktik UMKM tidak hanya berfungsi sebagai strategi bisnis, namun bisa sebagai upaya nyata dalam menciptakan kesejahteraan sosial yang berkelanjutan. Hal ini menjadikan UMKM sebagai aktor penting dalam pembangunan ekonomi berbasis masyarakat.

Rumusan fokus dalam artikel ini untuk menelaah relevansi sociopreneurship sebagai pendekatan yang mampu mengintegrasikan tujuan bisnis dengan kepedulian sosial, serta bagaimana nilai-nilai sociopreneurship seperti inovasi, pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan, dan nilai sosial diimplementasikan dalam praktik UMKM gethuk goreng. Selain itu, penelitian ini turut mengidentifikasi berbagai kendala yang dihadapi dalam implementasi sociopreneurship serta upaya pengembangan yang dapat dilakukan ke depan guna menjaga keberlanjutan dan pertumbuhan usaha. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Sumangelipu et al., 2023) dengan judul “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Daun Kelor Menjadi Keripik Daun Kelor di Desa Wecadui” menunjukan bahwa masih terdapat kesenjangan yang menunjukan bahwa pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan pemberdayaan masyarakat masih berfokus pada aspek teknis seperti produksi, pengemasan dan pemasaran, belum terintegrasi secara optimal dengan pendekatan sociopreneurship yang menekankan keseimbangan antara nilai ekonomi dan nilai sosial. Selain itu, praktik pemasaran UMKM cenderung terbatas di lingkup lokal dan belum memanfaatkan strategi digital dengan maksimal. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji lebih dalam bagaimana penerapan nilai sociopreneurship dalam

UMKM gethuk goreng dan diintegrasikan dengan startegi pemasaran modern guna meningkatkan kesejahteraan ekonomi secara berkelanjutan. Dengan demikian, artikel ini diharapkan mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kontribusi UMKM berbasis sociopreneurship dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk mencapai tiga hal utama. Pertama, mendeskripsikan penerapan nilai-nilai sociopreneurship — meliputi kepedulian sosial, pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan, dan inovasi sosial — dalam praktik pengelolaan UMKM Gethuk Goreng Danmo. Kedua, menganalisis bagaimana integrasi strategi pemasaran modern, termasuk pemanfaatan media digital, mendukung keberlanjutan dan daya saing usaha tersebut. Ketiga, mengidentifikasi dampak penerapan nilai sociopreneurship terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar, baik melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, maupun penguatan aktivitas ekonomi lokal. Dengan tercapainya tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi teoritis maupun praktis bagi pengembangan UMKM berbasis sociopreneurship di sektor kuliner tradisional

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara langsung bagaimana penerapan nilai sociopreneurship pada UMKM Gethuk Goreng Danmo. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan kondisi nyata di lapangan sesuai dengan fakta yang ditemukan. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan cara mereduksi data, menyajikan data, lalu menarik kesimpulan dari hasil penelitian.

Penelitian dilakukan di UMKM Gethuk Goreng Danmo yang berada di kawasan Pantai Baru, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Fokus penelitian ini pada kegiatan usaha, proses produksi, strategi pemasaran, serta keterlibatan masyarakat sekitar dalam usaha tersebut. Permasalahan yang dikaji berkaitan dengan bagaimana usaha ini tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memberikan dampak sosial bagi masyarakat.

Informan penelitian adalah owner Gethuk Goreng Danmo sebagai informan utama, karena memiliki pengetahuan secara menyeluruh mengenai sejarah usaha, pengelolaan bisnis, strategi pengembangan, serta dampak sosial ekonomi terhadap masyarakat sekitar.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan melihat secara langsung kegiatan produksi, penjualan, dan interaksi di lingkungan usaha. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan

informasi lebih dalam mengenai usaha, kendala, dan dampaknya. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data berupa catatan dan arsip. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan cara mengelompokkan, memahami, dan menarik kesimpulan sesuai dengan tujuan penelitian.

Instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri sebagai instrumen utama, untuk mendukung pengumpulan data digunakan pedoman observasi, buku catatan lapangan, alat tulis, dan dokumentasi berupa foto kegiatan usaha.

Keabsahan data dilakukan melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari owner dengan kondisi nyata di lapangan, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan mencocokkan hasil oservasi dengan dokumentasi yang diperoleh selama penelitian.

Teknik analisis data menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang relevan dan fokus penelitian, kemudian data disajikan dalam bentuk urian naratif, selanjutnya ditarik kesimpulan mengenai implementasi nilai sociopreneurship pada UMKM Gethuk Goreng Danmo dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Nilai Sociopreneurship pada UMKM Gethuk Goreng Danmo

Usaha Gethuk Goreng Danmo awalnya merupakan warung yang berada di kawasan Pantai Baru, Kabupaten Bantul, Yogyakarta yang menjual produk olahan seafood, namun karena faktor kompetisi yang tinggi, pelaku usaha memilih beralih ke produk tradisional gethuk goreng yang memiliki diferensiasi lebih jelas dan pasar yang belum terlalu jauh. Menurut Fajri dkk (2024) langkah ini sesuai dengan konsep diferensiasi produk dalam kewirausahaan, dimana pelaku usaha mencari peluang agar mampu bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan. Strategi peralihan usaha dari seafood ke gethuk goreng menjadi strategi adaptif pelaku usaha.

Menurut Anthony Giddens nilai sosial merupakan gagasan kolektif atau individual mengenai apa yang dikehendaki, layak diterapkan, serta dianggap baik dan buruk dalam masyarakat. Nilai sosial yang dihasilkan dari usaha Gethuk Goreng Danmo ini terlihat dari kontribusinya dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Dengan melibatkan warga

lokal sebagai tenaga kerja, usaha ini memberikan sumber penghasilan tambahan bagi masyarakat sekitar yang sebelumnya memiliki keterbatasan ekonomi. Keterlibatan tersebut tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun juga mendorong peningkatan taraf hidup secara bertahap. Seiring berkembangnya usaha, kebutuhan tenaga kerja pun meningkat, sehingga memberikan peluang ekonomi yang lebih luas bagi lingkungan sekitar.

Selain itu, keberadaan usaha ini juga berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran di lingkungan sekitar. Menurut (Chairani et al., 2025) UMKM menjadi salah satu sektor yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar serta meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar. Masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan tetap kini dapat bekerja dan memperoleh penghasilan yang lebih stabil. Hal ini menunjukkan bahwa usaha gethuk goreng tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memiliki kepedulian sosial terhadap kondisi masyarakat sekitar. Dengan adanya kesempatan kerja ini, tercipta kondisi sosial yang lebih produktif dan mandiri

Di sisi lain, dampak ekonomi tidak langsung juga dirasakan oleh masyarakat, salah satunya melalui penggunaan tempat usaha yang merupakan milik warga setempat. Sistem sewa tempat ini memberikan tambahan pendapatan bagi pemilik bangunan, sehingga manfaat ekonomi tidak hanya dirasakan oleh pekerja, tetapi juga oleh masyarakat lain di sekitar usaha. Dengan ini, usaha gethuk goreng mampu menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) yang memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Menurut (Setiyawan et al., 2025) UMKM dalam meningkatkan kinerja akan menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap kesejahteraan masyarakat, daya saing nasional dan perluasan lapangan pekerjaan.

Usaha Gethuk Goreng Danmo ini memberikan dampak ekonomi yang nyata terhadap kesejahteraan masyarakat, terutama melalui peningkatan penjualan yang mencapai sekitar ± 500 besek per hari. Tingginya volume penjualan ini menunjukkan bahwa produk memiliki daya tarik yang kuat di pasar, khususnya sebagai oleh-oleh khas bagi wisatawan di kawasan Pantai Baru. Peningkatan aktivitas penjualan ini tidak hanya berdampak pada keuntungan usaha, tetapi juga mendorong perputaran ekonomi lokal yang lebih dinamis. Hal ini sejalan dengan penelitian (Utari & Hutasuhut, 2024) yang menyatakan bahwa perkembangan UMKM memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui peningkatan aktivitas ekonomi dan distribusi pendapatan.

Selain itu, pendapatan usaha yang relatif stabil dan terus berkembang menjadi indikator keberhasilan usaha ini dalam mendukung kesejahteraan. Stabilitas pendapatan ini memungkinkan pelaku usaha untuk mempertahankan bahkan menambah jumlah tenaga kerja, sehingga memberikan dampak lanjutan berupa peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Dengan adanya kesinambungan usaha, masyarakat yang terlibat memperoleh penghasilan yang lebih pasti dan berkelanjutan. Hal ini didukung oleh penelitian yang menyebutkan bahwa UMKM berperan sebagai sarana peningkatan pendapatan masyarakat serta penguatan ekonomi lokal secara berkelanjutan (Luange & Tiakoly, 2025)

Di sisi lain, usaha ini juga memberikan kontribusi terhadap ekonomi lokal secara lebih luas melalui efek berganda (*multiplier effect*). Tidak hanya pelaku usaha dan karyawan yang merasakan manfaat, tetapi juga pihak lain seperti pemasok bahan baku dan pemilik tempat usaha. Aktivitas ekonomi yang tercipta mampu meningkatkan inklusivitas ekonomi dan memperkuat ketahanan masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan (Salsabila & Nurullah, 2026) yang menyatakan bahwa UMKM berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja, pemerataan ekonomi, serta peningkatan kesejahteraan sosial melalui penguatan modal sosial di masyarakat.

Nilai Pemberdayaan Masyarakat (Empowerment) dan Keberlanjutan (Sustainability)

Usaha Gethuk Goreng Danmo tidak hanya mencari keuntungan (*provit*), namun juga memiliki tujuan sosial yaitu pemberdayaan masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan pekerjaan. Usaha Gethuk Goreng Danmo melakukan praktik kewirausahaan sosial melalui kegiatan usaha yang mengintegrasikan tujuan ekonomi dan dampak sosial. Menurut (Nasila & Napu, 2024) kewirausahaan sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan pekerjaan dan pemberdayaan ekonomi lokal. Usaha Gethuk Goreng Danmo tidak hanya melakukan strategi bisnis untuk bertahan di tengah persaingan, namun juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.

Usaha Gethuk Goreng Danmo menunjukkan adanya keterlibatan tenaga kerja dari lingkungan sekitar sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Pelaku usaha merekrut masyarakat setempat, seperti tetangga, untuk terlibat dalam proses produksi maupun penjualan. Hal ini tidak hanya mempermudah koordinasi kerja, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dalam komunitas. Menurut (Tohari et al., 2025) keterlibatan tenaga kerja

lokal pada UMKM dapat meningkatkan keberlanjutan usaha sekaligus memperkuat ekonomi berbasis komunitas. Selain itu, usaha ini juga terbukti mampu membuka lapangan pekerjaan, yang ditunjukkan dari peningkatan jumlah karyawan dari awalnya 2 orang menjadi 6 orang seiring berkembangnya usaha. Pertumbuhan ini menandakan adanya peningkatan kapasitas produksi dan permintaan pasar, sehingga membutuhkan tambahan tenaga kerja. UMKM memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran, terutama di tingkat lokal.

Bahan baku utama yang digunakan dalam Usaha gethuk Goreng Danmo memanfaatkan potensi sumber daya lokal yaitu berupa singkong yang berasal dari Wonosobo. Pemilihan bahan baku ini tidak hanya menjamin ketersediaan bahan yang stabil, tetapi juga membantu menekan biaya produksi serta menjaga kualitas produk tetap konsisten. Selain itu, penggunaan singkong lokal turut mendukung perekonomian petani setempat dan memperkuat keterkaitan antara sektor pertanian dan industri olahan. Pemanfaatan bahan baku lokal pada UMKM pangan mampu meningkatkan efisiensi usaha sekaligus memberikan nilai tambah ekonomi bagi daerah. Menurut (Miradji et al., 2025) efisiensi dalam UMKM tercermin pada penggunaan bahan baku lokal yang harganya stabil dan mudah diperoleh, yang mengurangi biaya transportasi dan distribusi.

Seiring dengan pemanfaatan bahan baku lokal tersebut, usaha gethuk goreng ini juga mengalami perkembangan yang signifikan, ditandai dengan bertambahnya jumlah cabang hingga mencapai tiga lokasi. Pertumbuhan ini menunjukkan adanya peningkatan permintaan pasar serta keberhasilan strategi pengelolaan usaha yang dilakukan. Ekspansi usaha pada UMKM menjadi indikator penting dalam menilai keberlanjutan dan daya saing bisnis di tengah dinamika pasar.

Dalam menjalankan usaha berbasis sociopreneurship, pelaku UMKM Gethuk Goreng Danmo menghadapi beberapa kendala yang cukup signifikan, salah satunya adalah kesulitan dalam mendapatkan bahan baku singkong dengan kualitas yang sesuai. Berdasarkan hasil observasi, singkong dengan kualitas terbaik diperoleh dari daerah Wonosobo, sehingga ketersediaannya sangat bergantung pada pasokan dari wilayah tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian (Pratama et al., 2025) yang menyatakan bahwa keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan UMKM, khususnya pada sektor kuliner tradisional.

Selain itu, ketergantungan terhadap daerah tertentu sebagai sumber bahan baku juga menjadi tantangan tersendiri bagi keberlanjutan usaha. Ketika terjadi kendala distribusi atau penurunan kualitas bahan baku dari daerah tersebut, maka proses produksi dapat terganggu. Ketergantungan ini menunjukkan bahwa rantai pasok usaha masih belum sepenuhnya stabil dan perlu adanya diversifikasi sumber bahan baku agar usaha dapat berjalan secara lebih optimal. Menurut (Nuryanti & Suparjiman, 2024) ketergantungan terhadap satu sumber bahan baku dapat meningkatkan risiko operasional dan mempengaruhi keberlangsungan UMKM dalam jangka panjang.

Dalam upaya menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing usaha, pelaku UMKM Gethuk Goreng Danmo merencanakan beberapa strategi pengembangan ke depan. Salah satu langkah yang dilakukan adalah penambahan varian rasa baru guna menarik minat konsumen yang lebih beragam. Berdasarkan hasil observasi, selain varian original, pandan, dan nangka, pelaku usaha juga merencanakan inovasi rasa seperti cokelat. Pengembangan variasi produk ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik serta memberikan pilihan yang lebih luas kepada konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian (Dewi et al., 2025) yang menyatakan bahwa inovasi produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing UMKM kuliner.

Selain itu, perluasan pasar juga menjadi fokus utama dalam pengembangan usaha. Tidak hanya mengandalkan konsumen di sekitar lokasi wisata Pantai Baru, pelaku usaha berupaya menjangkau pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan media sosial dan potensi pemasaran digital. Dengan strategi ini, produk diharapkan dapat dikenal oleh konsumen di luar daerah bahkan berpotensi menjangkau pasar yang lebih besar. Menurut (Winedar et al., 2022), pemanfaatan digital marketing dapat membantu UMKM dalam memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan volume penjualan secara signifikan.

Upaya lain yang dilakukan adalah peningkatan kapasitas produksi dan penambahan tenaga kerja seiring dengan meningkatnya permintaan pasar. Dengan produksi yang telah mencapai ratusan besek per hari, diperlukan pengelolaan produksi yang lebih optimal agar kualitas tetap terjaga. Penambahan tenaga kerja juga menjadi langkah strategis untuk mendukung kelancaran proses produksi sekaligus memberikan dampak sosial berupa penciptaan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Hal ini didukung oleh penelitian (Kusumandari et al., 2024) yang menyatakan bahwa pengembangan kapasitas produksi

UMKM dapat meningkatkan kontribusi terhadap ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa UMKM Gethuk Goreng Danmo telah menerapkan nilai-nilai sociopreneurship dalam pengelolaan usaha. Penerapan nilai tersebut terlihat melalui kemampuan pelaku usaha menggabungkan tujuan ekonomi dengan kepedulian sosial. Nilai inovasi diwujudkan melalui perubahan jenis usaha dari olahan seafood menjadi gethuk goreng sebagai produk khas yang memiliki nilai jauh lebih tinggi, disertai pengembangan varian rasa serta penggunaan kemasan besek yang ramah lingkungan. Nilai pemerdayaan masyarakat tampak dari keterlibatan warga sekitar sebagai tenaga kerja dalam proses produksi dan penjualan. Nilai keberlanjutan tercermin melalui pemanfaatan bahan baku lokal, daya saing melalui pemasaran digital dan peningkatan kapasitas produksi.

Implementasi nilai sociopreneurship memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar. Keberadaan usaha mampu membuka lapangan pekerjaan bagi warga yang sebelumnya memiliki keterbatasan ekonomi, sehingga membantu meningkatkan pendapatan rumah tangga dan mengurangi pengangguran di lingkungan setempat. Selain itu, usaha juga mendorong tumbuhnya aktivitas ekonomi lokal melalui keterlibatan pemasok bahan baku, pemilik tempat usaha, dan pihak lain yang memperoleh manfaat secara tidak langsung. Banyaknya pendapatan penjualan menunjukkan bahwa usaha memiliki prospek yang baik serta mampu menciptakan perputaran ekonomi secara berkelanjutan.

Dengan demikian, UMKM Gethuk Goreng Danmo membuktikan bahwa usaha kecil tidak hanya berfungsi sebagai sumber keuntungan, namun menjadi sarana pemberdayaan masyarakat dan peningkatan kesejahteraan ekonomi. Usaha yang berbasis sociopreneurship layak dikembangkan sebagai strategi penguatan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Baginda C L S, Dea Alfianti, Ira Fitriani, & Zaskia R L S. (2024). Analisa Terhadap Peran Umkm Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(5), 127–133. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i5.2831>
- Dewi, I. C., Chiang, C. T., & Siau, J. A. (2025). Inovasi Gastronomi Berkelanjutan: Model Bisnis Umkm Kuliner Dalam Mendukung Pembangunan Ekonomi Daerah. *Jurnal Dinamika Ekonomi Rakyat*, 4(1), 68–82. <https://doi.org/10.24246/dekat.v4i1.18127>
- Hidayati, I., Rokhman, W., & Karsono, L. D. P. (2025). Peran Sociopreneur dan

- Ecopreneurdalam Pengembangan UMKM dan Halal Tourism di Desa Kaliwungu. *Journal of Economics and Business*, 1(1), 66–72.
- Kusumandari, R. B., Faturrohman, H., Kusumaningtyas, N., Nisak, S. H., & Solikhah, N. P. (2024). Pengembangan Kapasitas Produksi dan Diversifikasi Produk Jamu Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Di Gununggajah Kabupaten Klaten. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 346–352. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1602>
- Luange, J., & Tiakoly, K. (2025). Peran Umkm Dalam Menggerakkan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Pendidikan, Sains, Dan Humaniora*, 4(2).
- Mohammad Afrizal Miradji, Bayuadi, B., Rahmi Tara Iman Aisyah, Putri Mariana, Tri Aji Pratomo, & Nabila Mar'Atus Sholichah. (2025). Analisis Profitabilitas dan Efisiensi Biaya pada Usaha Rujak Cireng sebagai Produk Kuliner UMKM. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(1), 230–238. <https://doi.org/10.65310/s3reh791>
- Nasila, R., & Napu, I. A. (2024). Strategi Baru dalam Mendukung Kewirausahaan Sosial untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Marginal di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo. *Journal of Education Research*, 5(4), 4853–4867. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i4.1671>
- Naysilla Chairani, Nisrina Zasmin, Rahman Raisuli, & Akhmad Rasyid Rosidi. (2025). Peran Sektor UMKM dalam Menekan Inflasi dan Menyerap Tenaga Kerja di Surabaya. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 57–66. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v3i1.1651>
- Nuryanti, M., & Suparjiman, S. (2024). Analisis Manajemen Risiko pada UMKM Konveksi, Rancaekek, Kabupaten Bandung. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 1654–1667. <https://doi.org/10.62710/3bgkez50>
- Pratama, N. D., Nst, S. M., Shabrina, S., & Hayati, F. (2025). Peran Digitalisasi Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial oleh UMKM Kuliner. 8(3). <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v8i3>
- Salsabila, S., & Nurullah, M. (2026). Journal of Educational Psychology and Social Peran UMKM dalam Penguatan Modal Sosial dan Kesejahteraan Sosial Ekonomi Masyarakat Indonesia : Perspektif Pendidikan. *Journal of Educational Psychology and Social Wellbeing*, 1(1), 1–8.
- Setiyawan, A., Fanani, G. P. I., & Ramadhan, N. F. (2025). Transformasi digital UMKM: Analisis implikasi kinerja melalui adopsi teknologi berbasis TOE framework. *Journal of Management and Digital Business*, 5(3), 949–965. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v5i3.2197>
- Sumangelipu, A., Purwanto, A., Bahmiranda, A., & Hariani, H. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Daun Kelor Menjadi Kripik Daun Kelor di Desa Wecudai. 1(1), 27–32.
- Tohari, A., Faisol, F., Fauzi, D. A. S., Prayogy, M. D., & Khiriyah, W. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Pendampingan Digital Marketing Untuk UMKM Jatirejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1). <https://doi.org/10.57218/jompaabdi.v4i1.1358>
- Utari, W., & Hutasuhut, S. (2024). 7645-7652 (1). 4, 7645–7652.

- Widiastuti, A., & Sagoro, E. M. (2020). Entrepreneurship Education at SMP IT LHI Yogyakarta Implemented Through Life skill Programs as a Strategy to Deal With the Challenges of Industrial Era 4.0. *Proceedings of the 2nd Annual International Conference on Business and Public Administration (AICoBPA 2019)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201116.052>
- Winedar, M., Tyas, A. M., & Suprijati, J. (2022). *Digital Marketing Sebagai Pendukung Sociopreneur UMKM Kuliner di Surabaya*. 6, 226–236.