SURPLUS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS
Tahun 2026, Volume 5, Nomor 1, Bulan Juli-Desember: hlm 2135-2144
e-ISSN: 2964-7665 | URL: https://yptb.org/index.php/sur | e-Mail: jurnalq17@gmail.com

Lisensi: CC-BY
DOI: https://doi.org/10.71456/sur.v5i1.2948

ANALISIS MODEL BISNIS BERKELANJUTAN BERBASIS KOMUNITAS PADA KAWASAN AGROEDUWISATA KAMPUNG SAWAH ABADI DI KABUPATEN GOWA

Rezha Abdillah[1*], Uchin Mahazaki[2], Anissha Hud Alaydrus[3], Azwar Sahamony[4], M Ridwan[5], & Nice Nurhayati[6]
[*1]Vice President TJSL PT Pupuk Kalimantan Timur
[2] Assistant Vice President Pembangunan Sosial dan Lingkungan (PSL) TJSL PT Pupuk Kalimantan Timur
[3]Assistant Vice President Pembangunan Ekonomi (PE) TJSL PT Pupuk Kalimantan Timur
[4]Ketua Kelompok Pemuda Bulutana
[5]Sekretaris Otorita Kampung Sawah Abadi
[6]Researcher LPPM Hsamangun
e-Mail: rezhabdillah@gmail.com*, uchinmahazaki@gmail.com, anisshaaha@gmail.com, asahamony@gmail.com, muhridwansaid@gmail.com, nicenurhayati66@gmail.com

Submit Tgl: 08-Oktober-2026 Diterima Tgl: 09-Oktober-2026 Diterbitkan Tgl: 17-Oktober-2026

Abstract: *The conversion of agricultural landscapes into tourism facilities challenges the continuity of farming and local livelihoods. This article examines the emerging sustainable business model of Kampung Sawah Abadi in Bulutana, Gowa Regency, Indonesia. A qualitative single-case study was conducted using available secondary records covering the PKT BERSERI initiative during 2023–2026. Documentary information was classified into realized agricultural activities, documented organizational roles, and proposed tourism-business arrangements, then analyzed through the Triple Layered Business Model Canvas. The results identify productive rice terraces, local rice varieties, farming knowledge, and agrarian traditions as the principal resources supporting the value proposition. The proposed economic layer connects rice production with educational visits, local products, digital services, and land-subscription packages. Its environmental layer associates landscape conservation and organic-waste utilization with the continuation of farming, while its social layer distributes envisaged roles among farmers, youth groups, and microenterprises. The conceptual revenue-sharing and conservation-fund arrangements provide a potential connection between visitor spending and agricultural stewardship. However, the available material does not establish transaction volumes, net earnings, subscription uptake, or measurable conservation effects. The study contributes a six-link analytical model joining agricultural assets, production, visitor experience, service delivery, value capture, and conservation reinvestment. It emphasizes that business-model coherence can be analyzed from secondary evidence without misrepresenting planned services as verified financial performance.*

Keywords: *Sustainable Business Model; Agricultural Landscape; Agro-Educational Tourism; Community-Based Enterprise; Value Proposition.*

Abstrak: Alih fungsi lanskap pertanian menjadi fasilitas pariwisata menjadi tantangan bagi keberlanjutan kegiatan pertanian dan mata pencaharian masyarakat lokal. Artikel ini mengkaji model bisnis berkelanjutan yang berkembang di Kampung Sawah Abadi, Bulutana, Kabupaten Gowa, Indonesia. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal berdasarkan data sekunder yang tersedia mengenai inisiatif PKT BERSERI selama periode 2023–2026. Informasi dokumenter diklasifikasikan berdasarkan kegiatan pertanian yang

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

telah direalisasikan, peran organisasi yang terdokumentasi, serta rancangan bisnis pariwisata yang diusulkan, kemudian dianalisis menggunakan *Triple Layered Business Model Canvas*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sawah terasering produktif, varietas padi lokal, pengetahuan pertanian, dan tradisi agraris merupakan sumber daya utama yang mendukung proposisi nilai. Lapisan ekonomi menghubungkan produksi padi dengan kunjungan edukatif, produk lokal, layanan digital, dan paket berlangganan lahan. Lapisan lingkungan mengintegrasikan konservasi lanskap dan pemanfaatan limbah organik dengan keberlanjutan kegiatan pertanian, sedangkan lapisan sosial mendistribusikan peran yang direncanakan kepada petani, kelompok pemuda, dan usaha mikro. Rancangan pembagian pendapatan dan dana konservasi berpotensi menghubungkan pengeluaran wisatawan dengan upaya pengelolaan dan pelestarian pertanian. Namun, data yang tersedia belum dapat membuktikan volume transaksi, pendapatan bersih, tingkat penggunaan paket berlangganan, maupun dampak konservasi yang terukur. Penelitian ini berkontribusi melalui model analitis enam mata rantai yang menghubungkan aset pertanian, produksi, pengalaman wisata, penyediaan layanan, penciptaan nilai ekonomi, dan reinvestasi untuk konservasi. Temuan ini menegaskan bahwa koherensi model bisnis dapat dianalisis berdasarkan bukti sekunder tanpa menganggap layanan yang masih direncanakan sebagai kinerja keuangan yang telah terverifikasi.

Kata kunci: Model Bisnis Berkelanjutan; Lanskap Pertanian; Agrowisata Edukatif; Usaha Berbasis Masyarakat; Proposisi Nilai.

Cara mengutip Abdillah, R., Mahazaki, U., Alaydrus, A. H., Sahamony, A., Ridwan, M., & Nurhayati, N. (2026). Analisis Model Bisnis Berkelanjutan Berbasis Komunitas pada Kawasan Agroeduwisata Kampung Sawah Abadi di Kabupaten Gowa. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *5*(1), 2135–2144. https://doi.org/10.71456/sur.v5i1.2948

PENDAHULUAN

Pembangunan pariwisata di wilayah pertanian menghasilkan dilema ekonomi yang tidak sederhana. Bentang sawah dapat menjadi daya tarik wisata, tetapi komersialisasi kawasan juga berpotensi meningkatkan tekanan perubahan penggunaan lahan serta mengurangi keberlanjutan usaha tani. Tantangannya bukan sekadar mendatangkan pengunjung, melainkan merancang mekanisme yang membuat kegiatan wisata memberi alasan ekonomi bagi masyarakat untuk mempertahankan sawah produktif. Dalam perspektif pariwisata berkelanjutan, hubungan manfaat ekonomi, pelestarian ekosistem, dan penerimaan sosial merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Bramwell & Lane, 1993; Lane, 1994; Buckley, 2012).

Model bisnis menjelaskan bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan memperoleh nilai melalui hubungan antar aktivitas (Teece, 2010; Zott et al., 2011). Business Model Canvas menempatkan proposisi nilai, kelompok pelanggan, saluran, sumber daya, aktivitas, mitra, biaya, dan aliran pendapatan dalam sistem yang saling bergantung (Osterwalder & Pigneur, 2010). Namun, ketika sumber nilai utama berupa bentang alam dan pengetahuan komunitas, analisis finansial semata menjadi tidak mencukupi. Inovasi model bisnis berkelanjutan harus menjelaskan sekaligus nilai ekonomi, manfaat sosial, dan konsekuensi lingkungan (Stubbs & Cocklin, 2008; Bocken et al., 2014; Schaltegger et al., 2016).

Kerangka Triple Layered Business Model Canvas (TLBMC) memperluas lapisan ekonomi dengan perspektif siklus hidup lingkungan dan pemangku kepentingan sosial (Joyce & Paquin, 2016). Kerangka ini relevan bagi destinasi pertanian berbasis komunitas yang memiliki dua keluaran berbeda: komoditas pertanian sebagai hasil produksi dan pengalaman

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

wisata sebagai hasil pemanfaatan bentang, praktik, serta budaya agraris. Nilai yang diterima pelanggan tidak hanya berupa barang, tetapi juga pengalaman, pengetahuan, dan kedekatan dengan produsen (Pine & Gilmore, 1999; Vargo & Lusch, 2004).

Penelitian tentang desa wisata Nglanggeran memperlihatkan bahwa kolaborasi lintas organisasi diperlukan untuk menjaga kesinambungan pariwisata perdesaan (Manaf et al., 2018). Sementara itu, studi tentang pengembangan model bisnis ekowisata di Indonesia menunjukkan pentingnya keterpaduan penawaran jasa, pemasaran digital, dan pertimbangan keberlanjutan (Siahaan et al., 2026). Temuan tersebut memberi landasan untuk menilai rancangan kawasan sawah yang menawarkan jasa edukasi dan pengalaman wisata tanpa mengesampingkan produksi pertanian.

Kelurahan Bulutana, Kecamatan Tinggimoncong, Kabupaten Gowa, memiliki bentang sawah terasering, tradisi pertanian padi, serta varietas lokal Pare Mandi, Pa'delo, dan Lambau. Kegiatan pertanian menghadapi tantangan biaya budidaya, regenerasi pelaku, serta tekanan perubahan pemanfaatan lahan. Sejak 2023, PKT BERSERI mengembangkan pendekatan pertanian berkelanjutan yang kemudian diperluas melalui konsep Kampung Sawah Abadi, yaitu penghubungan kegiatan konservasi pertanian, pendidikan lapangan, budaya agraris, wisata, produk lokal, dan sarana digital SIPADI Bulutana. Integrasi tersebut menghasilkan kasus yang relevan untuk menelaah hubungan antarkegiatan produktif, paket pengalaman, dan mekanisme perlindungan lahan.

Kajian terdahulu tentang PKT BERSERI telah membahas evolusi inovasi sosial dan perubahan sistemik program secara luas (Abdillah et al., 2026). Masih diperlukan penjelasan khusus tentang arsitektur penciptaan nilai dan konsistensi logika bisnis pada tahap pengembangan kawasan. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi proposisi nilai dan komponen model bisnis Kampung Sawah Abadi, menganalisis hubungan nilai ekonomi–sosial–lingkungan, serta menguraikan prasyarat validasi operasionalnya. Kontribusi artikel terletak pada pembacaan kritis model bisnis pertanian multifungsi berbasis komunitas dengan pembedaan tegas antara layanan yang telah memiliki bukti kegiatan dan rancangan pendapatan yang belum dibuktikan melalui transaksi.

IDENTIFIKASI MASALAH

Masalah ekonomi mendasar terletak pada rendahnya kemampuan nilai produksi primer untuk bersaing dengan alternatif penggunaan lahan yang lebih komersial. Apabila nilai sawah hanya dihitung dari hasil panen, peluang pemanfaatan wisata cenderung tampak lebih menarik secara finansial. Namun, mengganti sawah dengan aset wisata permanen dapat menghilangkan sumber keunikan destinasi itu sendiri. Karena itu, usaha tani dan pariwisata memerlukan hubungan saling memperkuat, bukan hubungan substitusi. Perspektif multifungsi pertanian mengakui produksi pangan, jasa lanskap, dan fungsi budaya sebagai keluaran yang perlu dipertimbangkan bersama (Renting et al., 2009; Wilson, 2007).

Tantangan kedua berkaitan dengan mekanisme penyaluran nilai ekonomi dari kegiatan wisata kepada petani yang mempertahankan sawah. Pembelian jasa pemandu ataupun produk lokal tidak otomatis menjadi insentif untuk memelihara terasering, kesuburan tanah, dan varietas padi. Karena itu, rancangan usaha memerlukan perumusan sumber pendapatan,

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

kebutuhan biaya, imbalan bagi pelaku, dan alokasi konservasi. Tanpa pencatatan pendapatan dan biaya aktual, pembagian hasil yang masih berupa rancangan belum dapat dianggap sebagai bukti kelayakan usaha (Teece, 2010; Joyce & Paquin, 2016).

METODE PENELITIAN

Penelitian menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis melalui studi kasus tunggal pada pengembangan Kampung Sawah Abadi, Kelurahan Bulutana, Kabupaten Gowa. Rentang kajian 2023–2026 mengikuti tahapan inisiasi pertanian berkelanjutan hingga perancangan layanan agroeduwisata. Unit analisis ialah model bisnis kawasan dan kaitannya dengan fungsi produksi serta konservasi, bukan tingkat keuntungan perusahaan atau pengukuran dampak pendapatan rumah tangga (Yin, 2018; Stake, 1995).

Bahan penelitian merupakan data sekunder yang tersedia hingga 2026, meliputi kronologi aktivitas pertanian, data pengelolaan kompos, uraian konsep Kampung Sawah Abadi, skema Pustaka PADI dan SIPADI Bulutana, pembagian fungsi pelaku usaha, serta rancangan paket dan pembagian manfaat. Informasi diseleksi untuk menjawab pertanyaan penciptaan nilai, penyampaian nilai, penangkapan nilai, dan keberlanjutan aset lahan. Tidak dilakukan wawancara atau pengukuran primer baru. Analisis menempuh tahap identifikasi unit informasi, pengkodean menurut bukti pelaksanaan atau rancangan, pemetaan komponen model bisnis, dan pembacaan hubungan ekonomi–sosial–lingkungan (Bowen, 2009; Braun & Clarke, 2006; Joyce & Paquin, 2016).

Komponen ekonomi dianalisis mengikuti penciptaan, penyampaian, dan penangkapan nilai. Lapisan lingkungan mengidentifikasi keterkaitan aktivitas dengan sawah, varietas lokal, kompos, dan konservasi, sementara lapisan sosial memetakan penerima manfaat dan potensi distribusinya (Joyce & Paquin, 2016). Setiap temuan diberi batas status berupa aktivitas yang terdokumentasi, rancangan yang dikomunikasikan, atau asumsi yang masih perlu diuji. Perbedaan ini dipertahankan dalam hasil dan simpulan untuk mencegah penyamaan proyeksi dengan capaian empiris.

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Basis Nilai Kampung Sawah Abadi: Sawah Produktif sebagai Aset Utama

Konsep Kampung Sawah Abadi bertolak dari fungsi sawah sebagai ruang produksi pangan sekaligus lanskap budaya. Proposisi nilainya bukan pembangunan objek wisata baru yang terpisah dari kegiatan petani, melainkan pengalaman edukasi yang lahir dari praktik pertanian itu sendiri. Jalur sawah, pengenalan varietas lokal, aktivitas menanam, pengamatan pertumbuhan, serta produk beras khas merupakan komponen yang dapat dihubungkan menjadi satu rangkaian pengalaman. PUSTAKA PADI berperan sebagai konsep pusat pembelajaran dan konservasi varietas, sedangkan SIPADI Bulutana menjadi rancangan perantara layanan digital. Kondisi ini konsisten dengan pendekatan ekonomi pengalaman yang memposisikan keterlibatan pelanggan dalam kegiatan nyata sebagai sumber nilai (Pine & Gilmore, 1999).

Kekuatan model terletak pada sifat saling terkait antara perlindungan sawah dengan daya tarik pengunjung. Apabila lahan pertanian hilang, dasar pengalaman edukasi juga berkurang.

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

Nilai ekonomi kawasan karenanya perlu diarahkan agar mendukung keberlanjutan produksi, bukan menggantikannya dengan aktivitas wisata yang berdiri sendiri. Keterhubungan tersebut dapat dibaca sebagai inovasi model bisnis yang mengubah pemanfaatan sumber daya lokal menjadi kombinasi produk, jasa, dan manfaat pelestarian (Bocken et al., 2014; Geissdoerfer et al., 2018).

4.2 Komponen Model Bisnis dan Rantai Penciptaan Nilai

Arsitektur kegiatan memperlihatkan keterlibatan kelompok tani dalam penyediaan lahan produktif, budidaya, dan beras lokal; kelompok pemuda dalam pendampingan pengunjung, dokumentasi, serta layanan digital; dan UMKM dalam makanan khas dan produk pendukung. Pengelolaan kompos menghubungkan residu pertanian maupun ternak dengan input untuk kesuburan tanah. Konfigurasi ini dapat memperluas peluang usaha dalam satu kawasan, namun memerlukan pembagian fungsi dan kualitas layanan yang konsisten agar proposisi nilai dapat sampai kepada konsumen (Osterwalder & Pigneur, 2010; Manaf et al., 2018).

Dalam rancangan layanan digital, SIPADI Bulutana menampilkan pendekatan langganan atau adopsi lahan yang mengaitkan pembelajaran pertanian, pemantauan kegiatan, pengalaman kunjungan, dan penerimaan produk beras. Gagasan ini berbeda dari tiket wisata sekali kunjung karena menawarkan keterlibatan pelanggan pada proses produksi dalam periode tertentu. Meski demikian, bukti yang tersedia belum menyediakan jumlah pelanggan berbayar, tingkat perpanjangan langganan, biaya akuisisi, maupun biaya layanan per paket. Oleh sebab itu, bentuk langganan diperlakukan sebagai rancangan proposisi nilai, bukan aliran pendapatan berulang yang sudah teruji (Teece, 2010; Zott & Amit,2010).

Tabel 1. Pemetaan komponen ekonomi model bisnis Kampung Sawah Abadi

Komponen	Hasil Pemetaan	Status Bukti
Proposisi nilai	Belajar bertani di sawah produktif; konservasi varietas lokal; pengalaman budaya dan produk khas	Konsep dan sebagian aktivitas terdokumentasi
Segmen pelanggan	Pengunjung edukatif, keluarga, sekolah, komunitas, peminat produk pertanian lokal	Segmen sasaran; permintaan aktual belum terukur
Saluran	Kunjungan kawasan, mitra komunitas, SIPADI Bulutana, penjualan produk lokal	Saluran dirancang; transaksi digital belum terverifikasi
Sumber daya utama	Sawah terasering, petani, pengetahuan agraris, varietas padi, tradisi, produk kompos	Aset dan aktivitas pertanian terdokumentasi
Mitra dan aktivitas	Petani, pemuda, UMKM, pengelola kompos; budidaya, edukasi, layanan wisata	Peran dirumuskan; tingkat operasional berbeda
Aliran pendapatan	Produk beras, kuliner/souvenir, jasa wisata, paket adopsi atau langganan lahan	Potensial/rancangan; belum tersedia laporan transaksi terpisah
Struktur biaya	Budidaya, infrastruktur, operasional pemandu, platform, pemasaran, konservasi	Komponen teridentifikasi; besaran biaya belum lengkap

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

4.3 Integrasi Lapisan Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial

Lapisan ekonomi memperoleh kekhasan melalui hubungan antarpenawaran: pengalaman wisata dapat memperkenalkan beras lokal dan produk UMKM, sedangkan aktivitas pertanian menyediakan materi edukasi yang tidak dapat direplikasi begitu saja pada destinasi buatan. Peluang tersebut tetap bergantung pada minat pasar, kemampuan mengemas layanan, harga yang layak, serta kemampuan menjaga kualitas pengalaman. Tanpa bukti arus kas, pernyataan mengenai profitabilitas atau kemandirian finansial belum dapat diuji (Joyce & Paquin, 2016; Schaltegger et al., 2016).

Lapisan lingkungan berkaitan dengan keberadaan sawah produktif dan kelanjutan praktik konservasi. Tercatat kegiatan pelatihan pemupukan berimbang, pengolahan kotoran ternak dan residu pertanian menjadi kompos, serta pengembangan pengenalan varietas lokal. Rangkaian ini memberikan basis bagi hubungan antara pertanian berkelanjutan dengan citra kawasan. Akan tetapi, volume pengelolaan limbah pada fase tertentu tidak identik dengan bukti pengurangan emisi dari keseluruhan layanan wisata; demikian pula tidak tersedia neraca lengkap perubahan luas sawah yang dapat dipakai untuk mengklaim keberhasilan perlindungan lahan jangka panjang (Geissdoerfer et al., 2017; Kirchherr et al., 2017).

Lapisan sosial mencakup potensi kesempatan kerja dan usaha bagi kelompok dengan fungsi berbeda. Pelibatan petani sebagai produsen, pemuda sebagai penyedia layanan dan pengelola digital, serta UMKM sebagai pelaku usaha memungkinkan nilai wisata beredar pada beberapa aktivitas lokal. Namun, pemerataan manfaat memerlukan pengukuran peserta yang benar-benar menerima pendapatan, besaran penerimaan bersih, dan keterlibatan kelompok rentan. Dalam pariwisata berbasis masyarakat, keberadaan label komunitas tidak cukup untuk menunjukkan keadilan distribusi tanpa bukti akses dan kekuasaan dalam keputusan usaha (Scheyvens, 1999; Tosun, 2000; Goodwin & Santilli, 2009).

Tabel 2. Hubungan lintas lapisan model bisnis berkelanjutan

Lapisan	Mekanisme nilai	Indikator untuk pengujian berikutnya
Ekonomi	Penjualan jasa belajar, pengalaman wisata, pangan lokal, dan layanan digital	Penjualan nyata, biaya per unit, margin bersih, pelanggan berulang
Lingkungan	Insentif untuk mempertahankan sawah, pemanfaatan kompos, pelestarian padi lokal	Luas sawah dipertahankan, praktik budidaya, biaya konservasi, dampak terukur
Sosial	Peluang usaha petani, pemuda, dan UMKM dalam satu ekosistem	Sebaran penerima pendapatan, kesetaraan akses, kesepakatan bagi hasil

4.4 Logika Langganan Lahan dan Pembiayaan Konservasi

Salah satu unsur pembeda rancangan Kampung Sawah Abadi adalah gagasan menghubungkan langganan lahan dengan pengalaman pendidikan serta hasil panen. Pelanggan tidak semata membeli beras atau tiket, tetapi dikonstruksikan sebagai pihak yang memiliki hubungan berkelanjutan dengan proses budidaya. Secara teoretis, pola ini berpotensi mengurangi jarak antara produsen dan konsumen serta menambah nilai pengalaman agraris. Namun, model semacam ini memerlukan pengaturan hak pelanggan, risiko gagal panen, ketentuan pengembalian, jadwal layanan, dan kewajiban pemeliharaan

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

sawah agar tidak menimbulkan ekspektasi berlebihan (Vargo & Lusch, 2004; Zott & Amit, 2010).

Skema pembagian hasil yang ditampilkan dalam rancangan kawasan menempatkan kelompok tani, UMKM, dan pemuda sebagai penerima alokasi, disertai komponen dana konservasi. Persentase dalam desain paket wisata tidak diperlakukan sebagai penerimaan yang telah dibayarkan; belum tersedia buku besar penerimaan, biaya, dan bukti distribusi yang dapat menegaskan implementasinya. Secara konseptual, dana konservasi merupakan instrumen penghubung antara pendapatan komersial dan pemeliharaan sumber daya utama. Agar berfungsi, dasar pengenaan, pengelola rekening, aturan penggunaan, pengawasan, dan pelaporan periodiknya perlu ditentukan secara operasional (Ostrom, 1990; Bocken et al., 2014).

4.5 Sintesis Model Bisnis dan Syarat Keberlanjutan

Sintesis hasil menunjukkan enam mata rantai yang harus saling terkoneksi: (1) sawah dan pengetahuan lokal sebagai sumber nilai; (2) budidaya dan konservasi sebagai aktivitas inti; (3) pengalaman edukatif, budaya, dan pangan sebagai penawaran; (4) layanan kelompok dan platform digital sebagai saluran; (5) penerimaan dari berbagai produk dan jasa sebagai penangkapan nilai; serta (6) alokasi manfaat dan dana konservasi sebagai mekanisme mempertahankan aset pertanian. Model ini menempatkan konservasi bukan sebagai kegiatan tambahan di luar usaha, melainkan sebagai prasyarat keberlanjutan proposisi nilai (Joyce & Paquin, 2016; Geissdoerfer et al., 2018).

Kesesuaian unsur konseptual belum cukup untuk menyatakan model layak secara finansial. Pengujian berikutnya membutuhkan transaksi aktual per jenis paket, jumlah pengguna layanan digital, segmentasi pelanggan, biaya tetap dan variabel, margin setiap aktivitas, serta arus dana konservasi. Evaluasi juga perlu memeriksa apakah konsumen menilai pengalaman ini berbeda dari wisata sawah biasa dan apakah insentif petani cukup untuk mempertahankan usaha tani. Ketiadaan bukti tersebut merupakan batas penilaian penelitian saat ini, bukan dasar untuk menyimpulkan bahwa model tidak layak (Teece, 2010; Schaltegger et al., 2016).

Batas utama penelitian adalah dominasi bukti konseptual dan arsip pelaksanaan atas data pasar. Perbedaan waktu pencatatan jumlah penerima manfaat, produksi pertanian, dan konfigurasi pelaku usaha tidak digunakan sebagai data tren yang langsung sebanding. Selain itu, belum tersedia audit transaksi, kontrak langganan, maupun pengukuran dampak konservasi yang dapat dipakai untuk menguji kelayakan finansial dan ekologis secara kausal. Dengan demikian, hasil penelitian merupakan pemetaan serta kritik koherensi model bisnis yang sedang dikembangkan, bukan verifikasi keberhasilan komersialnya.

KESIMPULAN

Kampung Sawah Abadi memperlihatkan rancangan model bisnis berkelanjutan berbasis komunitas yang menggabungkan sawah produktif, konservasi varietas padi lokal, pengalaman agroeduwisata, produk pangan dan UMKM, serta layanan digital. Proposisi nilai utamanya muncul dari pemeliharaan fungsi pertanian sebagai dasar kegiatan wisata, sehingga penciptaan nilai ekonomi dan perlindungan lanskap tidak dapat dirancang secara terpisah. Pendekatan tiga lapis menunjukkan hubungan antara potensi pendapatan kawasan, peran ekonomi beragam kelompok masyarakat, dan kebutuhan pendanaan konservasi.

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

Kontribusi analitis penelitian adalah model enam mata rantai yang menghubungkan aset sawah, praktik agraris, pengalaman, saluran layanan, pendapatan, dan reinvestasi konservasi. Namun, bukti yang tersedia lebih kuat untuk menjelaskan kegiatan pertanian dan desain hubungan bisnis daripada untuk memastikan realisasi penjualan, profitabilitas, dan perlindungan lahan jangka panjang. Oleh karena itu, skema langganan dan mekanisme pembagian pendapatan harus diposisikan sebagai rancangan yang memerlukan pengujian operasional, bukan keberhasilan usaha yang sudah terkonfirmasi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, R., Mahazaki, U., Alaydrus, A. H., & Ashari, A. (2026). Analisis perubahan sistemik inovasi sosial PKT BERSERI. Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(3), 112–123.

Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in e-business. Strategic Management Journal, 22(6–7), 493–520. https://doi.org/10.1002/smj.187

Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. Journal of Cleaner Production, 65, 42–56. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. Qualitative Research Journal, 9(2), 27–40. https://doi.org/10.3316/QRJ0902027

Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable tourism: An evolving global approach. Journal of Sustainable Tourism, 1(1), 1–5. https://doi.org/10.1080/09669589309450696

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. Annals of Tourism Research, 39(2), 528–546. https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.02.003

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. P., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy – A new sustainability paradigm? Journal of Cleaner Production, 143, 757–768. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.12.048

Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. Journal of Cleaner Production, 198, 401–416. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240

Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). Community-based tourism: A success? ICRT Occasional Paper, 11.

Joyce, A., & Paquin, R. L. (2016). The triple layered business model canvas: A tool to design more sustainable business models. Journal of Cleaner Production, 135, 1474–1486. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.06.067

Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. Resources, Conservation and Recycling, 127, 221–232. https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005

Lane, B. (1994). What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism, 2(1–2), 7–21. https://doi.org/10.1080/09669589409510680

Manaf, A., Purbasari, N., Damayanti, M., Aprilia, N., & Astuti, W. (2018). Community-based rural tourism in inter-organizational collaboration: How does it work sustainably? Lessons learned from Nglanggeran Tourism Village, Gunungkidul Regency, Yogyakarta, Indonesia. Sustainability, 10(7), 2142. https://doi.org/10.3390/su10072142

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers. Wiley.

Ostrom, E. (1990). Governing the commons: The evolution of institutions for collective action. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511807763

Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy: Work is theatre & every business a stage. Harvard Business School Press.

Renting, H., Rossing, W. A. H., Groot, J. C. J., Van der Ploeg, J. D., Laurent, C., Perraud, D., Stobbelaar, D. J., & Van Ittersum, M. K. (2009). Exploring multifunctional agriculture. A review of conceptual approaches and prospects for an integrative transitional framework. Journal of Environmental Management, 90(Suppl. 2), S112–S123. https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2008.11.014

Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. Organization & Environment, 29(1), 3–10. https://doi.org/10.1177/1086026615599806

Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. Tourism Management, 20(2), 245–249. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7

Siahaan, F. S., Susilowati, S., Bakti, I., Muslyhah, S., & Pertiwi, D. M. (2026). Developing a business model canvas for eco-tourism: Integrating design thinking and digital marketing for sustainability. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 10(1), 294–312. https://doi.org/10.31955/mea.v10i1.6817

Stake, R. E. (1995). The art of case study research. SAGE Publications.

Stubbs, W., & Cocklin, C. (2008). Conceptualizing a “sustainability business model”. Organization & Environment, 21(2), 103–127. https://doi.org/10.1177/1086026608318042

Teece, D. J. (2010). Business models, business strategy and innovation. Long Range Planning, 43(2–3), 172–194. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.003

Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. Tourism Management, 21(6), 613–633. https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00009-1

Copyright©2026: Rezha Abdillah, Uchin Mahazaki, Anissha Hud Alaydrus, Azwar Sahamony, M Ridwan, & Nice Nurhayati

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. Journal of Marketing, 68(1), 1–17. https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036

Wilson, G. A. (2007). Multifunctional agriculture: A transition theory perspective. CABI.

Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.

Zott, C., & Amit, R. (2010). Business model design: An activity system perspective. Long Range Planning, 43(2–3), 216–226. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2009.07.004

Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The business model: Recent developments and future research. Journal of Management, 37(4), 1019–1042. https://doi.org/10.1177/0149206311406265