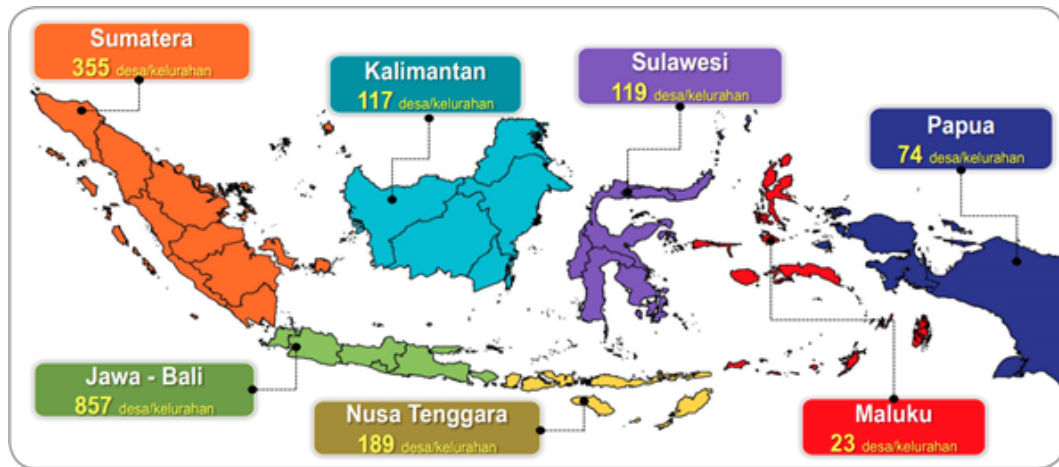


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Desa wisata menjadi tren pengembangan alternatif desa pada satu dasawarsa terakhir. Dari tahun ke tahun, jumlah desa wisata di Indonesia juga tumbuh pesat. Hingga akhir 2018, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat ada 1.734 desa wisata dari total 83.931 desa di Indonesia. Bahkan Kementerian Desa PDTT menargetkan jumlah desa wisata bertambah menjadi 10.000 desa wisata pada tahun 2020 (www.masterplandes.com). Salah satu strategi Kemenparekraf dalam menghadapi pandemi COVID-19 yaitu melalui pembangunan desa wisata. Pembangunan desa wisata merupakan pilar terpenting dari pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif. Berdasarkan RPJMN 2020-2024, Kemenparekraf menargetkan 244 desa wisata yang telah tersertifikasi dan kedepannya pemerintah menargetkan angka yang lebih besar tentunya (www.Kemenparekraf.go.id).



Sumber: Kementerian Desa PDTT, 2019

Gambar 1. 1
Sebaran Desa Wisata Di Indonesia Tahun 2018

Untuk menjadikan destinasi wisata sebagai destinasi kelas dunia, Kemenparekraf mengadakan *event* yang diberinama Anugrah Desa Wisata (ADWI). Kegiatan tersebut bertujuan untuk meningkatkan perkembangan desa wisata menjadi desa yang berkelanjutan yang mana diharapkan desa wisata memiliki nilai yang kompetitif untuk mendatangkan wisatawan baik domestik

maupun mancanegara. Desa Alam Endah merupakan salah satu desa wisata yang meraih juara kedua pada kategori desa wisata digital pada *event* ADWI (www.tribunjabartravel.com). Desa Alam Endah adalah salah satu desa yang berada di Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

Pengembangan Desa Wisata Alamendah dapat berjalan lebih baik jika melibatkan *social entrepreneurship* didalamnya. *Social entrepreneurship* merupakan aktivitas penciptaan nilai sosial yang inovatif dalam penyelesaian masalah sosial melalui kegiatan bisnis (Mottiar et al., 2018a) yang mana segala bentuk keuntungan dipergunakan untuk keberlangsungan program dan operasional. Individual atau kelompok yang memiliki jiwa *social entrepreneurship* disebut dengan *social entrepreneur*. *Social entrepreneur* didorong oleh rasa komitmen dan tanggung jawab etis untuk membantu orang lain (Pless, 2012; Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009; Renko, 2013). Oleh karena itu, mereka mengambil tindakan transformatif dan inovatif untuk membawa perubahan sosial dan mengatasi masalah sosial seperti pengangguran, kemiskinan, dan perbedaan gender (Barendsen & Gardner, 2004; Dees, 1998; Nga & Shamuganathan, 2010; Zhang & Swanson, 2013).

Dalam mewujudkan pengembangan desa wisata, pengelola desa wisata memiliki peran kunci sebagai *social entrepreneur* (Lan et al., 2014). Mereka bertindak sebagai inovator sosial yang mampu menggabungkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengembangan destinasi (Tasci, 2011). Peran ini mencakup kemampuan untuk merancang dan mengimplementasikan model bisnis yang memberdayakan masyarakat setempat, mengintegrasikan budaya lokal, dan melindungi sumber daya alam (Hosany, Ekinci & Uysal, 2007). *Social entrepreneur* dalam pengelola desa wisata berperan dalam menciptakan lingkungan yang mendukung partisipasi aktif masyarakat lokal dalam industri pariwisata yang lebih tepatnya disebut dengan *rural social entrepreneur* (Zhu et al., 2015). Mereka tidak hanya menjalankan bisnis, tetapi juga menjadi penggerak perubahan sosial yang positif, seperti meningkatkan taraf hidup penduduk desa melalui pelatihan keterampilan dan pemberian lapangan pekerjaan (Wang, 2011).

Penelitian terdahulu terkait peran *social entrepreneur* dalam pengembangan desa wisata telah diteliti dalam berbagai konteks. Misalnya (Lang & Fink, 2019)

mencoba menggambarkan peran *rural social entrepreneur* secara tiga level yaitu *community level*, *intermediary level*, *regime level*. Wawasan menarik dari penelitian ini adalah bagaimana peran *rural social entrepreneur* secara vertikal dan horizontal. Terdapat peran penting tersebut yaitu *promotion*, *encouragement* dan *stabilisation of such vertical link between the community level and the regime level*. Karakteristik khusus yang diteliti menjadi tantangan pada skala model bisnis dan menjadi keterbatasan penelitian jika model bisnisnya berbeda. Penelitian ini menyarankan adanya penelitian lanjutan dengan pendekatan teoritis dan metodologis yang konsisten serta didukung dengan empirisme.

Pada penelitiannya (Sheldon, 2017) telah melakukan analisis mendalam terkait peran dari *social entrepreneur* yang bergerak dengan *community based rural tourism (CBRT)*. Terdapat empat peran dari *social entrepreneur* yaitu *community commitment and involvement*, *conservation of the resources*, *management towards competitiveness* dan *empowerment of new leaders*. Selain membahas peran, (Sheldon, 2017) juga membahas berbagai tipe *stakeholder* dan terdapat dua tantangan dari *CBRT* yaitu hanya minoritas masyarakat desa yang terlibat dalam proyek dan tidak adanya dukungan dari pemerintah Thon Ha karena mereka termasuk dalam provinsi termiskin di Vietnam. Penelitian masa depan harus bertujuan untuk memajukan praktik pariwisata pedesaan yang berkelanjutan untuk kepentingan masyarakat setempat.

Social entrepreneur seringkali terlibat dalam memberikan ide-ide, produk dan aktifitas baru di desa wisata. (Mottiar et al., 2018) berhasil mengidentifikasi peran kunci yang dimainkan oleh *social entrepreneur* dalam pengembangan desa wisata. Penelitian ini melibatkan sembilan *social entrepreneur* dari tiga daerah perdesaan di Irlandia, Afrika Selatan dan Amerika Serikat. Peran kunci dari *social entrepreneur* antara lain yaitu *opportunist*, *visionary* dan *network architect* yang mana pada penelitiannya (Mottiar et al., 2018) menawarkan kerangka teoritis bagi peneliti lain untuk melanjutkan hasil temuannya. Keterbatasan penelitian menawarkan penelitian selanjutnya untuk dapat mengidentifikasi peran tambahan untuk menambah wawasan baru temuan tersebut.

Peran *rural social entrepreneur* dalam pengembangan desa wisata telah menjadi fokus penelitian yang semakin penting dalam bidang pariwisata

berkelanjutan. Studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Lang & Fink (2019), telah menggambarkan peran tersebut dalam berbagai tingkatan, namun belum mengatasi variasi model bisnis yang mungkin mempengaruhi peran tersebut. Di sisi lain, penelitian Sheldon (2017) telah memberikan wawasan tentang peran *social entrepreneur* dalam konteks *community-based rural tourism* (CBRT), namun keterbatasan pada konteks geografis dan sosial tertentu masih perlu dieksplorasi lebih lanjut. Selanjutnya, Mottiar et al. (2018) berhasil mengidentifikasi peran kunci dalam pengembangan desa wisata melalui peran *social entrepreneur*, tetapi penelitian tersebut juga memberikan peluang untuk menjelajahi peran tambahan yang mungkin ada dalam berbagai konteks pengembangan desa wisata serta pemetaan model bisnis yang berkelanjutan.

Dalam menyelesaikan permasalahan sosial, *social entrepreneur* memerlukan kerangka kerja untuk dapat merencanakan dan mengembangkan bisnis serta mengkomunikasikan tujuan bisnis tersebut. *Social Business Model Canvas* (SBMC) merupakan adaptasi dari *business model canvas* yang dapat digunakan pelaku usaha sosial untuk memetakan model bisnisnya. Para peneliti terdahulu menyebutkan *social business model canvas* dapat membantu *social entrepreneur* dalam memvisualisasikan model bisnis sosial, mengidentifikasi potensi keuntungan, mengidentifikasi resiko dan tantangan, menentukan prioritas dan strategi dan berkomunikasi dengan *stakeholders* (Burkett, 2013; Carayannis et al., 2021; Qastharin, 2016; Sahebalzamani & Bertella, 2018; Social Innocation Lab, 2013; Sparviero, 2019). Selain itu SBMC dapat membantu inovasi sosial yang ingin ditawarkan kepada masyarakat untuk menghadapi permasalahan sosial yang ada.

Penelitian terdahulu menyebutkan terdapat BMC yang telah dimodifikasi untuk menyesuaikan dengan konteks usaha sosial yang disebut *social business model canvas* (SBMC) (Carayannis et al., 2021b; Qastharin, 2016b; Sinkovics et al., 2021a; Sparviero, 2019b). Social Innovation Lab, (2013) mengubah tata letak dan urutan dari blok kanvas asli dari BMC untuk menyesuaikan kebutuhan kanvas pada model bisnis sosial (Qastharin, 2016b). SBMC ini banyak digunakan oleh inovator sosial di berbagai negara khususnya para *social entrepreneur* dari Social Innovation Lab ini dan mencoba menyelesaikan berbagai permasalahan sosial dengan menggunakan kanvas tersebut (www.socialbusinessdesign.org). Berbagai

studi kasus inovasi bisnis sosial dijelaskan seperti Aravind Eye Care, Biolite, Proximity Design, Recycle Point, Sanergy, SEP Jordan, Specialisterne dan Star Some Good.

Model bisnis sosial desa wisata memiliki potensi yang besar untuk memberikan dampak positif pada pengembangan ekonomi dan sosial di wilayah pedesaan. Bisnis sosial ini tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga berfokus pada peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat. Namun, implementasi dan keberlanjutan model bisnis ini dapat dipengaruhi oleh peran yang dimainkan oleh para *social entrepreneur* di wilayah pedesaan yang mana hal tersebut disebut juga sebagai *rural social entrepreneur* (Zhu et al., 2015 ; Sheldon, 2017). *Rural social entrepreneur* memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan kondisi dan kebutuhan lokal secara lebih efektif. Mereka memiliki pemahaman mendalam tentang dinamika sosial, budaya, dan ekonomi di wilayah pedesaan (Lan et al., 2014).

Terdapat kebutuhan untuk memahami secara lebih komprehensif dan kontekstual peran yang dimainkan oleh *rural social entrepreneur* dalam pengembangan desa wisata, dengan mempertimbangkan variasi model bisnis yang ada. Selain itu, penelitian juga diharapkan memperluas wawasan tentang tipe-tipe peran tambahan yang mungkin ada dalam berbagai konteks pengembangan desa wisata, dengan fokus pada pemetaan model bisnis menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC). Dengan demikian, penelitian ini akan mengisi celah tersebut dengan mengidentifikasi peran *rural social entrepreneur* secara mendalam, mengaitkannya dengan model bisnis desa wisata yang berbeda, dan menerapkan SBMC untuk memahami cara-cara di mana peran ini diintegrasikan dalam model bisnis social desa wisata

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk mengkaji fenomena yang terjadi dan mengusulkan penelitian dengan judul **Peran *Rural Social Entrepreneur* Dalam Model Bisnis Sosial Desa Wisata** (Studi Kasus di Desa Wisata Alamendah).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, berikut rumusan masalah yang akan diteliti:

1. Bagaimana peran *social entrepreneur* di Desa Wisata Alamendah?
2. Bagaimana peran *social entrepreneur* dalam model bisnis Desa Wisata Alamendah dengan menggunakan *social business model canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang diharapkan berdasarkan rumusan masalah diatas yaitu:

1. Mengidentifikasi peran *social entrepreneur* di Desa Wisata Alamendah
2. Memetakan peran *social entrepreneur* dalam model bisnis Desa Wisata Alamendah dengan menggunakan *social business model canvas*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan dari tujuan penelitian diatas, penelitian ini diharapkan memiliki kontribusi atau manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan sebaai salah satu cara untuk mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan selama masa perkuliahan serta dapat berkontribusi menambah literatur kajian untuk permasalahan atau studi kasus yang berkaitan dengan bahasan mengenai kegiatan pariwisata berkelanjutan khususnya desa wisata, *social business model canvas* dan perannya untuk *social entrepreneurship*.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan, bahan pertimbangan dan menjadi panduan strategi pengembangan desa wisata khusus nya Desa Wisata Alamendah dan sebagai *tools* yang dapat digunakan untuk peta bisnis yang memudahkan komunikasi dengan berbagai *stakeholder*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penyusunan usulan penelitian tesis dengan judul *Social Business Model Canvas: Peta Inovasi Bisnis Bagi Social Entrepreneurship* Desa Wisata Berkelanjutan ini mengacu pada pedoman penulisan karya ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2019 yaitu sebagai berikut:

- BAB I PENDAHULUAN. Bab ini terdiri dari latar belakang pemilihan topik penelitian, permasalahan praktis dan permasalahan teoritis, kebermanfaatan penelitian, dan juga kebaruan dari penelitian.
- BAB II KAJIAN LITERATUR. Bab ini menyajikan kajian literatur, kerangka pemikiran, dan juga pembahasan tentang penelitian terdahulu secara kritis dalam kurun waktu lima tahun terakhir.
- BAB III METODOLOGI. Bab ini menyajikan tentang jenis metode yang akan digunakan, pendekatan studi, hingga analisis data yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian
- BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN. Bab ini mengemukakan hasil dan sintesis antara teori yang digunakan, temuan penelitian serta reflective thinking yang di dalamnya berisi tentang hasil penelitian terdahulu, teori dan konsep yang relevan juga gagasan, pemikiran dan nalar peneliti
- BAB V SIMPULAN DAN SARAN. Bab ini mengemukakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berupa simpulan berdasarkan hasil pembahasan dan saran yang merupakan masukan tindak lanjut yang perlu dilakukan baik secara ilmiah dan praktis.