
Dimensi *Sociopreneurship* pada Usaha Agribisnis Wijaya Vegetables di Desa Baturiti Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan

JUNI YANTI, I DEWA PUTU OKA SUARDI*,
NI WAYAN SRI SUTARI

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana
Jl. PB. Sudirman Denpasar, 80232
Email: juniy155@gmail.com
*okasuardi@unud.ac.id

Abstract

Dimensions of Sociopreneurship in Wijaya Vegetables Agribusiness Business in Baturiti Village, Baturiti District, Tabanan Regency

The uncertain market coupled with the view of dirty farmers among the millennial generation makes work as a farmer even more forgotten. So it is important to increase the interest of the younger generation in the agricultural sector, one of which is by entrepreneurship in the sociopreneurship nuanced agriculture. Wijaya Vegetables is located in Baturiti District, Tabanan Regency, Bali Province. Data collection methods used are interview techniques and direct observation. This business model becomes a 'marketer' so that fair trade occurs between farmers and consumers so that they are able to break the long market chain. Farmers' harvests will be marketed directly to consumers with a profit allocation of 25% for business expansion plans, 30% for social programs and 45% for three HR management. In the social aspect, Wijaya Vegetables has carried out the sociopreneurship dimension starting from social value in the form of providing markets to farmers from upstream to downstream, while for civil society in the form of giving donations to the surrounding community. In innovation, this business makes short, medium and long term innovations. Finally, on economic activity, Wijaya Vegetables creates economic activities that have a positive impact on farmers sales.

Keywords: *social aspect, civil society, innovation, economic activity*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Generasi milenial adalah agen perubahan menyambut bonus demografi yang akan berperan aktif sebagai pemimpin mandiri untuk mengkonversi kearifan lokal menjadi kekuatan nasional menuju Indonesia emas 2045. Generasi millenia 1 bisa menjadi katalisator optimalisasi potensi lokal seperti sektor pertanian. Contoh kongkret sub sektor pertanian yang bisa dioptimalkan adalah pemasaran hasil

sayuran hortikultura yang merupakan salah satu kebutuhan pokok rumah tangga.

Sektor pertanian menjadi salah satu faktor pendukung untuk menciptakan negara yang unggul, inspiratif dan mampu bersaing di dunia internasional. Selama periode 2012-2016 kontribusi sektor pertanian terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) cenderung bertahan pada angka 13%. Subsektor dengan rata-rata kontribusi terbesar dari tahun 2012 hingga 2006 adalah tanaman pangan yaitu sebesar 3,43% dan perikanan dengan 2,35% (BPS *dalam* Fajar Muhammad, 2018).

Dewasa ini generasi muda masih memiliki paradigma bahwa sektor pertanian di pedesaan masih belum menjanjikan. Hal tersebut pula yang mempengaruhi Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2013) tercatat bahwa jumlah rumah tangga pertanian di Kabupaten Bangli mengalami penurunan sebanyak 1.571 rumah tangga, dari 44.480 (2003) menjadi 42.909 rumah tangga (2013) atau menurun sebesar 3,53% per sepuluh tahun. Penurunan jumlah rumah tangga tersebut menjadi sebuah ancaman kronis terhadap konservasi lahan pertanian Bali kedepan. Padahal pada tahun 2012 sudah tercatat distribusi luas lahan pertanian milik Provinsi Bali sempit yaitu sekitar 14,48% (81.625 ha) dari total luasan penggunaan lahan (BPS Provinsi Bali dalam Dewi 2012). Menurut teori Malthus dalam Winsdel (2015) yang jelas menekankan tentang pentingnya keseimbangan pertambahan jumlah penduduk menurut deret ukur terhadap persediaan bahan makanan menurut deret hitung. Konservasi, pendapatan petani, peningkatan produksi dan perluasan distribusi hasil pertanian menjadi hal penting yang perlu diperhatikan. Hal tersebut dapat menjadi faktor pendorong dalam pemenuhan konsumsi masyarakat yang menjadi dasar pembangunan di Indonesia. Generasi milenial adalah agen perubahan yang seharusnya berperan aktif sebagai pemimpin mandiri dan mampu mengkonversi kearifan lokal menjadi kekuatan nasional dalam jangka waktu 27 tahun kedepan. Generasi milenial bisa menjadi katalisator optimalisasi potensi lokal seperti sektor pertanian. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk dan menumbuhkan kembali minat generasi milenial untuk menjaga sektor pertanian adalah dengan revitalisasi dan digitalisasi konsep *agro-sociopreneurship* di kalangan generasi milenial.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah yang dapat dibuat antara lain adalah:

1. Bagaimana model usaha Wijaya Vegetables?
2. Bagaimana dimensi sosial usaha distribusi sayur pada Wijaya Vegetables?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian yang dapat diformulasikan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui model usaha Wijaya Vegetables.
2. Menganalisis dimensi sosial usaha distribusi sayur pada Wijaya Vegetables.

2. Metode Penelitian

2.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian Lokasi penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive sample* (Sugiyono, 2013). yaitu di Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan. Penelitian ini dilakukan selama tiga bulan yaitu dari bulan Januari sampai dengan Maret 2021.

2.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, data kuantitatif berupa umur responden yaitu pemilik usaha Wijaya Vegetables dan data kualitatif dalam penelitian ini berupa gambaran umum berupa model usaha Wijaya Vegetables serta kegiatan sosial yang dilakukan oleh Wijaya Vegetables. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa wawancara mendalam kepada pemilik usaha.

2.3. Metode Pengumpulan data

Metode yang digunakan dalam memperoleh data dalam penelitian ini adalah wawancara kepada pemilik usaha melalui wawancara mendalam dan studi pustaka.

2.4. Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah pemilik sekaligus pengelola usaha Wijaya Vegetables. Responden dalam penelitian ini dapat memberikan beberapa informasi terkait model dan kegiatan sosial.

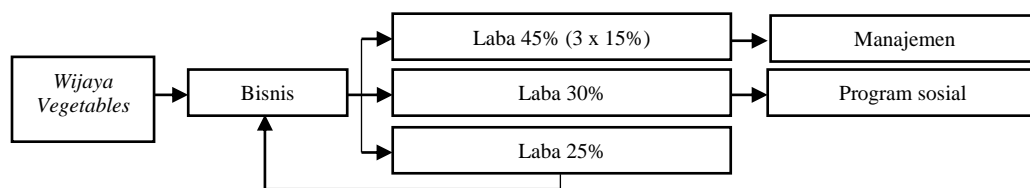
2.5 Variabel dan Metode Analisis Data

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel untuk mengukur aspek sosial usaha dengan indicator waktu jangka pendek, menengah dan panjang melalui pengukuran secara kualitatif.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Model Usaha Wijaya Vegetables

Kewirausahaan sosial adalah usaha yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan *entrepreneurship* untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), terutama meliputi bidang kesejahteraan (*welfare*), pendidikan dan kesehatan (*healthcare*) (Cukier, 2011). Wijaya Vegetables adalah sebuah wadah kewirausahaan sosial (*socio entrepreneurship*) milenial yang bergerak dibidang pertanian dengan model usaha sebagai lembaga yang memotong rantai barang. Usaha ini berperan sebagai distributor antara petani dan konsumen langsung. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Wiguna (2013) bahwa *socio entrepreneurship* tidak mengukur performa. Proses yang dinilai adalah seberapa banyak kontribusi yang diberikan sebagai upaya peningkatan aspek sosial.



Gambar 1.
Model Usaha Wijaya Vegetables

Dalam hal arus keuangan, Wijaya Vegetables berusaha menggunakan kemampuan kewirausahaan untuk melakukan perubahan sosial. Laba usaha Wijaya Vegetables tidak diprioritaskan untuk kepentingan bisnis saja, namun dibagi untuk tiga aspek. Sejumlah 45% disisihkan untuk tiga orang sumber daya manajemen dengan perhitungan 15% per orang. Kemudian 30% laba disisihkan untuk kepentingan program-program sosial yang telah dirancang. Terakhir sejumlah 25% laba akan digunakan kembali untuk kepentingan ekspansi bisnis Wijaya Vegetables. Wijaya Vegetables memiliki unit bisnis utama dan rencana ekspansi unit bisnis secara terintegrasi. Unit bisnis utama Wijaya Vegetables adalah pendistribusian sayur segar yang berasal dari Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan.

3.2. Dimensi *Sociopreneurship*

3.2.1 *Social value*

Peran *social entrepreneur* dalam menerapkan *social value* atau nilai sosial menurut Hulgard (2010) adalah adanya usaha tersebut harus dapat menciptakan manfaat sosial yang nyata, dan berguna bagi masyarakat, lingkungan sekitar, hingga bangsa dan negara. Berdasarkan hasil penelitian beberapa hal yang telah dilakukan oleh Wijaya Vegetables adalah

a. Bisnis yang dibangun memberikan keuntungan bagi kesejahteraan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung

Wijaya Vegetables menarik petani lokal yang mayoritas permasalahannya adalah ketidakpastian pasar untuk bekerja sama. Melalui kerjasama ini Wijaya Vegetables berusaha meningkatkan ketrampilan dan kemampuan yang dimiliki oleh setiap petani.

b. Bisnis yang dibangun menjadi pelayanan menyejahterakan masyarakat Wijaya Vegetables hadir bagi masyarakat untuk mengatasi adanya ketidakpastian pasar dikalangan petani dan harga yang cukup tinggi di kalangan konsumen ditambah dengan rantai pasar yang menyebabkan margin yang relatif lebih tinggi dan kualitas produk menurun.

c. Bisnis untuk berbagi

Wijaya Vegetables beberapa kali mengadakan kerjasama dalam bentuk donasi sayur dan buah kepada masyarakat kurang mampu. Biaya berasal dari donatur yang kemudian dibelikan sayur dan buah dari petani, dan didonasikan kepada masyarakat

kurang mampu. Hal ini memperkuat citra Wijaya Vegetables sebagai kewirausahaan sosial.

3.2.2 *Civil society*

Wijaya Vegetable berperan untuk mengoptimalkan modal sosial yang ada di masyarakat, terdiri dari empat modal sosial yaitu:

a. Jaringan

Wijaya Vegetables menganggap penting adanya kesetaraan sosial, maka dari itu Wijaya Vegetables berusaha menciptakan kesempatan untuk membantu masyarakat dan berbagi. Wijaya Vegetables berusaha untuk terus berkembang sehingga dapat membuka kesempatan kerja baru bagi masyarakat sekitar dan memberikan posisi pekerjaan baik bagi karyawan dengan kinerja baik. Melalui masyarakat yang beragam, Wijaya Vegetables juga menciptakan upaya kerjasama yang baik dalam jaringan ini, dimana golongan masyarakat kelas atas dan menengah dimanfaatkan untuk membantu golongan masyarakat kelas bawah dengan kondisi masyarakat kelas bawah turut memberikan dampak bagi masyarakat kelas menengah dan kelas atas, situasi ini merupakan situasi *win-win solution*. Melalui situasi *win-win solution* ini diharapkan dapat menciptakan kesejahteraan sosial.

b. Kepercayaan

Kepercayaan pada dasarnya terkait dengan hubungan, tindakan, dan interaksi sosial. Wijaya Vegetables sebagai kewirausahaan sosial membangun rasa percaya antara satu dengan lainnya. Wijaya Vegetables memberikan kepercayaan pada petani untuk menjalankan proses produksi setelah mendapatkan pelatihan untuk peningkatan kemampuan. Jadi, dalam usaha ini system yang dijalankan dilandaskan atas kepercayaan.

c. Norma

Norma muncul dari pertukaran yang saling menguntungkan. Artinya ketika dalam suatu pertukaran keuntungan hanya dinikmati oleh satu pihak saja. Pertukaran selanjutnya pasti tidak akan terjadi. Norma menyangkut hak dan kewajiban kedua belah pihak yang dapat menjamin keuntungan yang diperoleh dari suatu kegiatan tertentu. Wijaya vegetables berusaha menciptakan pertukaran yang saling menguntungkan. Adapun norma yang diterapkan oleh Wijaya Vegetables adalah: peduli dengan keadaan petani dan konsumen, membangun relasi antara satu sama lain, memikirkan variasi, kualitas, mutu, dan harga yang sesuai dengan kemampuan masyarakat, menyediakan dan membuka peluang kerja.

Kepentingan Bersama seharusnya diletakkan diatas kepentingan atau keuntungan pribadi. Wijaya Vegetables dalam menjalankan usaha mengedepankan keuntungan para petani dibandingkan dengan keuntungan semata bagi Wijaya Vegetables.

d. Tindakan sosial

Menurut Hulgard (2010), seseorang akan mengambil tindakan sosial, yang merupakan hasil dari keputusan pribadinya untuk melakukan sesuatu. Keputusan untuk bertindak itu biasanya diambil berdasarkan pertimbangan makna atau nilai

yang ada pada seseorang. Jika seseorang tidak bertindak, maka dampak modal sosial terhadap pertumbuhan tidak akan terjadi. Dalam hal ini, Wijaya Vegetables telah melakukan beberapa tindakan sosial tersebut. Pertama, Wijaya Vegetables memiliki standart penerimaan produk, yaitu produk tersebut harus memiliki kualitas, Wijaya Vegetables memeberikan harga yang adil bagi konsumen. Ketiga, Wijaya Vegetables sering mengadakan promo dan produk gratis untuk konsumen. Keempat, Wijaya Vegetables sering memberikan donasi kepada masyarakat kurang mampu. Melalui beberapa hal tersebut banyak pihak yang merasa terbantu dengan adanya usaha Wijaya Vegetables. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan Wiguna (2013) bahwa socio entrepreneurship tidak mengukur performa. Proses yang dinilai adalah seberapa banyak kontribusi yang diberikan sebagai upaya peningkatan aspek sosial.

3.2.3 *Innovation*

Berdasarkan hasil penelitian Wijaya Vegetables telah melakukan beberapa inovasi sesuai dengan rentang waktunya. Pertama mulai dari jangka waktu pendek yang disertai dengan inovasi berupa Farm story, Farm history dan Farm info merupakan sebuah inovasi untuk mempublikasikan pertanian secara digital. Sementara dengan jangka waktu menengah dilanjutkan dengan kegiatan langsung dilapangan dengan Worksop dan menanam bersama, Screening Film dan Farm Camp. Rencana jangka panjang, Wijaya Vegetables membuat start up digital untuk menghubungkan konsumen dan memberikan informasi seputaran pertanian melalui aplikasi. *Start up* adalah sebuah perusahaan rintisan yang dirancang untuk menemukan model bisnis yang tepat untuk perusahaannya agar dapat bertahan ditengah ketidak pastian yang ekstrim (Jaya, 2017). Cita-cita Wijaya Vegetables adalah mampu merealisasikan *start up* melalui aplikasi digital sebagai wadah kooperatif dan terintegrasi antara petani, akademisi, konsumen dan pemangku kepentingan lainnya. Target dari inovasi ini sebagian besar mengarah kepada generasi millennial. Hal ini disebabkan karena berdasarkan penelitian Soliha (2015) mayoritas pengguna media sosial berada direntang usia 21-23 tahun yakni sebesar 54%, selanjutnya diposisi kedua 35% berada direntang 18-20 tahun.

3.2.4 *Economic activity*

a. Menghargai hak dan kewajiban

Setiap komponen karyawan maupun manajemen menghargai hak dan kewajibannya masing masing khususnya dalam hal pekerjaan sehingga setiap pekerjaan memiliki tanggung jawabnya masing-masing. Dalam hal ini pekerjaan akan lebih cepat dan karyawan akan memiliki rasa toleransi yang besar dan nyata.

b. Menjalin rasa kekeluargaan

Dalam menjalin rasa kekeluargaan, Wijaya Vegetables memiliki ciri khas tersendiri salah satunya adalah berinteraksi dengan petani sebagai produsen dan tingkat pertama pada rantai distribusi sayuran. Tidak hanya itu, usaha ini juga tetap memiliki ikatan yang kuat antar karyawan karena rasa memiliki telah dipupuk sejak

awal karyawan di rekrut.

c. Mempercayakan pekerjaan pada pihak bersangkutan

Dalam pelaksanaannya, beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh Wijaya Vegetables telah *auto pilot* dan banyak dari tanggung jawab telah diberikan kepada karyawan sehingga usaha memiliki kemandirian dalam hal sistem pelaksanaannya. Tidak hanya itu, karyawan yang bersangkutan juga akan memiliki penghasilan lebih yang sejalan dengan tanggung jawabnya.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model bisnis Wijaya Vegetables adalah pendistribusian sayuran segar yang berasal dari petani di Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali dengan konsep *sociopreneurship*. Wijaya Vegetables menggunakan kemampuan usahatani untuk perubahan sosial. Keuntungan Wijaya Vegetables dibagi untuk tiga komponen yaitu 25% ekspansi usaha, 30% program sosial dan 15% x 3 (45%) untuk tiga orang SDM manajemen. Secara Sosial, *Wijaya Vegetables* telah melakukan dimensi *sociopreneurship* mulai dari *social Value* berupa penyediaan pasar pada petani dan juga pelatihan pasca panen untuk para petani, sementara pada *civil society* yang mencakup jaringan, kepercayaan, norma, dan tindakan sosial salah satunya dengan memberikan donasi kepada masyarakat sekitar. Pada *innovation* *Wijaya Vegetables* telah membuat inovas jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang yang sebgaaian besar mengarah pada sosial media dan penerapannya pada petani langsung. Terakhir pada *economic activity* *Wijaya Vegetables* mampu menciptakan sebuah kegiatan ekonomi yang berdampak positif terhadap penjualan para petani di Desa Baturiti Kecamatan Baturiti Kabupaten Tabanan.

4.2. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian di atas adalah pada model bisnis sebaiknya laba yang dialokasikan untuk aspek sosial dapat dipertimbangkan kembali agar terjadinya kestabilan pada profit perusahaan dengan aspek sosial yang diberikan. Pada dimensi sosial penting untuk diperhatikan kembali kegiatan yang mencakup banyak orang mengingat situasi pandemic dan sebaiknya akan lebih baik apabila melakukan kegiatan yang sifatnya digital

5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih ini ditujukan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2013. Angka Sementara Hasil Sensus Pertanian 2013. 24 halaman. Nomor halaman 11, <http://st2013.bps.go.id/st2013esya/booklet/st5100.pdf>, diunduh tanggal 11 Juni 2018.
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl. 2011. Social Entrepreneurship: A Content Analysis, *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*
- Dewi. 2016. Dampak Sosial Ekonomi Alih Fungsi Lahan Pertanian Bagi Anggota Subak Kerdung Di Kota Denpasar, *Jurnal Manajemen Agribisnis*, ISSN: 2355-0759, Vol. 4, No. 2, Oktober 2016.
- Fajar. 2016 . Kinerja Sektor Pertanian Indonesia. Nomor halaman 3. Tersedia: https://www.researchgate.net/profile/Muhammad_Fajar5/publication/322298271_KINERJA_SEKTOR_PERTANIAN_INDONESIA_PERIODE_2012-2016/links/5a51a1a1aca2725638c598f1/KINERJA-SEKTOR-PERTANIAN-INDONESIA-PERIODE-2012-2016.pdf?origin=publication_detail diunduh tanggal 21 Juni 2018
- Hulgard, L. 2010. *Discourses of Social Entrepreneurship Variation of The Same Theme*. Emes The European Research Network.
- Jaya Arya. 2017. Jurnal.Umk.Ac.Id, vol. 4, no. 1, pp. 167–173, 2017.
- Soliha. 2015. Tingkat Ketergantungan Penggunaan Media Sosial dan Kecemasan Sosial, *Jurnal Interaksi*, Vol. 4, No. 1, Januari 2015:1-10.
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori Dan Terapannya Dalam Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling* 53 (9): 1689–99.
- Winsdel, Karen, Dinly Pieris, and Universitas Airlangga. 2015. Ketahanan Dan Krisis Pangaweygn Dalam Perspektif Malthus , Depedensi Dan Gender (Women in Development). *Jurnal Hubungan Internasional* VIII (1): 1–13.
- Wiguna. 2013. Social Entrepreneurship dan Sosio Entrepreneurship: Tinjauan dari Perspektif Ekonomi dan Sosial. *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya-Malang*.