

Analisis Resource-Based View dan Lifestyle Segmentation pada Perusahaan Sociopreneurship: Studi Kasus CV. Agradaya

Yosua Febro Gunawan Peranginangin¹, Asa Shaliha Rahmaningrum², Siti Rahma³, Sekar Ayu Putri Permana⁴

¹Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, +62 (274) 588 688, e-mail: yosuafebrogunawanperanginangin@mail.ugm.ac.id

²Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, +62 (274) 588 688, e-mail: asa.shaliha.rahmaningrum@mail.ugm.ac.id

³Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, +62 (274) 588 688, e-mail: sitirahma@mail.ugm.ac.id

⁴Universitas Gadjah Mada

Bulaksumur, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281, +62 (274) 588 688, e-mail: sekarayuputripermana@mail.ugm.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 24 Desember 2023

Received in revised form 29 Desember 2023

Accepted 4 Januari 2024

Available online 12 Januari 2024

ABSTRACT

The changes in lifestyle which will eventually happen along with the advancement of technology and global phenomenon requires business to adapt and contribute to the well-being of the society despite its main goal to earn profit. This research seeks to give understanding how entrepreneurship which is built upon empowerment of a community could survive, even taking an important part in the competition. This research uses a qualitative method and case study approach with primary data gotten from an interview and secondary data available on the internet. The observation of one of social entrepreneurs in Yogyakarta indicates that such business gives direct positive impacts to the local community and the environment around it.

Keywords: agroforestry, lifestyle, social entrepreneurship, spices.

Abstrak

Perubahan gaya hidup di masyarakat yang akan terus terjadi seiring dengan kemajuan teknologi dan fenomena global menuntut bisnis untuk beradaptasi dan berkontribusi untuk kesejahteraan masyarakat terlepas tujuan utamanya dalam mencari profit. Penelitian ini bertujuan memberi gambaran bagaimana kewirausahaan yang dibangun dengan memberdayakan masyarakat tetap dapat bertahan, bahkan mengambil peran dan bagian yang cukup penting di dalam pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara singkat dan pendekatan studi kasus serta menggunakan data primer dan sekunder. Hasil pengamatan terhadap salah satu *sociopreneurship* yang berlokasi di Yogyakarta mengindikasikan bahwa kewirausahaan sosial memberi dampak positif yang dapat langsung dirasakan oleh masyarakat lokal dan juga lingkungan sekitar.

Kata Kunci: agroforestri, gaya hidup, rempah-rempah, *sociopreneurship*

1. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sumber kekayaan. Indonesia disebut sebagai agraris dan negara maritim. Sebagai negara agraris dan negara maritim, Indonesia berusaha untuk memenuhi kebutuhan akan pangan masyarakat Indonesia, serta berusaha untuk memberdayakan petani dan nelayan. Pada HUT

Kemerdekaan Republik Indonesia yang ke-77, Indonesia meraih penghargaan atas kekayaan sumberdaya pertanian dan pangan dari International Rice Research Institute (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, 2022). Dari penghargaan tersebut, Indonesia memperkuat identitas dirinya sebagai negara agraris yang memiliki potensi sumberdaya di bidang pertanian. Berdasarkan data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian (2022), Indonesia mengalami pertumbuhan sebesar 1,84% di bidang pertanian yang berperan dalam perekonomian Indonesia di tahun 2021, serta pertumbuhan sebesar 1,37% di tahun 2022.

Terlihat bahwa potensi sumberdaya pertanian di Indonesia mampu memberikan manfaat untuk kesejahteraan masyarakat dan menjadi kekuatan ekonomi negara Indonesia. Dengan sumberdaya pertanian tersebut, diharapkan Indonesia terus mampu meningkatkan potensi tersebut tidak hanya pada perekonomian negara, namun juga kesejahteraan petani. Kesejahteraan petani tersebut membutuhkan perhatian agar potensi pertanian dan sektor pertanian Indonesia terus maju dan meningkat (Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal, 2023). Dengan sumber kekayaan dan potensi pertanian Indonesia, petani dapat memiliki kehidupan yang berkecukupan dan makmur, namun rupanya para petani dan masyarakat yang bermukim di wilayah pedesaan masih banyak yang mengalami kemiskinan (Kementerian Keuangan RI, 2023). Data dari Badan Pusat Statistik yang dikutip dari Kementerian Keuangan RI menyebutkan bahwa dari seluruh penduduk miskin di Indonesia, 12,2% penduduk miskin berada di daerah pedesaan termasuk juga para petani (Kementerian Keuangan RI, 2023). Selain itu, petani juga salah satu jenis mata pencaharian terbanyak yang ada di Indonesia (Kementerian Keuangan RI, 2023). Para petani diberikan desakan untuk dapat terus menghasilkan hasil tani karena menyangkut sumber pangan masyarakat luas, namun petani tidak mendapatkan kesejahteraan yang sepatutnya petani dapatkan (Maulinda, 2019). Hal tersebut dinilai tidak sepadan karena tingginya aktivitas pertanian dan demand terhadap hasil tani sehingga perlu upaya untuk mendorong kesejahteraan petani. Salah satu UMKM Indonesia yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan petani dan melestarikan potensi pertanian Indonesia adalah CV Agradaya Indonesia.

Agradaya didirikan pada tahun 2014 oleh Andhika Mahardika dan Asri Saraswati, pasangan muda yang pada saat itu jenuh dengan kehidupan di perkotaan dan merasakan tanggung jawab untuk berkontribusi pada masyarakat kecil, khususnya petani. Agradaya didirikan di salah satu lumbung pangan di Minggir, Sleman, Provinsi Yogyakarta. Berawal dari mengembangkan emping dan padi bersama petani-petani kecil di daerah itu, Agradaya berhasil menemukan potensi-potensi lain di dalam tanaman-tanaman rempah biofarmaka dari bahan rempah jenis rimpang (atau dikenal juga dengan empon-empon) seperti jahe, kunyit dan temulawak. Dengan menjadikan tanaman rempah sebagai komoditas utamanya, Agradaya mengolah tanaman-tanaman tersebut menjadi bahan makanan, minuman, dan bubuk ekstrak. Produk yang dihasil Agradaya berupa bubuk rempah-rempah tersebut dikenal memiliki fungsi kekebalan tubuh menurut Balai Penelitian Tanaman Rempah Kementerian Pertanian (Nasution, 2020). Pada saat pandemi Covid-19, masyarakat memiliki kekhawatiran terhadap ketahanan tubuh sehingga mencari obat-obatan dan makanan yang dapat meningkatkan kekebalan tubuh. Berdasarkan data dari Rhamadanty (2023), masyarakat memiliki kebiasaan menjaga kesehatan yang lebih ketat bahkan pasca pandemi Covid-19. Hal ini dimungkinkan karena kebiasaan yang masih lekat dan menjaga kesehatan atau mencegah penyakit yang sebelumnya menjadi bentuk pencegahan terhadap Covid-19. Dengan begitu, hal ini dapat menjadi potensi pertanian rempah dan Agradaya untuk memanfaatkan sumberdaya bersama dengan para petani. Hasil wawancara singkat dengan pihak Agradaya didapat bahwa sebagian besar customer dan segmen Agradaya adalah masyarakat perkotaan yang memiliki keinginan untuk hidup lebih sehat. Karena hal tersebut, Agradaya memfokuskan segmen dan target pasarnya ke masyarakat perkotaan dengan kecenderungan untuk healthy lifestyle. Hasil survei yang dilakukan Asia Pacific Health Priority yang dikutip dari Sumiyati (2023) mengungkapkan bahwa sebanyak sebagian besar masyarakat berusaha untuk menerapkan gaya hidup sehat. Disebutkan pula bahwa masyarakat tersebut juga rela untuk mengeluarkan uang lebih untuk kesehatan dirinya. Dalam hal ini, Agradaya memiliki peluang yang cukup besar untuk memanfaatkan sumberdaya pertanian dan memasarkan produknya. Hal ini juga dapat dimaknai sebagai upaya Agradaya untuk meningkatkan kesejahteraan petani.

Dari hal tersebut, Agradaya berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan dengan menerapkan sociopreneurship. Sociopreneurship Agradaya ini berfokus pada penerapan praktik pertanian dan perkebunan yang berkelanjutan (Agradaya.id, 2023). Pemberdayaan petani yang dilakukan Agradaya bertujuan untuk menghasilkan hasil komoditas tani yang dijadikan produk sehingga dapat memiliki hasil tani dengan nilai ekonomi karena sebelumnya hasil komoditas tani masih dijual dengan harga rendah (Maulinda, 2018).

Produk yang dihasilkan oleh Agradaya adalah bubuk rempah dan bubuk minuman kesehatan. Agradaya juga memiliki visi dan misi untuk memanfaatkan potensi hasil tani Indonesia ke pasar yang lebih luas, seperti pasar global.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan studi kasus dan menggunakan sumber data primer wawancara singkat dengan pihak Agradaya, data sekunder dari website resmi perusahaan dan artikel terkait untuk menyelidiki peran CV Agradaya Indonesia dalam konteks *sociopreneurship*, *lifestyle*, dan perspektif *Resource-Based View* (RBV). Dengan mengeksplorasi aspek *sociopreneurship*, penelitian bertujuan memahami kontribusi CV Agradaya dalam konteks pemberdayaan sosial melalui bisnisnya. Pemahaman mengenai pengaruh adopsi *lifestyle* konsumen dan pandangan RBV terhadap sumber daya yang dimanfaatkannya diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam terkait keberlanjutan dan daya saing perusahaan ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Sociopreneurship

Sociopreneurship adalah suatu konsep yang menggabungkan antara entrepreneurship dan social responsibility. Individu yang memiliki jiwa kewirausahaan dan berorientasi pada kesejahteraan sosial dan menerapkan sociopreneurship disebut dengan sociopreneur. Sociopreneur menggunakan inovasi, kreativitas, dan kemampuan bisnis untuk menciptakan solusi bagi masalah sosial yang ada di masyarakat. Sociopreneur terbentuk dari adanya kondisi wilayah dan masyarakat yang kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatnya desakan serta tantangan global (Suyatna et al., 2017). Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), tingkat kemiskinan di Indonesia mencapai 9,22% dengan populasi miskin mencapai 24,79 juta jiwa pada bulan September 2019. Pada tahun 2020, persentase kemiskinan terus meningkat menjadi 10,19%, dengan jumlah penduduk miskin mencapai 27,55 juta orang. Meskipun pada tahun 2021 dan 2022 terjadi sedikit penurunan, persentase kemiskinan masih mencapai 9,57%, dengan jumlah penduduk miskin sebanyak 25,9 juta jiwa (Badan Pusat Statistik, 2022). Sociopreneurship memiliki peran dalam kontribusinya terhadap perubahan sosial sebagai solusi dalam penanggulangan masalah kemiskinan yang ada pada masyarakat (Amelia et al., 2022; Febrianti et al., 2022). Oleh karena itu, sociopreneurship memiliki beberapa manfaat, yakni: (1) meningkatkan kualitas hidup masyarakat, (2) menciptakan lapangan kerja, (3) mengurangi kemiskinan, dan (4) memberikan dampak positif bagi lingkungan. Perusahaan dengan model bisnis sociopreneurship fokus pada penciptaan solusi inovatif dan berkelanjutan terhadap masalah sosial dengan menggunakan kreativitas dan semangat kewirausahaan untuk memberdayakan masyarakat secara ekonomi. Dengan mengintegrasikan aspek keberlanjutan seperti memberikan pelatihan keterampilan, menciptakan lapangan kerja, atau memanfaatkan sumber daya lokal, sociopreneurship membantu masyarakat untuk mandiri dan meningkatkan kualitas hidup sehingga menciptakan perubahan yang berkelanjutan dalam upaya mengentaskan kemiskinan.

Dikutip dari CNN Indonesia (2018), Indonesia memiliki kurang lebih 340.000 sociopreneurship atau bisnis sosial hingga tahun 2018 dan diprediksi terus bertambah dari tahun ke tahun. Terdapat tiga bidang yang paling diminati oleh para sociopreneur lokal, yaitu: (1) industri kreatif (22%), (2) agrikultur dan perikanan (16%), dan (3) pendidikan (15%). Peningkatan sociopreneurship di Indonesia dapat dijelaskan oleh beberapa faktor. Pertama, kesadaran akan tantangan sosial yang kompleks di Indonesia mendorong individu untuk mencari solusi inovatif melalui pendekatan bisnis. Kedua, adanya dukungan dan dorongan dari pemerintah dan lembaga non-pemerintah membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi tumbuhnya sociopreneurship. Ketiga, akses yang semakin luas terhadap teknologi, terutama media sosial, memungkinkan para sociopreneur untuk mengembangkan dan mempromosikan ide-ide mereka secara efektif. Terakhir, perubahan paradigma masyarakat terkait bisnis yang tidak hanya berorientasi pada profit semata, tetapi juga pada dampak positif terhadap masyarakat dan lingkungan, memberikan dukungan tambahan bagi pertumbuhan sociopreneurship. Kombinasi dari faktor-faktor tersebut mendorong semakin banyak entrepreneur di Indonesia untuk mengadopsi prinsip sociopreneurship dalam menjalankan usaha mereka. Salah satu perusahaan yang menerapkan sociopreneurship adalah Agradaya.

Sebagai perusahaan agrikultur, Agradaya fokus pada produksi berbagai produk seperti bubuk rempah-rempah, tisane, dan latte. Agradaya berdedikasi pada pengembangan tanaman biofarmasi melalui kerja sama dengan lebih dari 200 petani di seluruh Indonesia untuk membudidayakan dan mengolah tanaman seperti jahe, kunyit, dan temulawak. Produk yang dikembangkan oleh perusahaan terbuat dari bahan alami tanpa adanya bahan tambahan buatan dan menekankan manfaat produk terhadap kesehatan. Dikutip dari website resmi Agradaya, Komitmen Agradaya terhadap keberlanjutan terlihat dari penerapan praktik pertanian

agroforestri alami dalam proses perkebunan. Hal ini sesuai dengan visi dan misi CV. Agradaya Indonesia yakni membawa bumbu dan rempah produksi dari Indonesia ke pasar global dengan memanfaatkan potensi kekayaan desa-desa di Indonesia dan upaya peremajaan bumi melalui praktek agroforestri yang alami dan berkelanjutan.

Dengan basis operasional di Sleman, Yogyakarta, Agradaya memainkan peran penting dalam komunitas lokal melalui penerapan sociopreneurship. Data dari BPS menyatakan bahwa jumlah pengangguran di Yogyakarta tepatnya Sleman meningkat tiap tahunnya. Pada tahun 2019, jumlah pengangguran mencatat angka 27.508 jiwa. Jumlah ini meningkat menjadi 38.119 jiwa pada tahun 2021 (Badan Pusat Statistik, 2021). Dengan adanya penerapan sociopreneurship, diharapkan terciptanya penyerapan tenaga kerja di lingkungan sekitar kegiatan operasional Agradaya. Dikutip dari Maulinda (2019), praktik usaha yang diterapkan oleh Agradaya memiliki tujuan mengembangkan sumber daya desa di sektor pangan dan pertanian. Agradaya juga berperan pada edukasi petani berupa pelatihan langsung kepada petani dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani dalam mengelola tanaman rempah-rempah dengan metode yang berkelanjutan. Tujuan ini tidak hanya mendukung peningkatan kualitas hasil pertanian tetapi juga bertujuan memberdayakan masyarakat desa, menciptakan lapangan kerja lokal, dan meningkatkan kesejahteraan petani.

Hal ini menunjukkan komitmen Agradaya terhadap kesuksesan bisnis dan kesejahteraan masyarakat. Melalui kerja sama dengan para petani kecil di wilayah sekitar, Agradaya berkontribusi pada pemberdayaan masyarakat setempat dan memberikan mereka mata pencaharian yang berkelanjutan. Melalui pendekatan sociopreneurship, Agradaya tidak hanya memperkuat fondasi bisnisnya, tetapi juga menumbuhkan dampak sosial dan ekonomi yang positif di daerah sekitarnya. Selain itu, sociopreneurship juga dapat meningkatkan Resource-Based View (RBV) sebuah perusahaan. Hal ini dikarenakan sociopreneurship akan mengatasi ketidakberuntungan dalam persaingan melalui hubungan, pemanfaatan sumber daya, dan pembelajaran (Mathews et al., 2002). RBV menekankan pentingnya sumber daya dan kapabilitas internal perusahaan secara strategis dalam mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Purwanto, 2016). RBV menyoroti pentingnya memanfaatkan dan mengembangkan sumber daya unik yang berharga, langka, dan sulit ditiru, yang sejalan dengan sifat sociopreneurship yang berfokus pada masyarakat (Gerhart & Feng, 2021).

3.2. Resource-based View

Resource-based view (RBV) merupakan teori yang sangat berpengaruh pada pembuat keputusan strategis perusahaan untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif di industri dengan pemanfaatan sumber daya organisasi (Zahra et al, 2021). Grant (2005) dalam Hooley (2020) menyatakan bahwa Resource-based view menyarankan bahwa strategi berkinerja tinggi bergantung terutama pada sumber daya yang dikembangkan secara historis (Grant, 2005). Oleh karena itu, Analisis RBV dilakukan dengan mengidentifikasi sumber daya dan kemampuan internal organisasi, mengevaluasi nilai dan keunikannya, dan mempertimbangkan bagaimana sumber daya dan kemampuan tersebut dapat digunakan untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Agradaya, dalam aktivitas bisnisnya, umumnya menggunakan RBV sebagai acuan. Agradaya memanfaatkan mitranya, petani-petani skala kecil untuk memproduksi seluruh bahan dasar produk-produknya. Agradaya mengedukasi para mitranya untuk menciptakan standar bahan baku yang baik dan alami, yang sesuai dengan sertifikasi-sertifikasi baik nasional maupun internasional. Dalam wawancara bersama Ganang, Chief of Community Development di Agradaya, disampaikan bahwa seluruh hasil panen petani-petani mitra yang sesuai dengan standar yang ditetapkan akan dibeli oleh Agradaya. Hal ini memberi Agradaya keunggulan kompetitif mengingat mereka tidak akan memiliki masalah distribusi karena bahan baku yang selalu cukup. Selain itu, teknologi produksi yang dimiliki Agradaya juga cukup maju. Agradaya menggunakan Solar Dryer House (Rumah Surya) untuk mengeringkan bahan baku empon-empon yang mereka dapat dari petani. (Agradaya, 2020) Teknologi yang didapat melalui kerjasama dengan salah satu pemberi hibah Agradaya ini membuat produksi Agradaya memiliki nilai-nilai berkelanjutan dan ramah lingkungan, yang sangat relevan dan memberi positioning positif bagi perusahaan dalam industri ini.

3.3. Lifestyle Segmentation

Gaya hidup atau lifestyle merujuk pada pola, kebiasaan, perilaku dan preferensi yang secara konsisten diadopsi seseorang dalam kehidupan sehari-harinya. Hal ini mencakup segala hal mulai dari makan, cara

berpakaian, beraktivitas, berkomunikasi, hingga nilai-nilai yang mereka anut dan cara mereka menghabiskan waktu luang. Gaya hidup dapat diterapkan oleh semua orang tanpa memandang usia atau jenis kelamin. (Fitriana & Darmawan, 2021).

Pandemi COVID-19 telah menjadi titik balik bagi banyak individu untuk mempertimbangkan dan mengubah gaya hidup mereka menjadi lebih sehat. Dalam momen ini, kesadaran akan kesehatan secara menyeluruh, baik fisik maupun mental, tumbuh pesat. Banyak yang mulai memprioritaskan perubahan ke arah konsumsi makanan yang lebih sehat serta peningkatan aktivitas fisik secara teratur menurut Intan et al., (2021) Gaya hidup sehat merupakan usaha seseorang untuk menjaga kesehatannya dengan menerapkan kebiasaan-kebiasaan yang berpengaruh pada kondisi fisik dan mental mereka. Transformasi ini menunjukkan bahwa gaya hidup sehat bukan hanya sekedar pilihan melainkan juga hasil dari kesadaran individu untuk membuat Keputusan yang mendukung Kesehatan mereka di Tengah kondisi yang menantang seperti pandemi ini (Atmadja et al., 2020).

Adanya pembatasan interaksi sosial dan isolasi mandiri selama pandemi COVID-19 telah mendorong orang-orang untuk menemukan cara baru untuk tetap saling terhubung, terutama melalui platform digital. Di sinilah tren positif dalam membagikan informasi dan tips terkait gaya hidup sehat melalui media sosial yang mempengaruhi individu untuk mengadopsi pola hidup yang lebih seimbang dan berfokus pada kesehatan. Dalam lingkungan yang tidak terduga ini, banyak orang yang mulai memahami bahwa menjaga kesehatan, baik fisik maupun mental, menjadi kunci penting untuk menghadapi tantangan pandemi.

Masyarakat perkotaan sebagaimana riset yang telah dilakukan Utami, et al. (2015), bahwa perilaku masyarakat perkotaan mempunyai tren positif terhadap jejamuan dan herbalia. Tingkat pendidikan maupun pekerjaan Urban Civilization mempengaruhi mereka dalam pengambilan keputusan pembelian, seperti dengan mencari referensi merek, komposisi, serta khasiat yang dikandung oleh jejamuan dan herbalia tersebut. Dalam keadaan pandemi masyarakat perkotaan seringkali lebih terbuka terhadap gaya hidup sehat, terutama dalam mengakses informasi melalui platform digital seperti media sosial. Mereka lalu memanfaatkan teknologi ini untuk memperoleh informasi tentang kebiasaan hidup yang lebih baik termasuk tips mengenai produk yang bernutrisi. adanya perubahan gaya hidup yang lebih sehat di perkotaan juga terlihat dalam tren mengadopsi produk-produk yang mendukung kesehatan seperti makanan organik, suplemen nutrisi dan produk Kesehatan lainnya. Permintaan akan produk-produk ini telah mencerminkan kesadaran yang lebih tinggi terhadap pentingnya menjaga daya tahan tubuh dan Kesehatan.

Agradaya hadir dengan mengusung pembuatan produk rempah-rempah dan herbal yang berkualitas tinggi dan memiliki customer yang kebanyakan berasal dari daerah perkotaan. Segmentasi yang dilakukan oleh Agradaya cenderung pada Lifestyle Segmentation yang diungkapkan oleh Piercy et al. (2020) yang mana segmentasi gaya hidup berkaitan erat dengan tiga hal utama dan yang menjadi fokus Agradaya. Fokus segmentation gaya hidup tersebut adalah Opinion, dimana opini masyarakat perkotaan terhadap rempah-rempah, jejamuan, dan herbalia itu positif sebagai hal mendasar menuju gaya hidup yang sehat. Karakter masyarakat perkotaan yang cenderung instan, cepat, efisien serta tingkat pendidikan menengah ke atas menjadikan asosiasi masyarakat perkotaan jauh lebih baik dan rasional dalam mengambil keputusan terkait dengan pembelian jejamuan, rempah-rempah dan herbalia.

4. KESIMPULAN

CV Agradaya Indonesia sebagai perusahaan *sociopreneurship* di bidang agroforestri telah memberikan dampak positif pada masyarakat lokal dengan memberdayakan petani kecil. Melalui praktik *sociopreneurship*, Agradaya tidak hanya menghasilkan produk rempah-rempah berkualitas tinggi, tetapi juga memberikan kontribusi pada peningkatan kesejahteraan petani dan lingkungan sekitar. Resource-Based View (RBV) Agradaya berhasil memanfaatkan sumber daya internalnya, seperti kerjasama dengan petani skala kecil dan teknologi produksi, untuk menciptakan keunggulan kompetitif. Selain itu, strategi segmentasi berbasis gaya hidup (*lifestyle segmentation*) yang dilakukan oleh Agradaya, khususnya dalam menarik konsumen perkotaan yang peduli akan gaya hidup sehat, telah menjadi salah satu faktor kesuksesan dalam pemasaran produk mereka. Dengan demikian, penelitian ini memberikan gambaran bagaimana penerapan *sociopreneurship* dan pendekatan Resource-Based View (RBV) serta *lifestyle segmentation* berperan dalam kesuksesan dan dampak positif perusahaan *sociopreneurship* seperti CV Agradaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Agradaya. (2020). *Agradaya Inisiatif yang Memberdayakan Potensi Desa Lewat Industri Pangan*. Agradaya. <https://www.agradaya.id/2020/01/10/agradaya-inisiatif-yang-memberdayakan-potensi-desa-lewat-industri-pangan/>
- [2] Amelia, A., Ronald, R., & Sucipto, H. (2022). Marketing Strategy Bagi Sociopreneurship: Extended Brand Melalui Penggunaan E-commerce Dalam Meningkatkan Brand Preference. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.17819>.
- [3] Atmadja, T. F. A., Yuniarto, A. E., Yuliantini, E., Haya, M., Faridi, A., & Suryana, S. (2020). Gambaran sikap dan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia selama pandemi Covid-19. *AcTion: Aceh Nutrition Journal*, 5(2), 195. <https://doi.org/10.30867/action.v5i2.355>
- [4] Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah Penduduk Miskin Menurut Wilayah*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/indicator/23/183/1/jumlah-penduduk-miskin-%09menurut-wilayah.html>
- [5] Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal. (2023). *Mengukur Kesejahteraan Petani melalui Survey Kesejahteraan Petani 2023*. Badan Pusat Statistik Kabupaten Tegal. <https://tegalkab.bps.go.id/news/2023/08/15/278/mengukur-kesejahteraan-petani-melalui-survey-kesejahteraan-petani-2023.html>
- [6] CNN Indonesia. (2018). *Survei: Kewirausahaan Sosial Bisa Bangun Ekonomi Kreatif*. CNNIndonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181217184258-532-354362/survei-kewirausahaan-sosial-bisa-bangun-ekonomi-kreatif>
- [7] Fitriana, R., & Darmawan, D. R. (2021). Workout sebagai gaya hidup sehat wanita modern. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(2), 199–213. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i2.17571>
- [8] Gerhart, B. and Feng, J. (2021). The resource-based view of the firm, human resources, and human capital: progress and prospects. *Journal of Management*, 47(7), 1796-1819. <https://doi.org/10.1177/0149206320978799>
- [9] Intan, T., Hasanah, F., Wardiani, S. R., & Handayani, V. T. (2021). Peningkatan Kualitas Hidup Di Masa Pandemi Covid-19 dengan Penerapan Pola Hidup Sehat. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(1), 27–32. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v4i1.834>
- [10] Kementerian Keuangan RI. (2023). *Menuntaskan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Pertanian*. Kementerian Keuangan RI. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/bitung/id/data-publikasi/berita-terbaru/3328-menuntaskan-kemiskinan-melalui-pemberdayaan-pertanian.html>
- [11] Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia. (2022). *Kembangkan Ketangguhan Sektor Pertanian, Indonesia Raih Penghargaan dari International Rice Research Institute*. Kementerian Koordinator Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4443/kembangkan-ketangguhan-sektor-pertanian-indonesia-raih-penghargaan-dari-international-rice-research-institute>
- [12] Mahoney, J., & Pandian, J. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Southern Medical Journal*, 13, 363-380. <https://doi.org/10.1002/SMJ.4250130505>
- [13] Maulinda, K. (2019). Proses Pengembangan Social Enterprise Agriculture: Studi Biografi Pada Agradaya. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 133. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.40114>
- [14] Mathews, J. (2002). Competitive Advantages of the Latecomer Firm: A Resource-Based Account of Industrial Catch-Up Strategies. *Asia Pacific Journal of Management*, 19, 467-488. <https://doi.org/10.1023/A:1020586223665>.
- [15] Nasution, D. D. (2023). *Sensus Pertanian Segera Dimulai, Ada Berapa Petani di RI 10 Tahun yang Lalu?* Republika. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/ruotxd457/sensus-pertanian-segera-dimulai-ada-berapa-petani-di-ri-10-tahun-yang-lalu>
- [16] Piercy, Nigel F., Hooley, Graham J., Saunders, John A.. (2020). *Marketing strategy and competitive positioning, 3rd ed.* (7th). England: Prentice Hall.
- [17] Pratiwi, C. P., Sasongko, A. H., Aguzman, G., Wibawa, R. C., & Pambudy, R. (2022). Characteristics and Challenge Faced by Socio-technopreneur in Indonesia. *Business Review and Case Studies*, 3(1), 13-13.
- [18] Purwanto, H. (2016). Resource-based view as a competitive advantage of the company: an empirical review. <https://doi.org/10.2991/gcbme-16.2016.154>

-
- [19] Rhamadanty, S. (2023). *APSKI Ungkap Tren Konsumsi Suplemen Pasca Pandemi Covid-19 Berubah, Ini Penyebabnya*. Kontan.Co.Id. <https://industri.kontan.co.id/news/apski-ungkap-tren-konsumsi-suplemen-pasca-pandemi-covid-19-berubah-ini-penyebabnya>
- [20] Sumiyati. (2023). *Survei: Pasca Pandemi, Orang Indonesia Lebih Sadar akan Kesehatan*. Viva.Co.Id. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kesehatan-intim/1623326-survei-pasca-pandemi-orang-indonesia-lebih-sadar-akan-kesehatan>
- [21] Utami, Yogia N. S. E. S. R. B. W. "Perilaku Konsumen Perkotaan terhadap Keputusan Pembelian Jamu Tradisional di Surakarta." *Agrista: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agribisnis UNS*, vol. 3, no. 3, 2015.
- [22] Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic management journal*, 5(2), 171-180.
- [23] Zahra, S. (2021). The Resource-Based View, Resourcefulness, and Resource Management in Startup Firms: A Proposed Research Agenda. *Journal of Management*, 47, 1841 - 1860. <https://doi.org/10.1177/01492063211018505>.