

Inovasi Kewirausahaan Sosial Dalam Menangani Produk Agrowisata (Buah Apel dan Strawberi) Melalui Paket Wisata Agro di Kota Batu

Garsione Agni Andrea

¹Program Studi Pariwisata UPN “Veteran” Jawa Timur, garsione.agni.par@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Inovasi, adaptasi dan kolaborasi sangat dibutuhkan pada kondisi saat ini agar sebuah produk barang dan/atau jasa dapat selalu diminati dan mendapatkan manfaat secara maksimal. Inovasi ini sangat dibutuhkan oleh pengelola agrowisata agar tidak terjadi kerugian karena adanya pembuangan produk secara langsung. Penelitian dalam artikel ini bertujuan untuk menganalisis inovasi pada kewirausahaan sosial dalam menangani produk agrowisata yang berupa 1) penyelamatan produk agrowisata yang berupa buah (Apel dan Strawberry), dan 2) rangkaian inovasi paket wisata. Metode penelitian untuk menyusun artikel ini dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif dengan metode observasi dan wawancara langsung pada pengelola agrowisata dan pengelola organisasi sosial. Penelitian ini menunjukkan bahwa produk agrowisata dapat diselamatkan oleh para organisasi sosial melalui pembelian produk agrowisata dengan nilai jual rata-rata (tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi) dengan tetap menyelenggarakan aktivitas agrowisata dengan menginovasikan rangkaian paket wisata yang sesuai dengan elemen kepariwisataan. Inovasi dalam paket wisata terdapat perubahan unsur yaitu pada unsur something to buy yang pada dasarnya produk yang dibeli oleh volunteer selaku wisatawan berubah menjadi Something to give. Karena barang dan/atau jasa yang dibeli oleh volunteer atau wisatawan akan disalurkan kepada masyarakat menengah kebawah untuk meningkatkan gizi makanan hariannya.

Kata Kunci: Inovasi, Kewirausahaan Sosial, Produk Agrowisata, Paket Wisata.

ABSTRACT

Innovation, adaptation and collaboration are needed in the current conditions so that a product of goods and/or services can always be in demand and get maximum benefits. This innovation is needed by agritourism managers so that there are no losses due to direct product disposal. The research in this article aims to analyze innovation in social entrepreneurship in handling agritourism products in the form of 1) saving agritourism products in the form of fruit (Apples and Strawberries), and 2) a series of tour package innovations. The research method for compiling this article was carried out in a descriptive qualitative way with the method of direct observation and interviews with agritourism managers and managers of social organizations. This research shows that agritourism products can be saved by social organizations through the purchase of agritourism products with an average selling value (not too low and not too high) by continuing to organize agritourism activities by innovating a series of tour packages in accordance with tourism elements. Innovation in the tour package there is a change in the element, namely in the element of something to buy, which is basically a product purchased by volunteers as tourists turned into Something to give. Because the goods and / or services purchased by volunteers or tourists will be distributed to the lower middle class to improve their daily food nutrition.

Keywords: Innovation, Social Entrepreneurship, Agritourism Products, Tour Packages.

Naskah diterima: 28 Februari 2023, direvisi: 27 Juli 2023, diterbitkan: 15 Agustus 2023
DOI: 10.37253/altasia.v5i2.7529

PENDAHULUAN

Inovasi, adaptasi dan kolaborasi sangat dibutuhkan dalam kondisi yang mendesak salah satunya yang terjadi beberapa waktu lalu yang diakibatkan oleh C-19. Inovasi, adaptasi dan kolaborasi sangat dibutuhkan agar sebuah produk barang dan/atau jasa dapat selalu diminati dan mendapatkan manfaat secara maksimal. Revida dkk (2021) dalam bukunya menyatakan bahwa inovasi adalah ide baru untuk memperbaiki dan mendorong suatu perubahan perbaikan agar dapat survive dalam suatu kondisi tertentu baik melalui produk dan/atau jasa, proses, teknologi, hingga sumber daya manusianya. Inovasi ini sangat dibutuhkan oleh pengelola agrowisata agar kerugian besar yang di akibat dari tidak terdistribusikan produk agrowisata berupa buah sehingga produk di buang begitu saja. Inovasi terdiri dari dua hal yaitu 1) kebaruan, yang dapat dilihat dari manfaat, kondisi, dan implementasi suatu produk dan/atau jasa, dan 2) perbaikan, baik berupa alternatif lain yang lebih efektif dan efisien mulai dari proses sebuah produk dan/atau jasa. Inovasi sosial muncul dari organisasi atau kewirausahaan sosial yang memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan sosial melalui proses-proses penemuan permasalahan masyarakat, mendapat dukungan dan mengimplementasikan solusi baru, hingga menciptakan solusi yang tepat dalam permasalahan tersebut (Saragih, 2017).

Menurut Utomo (2015) dalam tulisannya mengungkapkan bahwa para kewirausahaan sosial memanfaatkan perilakunya untuk tujuan sosial yang tidak mengutamakan laba pribadi tetapi untuk kepentingan sosial, sehingga misi sosial lebih utama baik berupa penyaluran produk dan/atau jasa yang layak pakai dan/atau makan. Para kewirausahaan sosial banyak melihat kondisi yang menyulitkan pada pengelola Agrowisata menjadi peluang besar yang dapat disalurkan kepada masyarakat dan tetap memperhatikan nilai ekonomi kepada pengelolaannya. Konsep kewirausahaan sosial bertujuan untuk 1) menciptakan nilai sosial dan ekonomi, 2) membuka lapangan pekerjaan, 3) menginovasi barang dan/atau

jasa, 4) bermodal sosial, dan 5) promosi dengan tidak mengutamakan laba pribadi (Saragih, 2017). Metode pelaksanaan kewirausahaan sosial dengan cara mendefinisikan terlebih dahulu masalah sosial masyarakat kemudian mulai merencanakan, mengelola, dan melaksanakan rencananya sesuai dengan misi utama kesosialan tersebut.

Informasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021) mengenai pembatasan sosial berskala besar menyebabkan mobilitas manusia sangat kecil sekali di masa pandemi C-19 sehingga tidak ada aktivitas masyarakat terutama pada sektor kepariwisataan yang tidak beroperasi. Solusi dari permasalahan tersebut membutuhkan inovasi-inovasi yang terbarukan dan perbaikan dalam segala sisi. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan oleh organisasi sosial pada atraksi agrowisata adalah merencanakan paket wisata agar terdapat aktivitas pada destinasi tersebut. Paket wisata yang disusun dari kumpulan produk wisata sebagai penyedia jasa secara terpisah (bersifat *fragmented supply*) baik dalam hal lokasi, fungsi, pemilik, manajemen dan produknya seperti hotel, sarana transportasi, restoran, destinasi beserta atraksinya yang sering dikombinasikan/campurannya dari berbagai produk tersebut (*composite demand*) (Fiatiano, 2009).

Menurut Mulyani dan Wirakusuma (2016) dalam tulisannya menyebutkan bahwa paket wisata disusun dari enam elemen utama yaitu elemen transportasi, elemen akomodasi, elemen konsumsi, element destinasi wisata, elemen pemandu wisata, hingga elemen belanjanya. Pada dasarnya elemen tersebut menggambarkan tiga hal pokok yaitu *Something to see*, *Something to do*, dan *Something to buy* yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam beraktivitas berwisatanya. Penyusunan paket wisata harus direncanakan dengan tepat dan efisien untuk meminimalisir kendala saat rencana di aplikasikan agar kepuasan wisatawan dapat tercapai. Wisatawan dalam konteks organisasi sosial ini adalah para relawan/ *volunteer* yang

bersedia meluangkan waktu untuk melakukan aktivitas sosial sesuai dengan rencana yang telah disusun oleh organisasi sosial.

Artikel ini akan mengungkap permasalahan yang muncul dari pengelola agrowisata melalui inovasi yang diberikan oleh organisasi sosial tersebut antara lain 1) Penyelamatan produk agrowisata yang berupa buah (Apel dan Strawberry), dan 2) Rangkaian inovasi paket wisata. Metode penelitian untuk menyusun artikel ini dilakukan dengan cara deskriptif kualitatif dengan metode observasi dan wawancara langsung pada pengelola agrowisata dan pengelola organisasi sosial. Metode ini dilakukan agar data dan informasi bisa di inventarisasi secara tepat dan mendalam. Penelitian ini dirangkai dengan tujuan 1) Menganalisis peran dari organisasi sosial terhadap permasalahan yang dialami oleh pengelola agrowisata, 2) Menganalisis rangkaian inovasi organisasi sosial mulai dari perekrutan volunteer, keberangkatan hingga penyaluran atau distribusi produk agrowisata berupa buah tersebut. Tujuan penelitian ini sangat di butuhkan agar dapat merangsang para calon organisasi sosial dapat memulai inovasi-inovasi barunya. Peran organisasi sosial sangat dibutuhkan agar permasalahan sosial masyarakat dapat dipecahkan secara sosial dan tidak merugikan pihak satu dan yang lainnya.

KAJIAN PUSTAKA

Inovasi Kewirausahaan Sosial

Menurut Utomo (2015) kewirausahaan sosial merupakan kombinasi dari misi sosial dengan disiplin, inovasi, dan keteguhan yang dimiliki para pelaku bisnis dengan tujuan untuk sosial sehingga tujuan utamanya bukan untuk mencari laba semata. Sikap dasar seorang wirausaha harus memiliki kemampuan untuk menciptakan dan mewujudkan gagasan yang inovatif dan kreatif yang dapat mengubah permasalahan menjadi peluang. Kemampuan yang inovatif dan kreatif dapat mencerminkan kemampuannya untuk memulai usaha (*start-up*), mengerjakan hal baru (*creative*), mencari peluang baru (*oportunity*), berani

menanggung risiko (*risk bearing*) hingga mengembangkan gagasan dan mengelola sumber daya yang ada. Inovasi akan menjadi sebuah proses menemukan dan mengimplementasikan hal baru pada situasi dan kondisi yang sedang menjadi permasalahan dan belum ada solusi dalam menangani permasalahan tersebut (Rufaidah dan Kodri, 2020).

Kewirausahaan pada umumnya terbagi menjadi dua kategori besar yaitu kewirausahaan konvensional dan kewirausahaan sosial. Pada penelitian ini fokus pada tipe kewirausahaan sosial yang memiliki tujuan bukan hanya mencari keuntungan materi saja tetapi kepedulian sosial juga. Menurut Sartono dan Sutrismi (2020), kewirausahaan sosial memiliki tujuan sosial jika dilihat dari sisi keuntungan materi, maka keuntungan tersebut akan di kembalikan pada organisasinya untuk lebih mengembangkan organisasi tersebut. Peran sebagai agen perubahan pada sektor sosial sangat melekat pada kewirausahaan sosial ini yang tampak pada misi menciptakan dan mempertahankan nilai sosial; mengidentifikasi dan mengerjakan peluang baru; hingga keterlibatan aktivitas pada proses berkelanjutan yang melibatkan inovasi, pembelajaran, dan mencari solusi dalam pemanfaatan sumber daya secara maksimal dan efisien.

Ciri kewirausahaan sosial tidak terfokus pada mencari nirlaba saja tetapi juga kepedulian sosial sehingga terdapat klasifikasi model bisnis tersendiri pada kewirausahaan sosial ini antara lain (Cakranegara et al, 2020): 1) dukungan wirausaha, model ini berupa memberikan jasa berupa konsultasi, pelatihan, dukungan teknis, atau microfinance yang pada mulanya wirausahawan sosial menjual dukungan bisnis dan layanan keuangan pada klien dan klien tersebut akan menjual produk dan layanan dipasar terbuka. 2) perantara pasar, aktivitas membantu kolega/klien dalam pemasaran atau penjualan produk. Misalkan perantara dari pasar membantu UMKM memasarkan dan menjual produknya kesasama UMKM, sehingga model ini memberi layanan pada klien dan produsen

kecil dalam mengakses pasar. 3) ketenagakerjaan, model ini berupa pemberian kesempatan dan pelatihan kerja khususnya pada orang yang memiliki keterbatasan seperti disabilitas, tunawisma, hingga mata pelanggar agar mereka dapat mencapai kemandirian secara finansial melalui penjualan produk dan layanannya. 4) biaya untuk layanan, berupa komersialisasi layanan sosial dan kemudian menjual langsung kepada donatur/klien pihak ketiga/pembayar. 5) klien berpenghasilan rendah, merupakan aktivitas untuk melayani kelompok masyarakat sasaran dengan menjual barang atau jasa seperti layanan kesehatan (vaksin, obat, operasi), produk kesehatan dan kebersihan (garam beriodium, sabun, kacamata, alat bantu dengar dll), layanan kebutuhan sehari-hari (listrik dan air), 6) koperasi, berupa pemberian layanan langsung kepada masyarakat sasaran atau anggota koperasi seperti informasi pasar, bantuan teknis, layanan perpanjangan, akses ke pasar eksternal untuk produk dan layanan yang dihasilkan anggota dan lain sebagainya. 7) hubungan pasar, aktivitas dalam memfasilitasi hubungan perdagangan antara masyarakat, produsen kecil, perusahaan lokal, koperasi, dan pasar eksternal. Wirausaha sosial ini sebagai penghubung antara pembeli dan produsen tidak menjual produknya secara langsung. 8) subsidi layanan, aktivitas penjualan produk atau layanan pada pasar dan menggunakan pendapatannya untuk mendanai program sosialnya. Ciri khas model bisnis ini dari sisi integrasi, aktivitas bisnis dan program sosial ini saling bertumpukan antara berbagi, aset, operasional, dan pendapatan. 9) dukungan organisasi, wirausaha sosial akan menjual produk dan layanannya pada pasar eksternal, bisnis, atau masyarakat umum dengan memisahkan kegiatan bisnis dari program sosial, pendapatan bersih dari biaya program sosial, dan biaya operasional dari organisasi nirlaba.

Model bisnis tersebut pasti menjadi cara kewirausahaan sosial memanager operasional organisasi agar tetap berjalan dan berkembang baik dengan cara menggunakan satu model bisnis atau lebih. Dalam menjalankan kewirausahaan sosial pasti memiliki sifat

husus yang menjadi ciri khas wirausahawan tersebut antara lain, 1) sebagai agen perubahan, melalui tindakan revolusi reformasi sosial, membuat perubahan dalam fungsi sosial. Sifat ini bertujuan untuk meningkatkan masyarakat dan lingkungan sesuai dengan visi organisasinya. 2) mengutamakan misi sosial, misi ini di bentuk dari nilai-nilai yang menciptakan dan mempertahankan nilai sosial seperti promosi kesejahteraan sosial. 3) memiliki seorang penggerak (tokoh) yang memiliki jiwa kepemimpinan yang baik. Hal tersebut dibutuhkan karena dalam aktivitasnya akan membutuhkan transparansi yang konsisten. 4) memiliki serbagai solusi dari permasalahan sosial. Solusi dalam pemecahan permasalahan bukan hanya untuk jangka pendek, tetapi fokus pada dampak yang tercipta secara sosial yang berkelanjutan seperti pada pendidikan, kesehatan, ekonomi, seni, atau bidang lainnya. 5) pantang menyerah dalam kegagalan. Kegagalan dianggap sebagai proses perkembangan yang membutuhkan inovasi. 6) menciptakan usaha yang memberi solusi dalam permasalahan sosial. Solusi atau peluang yang diambil dari sebuah permasalahan sosial akan dimanfaatkan sebagai peluang usaha yang memiliki solusi jangka panjang dengan mempromosikan kehidupan yang lebih baik. 7) pantang menyerah untuk mengidentifikasi permasalahan dan mencari alternatif solusi terbaik melalui inovasi, adaptasi, dan penelitian. Dalam pelaksanaan kegiatannya, kewirausahaan sosial akan mempromosikan dan berkolaborasi dengan mitra dan organisasi lain untuk dapat mencapai misi utama organisasi (Sartono dan Sutrismi, 2020).

Kewirausahaan sosial wajib memiliki inovasi dalam mencari solusi dalam permasalahan yang di hadapi. Inovasi tidak lepas dari dua kriteria yaitu kebaruan (*novelty*) dan perbaikan (*improvement*). Kebaruan dalam inovasi tidak harus menciptakan produk baru tetapi bisa dari sisi nilai guna, kondisi, dan aplikasinya melalui perbaikan baik itu berupa alternatif terbaik yang efektif dan efisien dari sisi proses atau pun produk sehingga dapat disebar

(*diffused innovation*) dan diadopsi (*adopted innovation*) (Saragih, 2017). Pada hasil penelitian sebelumnya mengenai distribusi produk agrowisata, kewirausahaan sosial juga menerapkan inovasi yang dapat memecahkan solusi pengelola agrowisata yaitu dengan membantu distribusi produk agrowisata yang berupa buah tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan serta konsumen yang memang produknya dikonsumsi konsumen tersebut. Organisasi tersebut mengelola produknya mulai dari penanaman, pengemasan, hingga pendistribusian dengan pilihan konsumen mengambil sendiri di kantor organisasi tersebut atau pengiriman melalui kurir (Andrea dan Yudhiasta, 2022).

Paket Wisata

Fiatiانو (2009) menyebutkan produk industri pariwisata merupakan kumpulan dari beberapa produk perusahaan sebagai penyedia barang/jasa yang terpisah satu sama lainnya (*fragmented supply*) dan berbeda dari lokasi, fungsi, pemilik, manajemen dan produknya seperti hotel, sarana transportasi, restoran, obyek dan atraksi wisata dan sejenisnya. Sedangkan paket wisata merupakan serangkaian perjalanan yang disusun oleh biro perjalanan atau travel agen yang meliputi lama berkunjung, destinasi, transportasi, akomodasi, dan konsumsi dalam satu harga dengan cara memadukan beberapa produk wisata (minimal dua produk) (Dewi dan Dewi, 2016)

Penyusunan paket wisata pasti terdiri dari beberapa jasa industri kepariwisataan yang di susun dengan rencana yang tepat dan efisien. Rencana dalam penyusunan paket wisata bertujuan untuk memberikan pengalaman berwisata yang sesuai dengan harapan wisatawan sehingga wisatawan mendapatkan kepuasan dalam aktivitas berwisatanya. Konsep dasar dari perjalanan wisata adalah aktivitas berkeliling dan kembali lagi ke tempat asal dengan keadaan santai yang dapat memberi pengalaman wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Produk paket wisata dikemas dari beberapa produk antara lain obyek dan atraksi wisata, akomodasi, transportasi, makanan dll. Unsur

pemilihan obyek dan atraksi harus disesuaikan dengan minat, profile, dan motivasi wisatawan dan harus memenuhi syarat *something to see, something to do, dan something to buy* (Fiatiانو, 2009).

Paket wisata jika diklasifikasikan maka terdapat dua jenis paket wisata (Lubis, 2017) yaitu: 1) *ready made tour*, yang merupakan produk paket wisata dengan komponen yang sudah ditetapkan dan tidak dapat diubah sehingga paket wisata tersebut dapat langsung dibeli oleh wisatawan dan dapat dilaksanakan sewaktu-waktu. Dan 2) *tailor made tour*, paket wisata ini akan disiapkan setelah mendapatkan pesanan atau permintaan dari wisatawan sehingga paket wisata dapat diubah-ubah komponen produknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Agrowisata

Agrowisata merupakan rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan sektor pertanian, perkebunan, dan peternakan mulai dari awal aktivitas hingga menjadi produk siap pakai dengan tujuan meningkatkan pengetahuan, pemahaman, pengalaman dan rekreasi sehingga dapat meningkatkan persepsi pengelola, wisatawan dan masyarakat sekitar dalam pelestarian lahan alam melalui pengelolaan yang berkelanjutan (Budiarti dan Muflikhati, 2013). Banyak kelebihan dari aktivitas agrowisata antara lain 1) dapat menciptakan lapangan kerja, 2) meningkatkan pendapatan pengelola/ petani dan masyarakat sekitar, 3) pelestarian sumber daya alam dan lingkungan, 4) pelestarian kearifan dan teknologi lokal (Subowo, 2002). Dampak baik tersebut terbentuk dari aktivitas wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisatanya yang bisa di terapkan melalui pembenihan, proses perawatan, pengembangbiakan, panen hasil agro, hingga pengolahan menjadi produk siap pakai.

Agrowisata pada penelitian ini adalah agrowisata perkebunan dengan hasil produk buah apel dan strawberry. Produk agrowisata tersebut selain dijual secara langsung juga di jual kepada wisatawan yang melakukan aktivitas wisata agro. Wisatawan akan

memanen produk tersebut sesuai dengan arahan yang diberikan oleh pemandu/pengelola. Pengelola akan menginformasikan hasil produk agrowisata (buah) yang tepat saat di panen. Produk agrowisata ini selain dijual berupa buah, juga tawarkan hasil olahannya seperti keripik, selai, pai minuman dll yang diproduksi oleh masyarakat sekitar. Pengelolaan produk agrowisata tersebut juga membutuhkan inovasi dan kreasi agar hasil produksi dan penampilannya menjadi menarik wisatawan.

METODE PENELITIAN

Artikel penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara menuliskan pernyataan melalui wawancara kepada pengelola agrowisata dan pengelola organisasi sosial sebagai subyek penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan observasi lapangan dengan batasan-batasan pokok pertanyaan antara lain sebagai berikut.

Tabel. 1. Instrumen Penelitian

Pokok Permasalahan	Matriks Pertanyaan
1. Penyelamatan produk agrowisata	<ul style="list-style-type: none"> ~ Cara menyelamatkan produk agrowisata ~ Penggantian produk agrowisata oleh organisasi sosial
2. Rangkaian inovasi paket wisata.	<ul style="list-style-type: none"> ~ Inovasi calon wisatawan ~ Inovasi pemaketan wisata (berangkat-pulang, atraksi, waktu istirahat, hingga proses distribusi produk) ~ Inovasi pada atraksi wisata (petik buah) ~ Inovasi pada distribusi produk

Hasil dari wawancara dan observasi akan di sesuaikan dengan teori yang telah ada dengan metode studi literatur. Sehingga peran dari organisasi sosial ini dapat diidentifikasi sesuai dengan misi utama organisasi sosial dan dapat mengidentifikasi pemaketan wisata

yang dilaksanakan oleh para volunteer yang bertindak sebagai wisatawan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelola agrowisata yang dikelola secara mandiri oleh masyarakat sekitar berjumlah 10 pengelola agrowisata dan terdiri dari agrowisata petik buah (apel, strawberry, jambu kristal), agrowisata petik bunga, dan agrowisata perah susu (Andrea, 2017). Pada penelitian ini, pengolahan agrowisata yang dibantu oleh organisasi sosial sebanyak dua agrowisata petik apel dan satu agrowisata petik strawberry. Tiga pengelola agrowisata tersebut menjadi sampel dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi aktivitas dari para volunter dari organisasi sosial tersebut.

Penyelamatan Produk Agrowisata

Produk agrowisata yang berupa buah apel dan strawberry sempat berada pada titik jual rendah yang diakibatkan kurangnya daya beli konsumen terhadap buah-buahan ini. Penyelamatan produk agrowisata sangat dibutuhkan agar tidak ada produk agrowisata yang terbuang sia-sia dan menimbulkan limbah pangan / *food waste*. Limbah pangan / *food waste* menjadi istilah yang digunakan untuk fenomena kehilangan pangan dan limbah pangan yang digunakan secara bersamaan dalam konsep limbah pangan yang sesungguhnya. Limbah pangan / *food waste* ini merupakan produk yang masih layak untuk dikonsumsi tetapi dibuang begitu saja. Hal ini bisa terjadi karena beberapa hal seperti masalah dalam penyimpanan makanan, penyiapan makanan oleh konsumen/individu yang kurang berpengalaman, hingga kurangnya kesadaran akan masalah lingkungan (Habib et al, 2023).

Organisasi Sosial pada penelitian ini memiliki visi yang salah satunya mengenai pengurangan pembuangan bahan makanan secara langsung. Penyelamatan produk agrowisata dilakukan dengan cara membeli produk agrowisata dengan harga yang tidak terlalu rendah dan juga tidak terlalu tinggi tetapi pengelola agrowisata masih mendapatkan keuntungan dari proses jual-beli tersebut. Pengelola agrowisata juga tidak

perlu melakukan pemanenan karena produk tersebut akan dipanen langsung oleh volunter organisasi sosial sehingga pengelola agrowisata tidak perlu mengeluarkan uang lagi untuk tenaga panennya. Produk agrowisata yang telah dipanen oleh *volunter* akan didistribusikan kepada masyarakat yang lebih membutuhkan seperti pemukiman masyarakat pra-sejahtera, panti asuhan, panti jompo, shelter anak jalanan, liponsos, rumah singgah pasien, hingga warga difabel. Produk yang dipanen oleh *volunteer* organisasi sosial ini memiliki kriteria layak panen dan konsumsi sehingga kualitas produk pasti terjamin.

Rangkaian Inovasi Paket Wisata

Pada Indonesia Student (2022) menyampaikan bahwa inovasi merupakan tindakan dari seorang atau sekelompok orang untuk memperkenalkan sesuatu yang baru dari produk yang sudah ada melalui pengemasan dengan sesuatu yang belum pernah ada. Inovasi direncanakan terarah dan terorganisir dari perubahan suatu fenomena yang dianalisis menjadi sebuah peluang. Rangkaian rencana inovasi yang berhasil, terbentuk dari pemanfaatan perubahan suatu fenomena yang bermanfaat bagi banyak orang. Inovasi yang dilakukan oleh mengelola organisasi sosial antara lain 1) menciptakan motivasi wisatawan baru yang berasal dari volunter organisasi dengan visi sosialnya, dan 2) inovasi dari modifikasi paket wisata yang diorganisir oleh organisasi sosial secara langsung.

Inovasi dari penciptaan motivasi wisatawan ini berasal dari kebutuhan organisasi sosial dalam melaksanakan proses panen di agrowisata tersebut. Wisatawan yang berasal dari para volunter ini sebelumnya melakukan beberapa syarat administrasi yang diorganisir langsung oleh organisasi sosial. Menurut Ryan dan Pitana dalam Herindiyah (2019), merangkum motivasi wisatawan untuk melakukan aktivitas wisatanya adalah 1) menghindari aktivitas sehari-hari, 2) melakukan penyegaran diri, 3) mencari kegembiraan melalui aktivitas masa kecil, 4) *Strengthening family bond*, untuk mempererat

hubungan kerabat khususnya dalam konteks *visiting friends and relatives*, 5) *Prestige*, untuk memperlihatkan gengsi melalui kunjungan ke destinasi tertentu untuk meningkatkan status atau social standing, 6) *Social interaction*, untuk melakukan interaksi social dengan teman atau dengan masyarakat local destinasi, 7) *Romance*, untuk bertemu dengan orang yang bisa memberikan suasana romantis atau untuk memenuhi kebutuhan seksual 8) *Educational opportunities*, untuk melihat sesuatu yang baru baik itu masyarakat, budaya, hingga daerah yang baru, 9) *Self fulfillment*, untuk menemukan jati diri, 10) *Wish-fulfillment*, untuk mewujudkan mimpi hingga melakukan penghematan dalam hidup seperti melakukan wisata religi.

Motivasi tersebut akan bertambah karena adanya inovasi organisasi sosial melalui pencarian wisatawan yang tercipta karena visi sosialnya. Wisatawan yang terbentuk dari volunter ini memiliki motivasi utama untuk saling peduli terhadap sosial dan lingkungan. Motivasi peduli terhadap lingkungan terbentuk melalui aktivitas panen di area agrowisata sehingga tidak ada limbah pangan/ *food waste*, sedangkan motivasi sosialnya dapat dilihat dari dua sisi 1) membantu pengelola agrowisata dalam pemanenan produk agrowisata sehingga pengelola tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk tenaga pemanenan, dan 2) wisatawan (para volunter) dapat mendistribusikan langsung kepada target penerima produk-produk ini (pemukiman masyarakat pra-sejahtera, panti asuhan, panti jompo, shelter anak jalanan, liponsos, rumah singgah pasien, hingga warga difabel).

Inovasi paket wisata yang diorganisir oleh organisasi sosial mulai dari perekrutan *volunteer* sebagai wisatawan, transportasi, guide sebagai pemandu proses pemanenan, atraksi wisata petik produk agrowisata dan menikmati alam sekitar, istirahat dengan menikmati konsumsi dan alam sekitar, dan proses distribusi produk agrowisata. Pada kegiatan tersebut jika masih ada waktu para wisatawan diajak untuk mengunjungi destinasi lain untuk menikmati atraksi lain seperti atraksi dalam permainan air.

Pada pemaketan wisata yang terdiri dari enam elemen utama yaitu elemen transportasi, elemen akomodasi, elemen konsumsi, element destinasi wisata, elemen pemandu wisata, hingga elemen belanja. Inovasi dari organisasi sosial dalam pemaketan wisata dapat terlihat dari elemen belanja atau *Something to buy*. Pada elemen ini bergeser menjadi sesuatu yang dibeli menjadi sesuatu yang diberikan atau didistribusikan, karena wisatawan sosial tidak membeli barang tetapi memberikan barang atau produk kepada target penerimanya.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Firdaus (2014), kewirausahaan sosial memiliki peran penting dalam upaya mencari solusi dari suatu permasalahan, sehingga melalui penelitian ini menjadi bukti bahwa kewirausahaan sosial dapat mencari solusi pada pengelola agrowisata dalam menangani hasil panen produk agrowisata serta masyarakat yang menerima produk agrowisata sebagai perbaikan gizi mereka.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa inovasi dari kewirausahaan sosial dapat memecahkan permasalahan pada pengelola agrowisata melalui penyelamatan produk agrowisata yang tidak hanya dirasakan oleh pengelola saja, tetapi juga masyarakat penerima produk secara gratis dengan tujuan untuk meningkatkan gizi masyarakat pada kondisi perekonomian menengah kebawah. Selain manfaat aktivitas wirausaha sosial yang dirasakan oleh pengelola dan juga masyarakat, lingkungan sekitar juga mendapatkan manfaat positif karena adanya pengurangan limbah pangan / *food waste*.

Perencanaan paket wisata yang telah disusun oleh organisasi sosial sudah memenuhi elemen paket wisata hanya saja ada satu pembaharuan dalam pemaketan ini yaitu elemen produk yang dibeli oleh wisatawan. Elemen ini telah tergantikan oleh prinsip sosial menjadi produk yang diberikan wisatawan kepada target penerima produk. Dari sisi ini, aktivitas *Something to buy* tidak

dapat dilaksanakan tetapi berubah menjadi *Something to give* yang artinya, *volunter* yang berperan sebagai wisatawan membeli paket wisata dan memberikan hasil dari aktivitas wisata yang berupa panen produk agrowisata kepada masyarakat untuk membantu meningkatkan gizi hariannya.

Volunter yang berperan sebagai wisatawan ini membentuk motivasi wisata yang peduli terhadap sesama dan lingkungan. Kepedulian terhadap sesama dapat dilihat dari aktivitas pendistribusian produk agrowisata kepada target penerima, sedangkan kepedulian terhadap lingkungan dapat dilihat dari aksi pemanenan produk agrowisata tersebut sehingga mengurangi limbah pangan / *food waste*.

Melalui kesimpulan tersebut penulis merekomendasikan untuk melanjutkan penelitian mengenai prinsip *Something to buy* yang bergeser mejadi *Something to give* serta penanggulangan limbah pangan / *food waste* yang diinisiasi oleh organisasi sosial. Rekomendasi tersebut harus dikembangkan pada destinasi dan/atau produk pariwisata yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, G. Agni. (2017). Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Pengelola Agrowisata Terhadap Pariwisata Hijau Di Kota Batu (Thesis, Universitas Gadjah Mada).
- Andrea, G. A., & Yudhiasta, S. (2022). Kewirausahaan Sosial Inovasi Kewirausahaan Sosial Dalam Menangani Kesulitan Distribusi Produk Agrowisata Di Kota Batu. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(2), 1-12.
- Budiarti, T., & Muflikhati, I. (2013). Pengembangan agrowisata berbasis masyarakat pada usahatani terpadu guna meningkatkan kesejahteraan petani dan keberlanjutan sistem pertanian. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 18(3), 200-207.
- Cakranegara, P. A., Rahadi, D. R., & Sinuraya, S. D. (2020). Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Mendukung

- Sektor Pariwisata di Kota Tasikmalaya. J. Manaj. Dan Kewirausahaan, 8(2), 189-205.
- Dewi, N. A., & Dewi, L. L. (2016). Paket Wisata Pedesaan "Become Pangsanian" Di Desa Wisata Pangsang, Petang, Badung. Analisis Pariwisata, 16(1), 35-51.
- Fiatiano, E. (2009). Perencanaan Paket Wisata atau Tur. Jurnal Korespondensi, 22(2), 171-178.
- Firdaus, N. (2014). Pengentasan kemiskinan melalui pendekatan kewirausahaan sosial. Jurnal ekonomi dan Pembangunan, 22(1), 55-67.
- Habib, M. D., Kaur, P., Sharma, V., & Talwar, S. (2023). Analyzing the food waste reduction intentions of UK households. A Value-Attitude-Behavior (VAB) theory perspective. Journal of Retailing and Consumer Services, 75, 103486.
- Heridiyah, 2019. Tipologi wisatawan dan motivasi perjalanan wisata. diakses dari <https://herindiyah.wordpress.com/2019/09/09/motivasi-perjalanan-wisata/>, pada 11 Agustus 2022
- Indonesia Studen, 2022. 4 Pengertian Inovasi Menurut Para Ahli dan 3 contohnya. Diakses dari <https://www.indonesiastudents.com/pengertian-inovasi-dan-contohnya-menurut-para-ahli-lengkap/>, pada 11 Agustus 2022.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021), Tren Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi. diakses dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Tren-Pariwisata-Indonesia-di-Tengah-Pandemi>, pada 27 Juli 2022.
- Lubis, K. (2017). Perencanaan Tailor Made Tour untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen oleh Tour Department Pacto Ltd Medan (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Mulyani, A., & Wirakusuma, R. M. (2016). Perencanaan Paket Wisata Berdasarkan Karakteristik dan Motivasi Wisatawan yang Datang ke Kampung Cireundeu Kota Cimahi. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, 13(2), 1-14
- Revida, Erika dkk. 2021. Inovasi Desa Wisata : Potensi, Strategi, dan Dampak Kunjungan Wisata. Ebook : Yayasan Kita Menulis. E-ISBN: 978-623-342-265-9. Diakses pada 14 Mei 2022 dari <https://books.google.co.id/books?id=UB9JEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>
- Rufaidah, Erlina dan Kodri (2020). Buku Referensi : Strategi Inovasi dan Kreativitas Berwirausaha Era Revolusi 4.0 (Kajian Empiris dan Kajian Literatur). Bandung : Alfabeta
- Saragih, R. (2017). Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. Jurnal Kewirausahaan, 3(2), 26-34.
- Sartono, S., & Sutrismi, S. (2020). Kewirausahaan; Kewirausahaan Komersial Dan Sosial. BENEFIT, 7(2), 94-102.
- Subowo. 2002. Agrowisata meningkatkan Pendapatan Petani. Di unduh dari <http://database.deptan.go.id/agrowisata>, pada 30 September 2022
- Utomo, H. (2015). Menumbuhkan minat kewirausahaan sosial. Among Makarti, 7(2).

BIODATA PENULIS

Artikel ini di tulis oleh **Garsione Agni Andrea**, S.Pd, M.Sc. Pendidikan terakhir penulis adalah S2 Kajian Pariwisata di Universitas Gadjah Mada. Saat ini penulis telah bergabung pada instansi pendidikan pada program studi Pariwisata, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur. Fokus tema penelitian penulis adalah pariwisata berbasis masyarakat, ekowisata, and ilmu gastronomi.