

**PERUSAHAAN SOSIAL SEBAGAI BENTUK INOVASI  
SOSIAL MENDORONG TRANSFORMASI  
PERDESAAN (STUDI KASUS RUMAH MOCAF  
INDONESIA BANJARNEGARA)  
(SOCIAL ENTERPRISE AS A FORM OF SOCIAL  
INNOVATION: DRIVING RURAL TRANSFORMATION  
(CASE STUDY OF RUMAH MOCAF INDONESIA,  
BANJARNEGARA)**

**Laras Kun Rahmanti Putri<sup>1)</sup>, Lioner Octo Gurusinga<sup>2)</sup>**

<sup>1, 2)</sup> Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, SAPPK ITB

Jl. Ganesa No.10, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132

e-mail: [larasputrik@gmail.com](mailto:larasputrik@gmail.com)<sup>1)</sup>, [lioner.octo@gmail.com](mailto:lioner.octo@gmail.com)<sup>2)</sup>

**ABSTRAK**

*Perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan modernisasi berpengaruh pada tiap sektor, termasuk pertanian di pedesaan sehingga timbul perubahan atau transformasi di segala aspek seperti pekerjaan dan kehidupan, sosial dan budaya, dan fisik atau gunalahan. Proses perubahan tersebut dapat diciptakan secara eksogen maupun secara endogen seperti melalui inovasi sosial dalam bentuk wirausaha sosial agribisnis. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji inovasi sosial dengan bentuk wirausaha sosial pedesaan sektor agribisnis serta kaitannya dengan transformasi pedesaan dengan studi kasus Rumah Mocaf Indonesia Banjarnegara. Penelitian ini dilakukan dengan analisis kualitatif deskriptif menggunakan data-data sekunder. Temuan utama penelitian adalah Rumah Mocaf Indonesia memenuhi kriteria wirausaha sosial, unsur inovasi sosial, serta bahwa modal sosial dalam jejaring sosial berperan penting dalam proses inovasi-wirausaha sosial tersebut. Temuan selanjutnya adalah inovasi-wirausaha sosial pedesaan sektor agribisnis pada studi kasus dapat mendorong transformasi pedesaan dengan tingkat pada transformasi pertanian.*

**Kata Kunci:** wirausaha sosial; inovasi sosial; modal sosial; agribisnis; transformasi pedesaan.

**ABSTRACT**

*The development of science, technology, and modernization affects every sector, including rural agriculture, resulting in changes or transformations in all aspects such as work and livelihood, social and cultural, and physical or use. The change process can be created exogenously either endogenously such as through social innovation in the form of agribusiness social entrepreneurship. This paper aims to examine social innovation in the form of rural social entrepreneurship in the agribusiness sector and its relation to rural transformation with a case study of Rumah Mocaf Indonesia Banjarnegara. This research was conducted with descriptive qualitative analysis using secondary data. The main findings of the research are that Rumah Mocaf Indonesia fulfills the criteria of social entrepreneurship, the elements of social innovation, and that social capital in social networks plays an important role in the process of social entrepreneurship-innovation. Further findings are that rural social entrepreneurship innovations in the agribusiness sector at the case study can encourage rural transformation with a level of agricultural transformation.*

**Keywords:** social entrepreneurship; social innovation; social capital; agribusiness; rural transformation.

## I. PENDAHULUAN

Perdesaan adalah kawasan atau bagian dari wilayah yang memiliki sifat pedesaan. Kawasan pedesaan menurut Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang penataan ruang didefinisikan sebagai wilayah yang mempunyai kegiatan utama pertanian. Pedesaan selain dapat dipahami dari kegiatan utama atau fisik lingkungan (gunalahan pertanian), juga dapat dipahami dari karakter tatanan sosial atau sosial-budayanya. Adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi memicu modernisasi dan globalisasi serta memunculkan perubahan budaya dan kebutuhan-kebutuhan (*demands*) baru, sehingga menciptakan peluang (maupun tantangan) ekonomi yang terwujud dalam ekonomi pasar [1]. Pengaruh tersebut mencapai kawasan pedesaan maupun perkotaan sekitar pedesaan, dimana pedesaan menyediakan (*supplying*) kebutuhan tersebut untuk dijual/ditukar dengan uang untuk selanjutnya digunakan lagi untuk mengakumulasi modal [2] atau aset maupun hal-hal lain untuk meningkatkan *well-being*.

Dalam merespon modernisasi tersebut, beberapa desa menyesuaikan diri agar dapat menangkap peluang ekonomi yang memiliki nilai tambah (*added value*) lebih tinggi dan mengakumulasi modal lebih banyak. Penyesuaian tersebut dapat berupa migrasi dimana penduduk desa menawarkan tenaga (jasa) sehingga terjadi *backward linkage* dengan perkotaan dan timbul dependensi [1], diversifikasi penghidupan [3], maupun penyesuaian yang bersifat membangun desa dalam kerangka pengembangan ekonomi lokal. Hal tersebut dilakukan dengan inovasi baik secara endogen, eksogen, maupun neo-endogen dan menciptakan peluang atau *demand* secara mandiri misal melalui kewirausahaan antara lain desa wisata [4] yang menjual pengalaman dengan memanfaatkan sumberdaya alam lokal, desa yang menjual produk-produk kerajinan tangan [5], [6] dan desa yang menjual seni pertunjukan [7].

Di sisi lain, pedesaan yang masih mempertahankan fungsi agrikultur termasuk desa wisata yang menjual pengalaman pertanian seperti pada [8], [9], [10] atau pedesaan yang mempertahankan fungsi alam cenderung tidak mengalami pembangunan dan perubahan fisik-lingkungan semasif seperti pada paragraf sebelumnya [11], [12]. Hal tersebut tentu karena sumberdaya alam menjadi faktor produksi sehingga gunalahan tidak terbangun dipertahankan. Selain desa wisata, contoh lain kebijakan pembangunan pedesaan yang mempertahankan fungsi alam selain sebagai faktor produksi adalah kebijakan Kabupaten Lestari untuk menjaga hutan dan lahan rawa dengan mengedepankan inovasi berbasis alam [13]. Pada kebijakan tersebut, terdapat pemrosesan dan pengolahan hasil alam. Kegiatan pengolahan hasil alam atau hasil tani menjadi suatu produk agribisnis secara berkesinambungan dari hulu hingga hilir yang dijalankan secara aktif oleh penduduk lokal merupakan salah satu cara dalam membangun desa untuk menciptakan nilai tambah di samping melestarikan fungsi alam di pedesaan. Hal ini merupakan konsep korporasi petani yang diatur dalam Peraturan Menteri Pertanian Republik Indonesia Nomor 03 Tahun 2024 tentang Pengembangan Kawasan Pertanian.

Korporasi petani adalah kelembagaan ekonomi petani berbadan hukum yang dibangun melalui konsolidasi petani dan usaha pertanian untuk meningkatkan nilai tambah, daya saing, dan kesejahteraan petani. Contoh wirausaha petanian yang telah menerapkan konsep ini adalah perusahaan sosial Rumah Mocaf (*modified cassava flour*) Indonesia di Kabupaten Banjarnegara, Jawa Tengah yang bergerak pada industrialisasi hasil tani singkong [14]. Perusahaan tersebut berangkat dari upaya menyelesaikan masalah ekonomi-sosial petani singkong yang memiliki posisi tawar lemah dan diinisiasi oleh aktor lokal dengan secara endogen dan swadaya. Dari hal-hal di atas, mengkaji embrio atau permulaan bentuk transformasi desa yang didorong melalui inovasi sosial berbentuk wirausaha sosial

perdesaan yang berangkat dari industrialisasi sektor pertanian menjadi menarik. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji inovasi sosial berbentuk wirausaha sosial perdesaan sektor agribisnis serta kaitannya dengan transformasi perdesaan dengan studi kasus Rumah Mocaf Indonesia Banjarnegara. Pertanyaan penelitian tulisan ini adalah “Bagaimanakah penjelasan wirausaha-sosial Rumah Mocaf Indonesia dan kaitannya dengan transformasi perdesaan?”

## II. KAJIAN TEORI

### A. Wirausaha Sosial

Terdapat beberapa istilah yang senada dengan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) yaitu perusahaan sosial (*social enterprise*) dan bisnis sosial (*social business*). Ketiganya sama-sama mengejar tujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, tetapi terdapat perbedaan di antara ketiganya. Pada perusahaan sosial, keuntungan ditujukan/diinvestasikan kembali ke dalam komunitas atau perusahaan, sedang pada bisnis sosial, keuntungan ditujukan pada peningkatan dampak sosial [15]. Contoh dari perusahaan sosial adalah badan usaha milik desa (BUMDesa) [16], sedang contoh dari bisnis sosial adalah organisasi Muhammadiyah yang memiliki peran penting dalam perekonomian, dimana laba organisasi diinvestasikan untuk membangun fasilitas dan infrastruktur, dan bukan untuk para pendiri dan pemangku kepentingan. Contoh lain adalah organisasi non pemerintah Bina Swadaya yang mengelola 17 anak perusahaan dimana dari laba usaha, 95%-nya digunakan untuk membiayai kegiatan pembangunan Bina Swadaya di kalangan masyarakat miskin [17]. Bisnis sosial berorientasi pada dampak, investor tidak menginginkan keuntungan, perusahaan cukup menanggung semua biaya dan memperoleh laba. Kemudian, kewirausahaan sosial didefinisikan sebagai kewirausahaan dengan tujuan sosial, dan wirausahawan sosial adalah agen perubahan. Istilah ‘wirausahawan sosial’ pertama kali disebutkan oleh Joseph Banks pada tahun 1972 dalam karyanya yang berjudul *The Sociology of Social Movements* mengenai kemampuan administratif untuk mengatasi masalah sosial dan tantangan bisnis. Nichols (2006) menyebut kewirausahaan sosial adalah perusahaan sosial [15].

Wirausaha sosial berasal dari suatu niat mulia untuk menyelesaikan masalah-masalah sosial tertentu, dengan menggunakan pendekatan bisnis sebagai alat atau cara untuk mencapai tujuan sosial. Unsur sosial pada wirausaha sosial terutama muncul pada motivasi “altruisme” atau filantropi [18]. Wirausaha sosial juga disebut sebagai unit bisnis, bukan hanya individu [18], yang diciptakan untuk tujuan sosial dan untuk mengatasi serta mengurangi masalah sosial, namun tetap dijalankan secara disiplin, inovatif, dan profesional. Kewirausahaan sosial biasa disebut ‘pengembangan masyarakat’ atau ‘organisasi bertujuan sosial’ atau ‘pemberdayaan masyarakat’ dalam lingkup kegiatan bisnis [19]. Hibbert, Hogg, and Quinn (2005) menyebutkan bahwa kewirausahaan sosial adalah pemanfaatan perilaku kewirausahaan yang lebih berorientasi untuk pencapaian tujuan sosial dan tidak mengutamakan perolehan keuntungan, atau profit yang diperoleh dimanfaatkan untuk kepentingan sosial [19]. Siregar dan Yusri [20] menyebutkan bahwa perusahaan sosial (*social enterprise*) adalah lembaga/institusi atau organisasi sosial yang memayungi aktivitas kewirausahaan sosial, sedang wirausahawan sosial (*social entrepreneur*) adalah wirausahawan sosial/individu yang melakukannya. Wirausahawan sosial atau *sociopreneur* adalah individu yang mampu melakukan perubahan sosial dalam skala makro melalui keterlibatan masyarakat akar rumput [18], mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan kewirausahaan untuk melakukan perubahan sosial (*social change*), utamanya pada aspek kesejahteraan, pendidikan, dan kesehatan [21]. Wirausahawan sosial memiliki “*double bottom line*” di mana nilai sosial muncul di samping

nilai finansial [22]. Kewirausahaan sosial juga terkait tata kelola; baik dalam proses bisnis maupun dalam pengukuran kinerja, semua pemangku kepentingan harus berperan. Kewirausahaan sosial kemudian terkait erat dengan demokrasi ekonomi [22].

Kewirausahaan sosial berada di persimpangan antara non-profit dan organisasi murni bisnis [23]. Terdapat empat (4) elemen atau kriteria wirausaha sosial [24]. Kriteria ke-1 adalah penciptaan nilai sosial, yaitu menciptakan manfaat sosial bagi masyarakat baik secara lintas sektor (*broad*) maupun satu sektor (*narrow*), dan memiliki cakupan luas (*global*) maupun setempat (*local*). Kriteria ke-2 adalah keterlibatan masyarakat (*civil society*), yaitu manfaat nilai sosial tersebut ditujukan untuk pemangku kepentingan dalam komunitas, utamanya komunitas rentan. Selain itu, perusahaan sosial berperan sebagai pihak yang mempromosikan dan menjalin kemitraan secara inovatif dengan berbagai organisasi lain. Hal tersebut dilakukan dengan memaksimalkan modal sosial [20]. Kriteria ke-3 adalah adanya inovasi atau kebaruan, yaitu pendekatan baru dalam menyelesaikan permasalahan sosial, misalnya, dengan menggabungkan kearifan lokal dan inovasi sosial [20]. Kriteria ke-4 adalah adanya dampak atau aktivitas ekonomi baik untuk komunitas yang terlibat maupun pada organisasi wirausaha sosial itu sendiri. Selain itu, usaha atau aktivitas ekonomi yang dilakukan juga berdasarkan kemandirian perusahaan sosial itu sendiri dengan tujuan memproduksi barang atau jasa. Perusahaan sosial dapat dibentuk dari inisiatif *bottom-up* yang diinisiasi oleh aktor lokal dan gerakan sosial, maupun dari proses *top-down* [24].

### B. Inovasi Sosial

Definisi inovasi sosial menurut Uni Eropa adalah ide-ide baru (produk, layanan, dan model) yang secara bersamaan memenuhi kebutuhan sosial (lebih efektif daripada alternatif) dan menciptakan hubungan sosial atau kolaborasi baru [22]. Inovasi sosial mendorong inklusivitas dan kondisi baik (*well-being*) dengan meningkatkan hubungan sosial dan proses pemberdayaan, baik di skala dunia, negara, wilayah, lokal, maupun komunitas, yang memberikan hak-hak universal dan lebih inklusif secara sosial [22]. Hal ini senada dengan Westley and Antazde (2010) yang melihat bahwa inovasi sosial melibatkan perubahan pada tingkat sistem [25]. Lebih luas, Bouchard (2012) dalam mendefinisikan inovasi sosial sebagai “intervensi yang diprakarsai oleh aktor sosial untuk merespon aspirasi, memenuhi kebutuhan tertentu, menawarkan solusi, atau memanfaatkan peluang dalam rangka mengubah hubungan sosial, mengubah kerangka kerja tindakan, atau mengusulkan orientasi budaya baru” [25]. Inovasi sosial bukan konstruksi pasar (memenuhi permintaan), tetapi dikembangkan dan didelegasikan melalui interaksi kelembagaan dan perubahan kelembagaan [25]. Inovasi sosial adalah bentuk-bentuk kebaruan yang terjadi dari, oleh, dan untuk masyarakat/komunitas dalam merespon keadaan untuk mencapai keadaan lebih baik, dimana komunitas tersebut terlibat dan berpartisipasi secara aktif. Karakteristik utama lain dari inovasi sosial adalah adanya penciptaan atau perubahan nilai sosial dari proses inovasi sosial itu sendiri [26]. Dua elemen penting dari inovasi sosial adalah produksi nilai sosial (dampak sosial) dan modifikasi hubungan sosial [27].

Menurut Moulaert dkk (2013), inisiasi inovasi sosial cenderung terjadi pada sektor ketiga (*third sector*) yang terdiri dari organisasi non pemerintah dan nirlaba [22]. Meski begitu, inovasi sosial juga dapat terjadi dimana saja termasuk dalam sektor publik dan privat. Di Amerika Utara, inovasi sosial biasanya diinisiasi oleh sektor publik, atau dalam kemitraan publik-swasta. Sedangkan di Eropa, inovasi sosial biasanya diinisiasi oleh pihak privat (swasta) untuk memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan tertentu terutama pada bidang perawatan dan keamanan sosial [22]. Hal yang sama dikatakan oleh Mulgan (2006)

bahwa inovasi sosial dapat terjadi pada gerakan sosial, bisnis, politik dan pemerintahan, dan organisasi sosial. Selain itu, isu yang diangkat dalam inovasi sosial juga dapat mencakup isu perlindungan lingkungan dan pembangunan berkelanjutan, tidak hanya pada kesejahteraan dan inklusi sosial [22].

Suatu inovasi sosial yang diprakarsai pihak swasta dikatakan berhasil apabila inovasi tersebut terlembagakan (*institutionalized*). Pelembagaan tersebut dapat berupa pengakuan dan dukungan berupa pendanaan publik untuk inisiatif serupa di tempat dan komunitas lain, dapat juga berupa perubahan perilaku secara kolektif (misalnya, menolak kantong plastik di pasar swalayan) atau kode etik baru untuk perusahaan multinasional (misalnya, membeli tekstil di negara berkembang). Inovasi sosial yang sukses dicirikan dengan adanya formalisasi, pelembagaan, atau perubahan perilaku oleh sejumlah besar orang atau perusahaan [22]. Dukungan lembaga tersebut, baik formal (seperti regulasi dan peraturan) maupun informal (nilai, norma, dan rutin), berperan penting bagi inovasi sosial yang radikal untuk membantu mengatasi kebutuhan sosial [25]. Secara umum, inovasi sosial lebih mungkin terjadi ketika berada pada kondisi latar belakang yang tepat sehingga terdapat mekanisme untuk mempromosikan, mengadaptasi, dan meningkatkannya. Dua kondisi yang diperlukan adalah lingkungan yang mendukung dan kapasitas organisasi untuk tumbuh. Pada inovasi sosial, dukungan potensial tersebut dapat berupa yayasan dan lembaga publik. Adapun dalam bisnis, Mulgan (2006) menyebut inovasi sosial dapat didorong dari persaingan, budaya terbuka, dan modal yang mudah diakses [25]. Kemudian perubahan atau pembentukan lembaga baru dapat terjadi melalui kewirausahaan sosial [25]. Inovator sosial memiliki ide produk, layanan, maupun model untuk memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhi. Kebaruan ini adalah inti dari kewirausahaan, sehingga inovasi sosial sering diasosiasikan dengan kewirausahaan sosial [22].

Pada prosesnya, faktor pemberhasil (*enabler*) inovasi sosial adalah jejaring sosial, partisipasi dan kolaborasi antara berbagai aktor dari berbagai sektor, serta kerjasama (*co-operation*) dan pembelajaran interaktif (*interactive learning*) dan kolektif [25]. Hal ini karena inovasi sosial memerlukan akses ke berbagai sumber daya dan kompetensi yang berada di luar lingkungan atau keahlian langsung organisasi; untuk melakukan sesuatu dengan kombinasi kemampuan baru. Inovasi sosial tidak dibentuk dalam lingkungan (*bubble*) wirausahawan sendiri, melainkan juga dari interaksi organisasi dan lembaga dengan lingkup masing-masing untuk memenuhi kebutuhan sosial. Oleh karena itu, lokus inovasi tidak hanya dalam lingkup wirausahawan sosial atau perusahaan sosial, tetapi dalam sistem sosial yang ditempati keduanya. Sehingga, inovasi sosial muncul sebagai hasil interaksi antara berbagai pelaku yang beroperasi dalam sistem sosial yang sama dan dikembangkan melalui pembelajaran kolektif [25].

Inovasi sosial juga dapat dipahami dari gagasan Bosworth dengan 5 unsur kunci yang merupakan kembangan dari gagasan inovasi Schumpeter dalam bidang kewirausahaan [26]. Unsur ke-1 adalah inovasi produk yang meliputi bisnis, organisasional, jasa, atau produk baru yang sebelumnya belum pernah tercipta di lokasi tersebut. Unsur ke-2 adalah inovasi proses, yaitu pendekatan baru dalam menciptakan nilai atau menyampaikan kebijakan/jasa, orang atau pihak-pihak baru yang terlibat, dan pergeseran kontrol dalam proses. Unsur ke-3 adalah inovasi masukan, yaitu memaksimalkan penggunaan sumber daya lokal termasuk sumberdaya manusia dan modal sosial. Unsur ke-4 adalah inovasi pasar atau ekspansi pasar, yaitu inovasi untuk dapat melayani seluruh lapisan masyarakat; menanggapi kebutuhan sosial (permintaan lokal). Unsur ke-5 adalah inovasi organisasional, yaitu adanya pendekatan jejaring untuk meningkatkan keterlibatan dan kemitraan inovatif. Adapun perbedaan sumber daya antara bisnis dan inovasi sosial adalah bisnis menjadikan uang sebagai sumber utama keuntungan, tetapi inovasi sosial biasanya mencari campuran sumber daya yang berbeda, termasuk pengakuan dan dukungan politik,

tenaga kerja sukarela, dan komitmen filantropis. Kewirausahaan yang didorong kebutuhan cenderung memiliki penciptaan nilai yang lebih rendah sehingga dampaknya kurang signifikan dalam ekonomi perdesaan dibandingkan dengan yang didorong oleh kesempatan [26].

### C. Hubungan Wirausahawan Sosial Perdesaan dan Inovasi Sosial

Terdapat perbedaan antara wirausaha sosial dan inovasi sosial. Inovasi sosial tidak selalu berorientasi pasar, sedangkan kewirausahaan sosial jelas berorientasi pasar [27]. Naranjo-Valencia dkk (2022) menjelaskan wirausaha sosial, terutama pada konteks perdesaan, menjadi suatu bentuk inovasi sosial karena adanya modal sosial. Peran modal sosial ini dapat dipahami sebagai salah satu penentu keberhasilan inovasi sosial [27] serta dalam proses pembelajaran kolektif dan interaktif dalam pendekatan jaringan sosial [25], [27].

Sebagai penentu keberhasilan inovasi sosial, modal sosial berperan sebagai prakondisi. Hal ini karena inovasi sosial memerlukan pertukaran informasi dari berbagai organisasi dan lembaga yang terjadi dalam jaringan sosial, dan pertukaran informasi tersebut diakomodasi oleh infrastruktur bernama modal sosial [27]. Modal sosial tersebut ada dalam bentuk partisipasi, dukungan dari pemangku kepentingan tingkat lokal, dan komitmen dari mitra eksternal [27]. Lebih tematik dalam konteks perdesaan, modal sosial tersebut berbentuk komitmen para pelaku yang berpartisipasi, struktur organisasi, kualitas konsep fungsional, iklim penerimaan/kerjasama, dan akses terhadap sumber daya keuangan.

Adapun peran modal sosial pada proses pembelajaran kolektif dan interaktif adalah dalam mendorong peningkatan dan kombinasi kapabilitas [27] dari organisasi, lembaga, dan aktor-aktor pada kegiatan wirausaha sosial dalam mencapai tujuan sosial (*social impact*). Interaksi aktor-aktor sosial yang berbeda mendorong norma, nilai, dan aturan baru yang menentang status quo, mengubah hubungan sosial, atau mengubah kerangka kerja aksi [27]. Selain itu, modal sosial menentukan peningkatan skala dampak sosial [27], yang merupakan kriteria keberhasilan inovasi sosial.

Lang dan Fink (2019) menyebutkan terdapat beberapa jenis modal sosial meliputi modal ikatan (*bonding capital*), modal penghubung (*bridging capital*), dan modal penghubung secara vertikal (*linking capital*) [27]. Modal ikatan (*bonding capital*) adalah bagian dari jaringan sosial yang bersifat homogen, para anggotanya memiliki minat yang sama, dan memiliki hubungan percaya ke arah dalam. Modal penghubung (*bridging capital*) adalah hubungan ke arah luar dan menghubungkan orang-orang dengan latar belakang sosiodemografi dan identitas sosial yang berbeda, sehingga memberi akses informasi dan sumber daya baru kepada wirausaha sosial pedesaan. Modal penghubung secara vertikal (*linking capital*) menghubungkan berbagai kelompok yang berbeda-beda secara vertikal dari berbagai tingkat kekuasaan.

Adapun studi mengenai Rumah Mocaf Indonesia sebagai wirausaha sosial telah dilakukan yang berfokus pada kerangka kerja proses kegiatan [28]. Kemudian studi tentang wirausaha sosial sebagai bentuk dari inovasi sosial di Indonesia juga telah dilakukan [20], [23] mengenai pentingnya inovasi pada kegiatan wirausaha sosial demi kelanjutan usaha untuk tujuan sosial, tetapi penekanan proses inovasi sosial itu sendiri belum eksplisit. Penelitian lain tentang keterkaitan inovasi sosial dan wirausaha sosial dijelaskan oleh Naranjo-Valencia (2022) yang menjelaskan bahwa wirausaha sosial menjadi inovasi sosial karena adanya berbagai jenis modal sosial yang menghasilkan pembelajaran interaktif dan kolektif serta perubahan kelembagaan serta sebagai penentu inovasi sosial [27]. Tulisan ini mencoba [29] mengisi kesenjangan penelitian di Indonesia dengan menelaah Rumah Mocaf Indonesia dari sisi elemen/kriteria wirausaha sosial, unsur inovasi sosial, serta modal sosial yang terjadi dimana wirausaha sosial ini merupakan salah satu bentuk inovasi sosial. Pada

studi kasus ini, wirausaha sosial adalah pendiri Rumah Mocaf Indonesia yaitu Riza Azyumarridha Azra, dan perusahaan sosial dimana kegiatan kewirausahaan sosial tersebut berlangsung adalah organisasi Rumah Mocaf Indonesia. Meski begitu, untuk pembahasan, perusahaan sosial Rumah Mocaf Indonesia akan disebut sebagai wirausaha sosial.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan secara kualitatif menggunakan analisis konten. Sumber data merupakan data sekunder yang didapat dari hasil wawancara Rumah Mocaf Indonesia pada media populer pada situs Youtube, telaah dokumen dari hasil dari penelitian-penelitian sebelumnya, dan informasi dari berbagai media berita digital. Secara umum, penelitian dengan metode analisis konten mengumpulkan dan menganalisis konten teks, yaitu seperti: transkripsi wawancara, *open-ended* kuesioner, observasi, buku, artikel surat kabar, iklan, pidato, dokumen resmi, film, lirik musik, situs Web, dan/atau karya seni [29]. Analisis konten juga membutuhkan pengetahuan yang cukup terkait isu atau topik yang di analisis, agar dapat melakukan mengkodekan materi yang diangkat. Konten analisis kualitatif menawarkan aspek interpretasi dari data teks yang dianalisis ketika menentukan kategorisasi data, dengan menyesuaikan interpretasi tersebut dari pertanyaan penelitian. Analisis konten kualitatif induktif dapat menggunakan data teks lainnya untuk dianalisis, disesuaikan dengan kebutuhan dan konteks penelitian masing-masing. Adapun jika sudah mencapai saturasi data, maka jumlah sampel sudah cukup. Alurnya meliputi menentukan unit analisa (menentukan sampel penelitian dan jenis data teks), open coding, rekontekstualisasi, dan kategorisasi dan kompilasi. Penentuan unit makna dan pemberian label kode ini dilakukan dengan menandai kata atau kalimat yang sesuai dengan konteks penelitian. Selanjutnya jawaban dikondensasi dan diberikan kode [29].

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

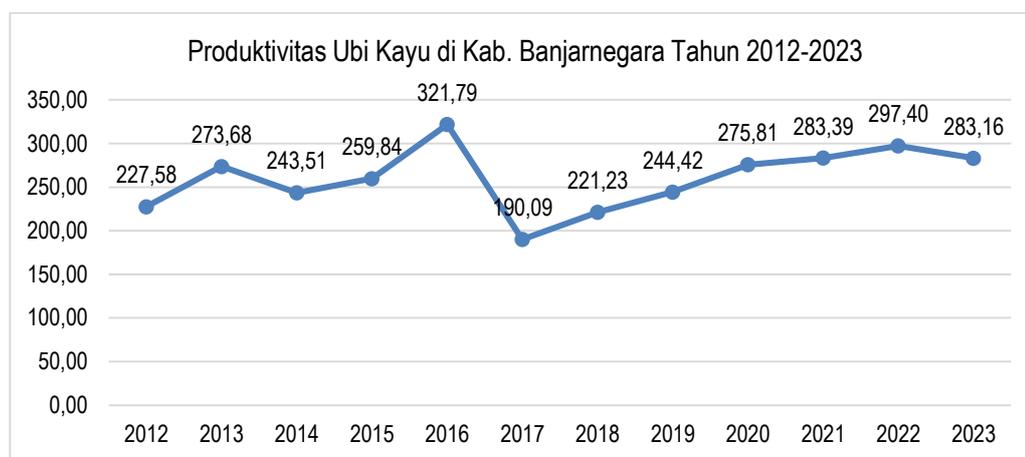
#### A. Rumah Mocaf Indonesia

Rumah Mocaf Indonesia merupakan perusahaan sosial yang bergerak pada bidang usaha industrialisasi hasil tani singkong dimana singkong (barang mentah) diolah menjadi tepung singkong modifikasi (barang setengah jadi) dan produk turunannya (barang setengah jadi dan barang jadi berupa produk siap makan) [30], [31]. Perusahaan ini didirikan oleh warga lokal Banjarnegara bernama Riza Azyumarridha Azra di tahun 2017 dengan tujuan awal untuk membantu petani singkong memiliki pemasukan lebih. Inisiasi Riza berawal saat ia menjadi relawan di komunitas Sekolah Inspirasi Pedalaman dan mendengar keluh kesah petani terkait harga jual singkong yang rendah. Kemudian Riza melakukan riset dan konsultasi dengan pakar pertanian terkait pengolahan singkong yang inovatif [32] agar petani dapat mendapatkan harga jual yang lebih tinggi dibanding menjual singkong sebagai bahan baku. Namun petani tidak dapat memasarkan atau terkendala akses ke pasar, sehingga Riza membantu menjualkan/mencarikan pasar secara digital dan langsung melalui Rumah Mocaf. Pembiayaan Rumah Mocaf Indonesia dilakukan secara swadaya oleh pendiri dan rekan-rekannya dan dari hadiah berbagai kompetisi [33]. Pada proses pengembangannya, Rumah Mocaf Indonesia mendapat dukungan dari lembaga setempat yaitu Lazismu dan Majelis Pemberdayaan Masyarakat (MPM) Muhammadiyah untuk pendampingan para petani.

Pemerintah daerah juga mendukung berupa pemberian alat (kultivator) di tahun 2022 [34], sedang pemerintah pusat mendukung dengan mengekspos produk ke pasar global melalui pameran-pameran dan ekspor. Rumah Mocaf Indonesia juga memantik perubahan

persepsi masyarakat tentang singkong, bahwa singkong karena memiliki potensi besar menjadi “makanan premium yang memiliki *added value* bagus dan bahkan bisa diekspor” [32]. Produk Rumah Mocaf mendapat pasar karena termasuk produk berbeda (inovatif), yaitu tepung olahan memiliki sifat seperti tepung terigu, tetapi bebas gluten sehingga sehat dan cocok untuk penderita diabetes dan autisme, selain juga untuk mengurangi impor terigu karena ketiadaan produksi gandum dalam negeri. Adapun ide ekspansi pasar Rumah Mocaf hingga ke Eropa berangkat dari hasil pengamatan terkait adanya tren makanan sehat dan *gluten-free* di Eropa sehingga menjadi peluang bagi perusahaan [32].

Rumah Mocaf Indonesia memiliki tiga kluster usaha, yaitu (1) kluster petani, (2) kluster perajin mocaf, dan (3) kluster anak muda. Kluster pertama yakni kluster petani berisikan petani-petani singkong yang sudah bertahun-tahun melakukan produksi singkong. Pada kluster ini, Riza mengajarkan kepada petani-petani terkait peningkatan produktivitas lahan singkong (dari 10 ton menjadi 30 ton per hektar) dan terkait literasi keuangan mengenai harga pokok penjualan [30], [35] yang pertama mula disampaikan kepada 11 kelompok petani [30]. Dari kluster pertama ini, Rumah Mocaf Indonesia bertindak sebagai *off-taker* yaitu pihak yang membeli, dimana singkong dibeli seharga 1.200 rupiah per kilogram dari sebelumnya 200–500 rupiah per kilogram di tahun 2014–2017 [32]. Di tahun pertama pendirian yaitu 2017, jumlah petani singkong yang bermitra dengan Rumah Mocaf Indonesia berjumlah 54 petani, kemudian menjadi 625 petani per tahun 2023 dan dapat menabung setelah bermitra [36]. Pertumbuhan ini tergambar dari produktivitas lahan tanam ubi kayu seperti disajikan pada Grafik 1 di bawah, dimana sejak terdapatnya Rumah Mocaf tahun 2017, produktivitas terus mengalami meningkat secara konsisten:



Sumber: Banjarnegara dalam Angka

Gambar. 1. Produktivitas di Kabupaten Banjarnegara Tahun 2012–2023

Kluster kedua merupakan kluster pengrajin mocaf berisi kelompok wanita tani yang mengolah hasil panen singkong menjadi *chip* singkong dan tepung mocaf. Pada kluster ini, KWT menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi dari Riza berupa penggunaan enzim organik dan mesin perajangan. Dari kluster dua ini, terdapat perputaran ekonomi baru dimana Rumah Mocaf Indonesia membayarkan imbalan kepada kelompok wanita tani tersebut. Kluster ketiga adalah kluster anak muda yang melakukan pendampingan terhadap petani dan pengrajin mocaf untuk konsistensi produksi, kontrol kualitas, *branding*, *packaging*, sertifikasi, pemasaran secara langsung dan secara digital, melakukan bisnis B2B, inovasi produk turunan, dan kolaborasi dengan akademisi. Di kluster ketiga ini, 40 pemuda Banjarnegara di bawah 28 tahun bekerja di Rumah Mocaf per tahun 2024 sehingga

dapat turut membantu menahan laju migrasi penduduk ke kota-kota besar. Pada kluster ini, anak-anak muda yang bekerja tersebut tidak dibatasi dalam berinovasi dan berimprovisasi, sehingga juga menjadi media dalam belajar dan menampung kreativitas sehingga muncul pantikan untuk membangun desa masing-masing [32].

Ketiga kluster tersebut berdiskusi secara rutin (2 pekan sekali) untuk menentukan harga pokok produksi dan keuntungan secara bersama-sama, sehingga terdapat transparansi dan kesepakatan harga dimana petani pun mengetahui harga mocaf yang akan diekspor. Rumah Mocaf memiliki prinsip: tidak ada yang sangat diuntungkan dan tidak ada yang sangat dirugikan (profit berkeadilan) sehingga menciptakan demokratisasi ekonomi, tidak mengeksploitasi petani, dan tidak merusak lingkungan [30], [35]. Rumah Mocaf juga terbuka untuk pembelajaran bersama dari dalam maupun luar Banjarnegara, misalnya menerima kunjungan pembelajaran bersama dari Kabupaten Pemasang. Pelatihan ini memberi pemahaman baru bahwa “singkong dapat diolah menjadi barang yang sangat berharga dan bermanfaat” [32]. Selain itu, Rumah Mocaf juga memberi pelatihan kepada petani di Banyumas dan Cilacap [37].

#### *B. Rumah Mocaf Indonesia sebagai Bentuk Wirausaha Sosial*

Rumah Mocaf Indonesia termasuk ke dalam bentuk wirausaha sosial, karena berasal dari suatu niat mulia untuk menyelesaikan masalah masalah sosial tertentu, dengan menggunakan pendekatan bisnis sebagai alat atau cara untuk mencapai tujuan sosial [18]. Hal ini sesuai dimana tujuan awal Rumah Mocaf adalah untuk menyelesaikan masalah ekonomi-sosial petani singkong yang tidak memiliki daya tawar terhadap harga singkong. Unsur sosial pada wirausaha sosial terutama muncul pada motivasi “altruisme” atau filantropi [18], sesuai dengan sejarah awal Rumah Mocaf yang hanya bergerak pada pelatihan pengolahan singkong menjadi tepung singkong modifikasi untuk meningkatkan nilai jual, kemudian menerapkan bisnis untuk menjualkan/memasarkan tepung olahan petani tersebut. Dilihat dari masyarakat yang dibantu atau diberdayakan, subjek tersebut adalah petani singkong yang pada kasus ini termasuk masyarakat akar rumput. Perubahan sosial yang dirasakan masyarakat meliputi peningkatan pendapatan, pengetahuan keuangan dan teknis dalam bertani, pengetahuan dalam mengolah singkong, dan juga membantu menahan laju migrasi keluar. Hal ini sesuai dengan definisi bahwa sosiopreneur adalah individu yang mampu melakukan perubahan sosial dalam skala makro melalui keterlibatan masyarakat akar rumput [18].

Ditelaah dari kriteria, kriteria ke-1 wirausaha sosial adalah penciptaan nilai sosial, yaitu menciptakan manfaat sosial bagi masyarakat baik secara lintas sektor (*broad*) maupun satu sektor (*narrow*), dan memiliki cakupan luas (*global*) maupun setempat (*local*). Hal ini terjadi pada Rumah Mocaf Indonesia dimana manfaat sosial tersebut terjadi pada satu sektor dalam hal ini pertanian berupa peningkatan pengetahuan terkait perhitungan produksi dan pengetahuan dan keterampilan teknis penanaman sehingga lebih produktif, dengan cakupan di lingkup setempat di Kabupaten Banjarnegara.

Kriteria ke-2 adalah keterlibatan masyarakat (*civil society*), yaitu manfaat nilai sosial tersebut ditujukan untuk pemangku kepentingan dalam komunitas, utamanya komunitas rentan. Hal ini sesuai dengan studi kasus dimana subjek yang mendapat manfaat adalah petani singkong yang tidak memiliki daya tawar hasil panen kemudian mendapat harga beli komoditas yang lebih tinggi dan transfer pengetahuan.

Kriteria ke-3 adalah adanya inovasi atau kebaruan, yaitu pendekatan baru dalam menyelesaikan permasalahan sosial, misalnya dengan menggabungkan kearifan lokal dan inovasi sosial [20]. Pendekatan baru yang dilakukan adalah dengan cara kewirausahaan dengan mengolah hasil panen dan memasarkannya secara digital. Kearifan lokal dalam hal

ini adalah penggunaan sumberdaya lokal eksisting yaitu singkong dengan inputan produksi yang juga bersumber dari lokal (pertanian sirkuler).

Kriteria ke-4 adalah adanya dampak atau aktivitas ekonomi baik untuk komunitas yang terlibat maupun pada organisasi wirausaha sosial itu sendiri. Hal ini terdapat pada studi kasus, dimana terdapat dampak ekonomi baik untuk komunitas yaitu petani singkong berupa peningkatan pendapatan dari usaha tani singkong dan peningkatan kualitas menggunakan pupuk yang lebih murah. Dampak ekonomi baik ini juga bertalian dengan dampak sosial (kriteria 1).

Kemudian, Rumah Mocaf Indonesia memiliki demokrasi ekonomi sesuai pernyataan [22], dimana anggota di tiap proses bisnis (klaster) saling mengetahui dan menyepakati harga jual dan beli serta semua pemangku kepentingan mengambil peran. Demokratisasi ekonomi ini merupakan perwujudan *value* yang sudah ada dan dimiliki oleh aktor utama (Riza) maupun dalam sistem sosial dimana Riza berada, dan diformalkan dalam aturan perusahaan.

### C. Rumah Mocaf Indonesia Sebagai Bentuk Inovasi Sosial

Karakteristik utama dari inovasi sosial selain produksi nilai sosial (dampak sosial) [27] adalah penciptaan atau perubahan nilai sosial [26] atau modifikasi hubungan sosial [27]. Hal tersebut sesuai dengan perubahan atau modifikasi hubungan sosial yang terjadi karena Rumah Mocaf Indonesia, dimana terdapat perubahan rantai nilai dari petani ke penjual. Pada mulanya, rantai nilai berupa penjualan singkong dari petani ke tengkulak dengan kondisi petani tidak memiliki daya tawar (ketimpangan relasi) dan justru merugi. Rumah Mocaf Indonesia mengubah rantai nilai dan hubungan sosial tersebut dimana petani menjadi lebih berdaya karena harga beli singkong lebih tinggi, pemutusan hubungan sosial dengan tengkulak, dan terdapat tambahan pola kerja yaitu pekerjaan *off-farm* (klaster 2). Adapun dampak sosialnya berkaitan dengan dampak ekonomi yaitu bertambahnya pengetahuan finansial terkait perhitungan modal-keuntungan pada produksi singkong, adanya pendapatan tambahan dari proses pengolahan (*added value*) pada klaster kedua (KWT), dan berubahnya persepsi mengenai singkong yaitu bahwa singkong dapat memiliki nilai jual tinggi dan diterima di pasar global baik di lingkup Banjarnegara maupun luar kabupaten. Sifat kewirausahaan dalam Rumah Mocaf adalah adaptif (didorong oleh kebutuhan) sekaligus kreatif (didorong oleh peluang) sehingga, sehingga penciptaan nilai yang terjadi tinggi dan dampaknya signifikan dalam ekonomi perdesaan [26]. Dalam kasus Rumah Mocaf, bisnis (pemasaran) terjadi karena kebutuhan untuk membantu menjualkan mocaf hasil olahan petani (adaptif), kemudian mendapat peluang di pasar Eropa serta mendapat respon pasar yang baik dari hasil inovasi produk-produk turunan (kreatif).

Inovasi sosial dapat dipahami dari gagasan Bosworth [26] berdasarkan 5 unsur kunci kewirausahaan sosial. Unsur ke-1 adalah inovasi produk yang meliputi bisnis, organisasional, jasa, atau produk baru yang sebelumnya belum pernah tercipta di lokasi tersebut. Kebaruan di unsur pertama ini berupa agribisnis pengolahan singkong menghasilkan produk baru setengah jadi dan produk jadi yang sebelumnya belum pernah ada. Secara organisasional, agensi baru terbentuk, yaitu perusahaan sosial Rumah Mocaf. Domain sosial dari unsur pertama ini terkait dengan proses belajar bersama secara evolusioner dalam jejaring antara manusia dan nonmanusia sesuai gagasan Neumeier. Jejaring tersebut meliputi: (a) agensi Sekolah Inspirasi Pedalaman (SIP) yang juga merupakan bentuk modal sosial- yang mempertemukan (b) aktor lokal (Riza) dengan (c) komunitas (petani) beserta (d) permasalahan strukturalnya terkait akumulasi modal dan kuasa, daya tawar petani, harga jual komoditas; (e) hal-hal terkait produksi komoditas (modal usaha, pupuk, ilmu pengetahuan dan teknologi dalam kegiatan *on-farm*); (f)

komunitas (kelompok petani dan lembaga Muhammadiyah); dan (g) kapasitas aktor lokal (Riza) itu sendiri berupa pendidikan tinggi, modal relasi dengan akademisi bidang pangan, kemampuan mengorganisasi, dan karakter.

Unsur ke-2 adalah inovasi proses, yaitu pendekatan baru dalam menciptakan nilai atau menyampaikan kebijakan/jasa, orang atau pihak-pihak baru yang terlibat, dan pergeseran kontrol dalam proses. Pada Rumah Mocaf, penciptaan nilai dilakukan melalui klaster-klaster yang sebelumnya belum pernah ada. Pihak baru seperti anak-anak muda yang sebelumnya memilih merantau pun terlibat, baik pada klaster petani sebagai koordinator petani yang oleh Kementerian Pertanian diberi titel Petani Milenial maupun pada klaster *finishing*. Hal ini berarti muncul daya tarik lapangan pekerjaan baru di Banjarnegara sehingga generasi muda turut terlibat dalam agribisnis, baik *on-farm* maupun *off-farm*. Selain itu, kontrol yang sebelumnya terdapat pada tengkulak kepada petani kini berpindah dan bersifat setara ke perusahaan Rumah Mocaf. Kontrol yang bersifat setara adalah adanya kesepakatan terkait standar-standar baru (dalam pengolahan singkong menjadi tepung) dan terkait penentuan penentuan harga.

Unsur ke-3 adalah inovasi masukan, yaitu memaksimalkan penggunaan sumber daya lokal termasuk sumberdaya manusia dan modal sosial. Dalam studi kasus, sumberdaya tersebut adalah sumberdaya lahan, air, petani, ternak, dan keterampilan. Sumberdaya lain adalah digunakannya ilmu pengetahuan dan teknologi, baik pada proses produksi (lebih produktif, perhitungan keuangan), pengolahan (penggunaan enzim dan mesin perajangan), *finishing* (tes sampel, pengepakan, penyimpanan), dan pemasaran (secara digital dan melalui pameran dan kampanye) yang sebelumnya belum pernah ada. Adapun domain sosial yang terjadi pada unsur ke-3 ini adalah terdapatnya modal sosial dalam menggerakkan, mendukung, atau memfasilitasi proses inovasi sosial, yang berasal dari lembaga berbasis agama setempat yaitu Muhammadiyah, Lazismu, serta pemerintah seperti pemerintah kabupaten dan kementerian. Lembaga dan legitimasi ini terkait dengan jejaring sosial yang memungkinkan inovasi dan pelibatan petani itu terjadi [26], sesuai dengan yang disampaikan Coleman bahwa agar inovasi sosial memerlukan modal sosial [26]. Terkait dengan sumberdaya alam yang dimaksimalkan, Rumah Mocaf juga bereksperimen memproduksi singkong dengan kualitas lebih tinggi dari lahan di desa yang dikelilingi hutan, sehingga secara tidak langsung mendorong penduduk setempat untuk menjaga (memaksimalkan) sumberdaya alam.

Unsur ke-4 adalah inovasi pasar atau ekspansi pasar, yaitu inovasi untuk dapat melayani seluruh lapisan masyarakat; menanggapi kebutuhan sosial (permintaan lokal); atau subjek-subjek baru yang kebutuhannya menjadi terfasilitasi. Inovasi pasar pada studi kasus tidak hanya pada petani singkong yang mulanya merupakan komunitas rentan, tetapi juga pada produsen-produsen di kota-kota lain dan sebagian masyarakat yang sedang memiliki diabetes dan autisme.

Unsur ke-5 adalah inovasi organisasional, yaitu adanya pendekatan jejaring untuk meningkatkan keterlibatan dan kemitraan inovatif. Jejaring pertanian singkong yang mulanya berputar pada petani, tengkulak, penjual sarana alat produksi pertanian, dengan minimnya kehadiran pemerintah dalam mengontrol harga jual singkong, menjadi jejaring yang berisikan aktor-aktor dan agensi yang beragam seperti akademisi/universitas, lembaga keagamaan setempat, lembaga keuangan non perbankan, dan pemerintah daerah dan pusat, serta pembeli dari luar negeri, yang sebelumnya belum pernah terjadi. Rumah Mocaf belum berjejaring dengan entitas sesama agensi/bisnis perdesaan lain yang berbeda sektor, untuk kemudian saling bertukar pengetahuan dan inovasi (*bridging*) dalam suatu ekosistem kompleks yang kemudian dapat menciptakan ide-ide lebih baru lagi. Meski demikian, peran agensi Rumah Mocaf signifikan, tepat guna, dan penting dalam membangun desa di Banjarnegara. Proses inovasi sosial berupa wirausaha sosial Rumah

Mocaf berkembang secara neo-endogen, dimana inisiasi terjadi secara *bottom-up* yang kemudian direspon melalui dukungan dan sumberdaya pemerintah.

#### D. Modal Sosial Pada Wirausaha Sosial Rumah Mocaf Indonesia Sebagai Bentuk Inovasi Sosial

Naranjo-Valencia dkk (2022) menjelaskan wirausaha sosial dapat menjadi suatu bentuk inovasi sosial karena adanya modal sosial yang terdapat pada jejaring sosial dimana wirausaha/perusahaan sosial tersebut berada [27]. Ketiga jenis modal sosial yaitu modal *bonding*, *bridging*, dan *linking* terdapat pada jejaring sosial dan berperan dalam proses kegiatan wirausaha sosial Rumah Mocaf. Selain itu, Rumah Mocaf juga menjadi perantara antara pemerintah dan akademisi dengan komunitas. Terdapat dua tingkatan yaitu di tingkat komunitas, tingkat antara, dan di tingkat wilayah/nasional. Pada tingkat komunitas, terdapat aktor atau agensi yang terdiri dari aktor utama Riza, Sekolah Ilmu Pedalaman, komunitas petani, dan lembaga Majelis Pemberdayaan Manusia Muhammadiyah. Pada tingkat antara, terdapat aktor yang terdiri dari akademisi, Riza, agensi Rumah Mocaf, dan Lazismu. Pada tingkat wilayah, terdapat aktor yang terdiri dari pemerintah daerah, beberapa kementerian (Kemenparekraf dan KemenkopUKM), Bank Indonesia, BRI, dan PT Pegadaian [38].

Pada tingkat komunitas, terdapat *bridging capital* antara SIP (komunitas pendidikan) dimana aktor utama Riza merupakan anggota dengan petani terutama pada fase awal. Hal ini ditunjukkan dalam historis studi kasus dimana petani menyampaikan keluhan (dan informasi) terkait harga singkong dan daya tawar petani yang rendah pada SIP ketika menjalani pengabdian.

Selanjutnya pada tingkat antara, terdapat *bridging capital* antara aktor utama (Riza) dengan akademisi/pakar pertanian, dan terjadi transfer pengetahuan atau pembelajaran interaktif mengenai pengolahan singkong.

Di tingkat komunitas, terdapat *linking capital* dimana aktor utama (Riza) menyambungkan pengetahuan dari akademisi ke petani.

Dalam proses transfer pengetahuan tersebut, di tingkat komunitas, aktor utama mendapat legitimasi dan dukungan dari lembaga setempat yaitu agensi Majelis Pemberdayaan Masyarakat Muhammad, sehingga terdapat *bonding capital* dalam memberhasilkan proses pembelajaran kolektif dan interaktif antara aktor utama, MPM, dan petani serta antara sesama petani singkong. Kemudian, juga terdapat *bridging capital* antara lembaga Lazismu dan aktor utama Riza/agensi Rumah Mocaf Indonesia terkait dengan dukungan sumber daya.

Pada fase selanjutnya, terdapat *bridging capital* antara agensi Rumah Mocaf Indonesia dengan kementerian dan beberapa organisasi lembaga lain tingkat nasional (dalam kegiatan nasional Anugerah Bangsa Buatan Indonesia) sehingga terdapat dukungan sumber dana dan akses ekspansi pasar seperti expo dan pameran ke luar negeri.

Dari penjelasan tersebut dapat dipahami bahwa pada tiap fase dan tingkat pada kasus studi, modal sosial merupakan suatu prakondisi yang dibutuhkan dalam perubahan perbaikan dalam masyarakat serta berperan dalam proses pembelajaran kolektif dan interaktif dalam masyarakat terkait dengan kombinasi kapabilitas dan sumberdaya sehingga terdapat dampak sosial yang terus meluas dan meningkat serta perubahan rantai nilai serta relasi petani dengan pembeli.

### E. Inovasi-Wirausaha Sosial Rumah Mocaf Indonesia Mendorong Transformasi Perdesaan

Dalam kaitannya dengan transformasi perdesaan, agribisnis sebagai bentuk industrialisasi pertanian yang memanfaatkan iptek dan meningkatkan nilai tambah dapat mendorong transformasi perdesaan. Hal tersebut karena transformasi perdesaan dimulai dari transformasi pertanian yang dipengaruhi inovasi teknologi, skala ekonomi, urbanisasi, dan reformasi pemasaran (secara digital) serta sistem agrikultur berubah menjadi komersial, dan berpusat pada kegiatan *off-farm* [39]. Selanjutnya transformasi perdesaan sendiri dapat dipahami dari beberapa literatur, seperti kombinasi transformasi pertanian dan pertumbuhan lapangan kerja non-pertanian bagi pekerja pedesaan. Pemahaman lain adalah transformasi perdesaan meliputi kompleksitas lebih besar dan perubahan dalam komposisi kehidupan ekonomi dan organisasi sosial. IFAD 2016 menjelaskan transformasi perdesaan melibatkan peningkatan produktivitas pertanian, peningkatan komersialisasi dan surplus yang dapat dipasarkan, serta diversifikasi pola produksi dan mata pencaharian. Dari literatur, dapat ditarik garis merah terkait peningkatan nilai tambah yang dikomersialisasi mengikuti *demand* di perkotaan. Dari klasifikasi transformasi perdesaan [39], dengan studi kasus di Banjarnegara termasuk pada pembangunan pedesaan yang didominasi industri pertanian (FIT). Penjelasan-penjelasan di atas bertampalan dengan studi kasus Rumah Mocaf Indonesia di Banjarnegara, sehingga dapat dikatakan bahwa agribisnis yang dijalankan oleh agensi Rumah Mocaf Indonesia mendorong transformasi perdesaan. Lebih jauh, agensi wirausaha sosial yang merupakan bentuk inovasi sosial dapat mendorong transformasi perdesaan. Hal tersebut saya nilai dapat direplikasi di wilayah lain dengan komoditas berbeda dan selama aktor utama lokal memiliki kapasitas yang cukup serta adanya modal sosial, kelembagaan, dan jejaring sosial yang sesuai.

## V. KESIMPULAN

Penelitian ini menjelaskan kriteria wirausaha sosial, unsur-unsur inovasi sosial, dan jenis beserta peran modal sosial pada keberhasilan Rumah Mocaf Indonesia di Banjarnegara dan mengisi kesenjangan terkait kaitan antara wirausaha sosial dan inovasi sosial terutama pada konteks perdesaan di dunia selatan, serta korelasinya dengan transformasi perdesaan. Dari hasil analisis, didapat bahwa Rumah Mocaf Indonesia memenuhi kriteria wirausaha sosial dan unsur inovasi, dengan terdapatnya modal sosial yaitu *bonding capital*, *bridging capital*, dan *linking capital* pada proses yang mendukung keberhasilan Rumah Mocaf Indonesia di Banjarnegara yang berperan sebagai prakondisi dan mendorong kombinasi kapabilitas sehingga terjadi peningkatan dampak sosial. Temuan selanjutnya adalah inovasi-wirausaha sosial perdesaan sektor agribisnis dapat mendorong transformasi perdesaan pada tingkat transformasi pertanian.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- [1] G. P. Green, *Handbook of Rural Development*. Glasgow: Edward Elgar Publishing Limited, 2013. doi: 10.4337/9781781006719.
- [2] J. Rigg, *Rural Development in Southeast Asia: Dispossession, Accumulation and Persistence*, vol. 2998, no. 38. Cambridge: Cambridge University Press., 2020. doi: 10.4000/moussons.8404.
- [3] M. Woods, *Rural Geography Processes, Responses and Experiences in Rural Restructuring*. SAGE, 2004.

### Artikel Jurnal:

- [4] A. N. Ikfinasulka, D. G. Manar, and Sulistyowati, "Transformasi Kelurahan Kandri Kecamatan

- Gunungpati Setelah Adanya Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata,” *J. Polit. Gov. Stud.*, vol. 11, no. 1, pp. 106–129, 2022.
- [5] Masiswo and R. S. Murti, “INDUSTRI KERAJINAN BATIK DAN HIASAN PRODUK WAYANG KULIT PADA MASA EPIDEMIK CORONAVIRUS (COVID-19) DI DESA WUKIRSARI,” in *Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*, 2021, pp. 324–330. [Online]. Available: <http://117.74.115.107/index.php/jemasi/article/view/537>
- [6] J. Prihatini and N. A. Aldila, “PEMBERDAYAAN INDUSTRI KECIL KERAJINAN ROTAN OLEH DINAS PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN DI DESA TELUK WETAN KECAMATAN WELAHAN KABUPATEN JEPARA PROVINSI JAWA TENGAH,” *J. Pembang. Pemberdaya. Pemerintah.*, vol. 8, no. 1, pp. 75–92, 2023.
- [7] S. N. Janan, Y. R. Brata, and A. Budiman, “Dampak Perkembangan Kesenian ‘Mabokuy’ Terhadap Perekonomian Masyarakat Desa Purwaraja Kecamatan Rajadesa Kabupaten Ciamis Tahun 2015-2020,” *J-KIP (Jurnal Kegur. dan Ilmu Pendidikan)*, vol. 3, no. 1, p. 131, 2022, doi: 10.25157/j-kip.v3i1.6007.
- [8] R. R. Aji, “Pengembangan Pariwisata Alam Dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan Di Desa Wisata Pentingsari,” *J. Perenc. Wil. dan Kota*, vol. 16, no. 2, pp. 9–17, 2021, doi: 10.29313/jpwk.v16i2.5240.
- [10] N. Purbasari and A. Manaf, “Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa pada Desa Wisata Pentingsari,” *J. Pembang. Wil. Kota*, vol. 13, no. 1, pp. 100–113, 2017, doi: 10.14710/pwk.v13i1.15151.
- [11] M. Kurniasari and P. G. Ariastita, “Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Alih Fungsi Lahan Pertanian Sebagai Upaya Prediksi Perkembangan Lahan Pertanian di Kabupaten Lamongan,” *J. Tek. Pomits*, vol. 3, no. 2, pp. 27–40, 2014, [Online]. Available: <papers3://publication/uuid/3E189B18-A9EB-434E-B76B-B0A90143D6FA>
- [12] M. A. Taufiqurrohman, A. Marom, and Maesaroh, “EVALUASI KEBIJAKAN MELINDUNGAN LAHAN PERTANIAN PANGAN BERKELANJUTAN DALAM Mendukung KETAHANAN PANGAN DI KECAMATAN NALUMSARI KABUPATEN JEPARA,” *J. Public Policy Manag. Rev.*, vol. 12, no. 3, pp. 268–279, 2023, doi: 10.14710/jppmr.v12i3.39828.
- [15] R. Pangriya, “Hidden aspects of social entrepreneurs’ life: a content analysis,” *J. Glob. Entrep. Res.*, vol. 9, 2019, doi: 10.1186/s40497-019-0199-6.
- [16] S. Widyastuti and S. Ambarwati, “Increasing the Rural Economy of Village Owned Enterprises BUMDes Antajaya Bogor,” in *The 6th Annual International Conference on Management Research (AICMaR 2019)*, 2020, pp. 224–228. doi: 10.2991/aebmr.k.200331.048.
- [17] A. H. Pratono and A. Sutanti, “The ecosystem of social enterprise: Social culture, legal framework, and policy review in Indonesia,” *Pacific Sci. Rev. B Humanit. Soc. Sci.*, vol. 2, pp. 106–112, 2016, doi: 10.1016/j.psr.2016.09.020.
- [18] M. Y. A. Anas, “MENGAPA SOCIOPRENEUR BUKAN SOCIAL ENTREPRENEUR?,” *Dialekt. J. Ekon. dan Ilmu Sos.*, vol. 4, no. 2, pp. 66–73, 2023.
- [19] Y. Nurfalah, *Apa itu Kewirausahaan Sosial. Kewirausahaan Sosial Berbasis Masalah Lingkungan Bagi Kelompok Usia Produktif*. Sumedang: PP-PAUD & DIKMAS Jawa Barat, 2016.
- [20] L. M. Siregar and N. Yusri, “Kewirausahaan Sosial Sebagai Wujud Inovasi Sosial,” *Biopsikososial J. Ilm. Psikol. Fak. Psikol. Univ. Mercubuana Jakarta*, vol. 5, no. 2, p. 476, 2021, doi: 10.22441/biopsikososial.v5i2.14187.
- [21] R. Widiastuti and M. Margeretha, “Socio Entrepreneurship: Tinjauan Teori Dan Perannya Bagi Masyarakat,” *J. Manaj. Maranatha*, vol. 11, no. 1, pp. 1–8, 2011.
- [22] A. Groot and B. Dankbaar, “Does Social Innovation Require Social Entrepreneurship?,” *Technol. Innov. Manag. Rev.*, vol. 4, no. 12, pp. 17–26, 2014, doi: 10.22215/timreview854.
- [23] I. P. Sofia, “KONSTRUKSI MODEL KEWIRAUSAHAAN SOSIAL (SOCIAL ENTREPRENEURSHIP) SEBAGAI GAGASAN INOVASI SOSIAL BAGI PEMBANGUNAN PEREKONOMIAN,” *Widyakala*, vol. 2, 2015.
- [24] L. Hulgard, “Discourses of social entrepreneurship–Variations of the same theme?,” 2010. [Online]. Available: [http://base.socioeco.org/docs/wp\\_10-01\\_hulg\\_rd\\_\\_web\\_.pdf%5Cnhttp://www.emes.net/site/wp-content/uploads/WP\\_10-01\\_Hulgaard\\_\\_web\\_.pdf](http://base.socioeco.org/docs/wp_10-01_hulg_rd__web_.pdf%5Cnhttp://www.emes.net/site/wp-content/uploads/WP_10-01_Hulgaard__web_.pdf)
- [25] W. Phillips, H. Lee, A. Ghobadian, N. O’Regan, and P. James, “Social Innovation and Social Entrepreneurship: A Systematic Review,” *Gr. Organ. Manag.*, vol. 40, no. 3, pp. 1–34, 2014, doi: 10.1177/1059601114560063.
- [26] G. Bosworth, F. Rizzo, D. Marquardt, D. Strijker, T. Haartsen, and A. Aagaard Thuesen,

- "Identifying social innovations in European local rural development initiatives," *Innov. Eur. J. Soc. Sci. Res.*, vol. 29, no. 4, pp. 442–461, 2016, doi: 10.1080/13511610.2016.1176555.
- [27] J. C. Naranjo-Valencia, A. C. Ocampo-Wilches, and L. F. Trujillo-Henao, "From Social Entrepreneurship to Social Innovation: The Role of Social Capital. Study Case in Colombian Rural Communities Victim of Armed Conflict," *J. Soc. Entrep.*, vol. 13, no. 2, pp. 1–34, 2022, doi: 10.1080/19420676.2020.1770317.
- [28] U. U. Chasanah, "Implementasi Social Entrepreneurship Dalam Pemberdayaan Masyarakat (Studi Kasus Pada PT. Rumah Mocaf Indonesia)," IAIN Purwokerto, 2021. [Online]. Available: <https://repository.uinsaizu.ac.id/9811/>
- [29] D. Safitri, A. Saufi, and D. P. B. Sakti, "Penerapan Analisis Konten Kualitatif Pada Studi Revisit Intention Wisatawan Muslim Ke Lombok Dalam Konteks Pariwisata Halal," *Jmm Unram - Master Manag. J.*, vol. 11, no. 4, pp. 308–320, 2022, doi: 10.29303/jmm.v11i4.740.
- [39] D. WANG, C. CHEN, and C. FINDLAY, "A review of rural transformation studies: Definition, measurement, and indicators," *J. Integr. Agric.*, vol. 22, no. 12, pp. 3568–3581, 2023, doi: 10.1016/j.jia.2023.10.038.

Dokumen pemerintah yang tersedia secara daring:

Badan Pusat Statistik Kabupaten Banjarnegara Dalam Angka 2013–2024.

Situs Web:

- [9] Desa Pentingsari, "Desa Wisata Alam, Budaya, dan Pertanian yang Berwawasan Lingkungan." [Online]. Available: <https://desawisatapentingsari.com/>
- [13] Kanal Resmi Lingkar Temu Kabupaten Lestari (LTKL), "Transformasi Kabupaten Lestari: Menuju Kesiapan dan Kemandirian," *Youtube*, Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=JvYVr39AwPU>
- [14] Pangannews.id, "Mencari Bentuk Penerapan Korporasi Petani (Refleksi Dari Kegagalan KUD)." [Online]. Available: <https://pangannews.id/berita/1685503335/mencari-bentuk-penerapan-korporasi-petani-refleksi-dari-kegagalan-kud>
- [30] Kanal Resmi Rumah Mocaf Indonesia, "Misi Embargo Tepung Terigu Oleh Rumah Mocaf di Kick Andy Metro TV (Bagian 2)," *Youtube*, Rumah Mocaf Indonesia, Indonesia, 2020. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=btGckwnOZLg>
- [31] Rumah Mocaf Indonesia, "Our Products." [Online]. Available: [https://rumahmocaf.co.id/who-we-are/#Our\\_Products](https://rumahmocaf.co.id/who-we-are/#Our_Products)
- [32] Kanal Resmi Rumah Mocaf Indonesia, "MENGANGKAT MARTABAT PETANI SINGKONG MELALUI TEPUNG MOCAF - RUMAH MOCAF | CNN INDONESIA - CNN HEROES," *Youtube*, Rumah Mocaf Indonesia, Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=EbYPjctRaPI>
- [33] Kanal Resmi Jakarta Consulting, "Peran Sociopreneur di Indonesia - Rumah Mocaf Part 2," *Youtube*, 2020. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=v1YAqZMF8ws>
- [34] Kanal Resmi Rumah Mocaf Indonesia, "KOLABORASI SOCIOPRENEUR MAJELIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT, LAZIZMU DAN RUMAH MOCAF," *Youtube*, 2023. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=mi4wLlpIAWc>
- [35] Kanal Resmi Direktorat PPHTP, "RUMAH MOCAF EPS #1," *Youtube*, Direktorat PPHTP, Indonesia, 2022. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=AvGuxEjNVoM>
- [36] Kanal Resmi Rumah Mocaf Indonesia, "RUMAH MOCAF MISSION: CASSAVA FOR NATIONAL FOOD SOVEREIGNTY," *Youtube*, Rumah Mocaf Indonesia, Indonesia, 2024. [Online]. Available: <https://www.youtube.com/watch?v=Lfhs6obH-lo&t=7s>
- [37] Kanal Resmi Rumah Mocaf Indonesia, "Misi Embargo Tepung Terigu Oleh Rumah Mocaf di Kick Andy Metro TV (Bagian 1)," *Youtube*. [Online]. Available: [https://www.youtube.com/watch?v=OQIZQcY\\_IZE](https://www.youtube.com/watch?v=OQIZQcY_IZE)
- [38] Administrator, "Anugerah Bangsa Berwisata di Indonesia dan Bangsa Buatan Indonesia 2023 Simbol Apresiasi Kinerja Stakeholders untuk Kemajuan Ekonomi Nasional," Situs Resmi Kemenko Marves. [Online]. Available: <https://maritim.go.id/detail/anugerah-bangsa-berwisata-di-indonesia-dan-bangsa-buatan-indonesia-2023-simbol-apresiasi-kinerja-stakeholders-untuk-kemajuan-ekonomi-nasional>