

- **Ratna Istriyani**

Kontribusi Pemuda dalam Menjawab Permasalahan Sosial Ekonomi Pascabencana

ABSTRAK

Bencana merupakan masalah serius sebab tidak hanya berdampak pada kerusakan fisik melainkan juga aset produktif atau sumber daya alam yang kemudian mempengaruhi aspek sosial ekonomi masyarakat. Krisis tersebut tidak cukup hanya diatasi dengan upaya pragmatis yaitu distribusi bantuan. Namun, butuh upaya solutif untuk mengatasi kevakuman aktivitas produktif masyarakat korban bencana. Salah satunya adalah mekanisme kewirausahaan sosial dengan didorong oleh aktor yang inovatif dalam meramu ide sesuai dengan masalah yang terjadi dan kapasitas lokal yang dapat diberdayakan. Pemuda dalam hal ini merupakan aktor potensial dan kreatif yang mampu menjawab kompleksitas masalah tersebut melalui *social entrepreneurship*. Hal itu tercermin dalam pengelolaan daerah terdampak bencana menjadi destinasi wisata di Umbulharjo Cangkringan yang kemudian dinamakan dengan wisata Volcano Tour.

Tim Volcano Tour adalah organisasi yang bergerak pada pengelolaan daerah terdampak bencana menjadi wisata. Tim tersebut diinisiasi dan dirintis oleh tokoh muda lokal, dengan melibatkan masyarakat lokal (korban bencana) agar dapat merasakan manfaat sosial maupun ekonomi. Dengan demikian, tokoh muda dalam hal ini berposisi sebagai *social entrepreneur*. Secara ekonomi, pengelolaan wisata erupsi menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat lokal. Secara sosial, pengelolaan wisata erupsi melalui Tim Volcano Tour mampu menjamin pemerataan akses ekonomi, mereduksi gesekan sosial yang sempat muncul, menciptakan kohesi sosial, dan perubahan *mindset*.

Kata kunci: *social entrepreneurship, pemuda, dan volcano tour.*

ABSTRACT

A disaster is a serious problem because not only affects physical damage but also productive assets or resources that influence social and economic aspects. The crisis was certainly not enough to just overcome with pragmatic action such as logistic distribution. However, it needs an effort to overcome the vacuum productive activities. One of solution is the social entrepreneurship mechanism that driven by an innovative actor in concocting the idea according to the problem and empowering local capacity. Youth in this case is the potential and creative actors who able to overcome the complexity of the problems through social entrepreneurship. This was reflected in the management of the area affected by the disaster became a tourist destination in Umbulharjo Cangkringan which was later renamed to Volcano Tour.

Volcano Tour Team is organization that engaged in management disaster affected areas into tourist. The team initiated and pioneered by local youth leaders who are members, involving local people (victims) in order to get the social and economic benefits. Thus, local youth leaders in this regard are in a position as a social entrepreneur. Economically, tourism management erupted into a source of income for local communities. Socially, management through Volcano Tour team able to guarantee

equality of economic access, reduce social friction that could arise, creating social cohesion, and a mindset change.

Keywords: social entrepreneurship, youth, and volcano tour.

PENDAHULUAN

Sebagai negara berkembang, Indonesia selalu dihadapkan pada permasalahan sosial ekonomi yang kompleks. Salah satunya adalah bencana alam yang seolah telah menjadi langganan tiap tahunnya. Hal itu dapat dilihat dari letak geologis yang kemudian menyebabkan Indonesia termasuk dalam kategori negara rawan bencana atau *high hazard potency* (Anonim, 2016).

Salah satu hal penting yang menjadi perhatian dalam konteks bencana alam adalah bahwa bencana tidak hanya menyisakan masalah jangka pendek (*short term effect*) melainkan juga masalah jangka panjang (*long term effect*), yaitu masalah keberlanjutan sosial ekonomi masyarakat. Hal itu mengingat bahwa masyarakat korban bencana sering dihadapkan pada masalah tentang rusak atau bahkan hilangnya sumber mata pencaharian. Dengan demikian tidak heran jika bencana sering menjadi ancaman terhadap munculnya kemiskinan, sebab salah satu penyebab kemiskinan adalah tidak tersedianya sumber daya (terutama alam) yang menjadi tumpuan aktivitas konsumsi maupun produksi dan menentukan kesejahteraan masyarakat dalam jangka panjang (Effendi, 1995: 249-250). Dengan demikian, perlu adanya akses terhadap alternatif ekonomi bagi masyarakat.

Merujuk pada pemaparan tersebut, permasalahan sosial ekonomi dalam hal ini tidak bisa dijawab hanya dengan pendekatan pragmatis, yaitu

dengan memberikan bantuan finansial atau upaya tanggap darurat seperti yang selama ini dilakukan. Namun, bersamaan dengan itu, langkah atau solusi apa yang dapat ditempuh untuk menggerakkan sektor ekonomi masyarakat dengan memanfaatkan potensi-potensi yang ada dan tanpa mengabaikan nilai-nilai lokal. Permasalahan itu sekiranya bisa didekati atau dijawab dengan konsep kewirausahaan (*entrepreneurship*). Namun, tentu saja kewirausahaan dalam hal ini tidak dapat menggunakan terminologi kewirausahaan bisnis (*business entrepreneurship*), yang mana aktivitas ekonomi dimaknai sebagai aktivitas yang berorientasi pada keuntungan atau profit. Melainkan perlu mempertimbangkan atau menggunakan konsep kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) yang memaknai aktivitas ekonomi tidak hanya sebagai metode atau sarana untuk memperoleh profit tetapi juga mencapai misi sosial (Leod dalam Mair dkk., 2006: 62). Misi sosial dimaknai dengan dorongan etika dan tujuan untuk mengentaskan masyarakat dari masalah-masalah sosial yang mendera seperti hambatan atau keterbatasan akses sosial, ekonomi, politik, maupun budaya.

Aktivitas pengelolaan wisata oleh Tim Volcano Tour di Umbulharjo Cangkringan pascaerupsi Merapi tahun 2010 merupakan realitas yang tidak hanya dapat dilihat dari perspektif kepariwisataan, dengan memfokuskan perhatian pada daerah bencana sebagai

objek daya tarik wisata dan manajemen wisata. Lebih dari itu, Volcano Tour merupakan aktivitas ekonomi alternatif sebab permasalahan krusial pascabencana waktu itu adalah rusak dan hilangnya sumber daya alam yang menjadi tumpuan ekonomi mayoritas masyarakat.

Wisata Volcano Tour itu sendiri merupakan aktivitas pengelolaan yang diorganisir oleh Tim Volcano Tour, yang mana pengurus dan anggotanya merupakan masyarakat lokal yang menyanggah status sebagai korban bencana. Pencetus dan penggerak dari ide Volcano Tour tersebut adalah tokoh pemuda desa yang mencoba mengaplikasikan konsep kewirausahaan dengan tujuan membuka dan memberikan akses ekonomi kepada para korban bencana, sehingga masyarakat tidak pasif dan vakum dalam kondisi krisis. Dengan demikian, Volcano Tour dapat dikatakan sebagai manifestasi dari kewirausahaan sosial yang implementasinya ditentukan atau dipengaruhi oleh hadirnya tokoh pemuda sebagai promotor. Realitas ini penting untuk dikaji. Pemuda selalu hadir menjadi sumber daya potensial sebab dianggap memiliki akses pengetahuan serta informasi yang lebih luas serta fisik yang lebih kuat dibandingkan kelompok masyarakat lain (Asriani dan Puspitasari dalam Azca.et.al, 2011: 134). Dengan demikian, pemuda dalam hal ini berada pada posisi penting dalam ranah *social entrepreneurship*.

Berdasar pada latar belakang tersebut, tulisan ini mencoba memberikan pemaparan bagaimana mekanisme *social entrepreneurship* yang diimplementasikan oleh Tim

Volcano Tour menjawab permasalahan sosial ekonomi pascabencana erupsi. Kemudian perlu dipaparkan pula seperti peran serta atau posisi pemuda dalam aktivitas kewirausahaan sosial tersebut.

LANDASAN TEORITIK

• Kerangka Konseptual *Social Entrepreneurship*

Kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*) berbeda dengan kewirausahaan bisnis (*business entrepreneurship*). Adapun perbedaan itu terletak pada, *pertama*: etika atau misi sosial untuk mengentaskan masyarakat lokal dari masalah sosial (Bornstein, 2006: 279-280), *kedua*: pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) dalam perintisan usaha sosial (Leod dalam Mair.et.al, 2006: 62).

Social entrepreneurship dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu *Non-Profit with Earned Income Strategies* dan *For Profit with Mission-Driven Strategies*. Keduanya sama-sama mencangkokkan metode pengelolaan kewirausahaan secara sosial maupun komersial. Karakteristik khusus, *Non-Profit with Earned Income Strategies* tidak begitu fokus pada keuntungan. Sedangkan *For Profit with Mission-Driven Strategies* cenderung berorientasi pada pendapatan dan keuntungan secara kontinyu sebab keuntungan itu merupakan modal ekonomi yang digunakan untuk menggerakkan usaha sosial (*social enterprise*). *Social entrepreneurship* dengan tipe *For Profit with Mission-Driven Strategies* berorientasi pada tujuan sosial jangka panjang atau keberlanjutan (Saifan, 2012).

Social entrepreneurship dalam hal ini ditentukan oleh eksistensi perintis atau insiator (Bornstein, 2006: 107). Inisiator atau *changes maker* yang kemudian didefinisikan sebagai *social entrepreneur*

adalah individu atau kelompok yang tidak harus secara formal belajar tentang *social entrepreneurship* tetapi secara dasar tahu latar belakang dari munculnya masalah sosial pada suatu masyarakat dan sistem apa yang dapat memberikan perubahan progresif bagi masyarakat (Bornstein, 2010: 125). Secara spesifik *social entrepreneur* disyaratkan mampu mengkonsep ide kewirausahaan, memiliki kecerdasan membangun kapasitas dan kemampuan mendemonstrasikan secara konkret ide serta prakiraan dampak sosial dari kewirausahaan yang dijalankan (Perrini dan Vurro dalam Mair.et.al, 2006: 69). *Social entrepreneur* juga berperan dalam membentuk *mindset* baru terkait kapasitas dan kompetensi yang dimiliki oleh masyarakat. Artinya inisiator berperan dalam membangun optimisme di tengah krisis yang melanda (Bornstein, 2010: 76). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *social entrepreneur* terikat dalam proses inovasi, adaptasi, dan pembelajaran (Cho dalam Mair.et.al, 2006: 35).

Rancangan *social entrepreneurship* hampir sama dengan *business entrepreneurship*. Namun, terdapat perbedaan pada hal-hal atau faktor yang mendorong munculnya inovasi atau ide usaha. Selain peluang dan kemampuan memanfaatkan peluang, kewirausahaan sosial dilatarbelakangi oleh faktor krisis dan visi untuk mengatasi krisis. Visi menjadi acuan untuk melakukan langkah konkret dalam membuat model usaha yang inovatif. Model usaha tentu disesuaikan dengan kebutuhan dan kapasitas masyarakat yang dilibatkan. Usaha sosial pada dasarnya adalah untuk mencapai *social outcome*, dan untuk jangka panjangnya yaitu menciptakan transformasi sosial.

- **Kajian tentang Kaum Muda**

Sejarah politik Indonesia sejak zaman pra-kemerdekaan hingga pasca-kemerdekaan membuktikan bahwa kaum muda merupakan kelompok yang layak untuk diperhitungkan dalam proses sosial dan perubahan bangsa ini. Realitas tersebut menunjukkan bahwa kaum muda bukanlah obyek pasif yang dianggap lebih banyak menyumbangkan problem sosial tetapi subyek yang aktif yang memiliki segenap potensi. Oleh karena itu, pendekatan aktif diperlukan untuk menjelaskan bahwa kaum muda merupakan aktor aktif yang mampu menjadi *leader* bagi aspek perubahan sosial dan berbagai peluang dan tantangan yang ada (Hall, Coffey dan Willian dalam Margono, 2011: 7).

Potensi kaum muda dalam hal ini tentu saja tidak terbatas pada aspek politik melainkan juga aspek-aspek lain yang dapat menjadi ruang eksistensi mereka. Berbagai permasalahan sosial sesungguhnya memerlukan sentuhan kaum muda, sebab mereka memiliki energi dan potensi untuk menjawab permasalahan tersebut secara lebih dinamis. Potensi tersebut tercermin dari karakteristik kaum muda yang dijabarkan oleh Taufik Abdullah dalam beberapa sisi (dalam Satries, 2009) yaitu 1) kemurnian idealisme, 2) keberanian dan keterbukaannya dalam menyerap nilai-nilai dan gagasan-gagasan baru, 3) semangat pengabdian, 4) spontanitas, 5) inovatif dan kreatif, 6) kehendak untuk segera mewujudkan gagasan-gagasan baru, 7) kehendak untuk menampilkan sikap dan kepribadiannya yang mandiri, 8) masih langkanya pengalaman-pengalaman yang dapat merelevansikan pendapat, sikap, dan tindakannya dengan kondisi sosial. Singkatnya pemuda adalah sosok yang membawa potensi karena dianggap memiliki akses pengetahuan serta informasi yang lebih luas serta fisik yang lebih kuat

dibandingkan kelompok masyarakat lain (Asriani dan Puspitasari dalam Azca.et.al, 2011: 134). Dengan demikian, tulisan ini hendak memberikan ulasan mengenai aspek kepemudaan yang dielaborasi dengan uraian mengenai *social entrepreneurship* yang termanifestasi dalam pengelolaan wisata Volcano Tour. Mengingat ketokohan dan gerak kaum muda tercermin dalam upaya perintisan dan pengelolaan wisata Volcano Tour tersebut.

STUDI TENTANG TIM VOLCANO TOUR

• Kekuatan Gagasan Tokoh Muda¹

Volcano Tour merupakan wisata yang berjalan di lahan terdampak bencana erupsi yang terjadi tahun 2010. Komoditas utamanya tentu saja atraksi sisa bencana. Model wisata yang menyajikan atraksi mengerikan, kondisi mencekam, dan bencana dalam definisi Fooley (dalam International Journal of Tourism Research Vol.4 No.6 Tahun 2002) disebut sebagai *dark tourism*. Wisata Volcano Tour secara legal dikelola oleh Tim Volcano Tour beranggotakan masyarakat lokal yang menyandang status sebagai *korban langsung* bencana. Wisata tersebut menjadi tren wisata baru di Yogyakarta bahkan Indonesia, sebab tanpa dibayangkan sebelumnya bahwa daerah bencana memiliki potensi sebagai daerah tujuan wisata. Apalagi orang-orang yang terlibat di dalamnya adalah masyarakat lokal yang menyandang status sebagai korban bencana. Terlebih lagi mereka tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan tentang manajemen wisata meskipun Umbulharjo

sudah populer menjadi destinasi wisata pada tempo sebelumnya. Oleh karena itu, wisata Volcano Tour bukan hanya tren wisata bencana melainkan bentuk *empowerment* terhadap masyarakat yang kehilangan akses ekonomi akibat bencana.

Wisata Volcano Tour yang dikelola oleh Tim Volcano Tour merupakan manifestasi dari *social entrepreneurship* yang bertitik tolak dari gagasan khas di mana orientasinya berbeda dengan kewirausahaan pada umumnya. Gagasan merupakan poin utama yang menentukan langkah-langkah strategis dalam mengorganisir usaha sosial. Dengan kata lain, gagasan adalah pintu utama untuk menuju pemecahan masalah sosial. Kendati demikian, gagasan tidak akan memberikan implikasi apa pun apabila hanya berhenti dalam pikiran belaka. Gagasan harus dipromosikan secara aktif seperti yang ditegaskan oleh David Bornstein.

Gagasan seperti layaknya sebuah pertunjukan drama yang keberhasilannya membutuhkan seorang produser dan promotor yang baik. Jika tidak, drama tidak akan bergerak dari arus pinggir ke arus utama atau bahkan tidak dapat dipertunjukkan sama sekali, sehingga gagasan harus dipasarkan dengan mahir sebelum benar-benar mengubah pemahaman dan perilaku orang. (Bornstein, 2006: 107).

Merujuk pada pernyataan tersebut, gagasan memang dibutuhkan dalam menjawab tantangan sekaligus peluang. Tetapi gagasan juga dapat memberikan kontribusi secara nyata apabila muncul dari

¹ Korban langsung adalah istilah yang dipilih oleh penulis untuk menunjukkan masyarakat yang secara langsung menjadi korban dari bencana erupsi, yaitu mereka yang tidak hanya menderita secara psikologis melainkan juga secara materiil karena kehilangan aset dan faktor (modal) produksi seperti lahan pertanian, peternakan, dan sebagainya.

orang atau kelompok yang mahir dalam merealisasikannya. Orang yang memiliki gagasan dan kemampuan mendemonstrasikan gagasan dalam hal ini menduduki peran sebagai aktor yang juga dapat disebut sebagai *social entrepreneur*.

Gagasan mengenai wisata Volcano Tour pada konteks ini tidak dapat dipisahkan dari tokoh muda, sebab memang ide sekaligus konsep mengenai pengelolaan lokasi terdampak bencana menjadi wisata bersumber dari tokoh pemuda Umbulharjo. Aktor yang menggagas pengelolaan wisata bencana ini merupakan pengurus aktif organisasi Karang Taruna Desa Umbulharjo² yang ternyata dapat menangkap peluang di tengah-tengah krisis sosial ekonomi masyarakat pascabencana. Kemampuan tokoh pemuda desa dalam menangkap peluang dipengaruhi oleh pengalaman (*personal experience* maupun *previous experiences*). Salah satu yang paling mempengaruhi adalah pengalaman sebelumnya (*previous experiences*) yaitu ketika mengelola wisata Lava Tour yang muncul setelah erupsi tahun 2006 tetapi justru hancur setelah erupsi tahun 2010.

Dalam kewirausahaan, gagasan berkorelasi dengan inovasi. Inovasi itu sendiri memiliki definisi yang cukup kompleks setidaknya ada poin yang dapat membedakan istilah mengenai inovasi, antara lain sebagai berikut (Dhewanto, et. al, 2013: 9).

- a. Proses inovasi, berkaitan dengan cara menghasilkan produk atau solusi baru yang meliputi faktor teknis, sosial, dan ekonomi.
- b. Penciptaan produk, berkaitan dengan hasil atau *social outcome*.

- c. Penyebaran inovasi, berkaitan dengan bagaimana inovasi dapat digunakan secara luas.
- d. Nilai utama dari inovasi, berkaitan dengan seberapa besar nilai atau manfaat yang diciptakan dari suatu inovasi.

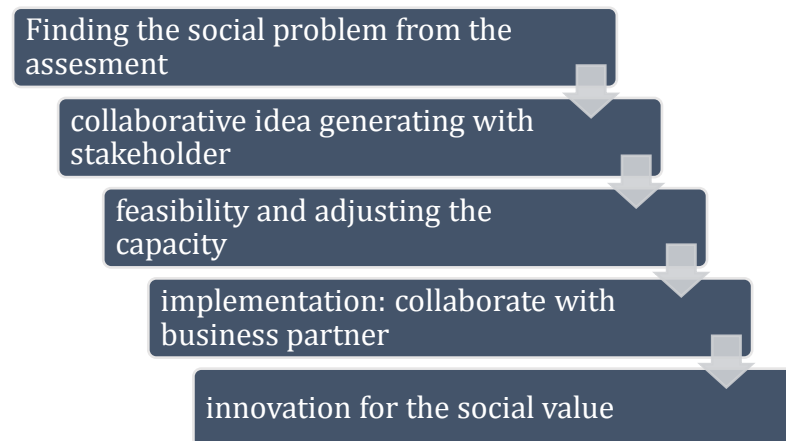
Berdasar pada definisi-definisi di atas, inovasi bukan hanya berkaitan dengan produk yang bisa dimanfaatkan atau dikonsumsi, melainkan juga proses. Demikian pula dengan inovasi sosial yang menjadi ciri khas dari *social entrepreneurship*. Inovasi sosial tidak hanya dalam definisi produk melainkan juga proses. Bedanya, menurut James Phill inovasi sosial berlatar dari masalah sosial yang membutuhkan solusi.

..A novel solution to a social problem that is more effective, efficient, sustainable, or just than existing solution and for which that value created accrues primarily to society as whole than private individual. (dalam Dhewanto, et. al, 2013: 9).

Secara lebih eksplisit, Stanford Graduate School of Business menetapkan inovasi sosial dalam pengertian proses. Inovasi sosial didefinisikan sebagai proses menemukan, menjamin dukungan, dan mengimplementasikan solusi baru yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat (Dhewanto, et. al, 2013: 10). Dengan demikian, inovasi sosial tidak muncul secara tiba-tiba tetapi didorong oleh serangkaian faktor dan melibatkan serangkaian tahapan. Adapun proses inovasi dapat digambarkan berikut (Tanimoto dan Prahalad dalam Dhewanto, et. al, 2013: 23).

² Disebut sebagai karang taruna Umbulharjo, yaitu organisasi pemuda tingkat kelurahan yang memiliki jaringan dengan organisasi-organisasi pemuda tingkat dusun atau pedukuhan.

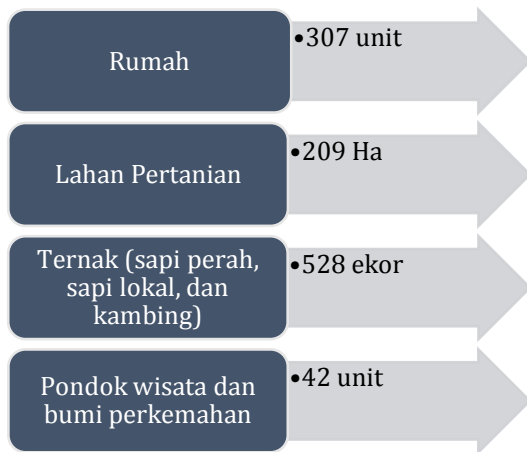
Gambar 1. Proses Inovasi Sosial



Seperti yang dipaparkan sebelumnya bahwa tokoh muda desa merupakan penggagas dari konsep pengelolaan Volcano Tour. Gagasan yang disampaikan oleh tokoh muda dalam hal ini dapat disebut sebagai inovasi sosial yang berusaha menangkap peluang kunjungan masyarakat luar Cangkringan dengan konsep wisata dengan tidak hanya berorientasi pada profit semata, melainkan juga meminimalisir masalah ekonomi yang dialami oleh masyarakat. Dengan demikian, pengelolaan wisata dilakukan dengan memberdayakan masyarakat lokal selaku korban langsung dari bencana. Langkah inovatif (inovasi sosial) yang dilakukan oleh tokoh muda dalam hal ini dapat dijabar menggunakan skema proses inovasi seperti di atas (lihat gambar 1).

a. Menemukan Masalah Sosial Pascabencana

Bencana erupsi memang bukan yang pertama kali terjadi di Umbulharjo, tetapi erupsi pada tahun 2010 merupakan bencana yang menyebabkan kerusakan cukup besar dibandingkan dengan bencana-bencana erupsi sebelumnya. Kerusakan material yang dialami masyarakat bahkan berdampak laten pada kelanjutan ekonomi, sebab masyarakat bukan hanya kehilangan tempat tinggal melainkan juga sarana produksi. Adapun data mengenai kerusakan aset produktif yang diderita masyarakat adalah sebagai berikut.



Keterangan:

Kerusakan untuk rumah, lahan pertanian, dan pondok wisata terdiri dari kategori rusak ringan, sedang, hingga berat.

Gambar 2. Dampak Kerusakan Akibat Erupsi Merapi

Sumber: data primer yang diolah

Merujuk pada data pada gambar 2, sektor pertanian dan peternakan menjadi perhatian karena mayoritas masyarakat masih bergantung pada sumber daya alam. Dengan demikian apabila sumber daya alam yang menjadi faktor ekonomi rusak karena bencana, maka masyarakat tidak memiliki aktivitas produksi. Hal itu kemudian berpengaruh pada sumber pendapatan atau *income*. Tidak adanya suplai sumber daya alam bagi aktivitas produksi maupun konsumsi masyarakat dapat berpotensi menimbulkan kemiskinan (Effendi, 1995: 249-250). Jadi, dalam hal ini masyarakat Umbulharjo sebenarnya dihadapkan pada ancaman kemiskinan. Apalagi sebagian wilayah Umbulharjo (wilayah-wilayah yang terdampak bencana yaitu Padukuhan Pelemsari dan Pangukrejo) termasuk dalam kategori zona rawan bahaya level III dan menjadi daerah konservasi sehingga harus bebas dari permukiman permanen. Hal itulah yang menjadi permasalahan laten, sebab otomatis masyarakat yang bertempat

tinggal di zona bahaya harus direlokasi ke wilayah lain dan beradaptasi dengan kondisi alam dan sosial yang baru pula.

Permasalahan pascabencana erupsi ternyata tidak hanya berhenti pada kerusakan aset dan vakumnya aktivitas ekonomi saja, melainkan juga masalah-masalah laten. Adapun masalah-masalah laten itu dipicu oleh peluang dari merebaknya kunjungan masyarakat luar Cangkringan untuk melihat lokasi bencana di daerah Umbulharjo. Banyaknya kunjungan justru memicu munculnya gesekan-gesekan untuk memperoleh keuntungan secara ekonomi, yaitu mulai dari pembukaan lahan parkir, persaingan dagang, hingga penarikan sumbangan dari pengunjung. Kontestasi dalam hal ini terjadi antar internal masyarakat dan masyarakat eksternal. Implikasi dari kontestasi tersebut mengakibatkan dua masalah lainnya, yaitu manfaat dari daya tarik lokasi bencana bagi segelintir orang dan tidak adanya jaminan kenyamanan serta keselamatan bagi pengunjung yang datang. Merujuk pada permasalahan tersebut, perlu adanya solusi secara komprehensif dan adil. Mengkonsep lokasi bencana menjadi destinasi wisata dan pengelolaan secara kolektif dan profesional adalah jalan keluar yang dianggap sesuai dengan kondisi masyarakat.

Upaya pemanfaatan lokasi bencana menjadi wisata merupakan bentuk inovasi sosial yang dilatarbelakangi oleh adanya krisis ekonomi akibat bencana dan peluang yang ternyata justru direpson secara pragmatis serta tidak terstruktur. Di samping adanya dorongan atau misi sosial yaitu mengentaskan masyarakat lokal dari masalah sosial ekonomi tersebut (Bornstein, 2006: 279-280).

b. Menyusun Ide Kolaboratif dengan Stakeholder

Seperti yang disampaikan Bornstein bahwa ide atau gagasan harus dipromosikan terutama kepada kelompok atau masyarakat yang memiliki kepentingan. Pada konteks Volcano Tour, stakeholder mengarah pada tokoh masyarakat seperti sesepuh, ketua padukuhan, ketua RT, dan sebagainya. Mereka dianggap sebagai figur elit yang memiliki legitimasi politis untuk mengakomodir warga masyarakat. Oleh karena itu langkah pertama yang dilakukan perintis (yang dalam hal ini adalah tokoh muda) mempromosikan ide sekaligus menyusun langkah-langkah strategis bersama dengan elit lokal yang meliputi kepala desa, kepala dukuh, tokoh pemuda dusun maupun desa, serta tokoh kharismatik yang berpengaruh. Para elit ini bahkan menjadi mitra yang kemudian mendapatkan peran sebagai Tim Inti Volcano Tour dan menduduki jabatan ketua, wakil ketua, bendahara, sekretaris, koordinator keamanan, koordinator sarpras (sarana dan prasarana), koordinator humas, serta koordinator keamanan.

Langkah kedua adalah mempromosikan ide dan langkah-langkah strategis mengenai pengelolaan wisata Volcano Tour kepada seluruh masyarakat lokal yang berstatus sebagai korban

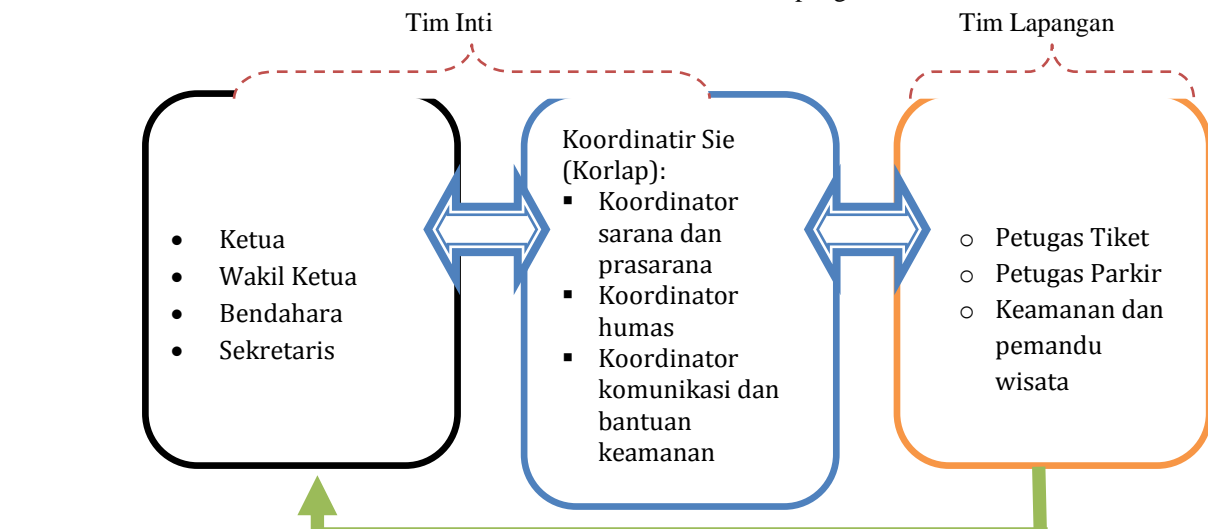
langsung bencana. Oleh karena itu, dibuat suatu forum pertemuan dengan warga yang terkena dampak langsung bencana. Dalam hal ini mengajak sekaligus merekrut masyarakat secara langsung untuk terlibat secara aktif dalam pengelolaan sehingga konsep wisata yang dikelola merupakan wisata berbasis masyarakat (*community based tourism*).

c. Menyesuaikan Ide dengan Kapasitas Masyarakat

Model pengelolaan wisata Volcano Tour tidaklah rumit, hal itu mengingat latar belakang pengetahuan masyarakat yang minim tentang pengelolaan wisata. Kendati banyak pondok wisata atau penginapan di wilayah Umbulharjo namun wisata yang populer di Umbulharjo sebelumnya lebih bersifat *top down*. Dengan demikian, ide mengenai pengelolaan wisata disesuaikan dengan kapasitas dan pengetahuan yang mudah dipahami oleh masyarakat lokal. Adapun adaptasi ide tersebut tertuang dalam pembentukan organisasi/lembaga bernama Tim Volcano Tour dan skema manajemen pengelolaan; yang mana pengelolaan ini menjelaskan tentang alur penugasan antara pengurus sebagai tim inti dan anggota sebagai tim lapangan.

Gambar 3. Skema Manajemen Volcano Tour

Sumber : Diolah dari data lapangan



Berdasarkan Gambar 3, secara garis besar mekanisme organisasi pengelolaan Volcano Tour terbagi menjadi dua yaitu tim inti dan tim lapangan. Tim inti merupakan pengurus utama yang memegang tugas koordinasi, administrasi umum, dan administrasi keuangan. Adapun tim lapangan menjalankan tugas operasional lapangan meliputi penarikan tiket, penarikan tarif parkir, tugas keamanan, dan memandu pengunjung terkait rute jalan. Karena melibatkan seluruh korban bencana, jumlah anggota Tim Volcano Tour, terutama tim lapangan, juga banyak. Ada 300 orang yang terbagi ke dalam 5 kelompok. Tiap-tiap kelompok bertugas secara bergiliran setiap hari dan menjalankan peranan sebagai tugas lapangan (lihat Gambar 2) dengan berkoordinasi pada koordinator kelompok masing-masing. Pada setiap bulan masing-masing kelompok melaporkan hasil pendapatan dari tiket dan parkir kepada pengurus inti melalui koordinator.

Struktur organisasi dan pola pengelolaan tersebut tergolong sederhana dan diadaptasi dari bentuk organisasi lokal. Bahkan pola pengelolaan tersebut diadaptasi dari pola pengelolaan Lava Tour pascaerupsi 2006 yang juga dikelola oleh pemuda-pemuda lokal. Dengan demikian, pola organisasi dan pengelolaan Volcano Tour mudah dipahami dan diimplementasikan kepada masyarakat lokal.

d. Kolaborasi dengan Rekan Bisnis

Usaha sosial yang dibangun oleh Tim Volcano Tour pada awalnya menemui kendala perizinan, sebab lokasi wisata merupakan zona rawan bahaya. Namun, aktor perintis dalam hal ini melihat bahwa

pengelolaan lokasi bencana menjadi wisata perlu dilakukan mengingat animo masyarakat di sana cukup besar. Sementara itu di sisi lain masyarakat butuh aktivitas ekonomi dan pemasukan. Oleh karena itu, salah satu hal pokok yang diperlukan oleh Tim Volcano Tour adalah izin legal untuk mengelola daerah terdampak bencana dari Pemkab Sleman. Jadi bentuk kolaborasi yang dilakukan oleh Tim Volcano Tour berbeda dengan usaha sosial yang lainnya sebab secara kontekstual krisis atau kondisi sosial ekonomi yang melatarbelakanginya juga berbeda. Kolaborasi lebih kepada dukungan secara legal terhadap pengelolaan wisata dan bantuan keamanan dari instansi terkait.

e. Inovasi untuk Nilai Sosial (Social Value)

Inovasi pengelolaan wisata bencana secara kolektif melalui Tim Volcano bukan hanya memberikan nilai secara ekonomi, melainkan juga sosial. Artinya pengelolaan Volcano Tour bukan hanya menjadi sarana untuk memperoleh pendapatan secara personal bagi masyarakat lokal. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa permasalahan pascabencana bukan hanya berkaitan dengan ekonomi melainkan juga masalah relasional seperti gesekan-gesekan horizontal yang sempat muncul. Pengelolaan Volcano Tour secara kolektif menjadi ruang untuk mereduksi masalah tersebut dan merekatkan kembali relasi sosial antarwarga masyarakat. Inovasi sosial dalam hal ini juga membentuk konstruksi baru mengenai masyarakat korban bencana sebagai kelompok yang lemah menjadi kelompok yang berdaya dalam mengentaskan diri dari masalah

sosial ekonomi pascabencana. Sekaligus menegaskan eksistensi tokoh muda dalam memberikan perubahan sosial progresif melalui usaha kreatif dan sarat dengan misi sosial.

Bertitik tolak dari gagasan dan proses inovasi tersebut menunjukkan bagaimana eksistensi tokoh muda lokal Umbulharjo dalam merespon permasalahan sosial ekonomi pascabencana. Tokoh muda adalah subyek yang memiliki kekuatan dari karakternya yang kreatif, inovatif, dan spontan. Kreativitas dan inovasi dilihat dari gagasan dan upaya mengelaborasi peluang serta tantangan yang ada yaitu dengan merancang pengelolaan daerah terdampak bencana menjadi destinasi wisata menggunakan pendekatan kewirausahaan sosial (*social entrepreneurship*). Kreativitas itu menjadi pertimbangan bahwa pemuda atau kaum muda dalam hal ini memiliki posisi tawar dalam memberikan solusi atas berbagai masalah sosial yang ada di sekitarnya. Hal itu sekaligus menggambarkan bentuk pengabdian seperti dalam istilah Taufik Abdullah, dengan kata lain pemuda memiliki sisi altruistik. Dengan demikian dapat ditarik garis linier bahwa etika atau misi sosial yang menjadi syarat dalam *social entrepreneurship* disambut dengan sisi altruistik kaum muda untuk mengentaskan masyarakat lokal dari krisis akibat bencana. Upaya itu dijawab melalui upaya pelibatan sekaligus pemberdayaan masyarakat lokal dalam usaha sosial pengelolaan wisata, dengan tujuan agar masyarakat bisa berdaya dan mendapatkan manfaat langsung dari keberadaan wisata bencana.

Kemudian spontanitas dalam menggagas pengelolaan wisata oleh tokoh muda dilatari oleh kebutuhan mendesak

terhadap solusi atas permasalahan sosial yang telah disebutkan di atas. Spontanitas digambarkan oleh Siraishi (2001) terhadap kaum muda pada era pra-kemerdekaan, di mana tokoh muda (disebut sebagai *anak*) melakukan aksi spontan berupa “penculikan” terhadap tokoh-tokoh golongan tua (disebut dengan istilah *bapak*) untuk mendesak agenda kemerdekaan. Mengingat kesempatan untuk mengupayakan kemerdekaan terbuka lebar. Dengan demikian, pada pra-kemerdekaan ada perubahan peta hubungan antara kaum muda dengan kaum tua yang diistilahkan oleh Anderson sebagai aksi daulat (Siraishi, 2001).

Pada konteks yang berbeda, pola atau aksi daulat dari kaum muda secara tidak langsung juga terjadi pengelolaan wisata Volcano Tour. Seperti yang sempat dijabarkan di atas bahwa inisiatif pengelolaan wisata menemui kendala berupa larangan dari otoritas pemerintah sebab destinasi wisata merupakan zona rawan bencana. Namun, realitanya daerah tersebut justru menjadi destinasi kunjungan, sehingga apabila tidak ada respon secara cepat dan tepat justru menguntungkan orang lain dan menimbulkan masalah baru. Oleh karena itu, tokoh muda menjadi pelopor negosiasi kepada pemerintah kabupaten (yang dalam istilah Siraishi disebut dengan *bapak*) agar memberikan akses yaitu dengan memberikan izin pengelolaan atas pertimbangan kondisi sosial yang terjadi di lapangan. Spontanitas tokoh muda dalam hal ini bukan tanpa alasan.

Kepeloporan pemuda yang terepresentasi pada inisiatif pengelolaan wisata Volcano Tour tersebut sekaligus menunjukkan bahwa pemuda memang perlu diposisikan sebagai *leader* atau aktor aktif yang mampu melihat berbagai

tantangan dan peluang. Kendati selalu digolongkan sebagai aktor yang minim pengalaman namun kreativitas dan spontanitas mereka pada konteks tertentu memang diperlukan. Kehadiran mereka turut menjadi pemantik bagi semangat perubahan terutama dalam hal ini adalah mengubah situasi krisis dengan membuka akses ekonomi.

- **Volcano Tour: Manifestasi *Social Entrepreneurship* dengan Pendekatan *For Profit Driven Mission***

Kejelian tokoh muda dalam mengemas pengelolaan wisata Volcano Tour juga dilihat dari bentuk usaha apa yang harus dijalankan dan misi apa yang perlu dicapai. Konteks ini lagi-lagi memperlihatkan bahwa kaum muda perlu ditempatkan sebagai subyek yang kreatif dan memperhatikan aspek perubahan progresif. Dengan demikian, perlu melihat jenis kewirausahaan apa yang menjadi spirit pengelolaan wisata Volcano Tour, sehingga dapat digambarkan kontribusi apa yang bisa diberikan kaum muda dalam mereduksi masalah sosial pascabencana erupsi melalui mekanisme *social entrepreneurship* ini.

Menurut Saifan (2012) *social entrepreneurship* dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu *Non-Profit with Earned Income Strategies* dan *For Profit with Mission-Driven Strategies*. Pada konteks ini, pengelolaan wisata Volcano Tour termasuk dalam tipe *For Profit with Mission-Driven Strategies*. Alasannya jelas bahwa pengelolaan wisata dilakukan untuk memperoleh pendapatan dan keuntungan secara kontinyu. Baik itu pendapatan secara personal bagi pengurus dan anggotanya (Tim inti dan Tim lapangan) maupun pendapatan bagi tim secara keseluruhan (lembaga).

Pendapatan dari Volcano Tour diperoleh dari penarikan retribusi tiket dan tarif parkir (roda dua, roda empat, dan roda enam) yang dijalankan oleh tim lapangan dan kemudian dilaporkan kepada tim inti (terutama bendahara). Bendahara kemudian membuat perhitungan secara menyeluruh untuk dilaporkan pula kepada pemdes dan pemkab.

Pendapatan atau keuntungan yang diperoleh melalui penarikan tiket retribusi dan parkir juga merupakan modal ekonomi yang diperlukan untuk menggerakkan usaha sosial (*social enterprise*). Hal ini berlaku dalam pengelolaan Volcano Tour. Alasannya bahwa pengelolaan wisata Volcano Tour berdiri di atas lahan yang termasuk dalam zona bahaya. Kendati memperoleh izin pengelolaan secara legal bukan berarti juga memperoleh dukungan material dari pemerintah. Oleh karena itu, Volcano Tour harus mengupayakan secara mandiri modal untuk pengelolaan wisata. Salah satunya adalah mengalokasikan anggaran pendapatan untuk sarpras (sarana dan prasarana) dan operasional (pencetakan tiket dan kartu parkir) sebesar 19% dari total pendapatan, di samping alokasi anggaran untuk para anggota tim yang telah bekerja dalam pengelolaan wisata (43%).

Penekanan kewirausahaan sosial dengan tipe *For Profit with Mission-Driven Strategies* berorientasi pada tujuan sosial jangka panjang atau keberlanjutan (Saifan, 2012). Salah satu strategi yang dilakukan oleh Tim Volcano Tour adalah agar wisata Volcano Tour bisa berjangka panjang, artinya tidak hilang dalam kurun beberapa tahun atau bersifat temporer yaitu dengan mengalokasikan seperlima anggaran untuk sarana dan prasarana. Orientasinya jelas untuk pengembangan

infrastruktur yang mendukung destinasi wisata. Infrastruktur yang dimaksud dalam hal ini tentu saja harus sesuai dengan jenis wisata dan kondisi lokasi sebagai zona rawan bencana. Salah satu infrastruktur yang urgen adalah jalan, sebab kondisi jalan menentukan keterjangkauan akses dan minat kunjungan untuk ke depannya. Hal ini mengingat kondisi infrastruktur jalan memang sudah tidak memadai. Oleh karena itu, alokasi untuk rehabilitasi jalan dan pemeliharannya menjadi anggaran rutin di samping untuk anggaran lainnya seperti anggaran untuk mencetak kartu tiket dan parkir, serta anggaran keperluan sosial lainnya.

- **Capaian Tim Volcano Tour dalam Aspek Sosial Ekonomi**

Secara umum, *social entrepreneurship* tidak hanya memberikan manfaat secara ekonomi atau finansial, melainkan juga manfaat secara sosial maupun lingkungan (Haugh, 2006). Orientasi dalam aspek sosial disebut juga dengan *social outcome* yang dalam jangka panjang mampu menunjukkan adanya perubahan sosial secara transformatif (Perrini dan Vurro (dalam Mair, et. al, 2006: 78-79). Perlu ditekankan kembali bahwa perubahan sosial dan *social outcome* merupakan cerminan dari visi dan misi sosial awal dibentuknya usaha sosial menggunakan mekanisme *social entrepreneurship*. Hal itu sekaligus memperlihatkan bagaimana gagasan dan upaya kaum muda dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat lokal melalui organisasi Tim Volcano Tour. Secara umum, capaian yang diperoleh Tim Volcano Tour dapat dijabarkan dalam dua aspek yaitu aspek ekonomi dan aspek sosial. Dengan kata lain, kehadiran Tim Volcano Tour sebagai

organisasi pengelola wisata erupsi tidak sekedar memberikan manfaat secara personal melainkan juga manfaat secara sosial atau kolektif.

Pada aspek ekonomi secara personal, Tim Volcano Tour yang dipelopori oleh tokoh muda mampu menjadi sarana bagi masyarakat lokal untuk memperoleh *income* selama sumber mata pencaharian vakum akibat erupsi. Dengan fokus pada sektor jasa (pengelolaan dan pelayanan wisata) membuat Tim Volcano Tour menjadi alternatif ekonomi yang mudah dijangkau oleh masyarakat lokal karena tidak membutuhkan modal material apa pun. Jadi, model usaha sosial yang dijalankan oleh Tim Volcano sesuai dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat lokal yang tidak memiliki modal finansial namun mereka membutuhkan aktivitas ekonomi sebagai sumber alternatif untuk memperoleh penghasilan.

Kedua, keberadaan Tim Volcano Tour sebagai usaha sosial telah menjamin pemerataan *income*. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa lokasi terdampak erupsi ibarat gula yang dapat mengundang banyak semut. Semut dalam hal ini bukan hanya pengunjung yang ingin melihat atraksi pascabencana melainkan juga orang-orang (baik lokal maupun eksternal) yang hendak memanfaatkan peluang ekonomi tersebut. Imbasnya muncul gesekan sosial karena hanya segelintir orang yang memperoleh manfaat ekonomi. Dapat dikatakan pula, pemanfaatannya tidak tepat sasaran karena tidak terorganisir dengan baik. Oleh karena itu, legalitas, regulasi, dan model pengelolaan wisata yang diimplementasikan oleh Tim Volcano Tour menjamin kepentingan *stakeholder* serta masyarakat lokal agar lebih adil.

Bahkan pengelolaan wisata yang dilaksanakan menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan *stakeholder* dan masyarakat korban bencana mampu menciptakan suatu kohesi sosial (Perrini dan Vurro, 2006:77). Dengan demikian kewirausahaan sosial yang termanifestasi melalui Tim Volcano Tour tidak hanya memberikan manfaat secara ekonomi berupa pendapatan personal melainkan juga *social outcome* yaitu mereduksi masalah gesekan sosial dan menciptakan relasi sosial yang lebih rekat.

Social entrepreneurship merupakan serangkaian proses inovasi, adaptasi, dan belajar (Cho dalam Mair, et. al, 2006: 35). Artinya dalam konteks ini masyarakat lokal terlibat dalam proses belajar mengenai manajemen wisata (*entrepreneurship*) melalui keikutsertaannya dalam Tim Volcano Tour. Namun, belajar bukan hanya terkait hal-hal yang bersifat teknis melainkan paradigmatik. Oleh karena itu, seperti yang dijelaskan Bornstein (2010: 76) bahwa *social entrepreneurship* tidak hanya berhenti pada hal-hal yang sifatnya teknis tetapi juga perubahan atau pembentukan *mindset*. Perubahan *mindset* diperlukan guna membangun kreativitas masyarakat dengan peka terhadap krisis dan peluang. Pengelolaan wisata melalui Tim Volcano Tour mampu mengubah *mindset* mengenai wisata bencana. Sebelumnya tidak banyak yang paham bahwa lokasi terdampak bencana pada kasus tertentu ternyata memiliki potensi (baik secara ekonomi maupun sosial) bagi masyarakat lokal selaku korban bencana. Dalam konteks ini, *social entrepreneurship* yang termanifestasi pada Tim Volcano Tour juga mampu mengubah konstruksi sosial terkait korban

bencana yang selalu dianggap lemah, yaitu dengan membuktikan bahwa mereka bisa menjadi sumber daya manusia potensial yang mampu mengentaskan dirinya sendiri dari krisis akibat bencana. Dengan kata lain kelompok masyarakat korban bencana sejatinya memiliki kapasitas yang perlu diberdayakan untuk menyelesaikan masyarakat yang mendera, sebab pada dasarnya mereka memiliki orientasi untuk bangkit dari krisis. Dengan demikian, tidak selalu korban bencana bergantung pada bantuan sosial (terutama dalam segi materiil). Perubahan *mindset* tersebut mampu mendorong kreativitas masyarakat lokal secara optimal untuk memanfaatkan peluang ekonomi yang ada dengan membuka usaha niaga selain bergabung dalam pengelolaan wisata bersama Tim Volcano Tour, misalnya dengan membuka dan membentuk komunitas jasa ojek, dagang, trail, jeep, dan sebagainya secara lebih terorganisir.

PENUTUP

Berdasarkan pada pemaparan sebelumnya, wisata Volcano Tour sebagai pemanfaatan lokasi terdampak bencana dengan mekanisme *social entrepreneurship* merupakan solusi atas permasalahan sosial ekonomi masyarakat pascabencana. Secara konkritnya wisata menjadi alternatif ekonomi untuk memperoleh *income* ketika sumber mata pencaharian (pertanian, peternakan, dan sebagainya) rusak dan terpaksa vakum akibat bencana. Dengan kata lain, usaha sosial yang dijalankan berupa pengelolaan wisata telah memberikan akses ekonomi bagi masyarakat melalui keikutsertaan mereka.

Perintisan Volcano Tour sebagai usaha sosial dipengaruhi oleh kejelian, kreativitas, dan usaha inovatif dari tokoh

muda yang berusaha menyelaraskan antara krisis pascabencana, peluang dari banyaknya pengunjung, dan kapasitas masyarakat lokal dengan gagasan pengelolaan wisata secara kolektif dan tepat sasaran, yaitu fokus pada pemberdayaan masyarakat korban bencana yang membutuhkan aktivitas produktif. Berdasarkan peran tersebut, pemuda menjadi aktor penggerak atau *social entrepreneur*. Pada konteks ini pula memperlihatkan bahwa kaum muda adalah subyek aktif yang menyimpan potensi memberikan memberikan efek perubahan secara progresif.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. Potensi Bencana Indonesia (<http://www.hpli.org/bencana.php> dikutip pada 3 Agustus 2016 Pukul 21.07 WIB).
- Asriani, Deshinta Dwi dan Dewi Cahyani Puspitasari. 2011. "Modal Sosial Kelompok Pemuda Dalam Proses Pemulihan Pasca Bencana" Pp 127-143 dalam Azca, Margono, dan Wildan. Pemuda Pasca Orba: Potret Kontemporer Pemuda Indonesia. Yogyakarta: YouSure Fisipol UGM.
- Bornstein, David dan Susan Davis. 2010. Social Entrepreneurship (What Everyone Needs To Know. New York: Oxford University Press.
- Bornstein, David. 2006. Mengubah Dunia: Kewirausahaan Sosial dan Kekuatan Gagasan Baru. Terjemahan Bambang Agung. Yogyakarta: InsistPress Nurani Dunia.
- Cho, Albert Hyunbae. 2006. "Politics, Values, and Social Entrepreneurship: A Critical Appraisal" Pp 34-56 dalam Mair, Robinson, and Hockerts. Social Entrepreneurship. New York: Palgrave Macmillan.
- Dhewanto, et. al., dkk. 2013. Inovasi dan Kewirausahaan Sosial: Panduan Dasar Menjadi Agen Perubahan. Bandung: Alfabeta.
- Effendi, Tadjuddin Noer. 1995. Sumber Daya Manusia, Peluang Kerja, dan Kemiskinan. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Haugh, Hellen. 2006. "Social Enterprise: Beyond Economic Outcomes and Individual Return" Pp 180-205 dalam Mair, Robinson, and Hockerts. Social Entrepreneurship. New York: Palgrave Macmillan. International Journal of Tourism Research Vol.4 No.6 Tahun 2002.
- Margono, Subando Agus 2011. "Pemuda dan Transformasi Pasca Orde Baru" Pp 3-17 dalam Azca, Margono, dan Wildan. Pemuda Pasca Orba: Potret Kontemporer Pemuda Indonesia. Yogyakarta: YouSure Fisipol UGM.
- Perrini, Francesco and Clodia Vurro. 2006. "Social Entrepreneurship: Innovation and Social Change Across Theory and Practice" Pp 57-85 dalam Mair, Robinson, and Hockerts. Social Entrepreneurship. New York: Palgrave Macmillan.
- Saifan, Samer Abu. 2012. Social Entrepreneurship: Definition and Boundaries. Diakses melalui <http://timriview.ca/article/523> pada tanggal 21 Oktober 2014 pukul 10.18 WIB.
- Satries, Wahyu Ishardino. 2009. "Peran Serta Pemuda Dalam Pembangunan Masyarakat". *Jurnal Madani* Edisi I Mei 89-93.
- Siraishi, Saya Sasaki. 2001. Pahlawan-Pahlawan Belia: Keluarga Indonesia Dalam Politik. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.