

Analisis Kinerja Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan *Social Entrepreneurship* Warung Sehat 1000 Kebun

Analysis of Economic, Social and Environmental Performance of Social Entrepreneurship Warung Sehat 1000 Kebun

Fauziah Riyanti*¹, Anne Charina²

¹Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

²Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran

Jl. Raya Bandung Sumedang KM.21 Jatinangor

*Email: fauziah20004@mail.unpad.ac.id

(Diterima 18-09-2024; Disetujui 29-11-2024)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan serta penerapan elemen *social entrepreneurship* pada suatu usaha. Penelitian ini dilakukan menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan studi kasus di Warung Sehat 1000 Kebun Kota Bandung, penentuan informan dilakukan secara sengaja (*purposive*). Analisis data menggunakan pengungkapan setiap item-item dari indikator kinerja menurut *Global Reporting Initiative* (GRI). Hasil penelitian menunjukkan operasional Warung Sehat 1000 Kebun menerapkan keempat elemen *social entrepreneurship*, item-item indikator GRI yang mengungkapkan kinerja ekonomi menunjukkan bahwa Warung Sehat 1000 Kebun sebagai suatu *social entrepreneurship* masih dapat meraih keuntungan untuk operasional usahanya untuk melakukan kegiatan sosialnya, secara kinerja sosial Warung Sehat 1000 Kebun menciptakan dan menyerap tenaga kerja lokal, membantu petani organik lokal yang kesulitan mengakses pasar organik, dan melibatkan masyarakat lokal dalam berbagai kegiatan sosial, dan secara kinerja lingkungan Warung Sehat 1000 Kebun berkontribusi dalam meminimalisir permasalahan yang ditimbulkan akibat terbakarnya Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sarimukti Kota Bandung sebagai bentuk tanggung jawab dan berpartisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan.

Kata kunci: Kinerja, *Social Entrepreneurship*, *Global Reporting Initiative*

ABSTRACT

This research aims to analyze economic, social performance and environmental applications as well as socialpreneurship elements in a business. This research was conducted using a qualitative design with a case study approach at Warung Sehat 1000 Kebun Bandung City, the determination of informants was carried out purposively. Data analysis uses disclosure of each item of performance indicators according to the Global Reporting Initiative (GRI). The results of the research show that the operations of Warung Sehat 1000 Kebun apply the four elements of sociopreneurship, the GRI indicator items which reveal economic performance show that Warung Sehat 1000 Kebun as a sociopreneurship can still gain profits for its business operations to carry out its social activities, in terms of the social performance of Warung Sehat 1000 Kebun creating and absorbing local workers, helping local organic farmers who have difficulty accessing organic markets, and involving local communities in various social activities, and in terms of environmental performance Warung Sehat 1000 Kebun contributes to minimizing the problems caused by the burning of the Sarimukti City Final Disposal Site Bandung as a form of responsibility and active participation in environmental conservation.

Keywords: Performance, Social Entrepreneurship, Global Reporting Initiative

PENDAHULUAN

Kewirausahaan atau *entrepreneurship* sedang digencarkan dalam satu dekade terakhir ini oleh pemerintah Indonesia. Kewirausahaan mencakup aktivitas yang dilaksanakan seseorang yang mempunyai keinginan serta kemampuan dalam membangun, mengelola, serta berhasil dalam mengawali serta melaksanakan aktivitas bisnis, pada tahapan tersebut ditandai dalam kreativitas, kemampuan inovasi, serta keberanian mengambil resiko dengan rasional (Pusat Perancangan Undang-Undang Badan Keahlian DPR RI, 2022). Bentuk dari kewirausahaan tidak hanya jenis

usaha yang bertujuan untuk mencari keuntungan secara ekonomi atau finansial maupun memperluas usaha, namun juga terdapat salah satu jenis kewirausahaan yang dapat memberikan dampak yang positif bagi sosial maupun lingkungan yaitu kewirausahaan sosial atau *social entrepreneurship* (Mutiarasari, 2018). Istilah *social entrepreneurship* yang biasa disingkat menjadi *sociopreneurship* atau biasa dikenal dengan kewirausahaan sosial kini sering kali menjadi perbincangan di Indonesia. *Social entrepreneur* di Indonesia sudah berkembang pesat terhadap beberapa tahun terakhir. *Social entrepreneurship* ialah sebuah inovasi baru selaku suatu kegiatan usaha terhadap menangani permasalahan sosial yang mengkaitkan pemakaian seluruh sumber daya dengan inovatif agar memperlancar perubahan sosial dalam mengisi keperluan sosial masyarakat (Tenrinippi, 2019). Menurut Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia, jumlah *social entrepreneurship* di Indonesia hingga tahun 2017 telah mencapai sekitar 342.000. Data kewirausahaan sosial di Indonesia menunjukkan bahwa 22% sektor tersebut berasal dari industri kreatif, 16% dari pertanian dan peternakan, dan 15% dari pendidikan. Angka-angka ini menunjukkan bahwa kewirausahaan sosial mempunyai kemampuan untuk memberikan dampak signifikan terhadap kinerja perekonomian Indonesia. (British Council, 2018).

Social entrepreneurship tersusun atas empat elemen utama yaitu *social value*, *civil society*, *innovation*, dan *economic activity* (Palesangi, 2012). Warung Sehat 1000 Kebun ialah bagian kewirausahaan di Kota Bandung yang memenuhi keempat elemen utama *social entrepreneurship*. Warung Sehat 1000 Kebun memiliki konsep yang berorientasi dalam mengurangi dampak masalah yang ditangani oleh para petani organik lokal skala kecil, dan “green UMKM” lokal, yang menjunjung tinggi prinsip *fair trade* serta prinsip organik yaitu kesehatan (*health*), lingkungan (*ecosystem*), keadilan (*fair*), dan konservasi (*care*). Warung Sehat 1000 Kebun memiliki visi dan misi untuk mengedukasi masyarakat dalam mengkonsumsi makanan sehat serta menjaga lingkungan agar lebih baik. Warung Sehat 1000 Kebun menyediakan produk pertanian organik, lokal dan sehat dengan membuka ruang jual-beli yang interaktif untuk para petani lokal, UMKM lokal, serta pelanggan. Warung bertindak selaku wadah untuk petani lokal dan UMKM lokal agar mampu memasarkan barangnya dengan langsung tanpa perantara, sehingga mereka bisa mendapatkan keuntungan penuh.

Pada tahun 2023, penjualan produk pertanian organik di Warung Sehat 1000 Kebun mengalami fluktuasi. Hal berikut diakibatkan oleh *supply* produk pertanian organik dari petani lokal yang tidak menentu kuantitasnya akibat musim kemarau panjang. Musim kemarau berkepanjangan berdampak pada keberlangsungan perekonomian, memicu terjadinya gagal panen, kebakaran dan kekeringan (Febria Karmen, 2023). Ketika terjadi gagal panen akibat musim kemarau, *supply* produk pertanian organik yang diterima Warung Sehat 1000 Kebun menurun hingga 50%. Jumlah *supply* yang tidak terpenuhi dapat menyebabkan tidak terpenuhinya kebutuhan konsumen, sedangkan keadaan permintaan barang pertanian organik selalu meningkat berkaitan dalam masyarakat mulai menyadari akan bahaya makanan non organik (Hamakonda & Maria Clara Mau, 2023). Meskipun masyarakat mulai menyadari akan pentingnya mengonsumsi pertanian organik, masih ada masyarakat pada ekonomi lemah di Kota Bandung yang kesusahan dalam mendapatkan akses produk pertanian organik yang terjangkau (Haniyah et al., 2022). Susahnya menjangkau serta mengakses tempat yang menjual barang organik juga jadi faktor masyarakat enggan beralih ke produk pertanian organik. Sementara itu, praktik pertanian organik dapat membantu meminimalisir dampak negatif pada lingkungan.

Praktik pertanian organik secara langsung berkontribusi dalam pengelolaan limbah. Penggunaan kompos dari sisa-sisa tanaman dan limbah organik dalam pertanian organik membantu mengurangi total sampah organik yang berakhir di tempat pembuangan akhir (Reganold & Wachter, 2016). Tahap tanggap darurat sampah dilaksanakan di wilayah Bandung Raya pada Agustus 2023 akibat kebakaran di Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sarimukti. Akibat ditutupnya operasional TPA Sarimukti pada masa tanggap darurat sampah, warga sekitar tidak bisa membuang sampahnya dengan baik. (Winursita & Johan, 2024). Hal ini meningkatkan kesulitan bagi masyarakat yang sudah mengalami kesulitan dalam mengakses produk pertanian organik, karena mereka juga harus menghadapi masalah pengelolaan sampah yang tidak teratur. Dengan demikian, sulitnya mengakses tempat yang menjual produk organik terjangkau yang membuat masyarakat enggan beralih ke produk pertanian organik dan kesulitan akses serta pengelolaan sampah yang tidak efektif menjadi tantangan yang signifikan dalam memenuhi kebutuhan konsumen di wilayah Bandung Raya.

Ukuran keberhasilan *social entrepreneurship* adalah secara ekonomi mendapatkan keuntungan. Keuntungan finansial diarahkan untuk meningkatkan skala kegiatan *social entrepreneurship*.

Sedangkan hasil kegiatan sosial diharapkan dapat memberi kebermanfaatn bagi masyarakat serta secara lingkungan dapat mengurangi dampak buruk pada lingkungan, mendorong praktik-praktik yang berkelanjutan, dan menjaga sumber daya alam agar tetap terjaga demi kesejahteraan di masa depan (Tenrinippi, 2019). Ukuran keberhasilan ini dapat ditinjau berdasarkan pengungkapan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kinerja ditentukan dengan menerapkan ukuran standar terhadap hasil berbagai kegiatan yang dilakukan dengan berbagai sumber daya yang tersedia (Collin, 2004). Organisasi membentuk Global Reporting Initiative (GRI) sebagai pedoman pelaporan dan berbagi laporan atas permintaan perusahaan. Tujuan dari laporan ini adalah untuk menjadi tolok ukur kinerja masa depan dan memberikan manfaat bagi kedua belah pihak. Terdapat 91 indikator pengungkapan dalam Global Reporting Initiative (GRI) G4, yang dibagi menjadi tiga kategori: ekonomi, lingkungan, dan sosial. Berdasarkan uraian tersebut, kinerja dalam kategori ekonomi, sosial, dan lingkungan menjadi penting untuk dikaji agar dapat membantu Warung Sehat 1000 Kebun mengevaluasi kemampuannya dalam mengurangi permasalahan di masyarakat dan lingkungan melalui konsep *social entrepreneurship*.

METODE PENELITIAN

Desain yang dipakai pada penelitian berikut ialah penelitian kualitatif dalam pendekatan studi kasus. Sumber data yang dipakai ialah data primer yang didapatkan dengan cara observasi dan wawancara, serta data sekunder yang didapatkan melalui literatur yang berkaitan dengan penelitian untuk mendukung data primer yang telah didapat. Informan ditentukan menggunakan *purposive sampling* yaitu pihak-pihak yang berkontribusi dalam operasional *sociopreneurship* Warung Sehat 1000 Kebun, meliputi Kepala beserta karyawan Warung Sehat 1000 Kebun, petani lokal yang berperan sebagai *supplier* Warung Sehat 1000 Kebun, konsumen, serta masyarakat sekitar lokasi Warung Sehat 1000 Kebun. Metode telaah pada observasi berikut memakai telaah deskriptif dari pengungkapan setiap item-item atas indikator kinerja ekonomi, kinerja lingkungan serta kinerja sosial menurut *Global Reporting Initiative* (GRI) yang disesuaikan dengan perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Lingkup Kegiatan *Social Entrepreneurship* Warung Sehat 1000 Kebun

Sebagai bentuk *sociopreneurship*, Warung Sehat 1000 Kebun perlu dibuktikan dengan pemenuhan keempat elemen utama *sociopreneurship*. Menurut *sociopreneurship* tersusun atas empat elemen utama yaitu *social value*, *civil society*, *innovation*, dan *economic activity* (Palesangi, 2012).

Social Value

Warung Sehat 1000 Kebun sebagai bentuk *sociopreneurship*, mampu membuat manfaat sosial yang nyata untuk masyarakat serta lingkungan sekitar melalui berbagai kegiatan sosial yang dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun. Kegiatan sosial ini berupa *sharing session*, edukasi seputar gaya hidup sehat dan pertanian organik. Jangkauan kegiatan sosial yang dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun, hingga saat ini masih pada masyarakat Kota Bandung sekitar lokasi Warung Sehat 1000 Kebun. Kegiatan sosial tersebut dilakukan dengan melibatkan berbagai pemangku kepentingan, diantaranya yaitu Dinas Kebersihan Kota Bandung, lembaga pendidikan di Kota Bandung, dan masyarakat di perkampungan Kota Bandung. Kegiatan sosial yang dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan hidup sehat yang dapat dijalani dan menjaga lingkungan yang mampu di awal pada diri sendiri dalam upaya yang mudah. Dengan ini, Warung Sehat 1000 Kebun bisa membuat manfaat sosial yang nyata untuk masyarakat serta lingkungan wilayah Kota Bandung.



Sumber: Instagram @warung1000kebun (2024)

Civil Society

Warung Sehat 1000 Kebun terbentuk dari inisiasi dan misi Komunitas 1000 Kebun. Tahapan pertama yang dilalui dalam perjalanan *sociopreneurship* adalah dukungan sosial yang terbentuk dari komunitas atau masyarakat sekitar (Maulinda, 2018). Warung Sehat 1000 Kebun adalah sebuah aksi nyata dari Komunitas 1000 Kebun untuk turut serta menyebarkan prinsip gaya hidup sehat, dan mendukung pertanian serta pembangunan berkelanjutan. Pada mulanya, Warung Sehat 1000 Kebun berisikan para anggota Komunitas 1000 Kebun yang menjual produk mereka sendiri di Warung Sehat 1000 Kebun dan tidak berorientasi pada profit. Namun seiring berjalannya waktu, terjadi perubahan pengelolaan sehingga Warung Sehat 1000 Kebun mulai memperhatikan target penjualan. Tidak hanya bergerak secara ekonomi, Warung Sehat 1000 Kebun berusaha menjadi *knowledge center, community center, dan information center* mengenai gaya hidup sehat.

Warung Sehat 1000 Kebun melibatkan pemberdayaan masyarakat, kolaborasi dengan organisasi non-pemerintah, serta kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan untuk membentuk jaringan dalam mencapai visi, misi, dan tujuan sosialnya. Keterlibatan pemangku kepentingan di Warung Sehat 1000 Kebun ini mencakup partisipasi masyarakat atau komunitas dalam inisiatif *sociopreneurship* Warung Sehat 1000 Kebun. Keterlibatan para pemangku kepentingan ini bersifat simbiotik, di mana semua pihak yang terlibat mendapat keuntungan dari keterlibatan mereka, baik dari segi pencapaian sosial maupun kepentingan bisnis. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Wahyono dkk. (2019), yang menemukan bahwa koneksi yang dibangun melalui kewirausahaan sosial dapat sangat bermanfaat bagi pertumbuhan komunitas dan berfungsi sebagai forum untuk berbagi pengalaman, khususnya bagi perusahaan komersial. (Gurrieri, 2013), meyakini bahwa pembangunan jaringan dapat menjadi peluang untuk menumbuhkan kinerja yang baik sebagai suatu unit. Warung Sehat 1000 Kebun menjalin kemitraan dengan petani lokal untuk memastikan kontinuitas produknya. Petani lokal yang melakukan kerjasama dengan Warung Sehat 1000 Kebun harus memiliki visi yang sama yaitu menghasilkan pangan yang sehat untuk masyarakat dan membudidayakan komoditas pertaniannya tanpa bahan kimia sedikit pun. Warung Sehat 1000 Kebun hadir dengan konsepnya yaitu membuka ruang jual-beli yang interaktif bagi para petani lokal dengan konsumennya. Warung Sehat 1000 Kebun yang memiliki reputasi sebagai penyedia produk pertanian organik, membuat petani lokal yang bekerja sama dengan Warung Sehat 1000 Kebun dapat mengakses pasar dengan mudah dan mendapatkan keuntungan yang adil walaupun belum tersertifikasi organik. Untuk mempertahankan reputasinya, Warung Sehat 1000 Kebun melakukan identifikasi, menilai dan mengawasi petani lokal yang berperan sebagai *supplier* tersebut dalam melakukan budidaya yang harus sesuai prinsip organik.

Innovation

Warung Sehat 1000 Kebun menggunakan pendekatan *consultative selling* untuk kegiatan ekonomi serta dalam mencapai tujuan sosialnya. *Consultative selling* adalah pendekatan yang efektif dalam penjualan yang mengutamakan pemahaman kebutuhan pelanggan, memberikan solusi yang tepat, dan membangun hubungan yang baik. Dengan pendekatan ini, Warung Sehat 1000 Kebun dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan menciptakan nilai yang lebih besar bagi mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan keberhasilan penjualan. Pendekatan tersebut dilakukan dengan adanya grup pelanggan. Dalam grup pelanggan, tersebut terjadi interaksi antara pelanggan dengan pihak Warung Sehat 1000 Kebun. Melalui pendekatan *consultative selling*, Warung Sehat 1000 Kebun membangun hubungan yang erat dan personal dengan konsumennya. Dengan cara ini, Warung Sehat 1000 Kebun dapat lebih memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, menciptakan pengalaman yang lebih nyaman dan relevan bagi mereka. Menurut Cheng dkk. (2016), interaksi pelanggan, jaringan, dan promosi dari mulut ke mulut adalah tujuan utama pemasaran untuk usaha kecil dan menengah. Temuan penelitian ini mendukung pernyataan ini.

Economic Activity

Selain berfokus pada dampak sosial, Warung Sehat 1000 Kebun sebagai bentuk *sociopreneurship* selalu memastikan bahwa model bisnis yang diterapkan dapat menghasilkan pendapatan dan mempertahankan operasinya dalam jangka panjang. Pendapatan yang diperoleh dari Warung Sehat 1000 Kebun berasal dari aktivitas ekonomi yang dilakukannya. Warung Sehat 1000 Kebun menjual barang pertanian organik contohnya sayuran, buah-buahan, dan rempah-rempah. Selain itu, Warung Sehat 1000 Kebun juga menjual produk pangan olahan dan alat pertanian.

Kinerja Warung Sehat 1000 Kebun

Kinerja Ekonomi

G4-EC1 Nilai Ekonomi Langsung yang Dihasilkan

Pendapatan yang diperoleh dari Warung Sehat 1000 Kebun berasal dari aktivitas ekonomi yang dilakukannya yaitu penjualan barang pertanian organik contohnya sayuran, buah-buahan, dan rempah-rempah. Selain itu, Warung Sehat 1000 Kebun juga menjual produk pangan olahan dan alat pertanian seperti keranjang takakura, loseda (lodong sesa dapur), *compost bag*, dan instalasi biopori. Warung Sehat 1000 Kebun mendapatkan *supply* dari petani lokal dengan sistem titip jual. Warung Sehat 1000 Kebun tidak mendapatkan nilai ekonomi secara langsung dari kegiatan sosialnya. Hal ini karena kegiatan sosial seperti workshop dan edukasi yang dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun tidak dipungut biaya. Dengan adanya kegiatan sosial yang dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun membantu Warung Sehat 1000 Kebun dalam segi pemasaran. Hal ini membuat Warung Sehat 1000 Kebun meningkatkan *brand awareness* sebagai penyedia pangan sehat terhadap konsumen.

G4-EC4 Bantuan Finansial yang Diperoleh dari Pemerintah

Selama ini, Warung Sehat 1000 Kebun tidak pernah mendapatkan bantuan secara finansial dari pemerintah. Warung Sehat 1000 Kebun masih bisa berjalan tanpa adanya bantuan finansial dari pemerintah. Modal secara finansial yang digunakan oleh Warung Sehat 1000 Kebun berasal dari dana pribadi Kepala Warung Sehat 1000 Kebun. Temuan penelitian ini sesuai dengan hasil yang diperoleh Maulinda (2018), yang menemukan bahwa *sociopreneurship* Agridaya menggunakan modal yang berasal dari tabungan pribadi pendiri Agridaya dalam memulai usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa suatu *sociopreneurship* masih dapat meraih keuntungan untuk operasional usahanya dan modal untuk melakukan kegiatan sosialnya dari kegiatan ekonomi yang dilakukannya.

G4-EC6 Proporsi Manajemen yang Berasal dari Masyarakat Lokal

Manajemen operasional Warung Sehat 1000 Kebun diawasi langsung oleh Pak Ali Abdullah sebagai Kepala, yang bertanggung jawab atas keseluruhan pengelolaan *sociopreneurship* Warung Sehat 1000 Kebun. Dalam melaksanakan tugasnya, Pak Ali dibantu oleh tiga orang karyawan yang memainkan peran penting dalam mendukung operasional harian. Terbentuknya Warung Sehat 1000 Kebun membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal. Hal ini mendukung penelitian menurut Maulinda (2018), *sociopreneurship* salah satunya dianalisis berdasarkan hasil dan dampak sosial yang dapat diidentifikasi dengan penciptaan lapangan kerja. Ketiga karyawan Warung Sehat 1000 Kebun adalah masyarakat lokal yang berdomisili di Kota Bandung dan tinggal tidak jauh dari lokasi Warung Sehat 1000 Kebun, sehingga mereka memiliki pemahaman yang mendalam tentang lingkungan sekitar dan kebutuhan lokal. Kedekatan tempat tinggal mereka dengan lokasi kerja tidak hanya mempermudah koordinasi dan responsivitas, tetapi juga menciptakan hubungan yang erat dan sinergi yang baik antara Warung Sehat 1000 Kebun dan komunitas setempat. Dengan ini, Warung Sehat 1000 Kebun dapat menjalankan operasionalnya dengan efisien dan terus tumbuh secara berkelanjutan.

“Domisili karyawan/staff kita masih orang sekitar sini sih. Ada yang dari ujung berung, antapani, masih sekitaran Bandung.”¹

G4-EC9 Pembelian Input dari Pemasok Lokal

Pembelian input produk yang dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun berasal dari petani lokal. Untuk produk sayur dan buah organik, mayoritas berasal dari petani di daerah Kota Bandung. Salah satu petani lokal tersebut memiliki lahan di daerah Ujung Berung Kota Bandung. Model *sociopreneurship* yang dilakukan adalah dengan membangun kerjasama yang dilakukan antara Warung Sehat 1000 Kebun dengan petani lokal ini adalah titip jual. Model titip jual ini merupakan strategi penjualan yang memungkinkan Warung Sehat 1000 Kebun untuk memesan produk dari petani lokal tanpa harus membayar secara tunai. Dalam model ini, Warung Sehat 1000 Kebun akan memesan produk yang mereka butuhkan dan kemudian menunggu sampai produk tersebut terjual di pasaran. Model *sociopreneurship* berikut mengidentifikasi partisipasi serta struktur yang

¹ Wawancara dengan Kepala Warung Sehat 1000 Kebun, pada 08 Mei 2024

menawarkan solusi inovatif agar petani lokal mendapatkan pangsa pasar tanpa harus mengeluarkan modal lebih.

“Saya tidak keberatan dengan sistem titip-jual dan retur karena memang hasil tani yang saya hasilkan standarnya belum setinggi yang ada di supermarket, dan harga yang diberikan Warung Sehat 1000 Kebun setimpal dan sistem titip-jual ini win-win solution bagi saya dan Warung Sehat 1000 Kebun. Biasanya retur yang saya dapat dari Warung Sehat 1000 Kebun saya coba jual ke warung-warung jika tidak laku baru menjadi konsumsi pribadi atau dijadikan pupuk kompos untuk keperluan bertani.”²

Kinerja Sosial

G4-LA9 Pelatihan Bagi Karyawan Untuk Meningkatkan Skill

Warung Sehat 1000 Kebun menyediakan pelatihan bagi karyawannya secara insidental, tidak dengan jadwal rutin, tetapi berdasarkan kebutuhan spesifik Warung Sehat 1000 Kebun yang muncul dari waktu ke waktu. Pendekatan ini memungkingkan Warung Sehat 1000 Kebun untuk memberikan pelatihan yang lebih relevan dan tepat sasaran sesuai

dengan dinamika bisnis dan perkembangan *sociopreneurship*. Hal berikut sesuai pada temuan Fatimah et al. (2020) yang menyebhi kebutuhan pelatihan organisasi ditetapkan berasaskan strategi organisasi, sumber daya yang tersedia (anggaran, waktu, dan sumber daya manusia), serta sokongan manajemen.

Selain pelatihan formal, Warung Sehat 1000 Kebun juga mendorong peningkatan keterampilan karyawan melalui berbagai metode lain, seperti seminar dan webinar yang disesuaikan dengan topik terkini. Karyawan juga didorong untuk memanfaatkan video edukasi yang tersedia di platform YouTube sebagai sumber pembelajaran mandiri. Selain itu, Warung Sehat 1000 Kebun rutin mengadakan *sharing session*, di mana karyawan dapat berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka satu sama lain, sehingga tercipta lingkungan belajar yang kolaboratif serta saling mendukung. Dengan kombinasi berbagai metode pelatihan ini, Warung Sehat 1000 Kebun memastikan bahwa karyawannya terus berkembang dan memiliki keterampilan yang relevan untuk mendukung pertumbuhan Warung Sehat 1000 Kebun.

“Kadang-kadang ada. Kalau ada acara apa, itu kita bayarin, mereka kita kirim ke sana. Kalau memang bentuk pelatihannya sesuai dengan kebutuhan warung. Kalau nggak ya kita biasanya sharing bersama aja. Kita sharing, jadi mana yang sudah baik, mana yang kurang baik, kita sama-sama kita perbaiki. Bentuk pelatihannya kebanyakannya sih sekarang gampang nih dari YouTube, dari YouTube gampang jadi nggak harus terlalu dari webinar juga.”

G4-SO1 Kegiatan Perusahaan Dengan Pelibatan Masyarakat Lokal, Asesmen Dampak, dan Program Pengembangan yang Diterapkan

Warung Sehat 1000 Kebun melibatkan petani lokal dalam pengadaan produknya. Warung Sehat 1000 Kebun membuka peluang pasar bagi petani lokal yang kesulitan menjangkau konsumen. Menurut Kepala Warung Sehat 1000 Kebun, pertanian organik memiliki peluang yang terus meningkat, terutama dalam konteks retail modern, namun petani organik lokal biasanya kesulitan untuk menjangkau retail modern. Warung Sehat 1000 Kebun memberikan solusi dengan membuka peluang pasar untuk petani lokal dengan cara bermitra/kerja sama. Warung Sehat 1000 Kebun juga memastikan bahwa, petani lokal akan mendapatkan keuntungan yang adil.

“Melalui sharing dan edukasi mengenai urban farming untuk masyarakat mendapatkan pangan sehat dari kebun rumah sendiri. Dari situ banyak sekali orang yang nyoba jadi petani dan menghasilkan/panen, tapi repot untuk menjualnya ya. Udah bikin ini itu, tapi dia nggak bisa masuk retail modern ya. Karena retail modern persyaratannya kan ketat dan sistemnya engga fair ya buat petani. Nah makanya kita bikin Warung Sehat 1000 Kebun itu.”³

² Wawancara dengan *Supplier* (Petani Lokal) Warung Sehat 1000 Kebun, pada 28 Juli 2024

³ Wawancara dengan Kepala Warung Sehat 1000 Kebun, pada 08 Mei 2024

Warung Sehat 1000 Kebun secara rutin mengadakan kegiatan sosial berupa edukasi mengenai isu-isu lingkungan di wilayah Kota Bandung. Namun, penyebaran informasi mengenai kegiatan tersebut belum optimal sehingga belum banyak menjangkau masyarakat di sekitar daerah tersebut. Akibatnya, beberapa masyarakat belum mengetahui bahwa Warung Sehat 1000 Kebun bukan sekadar bisnis biasa melainkan bentuk *sociopreneurship* yang berfokus pada isu sosial dan lingkungan.

“Saya belum tahu sih kalau warung melakukan kegiatan sosial, saya cuma beli aja di warung dan beberapa kali kegiatan dengan Pak Ali bersama bapak-bapak dan ibu-ibu yang lainnya seperti sharing mengenai hidup sehat sih banyaknya, namun saya tidak tahu kalau itu kegiatan sosial yang dilakukan warung atau bukan.”⁴

Program sosial yang saat ini dilakukan Warung Sehat 1000 Kebun dengan melibatkan masyarakat lokal adalah edukasi pilah dan olah sampah. Pada awal tahun 2024, program edukasi pilah dan olah sampah telah dilakukan dengan dukungan Bank Sampah Great Bandung, di gedung pertemuan Bumi Silih Asih Jl. Moch. Ramdan Kota Bandung yang melibatkan masyarakat lokal.



Sumber: Instagram @warung1000kebun (2024)

Untuk saat ini, belum ada asesmen untuk mengukur dampak sosial yang dilakukan oleh Warung Sehat 1000 Kebun. Temuan ini sejalan dengan penelitian Safa'at (2014), dibutuhkan adanya alat ukur dampak sosial yang saat sekarang masih pada tahapan perumusan pada suatu *sociopreneurship*. Alat ukur pengaruh sosial ialah salah satu alat dalam mengevaluasi kemampuan pengembangan *sociopreneurship*. Bertambah besar pengaruh yang didapatkan pada masyarakat maka bertambah baik perkembangan pengimplementasian. Walaupun program sosial Warung Sehat 1000 Kebun belum dilakukan pengembangan secara teknis pelaksanaannya, namun Warung Sehat 1000 Kebun memiliki rencana untuk memperluas jangkauan dalam pelibatan masyarakat lokal sehingga dampak yang dihasilkan akan semakin meluas.

Kinerja Lingkungan

G4-EN2 Material Bahan Daur Ulang yang Digunakan

Dalam kegiatan operasionalnya, Warung Sehat 1000 Kebun masih menggunakan material non-organik seperti botol plastik dan bahan kaca, yang umumnya dipilih untuk keperluan pengemasan produk. Botol plastik dan bahan kaca ini dipilih karena kemampuannya dalam melindungi produk dari kerusakan, menjaga kesegaran, serta memberikan tampilan yang menarik dan profesional. Material tersebut juga menawarkan kemudahan dalam penyimpanan dan distribusi, serta menyakinkan barang datang ke tangan pelanggan pada kondisi optimal. Dengan memilih material non-organik yang sesuai, Warung Sehat 1000 Kebun dapat memastikan mutu serta keamanan barang tetap terjaga, sambil memenuhi kebutuhan fungsional dan estetika dalam proses pengemasan. Walaupun Warung Sehat 1000 Kebun masih menggunakan material non-organik dalam pengemasan produknya, Warung Sehat 1000 Kebun bertanggung jawab untuk meminimalisir sampah yang dihasilkan dari aktivitas ekonominya. Hal ini melalui, kerjasama yang dilakukan dengan Salman Environmental Rangers, sebuah komunitas yang fokus pada pelestarian lingkungan, untuk mendaur ulang sampah plastik dan mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Sebagai bagian dari komitmennya terhadap keberlanjutan, pada 2024 Warung Sehat 1000 Kebun berperan sebagai drop point untuk sedekah wadah kurban dalam kegiatan GRADASI (Gerakan Sedekah Sampah Indonesia). Melalui inisiatif ini, Warung Sehat 1000 Kebun tidak hanya mendukung program daur ulang plastik, tetapi juga berkontribusi pada upaya sosial dan lingkungan

⁴ Wawancara dengan Masyarakat Arcamanik (sekitar lokasi Warung Sehat 1000 Kebun) Kota Bandung, pada 24 Juli 2024

dengan menyediakan tempat pengumpulan wadah plastik yang akan didaur ulang. Kerja sama ini mencerminkan dedikasi Warung Sehat 1000 Kebun dalam menjalankan tanggung jawab dan berpartisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan serta kegiatan kemanusiaan.

G4-EN27 Inisiatif untuk Mengurangi Dampak Buruk pada Lingkungan yang Diakibatkan oleh Produk dan Jasa

Warung Sehat 1000 Kebun berfokus pada upaya proaktif untuk mendukung masyarakat dengan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya hidup sehat dan menjaga lingkungan. Warung Sehat 1000 Kebun secara aktif menyelenggarakan *sharing session* serta program edukasi untuk mengedukasi masyarakat mengenai praktik-praktik ramah lingkungan serta gaya hidup sehat. Melalui inisiatif ini, Warung Sehat 1000 Kebun tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kualitas lingkungan sekitar, tetapi juga memperkuat hubungan yang positif dengan komunitas dan menunjukkan komitmennya terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Akibat isu kebakarannya TPA Sarimukti, Warung Sehat 1000 Kebun sedang gencar mengadakan edukasi dan program pilah dan olah sampah, sehingga diharapkan masyarakat sekitar Warung Sehat 1000 Kebun dapat mempraktikkan untuk mengolah sampah rumah tangga di rumahnya masing-masing. Dengan adanya program sosial ini, Warung Sehat 1000 Kebun membantu masalah lingkungan dan mengurangi dampak kerusakan terhadap lingkungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Sofia (2017), *sociopreneurship Zero Waste Indonesia* sukses menumbuhkan kepedulian serta kesadaran warga dalam mengelola serta menentukan sampah di rumah tangga, serta menghilangkan pengaruh kerusakan lingkungan karena sampah plastik terpenting dalam wilayah Depok yang selama ini jadi sebuah masalah. Hal tersebut juga menunjukkan adanya kesamaan antara *sociopreneurship* Warung Sehat 1000 Kebun dan Zero Waste Indonesia dalam hal memiliki kepedulian sosial dan lingkungan yang tinggi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan penelitian yang dilaksanakan di Warung Sehat 1000 Kebun, menurut item-item indikator *Global Reporting Initiative* (GRI) yang mengungkapkan kinerja ekonomi, social, dan lingkungan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kinerja ekonomi Warung Sehat 1000 Kebun menunjukkan bahwa Warung Sehat 1000 Kebun selaku suatu *sociopreneurship* masih dapat meraih keuntungan untuk operasional usahanya dan modal untuk melakukan kegiatan sosialnya dari aktivitas ekonomi yang dilakukannya. Pendapatan yang diperoleh dari Warung Sehat 1000 Kebun berasal dari penjualan produk pertanian organik. Warung Sehat 1000 Kebun tidak mendapatkan nilai ekonomi secara langsung dari kegiatan sosial yang dilakukannya.
2. Kinerja sosial Warung Sehat 1000 Kebun menciptakan dan menyerap tenaga kerja lokal yang dibuktikan dengan domisili karyawan berasal di Kota Bandung, membantu petani organik lokal yang kesulitan mengakses pasar organik, dan melibatkan masyarakat lokal dalam berbagai kegiatan sosial untuk membangun *brand awareness* terhadap produk pertanian organik yang terjangkau. Namun, belum semua masyarakat luas mengetahui bahwa Warung Sehat 1000 Kebun ialah bagian *sociopreneurship* yang melakukan kegiatan sosial yang bisa diikuti oleh masyarakat luas.
3. Kinerja lingkungan Warung Sehat 1000 Kebun menunjukkan bahwa pada tahun 2023 hingga kini Warung Sehat 1000 Kebun gencar mengadakan edukasi dan program mengenai pilah dan olah sampah untuk berkontribusi dalam meminimalisir permasalahan yang ditimbulkan akibat terbakarnya Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Sarimukti Kota Bandung. Warung Sehat 1000 Kebun juga mengikuti Kerjasama dengan komunitas yang fokus pada pelestarian lingkungan melalui Gerakan Sedekah Sampah Indonesia (GRADASI) sebagai bentuk tanggung jawab dan berpartisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan.

Penelitian ini hanya menganalisis kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan serta lingkup kegiatan dari *social entrepreneurship* berdasarkan empat elemen *social entrepreneurship* (*social value, civil society, innovation, serta economic activity*). Untuk penelitian selanjutnya dapat menganalisis strategi yang sesuai untuk memaksimalkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan *sociopreneurship* dengan metode analisis seperti SWOT, QSPM, dan lain sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- British Council. (2018). *Developing an Inclusive and Creative Economy The State of Social Enterprise in Indonesia*. 101. file:///C:/Users/user/Downloads/the_state_of_social_enterprise_in_indonesia_british_council_web_final.pdf
- Cheng, R., Lourenço, F., & Resnick, S. (2016). Educating graduates for marketing in SMEs: An update for the traditional marketing curriculum. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23, 495–513. <https://doi.org/10.1108/JSBED-09-2014-0153>
- Collin, S. M. H. (2004). *Dictionary of Accounting*. Bloomsbury. <https://books.google.co.id/books?id=CpojGwAACAAJ>
- Febria Karmen, R. (2023). Analisis Resiko Bencana Akibat Musim Kemarau Berkepanjangan Di Jawa Timur. *Prosiding Seminar Nasional*, 947–957.
- Gurrieri, A. R. (2013). Networking entrepreneurs. *The Journal of Socio-Economics*, 47, 193–204. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.socec.2013.09.007>
- Hamakonda, U. A., & Maria Clara Mau. (2023). Prospek Pertanian Organik Sebagai Salah Satu Konsep. *Jurnal Pertanian Unggul*, 2(1), 28–39.
- Haniyah, D. N., Djuwendah, E., Judawinata, M. G., & Sadeli, A. H. (2022). Usaha Pertanian Organik Berbasis Csa (Community Supported Agriculture) (Studi Kasus Di “Seni Tani”, Kota Bandung, Indonesia). *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(2), 962. <https://doi.org/10.25157/ma.v8i2.7518>
- Maulinda, K. (2018). Proses Pengembangan Social Enterprise Agriculture: Studi Biografi Pada Agradaya. *Jurnal Studi Pemuda*, 7(2), 133. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.40114>
- Mutiarasari, A. (2018). Peran Entrepreneur Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran. *Dinar: Jurnal Prodi Ekonomi Syari'ah*, 1(2), 51–75. <http://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/dinar/article/download/83/90>
- Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia Dan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Masyarakat Dan Budaya*, 1(2), 1–6. <http://www.journal.unipdu.ac.id/index.php/seminas/article/view/198>
- Naskah Akademik Rancangan Undang-Undang tentang Kewirausahaan Nasional (RUU tentang Kewirausahaan Nasional), (2022). <https://berkas.dpr.go.id/puuekkukesra/na/file/na-153.pdf>
- Reganold, J. P., & Wachter, J. M. (2016). Organic agriculture in the twenty-first century. *Nature Plants*, 2(2), 15221. <https://doi.org/10.1038/nplants.2015.221>
- Tenrinippi, A. (2019). Kewirausahaan Sosial di Indonesia (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana). *Meraja Journal*, 2(3), 25–40.
- Wahyono, E., Kolopaking, L. M., Sumarti M. C., T., & Vitayala S. Hubeis, A. (2019). Jaringan Digital dan Pengembangan Kewirausahaan Sosial Buruh Migran Perempuan. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 16(1), 57–76. <https://doi.org/10.24002/jik.v16i1.1837>
- Winursita, W., & Johan, R. C. (2024). Strategi Literasi Sampah dalam Penanggulangan Masa Tanggap Darurat Sampah. *Jurnal Kesehatan Lingkungan Indonesia*, 23(2), 249–256. <https://doi.org/10.14710/jkli.23.2.249-256>