



Sociopreneurship sebagai Strategi Inovasi dalam Pengembangan Kuliner Tradisional Inkung Djawa Waroeng Ndeso

Qoniatunni'mah Qoniatunni'mah^{1*}, Difa Rose Meilia², Sawaldi Waskito Aji³, Anik Widiastuti⁴

¹⁻⁴ Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

*Penulis Korespondensi: qoniatunnimah.2023@student.uny.ac.id

Abstract. *The development of Indonesia's traditional cuisine faces significant hurdles as shifting consumer preferences increasingly favor modern food options. This trend necessitates innovative approaches to ensure local culinary heritage remains competitive. This study examines the role of sociopreneurship as an innovation strategy at Inkung Djawa Waroeng Ndeso. Utilizing a descriptive qualitative design, the research gathered insights from the business owner and employees selected via purposive sampling. Data collection involved interviews, observations, and documentation, with validity ensured through source triangulation. The analysis followed the Miles and Huberman model, encompassing data reduction, presentation, and conclusion drawing. Findings reveal that implementing sociopreneurship effectively integrates economic and social objectives by preserving authentic recipes, empowering local communities, and generating employment. Key innovations include diversifying product offerings while maintaining authenticity and leveraging social media for strategic marketing. These results demonstrate that social entrepreneurship serves as a powerful mechanism for enhancing business competitiveness while safeguarding cultural sustainability. The study implies that traditional culinary development can be successfully managed through a sociopreneurial framework, allowing for modern innovation without compromising core cultural values. Consequently, this model offers a sustainable pathway for traditional businesses to thrive amidst the challenges of contemporary market globalization.*

Keywords: *Creative Economy; Local Empowerment; Social Entrepreneurship; Sustainable Business; Traditional Culinary Innovation.*

Abstrak. Perkembangan kuliner tradisional di Indonesia menghadapi tantangan akibat perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih makanan modern. Kondisi ini menuntut adanya strategi inovasi agar kuliner tradisional tetap bertahan dan berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sociopreneur sebagai strategi inovasi dalam pengembangan kuliner tradisional pada Inkung Djawa Waroeng nDesso. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan informan utama pemilik usaha dan karyawan yang dipilih secara purposive. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara observasi dan dokumentasi dengan instrumen berupa pedoman wawancara dan lembar observasi. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik sedangkan teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan sociopreneur mampu mengintegrasikan aspek ekonomi dan sosial melalui pelestarian kuliner tradisional pemberdayaan masyarakat lokal serta penciptaan lapangan kerja. Inovasi yang dilakukan meliputi pengembangan variasi produk tanpa menghilangkan keaslian serta pemanfaatan media sosial sebagai strategi pemasaran. Temuan ini menunjukkan bahwa sociopreneur menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing usaha sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan kuliner tradisional dapat dilakukan secara inovatif dengan tetap mempertahankan nilai budaya melalui pendekatan kewirausahaan sosial.

Kata Kunci: *Bisnis Berkelanjutan; Ekonomi Kreatif; Inovasi Kuliner Tradisional; Kewirausahaan Sosial; Pemberdayaan Lokal.*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat dan menjadi salah satu pilar penting dalam ekonomi kreatif. Kuliner tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan konsumsi tetapi juga mencerminkan identitas budaya masyarakat. Kuliner tradisional memiliki nilai sejarah dan sosial yang kuat karena berkaitan dengan tradisi serta kearifan lokal (Aini et al., 2024). Namun di tengah arus globalisasi dan modernisasi terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat yang cenderung memilih makanan cepat saji dan praktis. Kondisi ini menyebabkan kuliner tradisional mulai mengalami penurunan minat terutama di kalangan generasi muda (Zuriana et al., 2025). Di sisi lain muncul fenomena berkembangnya sociopreneur sebagai bentuk kewirausahaan yang menggabungkan aspek ekonomi dan sosial. Sociopreneur hadir sebagai alternatif dalam menjawab tantangan sosial melalui inovasi berbasis usaha. Model ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga pada pemberdayaan masyarakat dan pelestarian nilai budaya (Nurhadi et al., 2022). Perkembangan ini menunjukkan adanya peluang untuk memadukan konsep sociopreneur dalam pengembangan kuliner tradisional.

Meskipun memiliki potensi yang besar kuliner tradisional masih menghadapi berbagai permasalahan dalam pengembangannya. Permasalahan tersebut meliputi rendahnya inovasi dalam pengemasan produk kurangnya pemanfaatan teknologi digital serta lemahnya strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Selain itu banyak pelaku usaha yang belum mengintegrasikan nilai sosial dalam kegiatan bisnisnya sehingga dampak yang dihasilkan masih terbatas pada aspek ekonomi semata (Mahsuni et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan kuliner tradisional kurang mampu bersaing dengan produk modern yang lebih inovatif dan menarik. Pada Inkung Djawa Waroeng nDesso terdapat potensi pengembangan yang berbasis budaya lokal namun belum sepenuhnya dikaji dari perspektif sociopreneur sebagai strategi inovasi. Hal ini menunjukkan adanya celah penelitian dalam memahami bagaimana konsep sociopreneur dapat diterapkan secara optimal dalam pengembangan kuliner tradisional.

Penelitian mengenai sociopreneur sebagai strategi inovasi dalam pengembangan kuliner tradisional pada Inkung Djawa Waroeng nDesso berkaitan langsung dengan upaya menjaga keberlanjutan kuliner tradisional di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat. Inkung sebagai salah satu makanan tradisional Jawa memiliki nilai budaya, namun keberadaannya mulai menghadapi tantangan akibat modernisasi dan meningkatnya preferensi terhadap makanan praktis.

Tanpa adanya strategi inovasi yang tepat kuliner tradisional seperti ingkung berpotensi mengalami penurunan minat terutama di kalangan generasi muda (Aini et al., 2024). Ingkung Djawa Waroeng nDesso sebagai usaha kuliner berbasis tradisional memiliki potensi untuk dikembangkan tidak hanya dari sisi produk tetapi juga dari aspek sosial dan budaya. Dalam hal ini pendekatan sociopreneur menjadi relevan karena mampu mengintegrasikan kegiatan usaha dengan pemberdayaan masyarakat lokal serta pelestarian nilai budaya. Penelitian menunjukkan bahwa penerapan inovasi dalam usaha kuliner tradisional dapat meningkatkan daya saing sekaligus memperkuat keberlanjutan usaha di tengah persaingan kuliner modern (Zuriana et al., 2025).

Disamping itu, terdapat penelitian terdahulu mengenai kuliner tradisional yaitu studi tentang pengembangan mie lokal di Kabupaten Bantul. Penelitian tersebut lebih berfokus pada strategi pengembangan usaha berbasis UMKM melalui analisis SWOT, peningkatan kapasitas produksi, akses bahan baku, serta dukungan kebijakan dan kelembagaan (Ridwan et al., 2022). Kajian tersebut menekankan pada aspek penguatan industri, seperti perizinan, pembiayaan, standarisasi produk, dan pengembangan sentra kuliner sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha. Meskipun demikian, penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji bagaimana strategi sociopreneur diterapkan sebagai pendekatan yang mengintegrasikan inovasi produk, nilai sosial, dan pemberdayaan masyarakat dalam satu kerangka pengembangan usaha. Sehingga, masih terdapat kesenjangan penelitian khususnya dalam memahami peran sociopreneur sebagai strategi inovasi yang tidak hanya berorientasi pada pengembangan ekonomi, tetapi juga pada pelestarian budaya dan dampak sosial secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada analisis peran sociopreneur sebagai strategi inovasi dalam pengembangan kuliner tradisional pada Ingkung Djawa Waroeng nDesso. Penelitian ini tidak hanya melihat aspek pengembangan usaha secara umum, tetapi juga menekankan pada integrasi antara strategi inovasi, pemanfaatan teknologi digital, serta pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari praktik sociopreneur. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya melengkapi kajian sebelumnya tetapi juga menawarkan perspektif baru dalam melihat pengembangan kuliner tradisional melalui pendekatan sociopreneur.

Berdasarkan uraian tersebut tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran sociopreneur sebagai strategi inovasi dalam pengembangan kuliner tradisional pada Ingkung Djawa Waroeng nDesso. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk inovasi yang dilakukan serta dampak sosial dan ekonomi yang dihasilkan dari penerapan konsep sociopreneur.

Dengan demikian diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam mengelola kuliner tradisional secara inovatif dan berkelanjutan.

2. KAJIAN TEORITIS

Konsep Sociopreneurship

Sociopreneurship merupakan bentuk kewirausahaan yang menggabungkan orientasi ekonomi dengan tujuan sosial sehingga tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan, tetapi juga mengandung nilai-nilai sosial yang diarahkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Nugroho, 2018). Dalam perkembangannya, konsep ini semakin relevan sebagai strategi inovatif untuk mengatasi berbagai persoalan sosial melalui pendekatan bisnis yang berkelanjutan. Hal tersebut menunjukkan bahwa sociopreneurship memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif, khususnya di era Society 5.0 yang menekankan inovasi berbasis nilai sosial (Farida & Nisa, 2024). Sejalan dengan hal tersebut, sikap sociopreneur perlu dikembangkan karena berkaitan dengan kemampuan individu dalam menunjukkan empati, fleksibilitas berpikir, serta keterlibatan aktif dalam menyelesaikan masalah sosial melalui tindakan nyata (Widiastuti & MR, 2024).

Kewirausahaan dan Inovasi

Kewirausahaan pada dasarnya merupakan proses menciptakan nilai melalui pemanfaatan peluang secara kreatif dan inovatif. Proses ini tidak hanya menuntut kemampuan dalam melihat peluang, tetapi juga keberanian dalam mengambil risiko serta kemampuan mengelola sumber daya secara efektif. Kewirausahaan juga diartikan sebagai kegiatan meniru dan menyebarkan teknologi atau pengetahuan yang telah ada, kemudian dikembangkan melalui proses pembelajaran dan praktik langsung (Wibowo, 2023). Dalam konteks kekinian, inovasi menjadi faktor kunci dalam keberhasilan usaha, khususnya pada subsektor kuliner yang mampu meningkatkan nilai ekonomi produk dan daya saing usaha (Suni et al., 2024). Selain itu, inovasi memungkinkan pelaku usaha untuk menyesuaikan produk dengan perubahan selera dan kebutuhan konsumen yang dinamis, serta didukung oleh pemanfaatan teknologi digital seperti pemasaran berbasis media sosial dan platform daring yang dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Sejalan dengan hal tersebut, konsep kewirausahaan dan inovasi tidak dapat dipisahkan dari pengembangan kompetensi individu dalam menciptakan solusi kreatif yang bernilai ekonomi sekaligus sosial, di mana kompetensi kewirausahaan mencakup kemampuan berpikir kreatif dan inovatif serta keterampilan dalam mengembangkan ide menjadi tindakan nyata melalui proyek atau aktivitas berbasis masalah sosial (Widiastuti & Wulandari, 2024).

Pengembangan Kuliner Tradisional

Kuliner tradisional merupakan bagian dari warisan budaya yang mencerminkan identitas lokal suatu masyarakat. Namun, di tengah perkembangan zaman, kuliner tradisional menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan preferensi konsumen dan persaingan dengan produk modern. Oleh karena itu, pengembangan kuliner tradisional perlu dilakukan secara adaptif tanpa menghilangkan nilai keasliannya. Upaya tersebut dapat diwujudkan melalui inovasi produk, seperti modifikasi rasa, peningkatan kualitas bahan, serta penyajian yang lebih menarik dan higienis. Selain itu, penerapan kemasan berkelanjutan juga mampu meningkatkan daya saing produk sekaligus memberikan nilai tambah melalui citra yang lebih higienis, praktis, dan sesuai dengan tren konsumen yang semakin peduli terhadap lingkungan (Sari et al., 2024).

Sejalan dengan hal tersebut, pengembangan usaha, termasuk kuliner tradisional, perlu didukung oleh kemampuan inovatif, kreativitas, serta orientasi pada pemecahan masalah sosial. Individu dengan sikap kewirausahaan mampu mengembangkan ide menjadi produk bernilai melalui inovasi, adaptasi terhadap perubahan, serta pemanfaatan potensi lokal. Pendekatan seperti *project based learning* dan *social action project* juga dapat mendorong munculnya gagasan inovatif yang kontekstual dengan kebutuhan masyarakat (Widiastuti & MR, 2024). Dengan demikian, pengembangan kuliner tradisional tidak hanya berfokus pada pelestarian, tetapi juga mencakup inovasi produk, pengemasan, pemasaran, serta pemberdayaan masyarakat lokal sehingga mampu menghasilkan nilai ekonomi dan sosial secara bersamaan.

Sociopreneur dalam Pengembangan Kuliner Tradisional

Penerapan konsep sociopreneurship dalam pengembangan kuliner tradisional menjadi strategi yang efektif karena mampu menggabungkan aspek ekonomi dan sosial. Penerapan kewirausahaan sosial dalam usaha kuliner dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya melalui pemberdayaan kelompok ekonomi lemah (Satria et al., 2024). Selain itu, sociopreneurship juga berkontribusi dalam menciptakan keberlanjutan usaha melalui pendekatan berbasis komunitas. Strategi pengembangan kuliner tradisional yang terintegrasi dengan sektor pariwisata dan ekonomi lokal mampu meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperluas peluang ekonomi masyarakat (Resmayasari et al., 2025).

Dalam konteks ini, inovasi tidak hanya terbatas pada aspek produk, tetapi juga mencakup pemberdayaan masyarakat lokal, pelestarian budaya, serta penciptaan peluang ekonomi yang inklusif, sehingga sociopreneur berperan penting dalam mengembangkan usaha yang berkelanjutan dengan tetap menjaga nilai-nilai kearifan lokal sekaligus memberikan dampak sosial yang nyata (Widiastuti & MR, 2024).

Relevansi dengan Inkung Djawa Waroeng nDesso

Inkung sebagai salah satu kuliner khas Jawa memiliki nilai budaya yang kuat, terutama dalam tradisi dan ritual masyarakat. Pengembangan usaha Inkung Djawa Waroeng nDesso melalui pendekatan sociopreneur menjadi strategi yang relevan dalam menjaga keberlanjutan usaha sekaligus melestarikan budaya lokal. Dengan mengintegrasikan inovasi dalam penyajian dan pemasaran, serta mempertahankan nilai tradisional, usaha ini dapat meningkatkan daya saing di tengah perkembangan industri kuliner modern. Selain itu, penerapan sociopreneurship juga memungkinkan terciptanya dampak sosial, seperti pemberdayaan masyarakat lokal dan peningkatan ekonomi berbasis kearifan lokal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan konsep sociopreneur sebagai strategi inovasi dalam pengembangan usaha kuliner tradisional. Penelitian ini difokuskan pada satu objek tertentu, yaitu Inkung Djawa Waroeng nDesso sehingga memungkinkan peneliti memperoleh gambaran yang komprehensif dan kontekstual. Lokasi penelitian dilakukan di Inkung Djawa Waroeng nDesso. Subjek penelitian terdiri dari dua responden utama, yaitu pemilik usaha (*owner*) dan satu karyawan yang terlibat langsung dalam operasional usaha. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, dengan pertimbangan bahwa kedua informan tersebut memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali informasi terkait latar belakang usaha, inovasi produk, strategi pemasaran, serta nilai sosial yang diterapkan dalam usaha. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas operasional usaha, termasuk proses produksi, penyajian, dan interaksi dengan konsumen. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa foto, catatan, serta arsip yang berkaitan dengan kegiatan usaha. Prosedur penelitian dilakukan melalui beberapa tahapan.

Tahap pertama adalah tahap persiapan yang meliputi penyusunan instrumen wawancara dan penentuan informan. Tahap kedua adalah pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap ketiga adalah pengolahan dan analisis data yang dilakukan secara berkesinambungan sejak data diperoleh hingga tahap penarikan kesimpulan.

Pengolahan data hasil wawancara dilakukan melalui tahap transkripsi, yaitu mengubah data lisan menjadi tulisan. Selanjutnya dilakukan reduksi data dengan memilih informasi yang relevan dengan penelitian. Data yang telah dipilih kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan berdasarkan pola yang ditemukan. Analisis data mengacu pada model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan/verifikasi. Proses analisis dilakukan secara terus-menerus hingga data dianggap jenuh. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi teknik, yaitu membandingkan data dari pemilik usaha dan karyawan serta mencocokkan dengan hasil observasi dan dokumentasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Usaha Berbasis Nilai Sosial

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pendirian Ingkung Djawa Waroeng nDesso tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga dilandasi oleh keinginan untuk melestarikan kuliner tradisional Jawa. Informan menyampaikan bahwa usaha ini dibangun sebagai upaya menjaga eksistensi makanan tradisional agar tetap dikenal oleh generasi muda. Temuan ini menunjukkan adanya karakteristik sociopreneur, yaitu integrasi antara tujuan ekonomi dan nilai sosial. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa sociopreneurship tidak hanya berfokus pada profit, tetapi juga pada penciptaan nilai sosial bagi masyarakat (Putri & Salsebela, 2025). Dengan demikian, latar belakang usaha menjadi pondasi utama dalam membangun identitas usaha berbasis budaya.

Inovasi Produk Kuliner Tradisional

Berdasarkan hasil wawancara, pelaku usaha melakukan inovasi melalui variasi menu, penyajian yang lebih menarik, serta penyesuaian rasa sesuai dengan selera konsumen modern. Meskipun demikian, unsur keaslian kuliner tradisional tetap dipertahankan sebagai ciri khas utama. Inovasi ini menunjukkan adanya proses adaptasi terhadap perubahan pasar tanpa meninggalkan identitas budaya. Dalam konteks ekonomi kreatif, kreativitas menjadi sumber utama nilai tambah. Temuan ini memperkuat bahwa inovasi dalam usaha kuliner tradisional tidak selalu berarti mengubah secara drastis, tetapi dapat dilakukan melalui modifikasi yang tetap mempertahankan nilai lokal (Yudhistira & Daryana, 2025).

Pemanfaatan Teknologi dalam Pemasaran

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha ini memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Penggunaan platform digital memungkinkan perluasan jangkauan pasar serta peningkatan interaksi dengan konsumen. Strategi ini sesuai dengan perkembangan ekonomi digital yang mendorong pelaku usaha untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi (Nasution et al., 2024). Pemanfaatan media sosial tidak hanya meningkatkan penjualan, tetapi juga dapat memperkuat branding usaha sebagai kuliner tradisional yang relevan dengan perkembangan zaman.

Strategi Mempertahankan Eksistensi Usaha

Dalam mempertahankan keberlanjutan usaha, pelaku usaha menekankan pada kualitas produk dan hubungan dengan pelanggan. Konsistensi rasa dan pelayanan menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas konsumen. Temuan ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh inovasi, tetapi juga oleh kemampuan menjaga kepercayaan konsumen. Hal ini menguatkan bahwa strategi usaha dalam perspektif sociopreneur tidak hanya berorientasi pada ekspansi tetapi juga keberlanjutan (Mundzir et al., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap dua narasumber, yaitu pemilik usaha (R1) dan karyawan (R2) dapat diketahui bahwa Inkung Djawa Waroeng nDesso tidak hanya menjalankan aktivitas usaha yang berorientasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga mengandung nilai sosial yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa praktik usaha yang dijalankan telah mengarah pada konsep sociopreneur, yaitu integrasi antara tujuan ekonomi dan dampak sosial dalam kegiatan bisnis (Barqah et al., 2024). Penerapan konsep sociopreneur dalam usaha ini dilihat dari latar belakang pendiriannya yang didasarkan pada upaya menciptakan inovasi kuliner yang memiliki nilai keunikan sekaligus potensi sebagai ikon daerah. R1 mengungkapkan bahwa ide usaha tidak muncul secara instan, melainkan melalui proses pencarian dan riset pasar sebagaimana dinyatakan bahwa:

“Awalnya kepikiran warung seafood, kemudian melakukan riset-riset dengan cara searching melalui Google dan mendapatkan insight kalau yang bisa menjadi ikonik itu ketika ide yang belum pernah ada sebelumnya, hingga akhirnya muncul ide untuk membuat ingkung” (R1).

Pernyataan konsep sociopreneur dalam usaha ini dapat dilihat dari latar belakang pendiriannya yang didasarkan pada kreativitas dan pencarian nilai kebaruan (Anggraeni et al., 2025). Namun, inovasi yang dilakukan tetap berakar pada budaya lokal, karena menu ingkung merupakan bagian dari tradisi masyarakat Jawa. Dengan demikian, orientasi usaha tidak hanya profit tetapi juga pada pelestarian budaya sebagai nilai sosial.

Dalam aspek inovasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih menekankan pada keaslian produk sebagai bentuk diferensiasi. Hal ini ditunjukkan dari pernyataan R1:

“Lebih mempertahankan bahan baku yaitu menggunakan ayam kampung asli, kemudian areh dimasak bersamaan dengan ayam yang dipresto” (R1).

Selain itu, inovasi juga dilakukan melalui penyesuaian menu dan variasi penyajian agar tetap relevan dengan kebutuhan konsumen modern.

“Dalam penyajiannya juga terdapat variasinya yaitu original, kremes, dan goreng, sehingga menyesuaikan dengan selera anak sekarang” (R1).

“Sudah menerapkan menu lain selain ingkung Jawa yaitu lehor dan negeri... tetapi menu tersebut bukan menu utama. Jadi kalau mau beli harus pesan terlebih dahulu” (R2).

Temuan ini menunjukkan bahwa inovasi dilakukan secara selektif, yaitu dengan menambahkan variasi tanpa menghilangkan identitas utama produk. Kreativitas tersebut menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha dalam kerangka ekonomi kreatif (Manilang et al., 2025). Dalam aspek pemanfaatan teknologi, media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendukung perkembangan usaha.

“Awalnya booming karena banyak media sosial baik cetak maupun digital yang mengekspos, kemudian banyak artis-artis yang datang ke warung tersebut” (R1).

“Promosi digital sangat penting, selain dari mulut ke mulut juga melalui sosial media” (R2).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi usaha menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan eksistensi usaha (Rizal et al., 2025). Dalam konteks ekonomi digital, penggunaan media sosial menjadi sarana efektif untuk menghubungkan kuliner tradisional dengan konsumen modern. Dalam konteks nilai sosial, praktik sociopreneur semakin terlihat dari keterlibatan masyarakat sekitar dalam operasional usaha (Utami, et al., 2017).

“Tenaga kerja diprioritaskan dari masyarakat sekitar” (R1).

Hal ini diperkuat dengan jumlah tenaga kerja yang mencapai sekitar 15 orang, yang sebagian besar berasal dari lingkungan sekitar. Selain itu, dampak ekonomi yang dihasilkan juga dirasakan langsung oleh masyarakat. Selain itu, kontribusi sosial tidak hanya dalam bentuk ekonomi, tetapi juga dalam kehidupan sosial masyarakat.

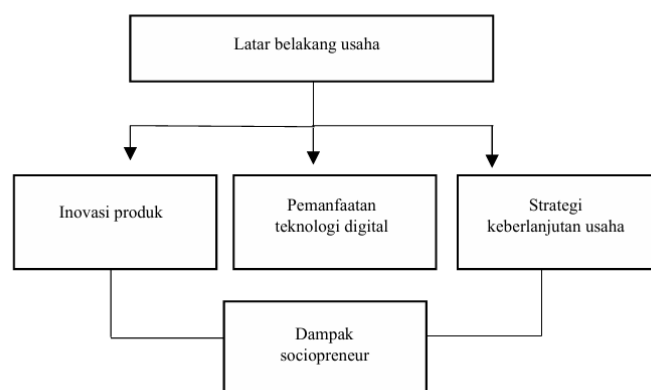
“Dulu ada tenaga kerja yang kerjanya hanya nuthuk emping, tetapi setelah bekerja di warung ini ekonominya menjadi lebih maju” (R1).

“Warung ini memfasilitasi tempat untuk acara kampung secara gratis dan memberikan kas ke setiap RT” (R2).

Temuan tersebut menunjukkan bahwa usaha tidak hanya memberikan manfaat ekonomi secara langsung, tetapi juga berkontribusi terhadap kehidupan sosial masyarakat yang merupakan karakteristik utama dari sociopreneur (Munthe et al., 2023). Meskipun demikian, dalam pengembangan usaha terdapat beberapa tantangan terutama dalam mempertahankan eksistensi kuliner tradisional di tengah persaingan modern.

“Ingkung ini termasuk kuliner khas sehingga mau tidak mau harus tetap mempertahankan kekhasannya” (R1).

Selain itu, terdapat tantangan dalam menarik minat generasi muda yang cenderung lebih menyukai makanan modern. Oleh karena itu, strategi yang dilakukan adalah dengan tetap eksis di media dan memperkenalkan kuliner tradisional secara berkelanjutan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan sociopreneur dalam Ingkung Djawa Waroeng nDesso tercermin melalui integrasi antara inovasi usaha, pemanfaatan teknologi, dan nilai sosial. Inovasi yang dilakukan tidak hanya meningkatkan daya saing usaha, tetapi juga menjaga keberlangsungan kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas budaya lokal (Darwis et al., 2025). Temuan ini memiliki implikasi teoritis dalam memperkuat konsep sociopreneur sebagai pendekatan yang relevan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya. Selain itu, secara praktis penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kuliner dapat mengembangkan usahanya dengan mengintegrasikan kreativitas, teknologi, dan pemberdayaan masyarakat (Nirwana et al., 2024). Dengan demikian, model usaha seperti ini memiliki potensi untuk dikembangkan secara berkelanjutan sebagai bagian dari ekonomi kreatif lokal.



Gambar 1. Strategi Sociopreneur Usaha Ingkung Djawa Waroeng nDesso.

Usaha Inkung Djawa Waroeng nDesso merupakan sebuah usaha kuliner tradisional yang berlokasi di wilayah Pajangan, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Usaha ini dikenal sebagai rumah makan yang menyajikan olahan ayam kampung khas Jawa, khususnya menu inkung yang menjadi ciri utama. Usaha ini beralamat di Desa Wisata Kampung Santan, Pajangan, Yogyakarta. Selain menyajikan menu inkung, usaha ini juga menawarkan berbagai menu makanan tradisional dengan variasi lauk pendamping seperti gudeg manggar, gudeg mbang gedhang, trancam, tumis kangkung, tumis daun pepaya, dan menu pelengkap lainnya. Usaha ini berdiri pada tanggal 9 September 2011 dan menjadi pemrakarsa berkembangnya warung inkung di daerah Pajangan. Setelah Inkung Djawa Waroeng nDesso ini berdiri muncullah warung-warung inkung lainnya seperti Warung Inkung Mbah Cempluk, Warung Inkung Pak Budi, Inkung Kualo, dan sebagainya. Usaha warung inkung kemudian meluas ke daerah Gunung Kidul, Sleman, dan sebagainya. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan usaha tidak hanya berfungsi sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari strategi sociopreneur dalam mengembangkan kuliner tradisional berbasis budaya lokal. Hal ini terlihat dari upaya pelaku usaha dalam menjadikan inkung sebagai produk utama yang memiliki nilai keunikan dan potensi sebagai ikon daerah.

Menu utama berupa inkung ayam khas ayam Jawa disajikan dalam beberapa ukuran, sehingga dapat dikonsumsi secara individu maupun secara kelompok. Hal tersebut menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan pelaku usaha juga mencakup segmentasi pasar yang fleksibel, dengan menasar pada konsumen individu, keluarga, hingga rombongan. Usaha Inkung Jawa Waroeng nDesso berawal dari berkembangnya kampung wisata Batok Santan yang sebelumnya hanya dikenal melalui kerajinan batok dan kuliner sederhana seperti wader goreng. Pemilik usaha kemudian melihat peluang untuk menghadirkan sesuatu yang lebih ikonik melalui proses riset pasar, hingga akhirnya memilih inkung sebagai menu utama. Temuan ini menunjukkan adanya strategi berbasis inovasi yang tidak muncul secara instan, melainkan melalui proses analisis peluang dan diferensiasi produk.

Dalam pengembangannya, strategi yang dilakukan pelaku usaha tercermin dalam upaya mempertahankan keaslian cita rasa tradisional. Penggunaan resep turun-temurun, bahan baku ayam kampung, serta teknik memasak khas menjadi bagian dari strategi diferensiasi produk yang menekankan nilai autentisitas. Disisi lain, inovasi tetap dilakukan melalui penambahan variasi menu seperti gudeg manggar dan janganan mbang gedhang, serta variasi penyajian seperti inkung original, kremes, dan goreng. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi inovasi bersifat adaptif, yaitu menyesuaikan dengan selera konsumen modern tanpa menghilangkan identitas budaya.

Hal ini mencerminkan strategi sociopreneur yang mengintegrasikan kreativitas dengan pelestarian nilai lokal. Selain pada aspek produk, strategi sociopreneur juga terlihat pada konsep penyajian dan suasana yang dihadirkan. Penggunaan cobek gerabah, daun pisang, dan piring rotan atau tampah, serta iringan musik tradisional keroncong dan gendhing Jawa menjadi bagian dari strategi pemasaran yang memperkuat nilai budaya dalam konsumsi kuliner. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi pelanggan yang ingin merasakan nuansa tradisional, sekaligus menjadi media edukasi budaya bagi generasi muda.

Dari sisi operasional, strategi yang dilakukan pelaku usaha menunjukkan adanya orientasi pada pemberdayaan masyarakat. Keterlibatan sekitar 15 tenaga kerja yang mayoritas berasal dari lingkungan sekitar mencerminkan strategi sosial dalam praktik sociopreneur. Temuan menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya membuka lapangan pekerjaan, tetapi juga memberikan dampak ekonomi lanjutan seperti munculnya peluang usaha tambahan di sekitar lokasi. Selain itu, kontribusi usaha dalam kegiatan sosial masyarakat, seperti penyediaan tempat untuk acara kampung dan dukungan terhadap kas desa semakin memperkuat peran usaha sebagai agen sosial di masyarakat. Dalam aspek pemasaran, strategi yang dilakukan pelaku usaha mengarah pada pemanfaatan teknologi digital. Media sosial digunakan sebagai sarana promosi yang efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Popularitas usaha yang berkembang melalui eksposur media dan kunjungan tokoh publik menunjukkan bahwa strategi digital marketing memiliki peran penting dalam meningkatkan eksistensi usaha. Temuan menunjukkan bahwa strategi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat branding usaha sebagai kuliner tradisional yang tetap eksis di era modern. Di sisi internal, komunikasi yang terbuka antara pemilik dan karyawan serta adanya pelatihan dan pengembangan kompetensi menunjukkan adanya strategi keberlanjutan usaha (Sundari et al., 2024). Strategi ini berperan dalam menjaga kualitas pelayanan dan meningkatkan profesionalisme sumber daya manusia. Dengan demikian, keberlanjutan usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh pengelolaan internal yang baik.

Secara keseluruhan, temuan menunjukkan bahwa strategi sociopreneur dalam usaha Inkgung Djawa Waroeng nDesso tercermin melalui integrasi antara strategi nilai sosial, strategi inovasi produk, strategi digital marketing, dan strategi pemberdayaan masyarakat. Hal ini tercermin bahwa sociopreneur tidak hanya berfungsi sebagai pelaku usaha, tetapi juga sebagai agen perubahan yang mampu mengembangkan kuliner tradisional secara berkelanjutan dengan tetap menjaga nilai budaya lokal.

Sebagai bagian dari ekonomi kreatif, kuliner ingkung memiliki potensi besar dalam memperkuat identitas daerah Bantul. Meskipun belum secara resmi diakui sebagai warisan budaya tak benda, ingkung memiliki nilai historis dan budaya yang kuat. Warung ini juga telah menarik wisatawan dari berbagai daerah di Indonesia, bahkan mancanegara sebelum pandemi. Tantangan utama yang dihadapi adalah menjaga keaslian di tengah persaingan usaha modern, sekaligus tetap relevan bagi generasi muda melalui inovasi dan eksistensi di media. Ke depan, pemilik usaha berharap adanya dukungan lebih dari pemerintah dalam mempromosikan kuliner tradisional sebagai bagian dari identitas daerah, misalnya dengan mengarahkan kunjungan wisata ke warung-warung khas. Bagi generasi muda, pesan yang ingin disampaikan adalah pentingnya melestarikan kuliner tradisional sebagai warisan budaya, serta tidak hanya berfokus pada makanan modern atau luar negeri. Dengan demikian, ingkung tidak hanya menjadi produk kuliner, tetapi juga simbol pelestarian budaya lokal yang berkelanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep sociopreneur pada Inkung Djawa Waroeng nDesso mampu mengintegrasikan tujuan ekonomi dan nilai sosial dalam kegiatan usaha. Usaha ini tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga berperan dalam melestarikan kuliner tradisional serta memberdayakan masyarakat lokal. Strategi inovasi yang dilakukan melalui pengembangan variasi produk tanpa menghilangkan keaslian serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran terbukti mampu meningkatkan daya saing usaha. Selain itu keberadaan usaha ini memberikan dampak sosial dan ekonomi yang positif bagi masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja dan kontribusi terhadap kegiatan sosial. Sociopreneur dapat menjadi strategi inovasi yang efektif dalam pengembangan kuliner tradisional yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian pelaku usaha diharapkan dapat terus mengembangkan inovasi produk dan memperkuat pemanfaatan teknologi digital agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu penting untuk mempertahankan nilai keaslian kuliner tradisional sebagai identitas budaya yang menjadi keunggulan utama. Bagi pemerintah diharapkan dapat memberikan dukungan dalam bentuk promosi dan pengembangan pariwisata berbasis kuliner tradisional. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih luas dengan melibatkan lebih banyak subjek penelitian serta membandingkan dengan usaha kuliner tradisional lainnya agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

- Aini, A. N., Ahmad, D. A., Putri, E. P. M., Muthmainnah, F. H., Hurumatillah, Z. H., & Rizkyanfi, M. W. (2024). Peran kuliner tradisional Nusantara dalam memengaruhi kegiatan ekonomi dan bahasa di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 22243–22252.
- Anggraeni, S. F., Kurjono, K., & Mulyani, H. (2025, October). The Impact of Entrepreneurship Education on Sociopreneurship Intention: The Moderating Role of Past Experience. In *Proceedings International Conference on Education Innovation and Social Science* (pp. 409-419).
- Barqah, Y. J., Jaya, P. H. I., & Widayanti, S. (2024). Keberlanjutan Program Sociopreneur pada Kegiatan Bank Sampah, Proyek Magot, dan Serbat Jahe untuk Menangani Masalah Sosial. *Sosio Konsepsia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial*, 13(2).
- Darwis, I. J., Firmansyah, N. S., Nadira, S., Katering, M. I., Indonesia, U. P., Pancasila, P., & Indonesia, U. P. (2025). Inovasi Kuliner Indonesia yang Mempengaruhi Sosial Budaya di Indonesia. 9, 39900–39905.
- Farida, M., & Nisa, F. L. (2024). Peran kewirausahaan sosial dalam membangun ekonomi kreatif berkelanjutan di masa society 5.0. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(3), 203-214
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., ... & Simarmata, J. (2020). Kewirausahaan dan UMKM. *Yayasan Kita Menulis*, 16.
- Manilang, E., Desi, E. N., & Belo, Y. (2025). Inovasi dan kreativitas: Pilar utama dalam kewirausahaan. *Nian Tana Sikka: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(1), 82-92.
- Mahsuni, A. W., Supriyanto, & Kurniati. (2023). Sociopreneur sebagai tren karir baru generasi milenial. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 112–120.
- Mundzir, M., Muttaqin, Z., Nadia, M. A., & Muttaqin, A. (2024). Islamic Sociopreneurship: Prophetic Principles and BAZNAS's Approach in Empowering Mustahik. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 15(2), 135-158.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan usaha mikro kecil menengah terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593-614.
- Nasution, M. A., Dirbawanto, N. D., & Asido-Rossevelt, F. (2024). Penerapan manajemen strategi dalam upaya optimalisasi pendapatan kelompok binaan dinas koperasi ukm, perindustrian & perdagangan kota medan. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(4), 863-869.
- Nirwana, I., Nasrah, R., Rahmadani, I., Pengembangan, S., & Inovasi, P. (2024). Strategi Inovasi UMKM : Bidang Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif UMKM Innovation Strategy : Culinary Field Based On Creative. X(2), 27–34.

- Nugroho, Andy (2021). Sociopreneur: Pengertian, Tips, Manfaat, Contoh & Tokohnya. Diakses pada 19 November 2023.
- Nurhadi, A., Mas'adi, M., Murtiyoko, H., Sudarso, A. P., & Wicaksono, W. (2022). Mewujudkan sociopreneur dalam era revolusi industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(2), 250–258.
- Putri, P. L., & Salsebela, R. N. (2025). Sociopreneur Muda: Program Pelatihan Kewirausahaan Sosial untuk Meningkatkan Jiwa Usaha dan Kepedulian Sosial Siswa SMA Islam Andalusia Kebasen. *ARDHI: Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 3(3), 270-282.
- Resmayasari, I., Patabang, M., Kristianti, H., & Dewi, H. (2025). Development Strategy of Traditional Culinary as a Sustainable Culinary Ecotourism Attraction in Semanu District, Gunungkidul. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 4(2), 90-98.
- Ridwan, R., Kartika, W., Mahendra, D. K., & Fitriyana, R. (2022, August). Strategi Pengembangan Produk Mie Lokal Sebagai Penggerak UMKM Kuliner di Kabupaten Bantul. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Riset (SNHR)*.
- Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM: Strategi dan model bisnis berbasis teknologi untuk keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 1(1), 52-59.
- Sari, N. P., Prastiwinarti, W., Isna, A., Maharani, D., Fadhillah, F., Yamin, I., ... & Naufal, R. (2025). Inovasi Kemasan Berkelanjutan UKM Pasar Kemis: Integrasi Teknologi Cutting Stiker Dan Redesain Kemasan Dalam Menghadapi Tantangan Modern Market. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(2), 198-204.
- Satria, D., Nurissalsabila, N., Sutirta, R. S., Ismail, N. A. A., Nafi'Muzaki, A., & Humahira, H. V. (2024). Pelatihan Kewirausahaan Sosial Usaha Kuliner Keluarga Prasejahtera di Desa Tegalsari, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1.1), 533-538.
- Setiana, S. M., Kurniasih, D., Hassanah, H., Dewi, S. R., & Halim, A. N. (2025). Model sociopreneur desa dalam pemberdayaan pemuda dan penguatan ekonomi kreatif. *Jurnal ABDINUS*, 9(3), 678–689.
- Suni, M., Ridwan, M., & Taufik, M. (2024). Kewirausahaan: Integrasi Industri Subsektor Kuliner pada Bahan Ajar. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 8(1), 89-100.
- Sundari, S. (2024). Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Harmoni dan Produktivitas di Tempat Kerja. 1(3).
- Utami, D. A., Putra, G. G., Prasetyawan, A., & Surabaya, U. N. (2017). Jurnal Ilmu Administrasi Negara – ASIAN ISSN : 2338-9567 Sociopreneurship Sebagai Alternatif Pemberdayaan Masyarakat Dan Pengentasan Kemiskinan Jurnal Ilmu Administrasi Negara – ASIAN ISSN : 2338-9567. 5, 31–46.
- Wibowo, A. (2023). Teori Kewirausahaan Dan Bisnis. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-234.

- Widiastuti, A., & MR, M. I. F. (2024). Meningkatkan sikap peserta didik melalui social action project dan project based learning. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 14(2), 107-118..
- Widiastuti, A., & Wulandari, T. (2024). Social Action Project to Enhance Entrepreneurial Competencies. *JPI (Jurnal Pendidikan Indonesia)*, 13(3), 483-491.
- Yudhistira, P., & Daryana, A. P. (2025). Model manajemen inovasi produk kuliner tradisional di era digital: Studi kasus pada UMKM di Sumatera Utara. *Journal Central Publisher*, 3(3), 3300-3311.
- Zuriana, K. Z., Rizky, M. C., Nabila, S., Ginting, S. A. B., & Arief, Y. B. (2025). Strategi UMKM dalam inovasi kuliner tradisional di era 4.0. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 26(3), 1–10.