

SOCIOPRENEUR:
SOLUSI
PERUBAHAN SOSIAL
DENGAN WIRAUSAHA



SOCIOPRENEUR: SOLUSI PERUBAHAN SOSIAL DENGAN WIRAUSAHA

Penulis

Filsya Khoirina Fildzah
Tyas Bunga Kumala

Editor

Tyas Bunga Kumala

Desain Grafis

Wazna Qisthi Hanifah

Diterbitkan oleh Forbil Institute

Hak Cipta dilindungi Undang-undang.
Dilarang memperbanyak atau mengutip
sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Forbil Institute.

Cetakan Pertama

Dicetak di Yogyakarta, Indonesia
ISBN 978-623-98328-7-2

Forbil Institute

Jl. Sunan Giri RT 01 / RW 25
Tambakan, Sinduharjo, Ngaglik,
Sleman, DI Yogyakarta 55581

Telp: +62 81578011199

Email: forbil.jogja@gmail.com



Kata Pengantar

Hadirnya sociopreneur di era digital seperti sekarang sangat memberi “angin segar” bagi bisnis di sektor pangan dan pertanian karena manfaatnya yang benar – benar terasa di masyarakat. Potensi pangan dan pertanian di Indonesia juga masih sangat luas untuk dieksplorasi sebagai sebuah bisnis dan memiliki kontribusi cukup besar terhadap PDB Indonesia. Oleh karena itu mengelola usaha di sektor pertanian maupun turunannya, seperti pangan, perikanan, dan lain – lainnya sangat berpeluang sekali untuk dikembangkan dan dikelola dengan konsep sociopreneur.

Forbil Institute merupakan lembaga penelitian dan pengembangan masyarakat yang secara serius menyusun kajian, rekomendasi kebijakan strategis, dan rekomendasi teknis bagi masyarakat, salah satunya di bidang pertanian dan pangan. Forbil Institute berupaya ikut serta dalam pengembangan diskursus penanganan masalah krisis pangan di Indonesia melalui pengumpulan data inovasi pangan dan mendukung replikasi keberhasilan inovasi di berbagai daerah.

Pada buku yang berjudul “SOCIOPRENEUR : Solusi Perubahan Sosial Dengan Wirausaha” ini, tim peneliti Forbil Institute berkolaborasi dengan salah satu inovator pangan untuk menghasilkan rekomendasi pengembangan bisnis pangan yang berdasarkan pengalaman teknis dan keberhasilan.

Forbil Institute berharap buku ini dapat menginspirasi banyak pihak bahwa inovasi pengembangan usaha ada dan dapat di mulai di “tepiian” yang seringkali ada di sekitar kita, seperti bisnis bayam kreasi Indonesia dari Tasikmalaya.

Dr. Nanang Pamuji Mugasejati
Direktur Forbil Institute

Daftar Isi

- 1 Kata Pengantar
- 3 Mengenal Sociopreneur sebagai Tren Karir
 - Apa itu Sociopreneur?
 - Pentingnya Sociopreneur Hadir di Masyarakat
 - Potensi Pangan dan Pertanian untuk dijadikan sebuah bisnis Tren Sociopreneur di Indonesia
- 11 Mengelola Usaha Berbasis Sociopreneur : Belajar dari Pemilik Usaha Bayam Crackers
 - Profil Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia
 - Latar Belakang Berdirinya Bayam Crackers
 - Inovasi Produk Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia
 - Pemberdayaan Masyarakat & Solusi Masalah Sosial
 - Model Bisnis Usaha Sosial
 - Model Bisnis Sociopreneur Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia
- 27 Tips bagi Pemula untuk Mengelola Usaha berbasis Sociopreneur
- 29 Kesimpulan
- 30 Daftar Pustaka
- 31 Profil Penulis

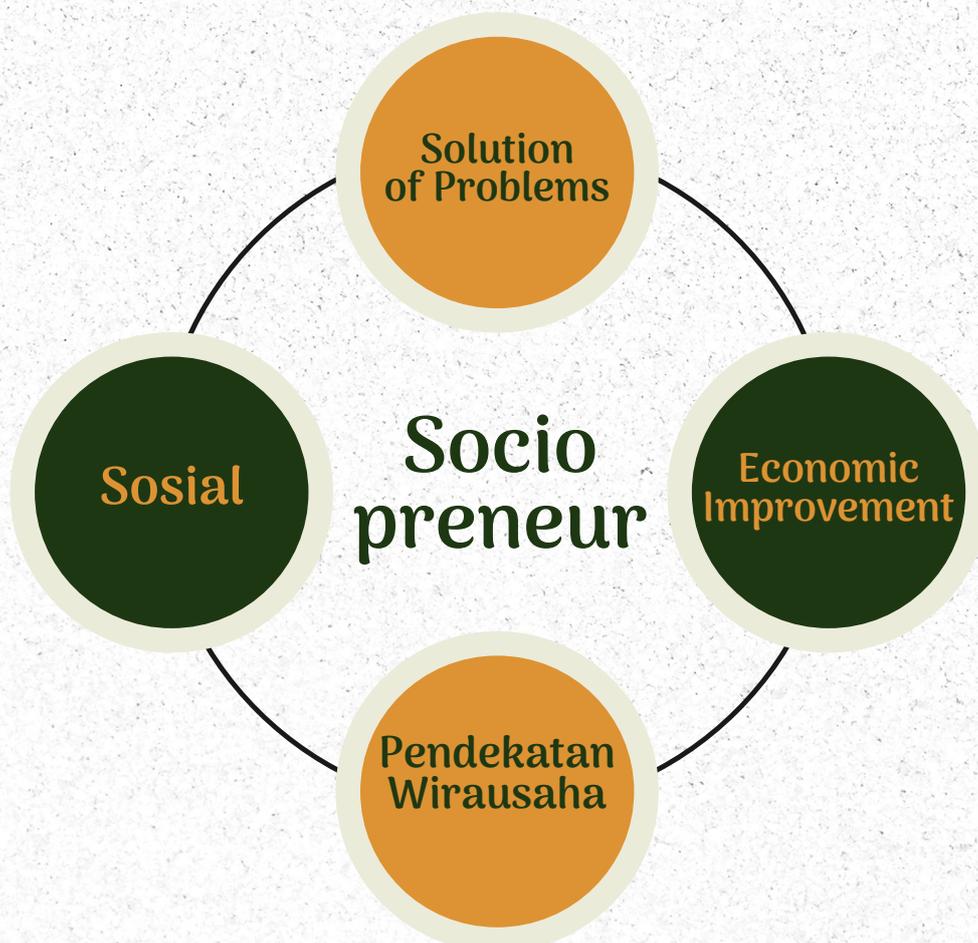
Mengenal Sociopreneur sebagai Tren Karir pada Bisnis Pangan & Pertanian



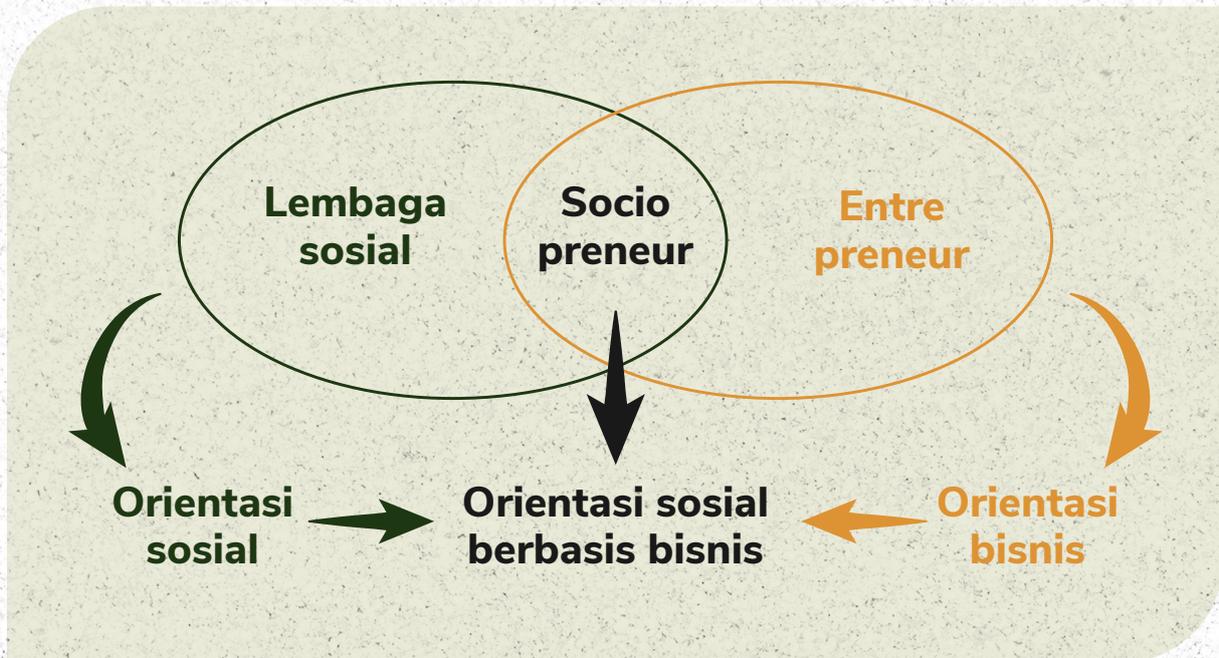


Apa itu Sociopreneur?

Sociopreneur merupakan orang-orang yang berupaya menciptakan perubahan positif atas persoalan yang ada di masyarakat dengan pendekatan wirausaha (Putri 2017).

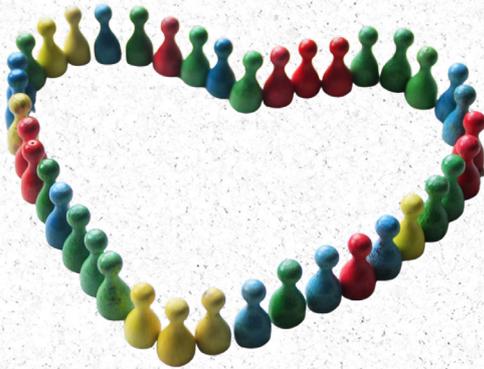


Pentingnya Sociopreneur Hadir di Masyarakat



- Para pengusaha sosial (sociopreneur) umumnya adalah seseorang yang memiliki daya inovasi dan motivasi tinggi sekaligus pemikir kritis.
- Seringkali lembaga sosial yang memiliki orientasi ke arah sosial tidak diimbangi dengan orientasi bisnis, padahal seringkali permasalahan sosial tidak langsung dapat diselesaikan hanya dengan memberi bantuan.
- Oleh karena itu, seorang sociopreneur sangat tepat hadir di masyarakat untuk mencoba menyelesaikan masalah-masalah sosial yang ada di masyarakat, seperti kemiskinan, tidak adanya lapangan pekerjaan, pengetahuan maupun sumber daya manusia yang masih rendah.

- Melalui kewirausahaan sosial (sociopreneurship), masalah ekonomi menjadi masalah utama yang dapat dicoba untuk diselesaikan.



Dampak Sosial di Masyarakat

Terbukanya kesempatan kerja bagi masyarakat yang tidak memiliki akses untuk mendapatkan pekerjaan

Masyarakat terlibat langsung dalam menjadi pelaku bisnis sehingga meningkatkan sense of entrepreneur

Tujuan jangka panjangnya dapat membantu masyarakat mandiri dalam hal finansial

Untuk Menjadi Sociopreneur

Tidak memerlukan modal besar

Mengetahui masalah sosial yang akan diselesaikan dengan pendekatan wirausaha

Memiliki minat berwirausaha

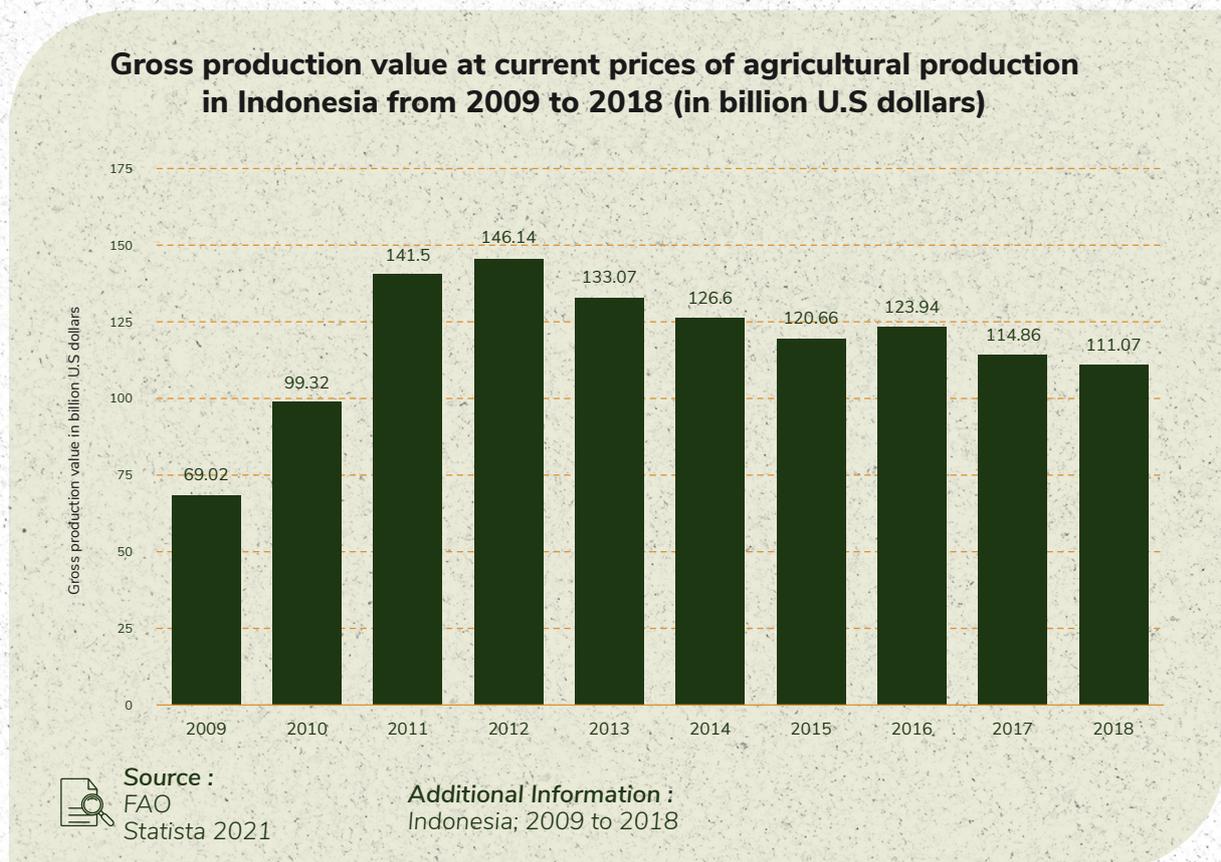
Inovatif dan kolaboratif



Sumber :
Sulaiman 2011

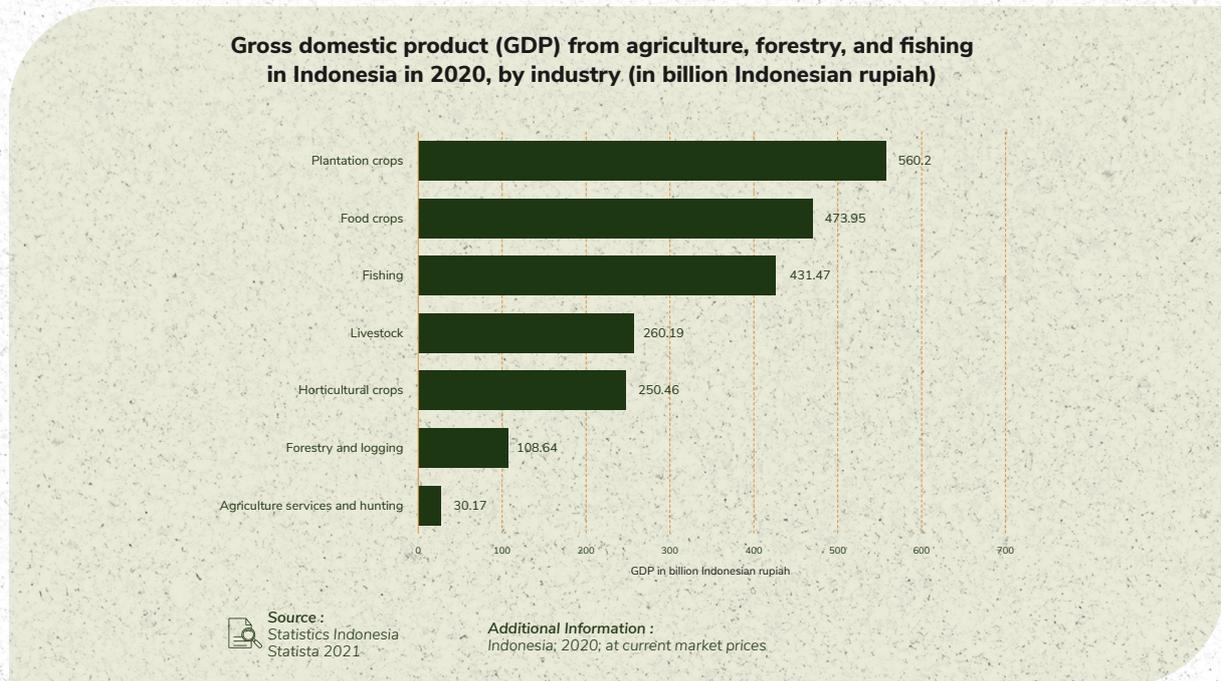
Potensi Pangan dan Pertanian untuk Dijadikan sebuah Bisnis

- Tidak dipungkiri, sektor pertanian masih menjadi sektor yang banyak dimanfaatkan sebagai mata pencaharian masyarakat Indonesia.

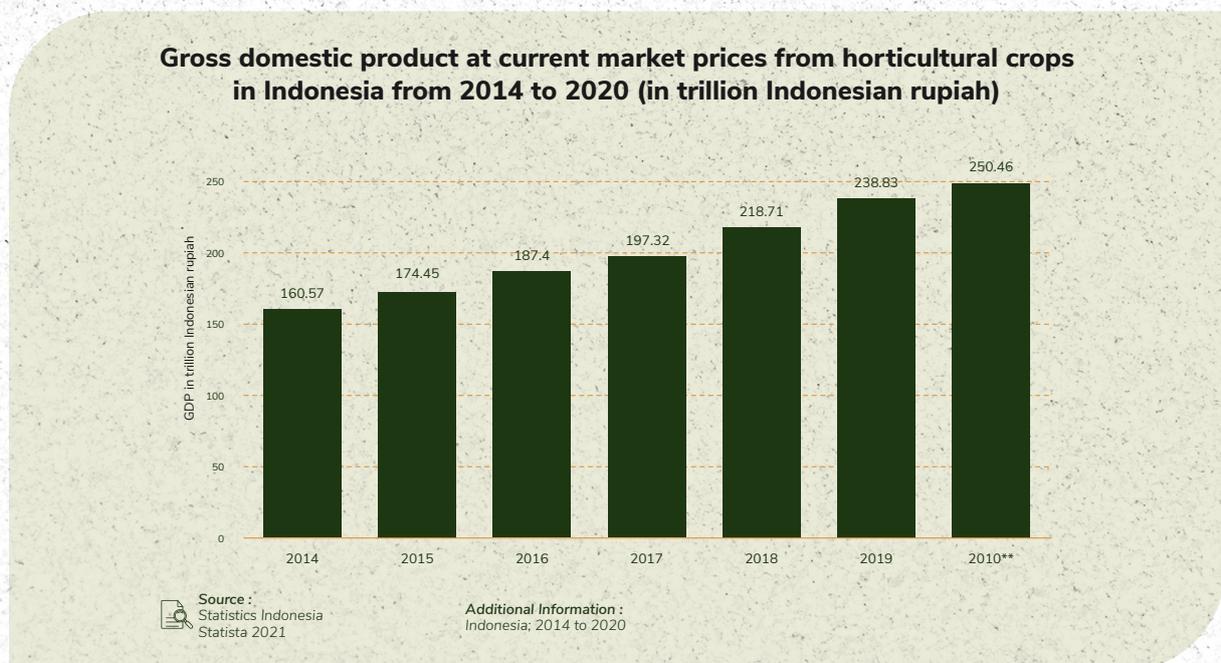


- Pada tahun 2018, nilai Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor pertanian di Indonesia kurang lebih mencapai 111,1 miliar dolar AS (Statista 2018). Indonesia merupakan salah satu negara agraris utama dunia dan sektor pertanian merupakan kontributor utama bagi perekonomian Indonesia.

- Berbagai sub-sektor dari sektor pertanian, seperti tanaman pangan mampu memberikan kontribusi terhadap GDP hingga 473,95 miliar rupiah pada tahun 2020 (Statista 2021).



- Sub-sektor lainnya, seperti tanaman hortikultura, kehutanan, perikanan, ataupun tanaman hortikultura juga memberikan kontribusi yang cukup tinggi bagi PDB Indonesia.



- Tanaman hortikultura misalnya, di Indonesia mampu berkontribusi bagi PDB mencapai 250,46 miliar rupiah dengan sebagian besar tanaman hortikultura yang dihasilkan berasal dari petani kecil.

- Oleh karena itu mengelola usaha di sektor pertanian ataupun turunannya, seperti pangan, perikanan, dan lain-lainnya sangat berpeluang sekali untuk dikembangkan.
- Selain itu, pengelolaan bisnis di sektor pangan dan pertanian dengan konsep sociopreneur (pebisnis sosial) di tengah masyarakat perlu didorong agar jumlahnya semakin banyak.
- Hadirnya sociopreneur di era digital seperti sekarang sangat memberi “angin segar” bagi bisnis di sektor pangan dan pertanian karena manfaatnya yang benar-benar terasa di masyarakat.





Tren Sociopreneur di Indonesia

Di Indonesia, perkiraan jumlah sociopreneur (wirausaha sosial) adalah sekitar 342.000 dengan:

22% untuk sektor Industri

16% untuk sektor pertanian & perikanan

15% untuk sektor pendidikan

 Sumber :
PLUS 2018

- Minat terhadap wirausaha sosial di Indonesia bertumbuh seiring dengan meningkatnya minat pada kewirausahaan.
- Keberhasilan wirausaha sosial berpotensi menyumbang sekitar 1,91% dari PDB Indonesia atau setara dengan 19,4 Miliar (PLUS 2018)
- Melalui konsep sociopreneur inilah, individu ataupun komunitas dari daerah pedesaan maupun perkotaan dapat bersatu untuk membuat dampak nyata bagi masyarakat melalui pendekatan kreatif dan kolaborasi.

**MENGELOLA USAHA
BERBASIS SOCIOPRENEUR :
Filsyakhoi Bayam Crackers
dari Petani Bayam
Tasikmalaya**





Profil Filsyakhoi: Bayam Kreasi Indonesia

- Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia atau juga sering dikenal dengan Filsyakhoi Bayam Crackers adalah sebuah brand yang dikembangkan oleh Filsya Khoirina Fildzah.
- Diinisiasi pada tahun 2016 ketika Filsya berada di bangku semester tiga perguruan tinggi negeri di Bandung dan melihat bahwa kesempatan bersekolah tinggi di daerahnya termasuk dalam kesempatan yang jarang, maka ia sangat ingin memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitarnya.
- Dikelola dengan konsep sociopreneur, Filsya bersama Bayam Crackers mampu memberikan kontribusi nyata bagi petani dan masyarakat sekitar.



Filsya Khoirina Fildzah

Founder Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia

Mengapa Founder Tergerak untuk Membuat Bisnis Pangan dari Bayam?



1

Petani Bayam di Tasikmalaya masih belum sejahtera, hasil panen hanya dijual ke tengkulak dengan harga sekitar 500 rupiah per ikat



2

Covid-19 juga membuat 21.478 masyarakat Tasikmalaya menganggur (BPS 2019) dan sangat memerlukan penghasilan tambahan



3

Angka konsumsi sayuran di Indonesia hanya berkisar 173 gram per hari dari nilai AKG WHO 400 gram per hari (BPS 2019)

- Filsya mencoba memanfaatkan potensi kebun bayam yang ada di Tasikmalaya untuk diolah menjadi produk turunan bayam yang bernilai jual tinggi, sehingga dapat menyejahterakan petani dan membuka lapangan pekerjaan baru bagi ibu-ibu dengan waktu kerja yang lebih fleksibel dan produktif.
- Selain itu, kebiasaan orang-orang yang tidak terlalu suka mengonsumsi sayur coba diubah Filsya menjadi sebuah peluang bisnis dengan memanfaatkan produk olahan bayam yang ia buat sebagai solusi jitu bagi orang-orang yang memiliki kebiasaan tersebut.

Journey Bayam Crackers



Modal 200.000
+ modal nekat

100 bungkus
Bayam Crackers

Sumber :
Business Plan Bayam Crackers

- Minat terhadap wirausaha sosial di Indonesia bertumbuh seiring dengan meningkatnya minat pada kewirausahaan.
- Keberhasilan wirausaha sosial berpotensi menyumbang sekitar 1,91% dari PDB Indonesia atau setara dengan 19,4 Miliar (PLUS 2018)
- Melalui konsep sociopreneur inilah, individu ataupun komunitas dari daerah pedesaan maupun perkotaan dapat bersatu untuk membuat dampak nyata bagi masyarakat melalui pendekatan kreatif dan kolaborasi.

Transformasi Bayam Crackers dari tahun 2016-2019



2016



2017



2018
awal

2018 akhir
- Juni 2019



2019

Product Progress
Filsyakhoi
Bayam Crackers

Sumber :
Business Plan Bayam Crackers

Inovasi Produk Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia sebagai Produk Turunan Bernilai Jual Tinggi



- Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia mengolah bayam segar hasil panen para petani bayam di Tasikmalaya menjadi beberapa produk turunan, seperti :
 - ✓ Bayam Crackers
 - ✓ Baso Aci Pangsit Bayam Instan
 - ✓ Bayam Mask
- Semua produk turunan bayam dikemas dalam brand Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia dan memiliki keunggulan, seperti :
 - Snack Sayur sehat dengan berbagai varian rasa
 - Inovasi konsumsi sayur yang mudah dan disukai berbagai kalangan
 - Setiap produk dari Filsyakhoi adalah bentuk nyata pemberdayaan petani bayam Tasikmalaya dan masyarakat sekitar



Filsyakhoi Bayam Crackers



Bayam Crackers Filsyakhoi hadir dengan keunggulan snack bercita rasa dengan berbagai macam varian diantaranya :

- Original
- Hotspicy
- Hotcheese
- Pizza
- Rumput laut
- BBQ

Tentunya akan meningkatkan minat millennial dalam mengonsumsi sayur dengan pendekatan snack sayur kekinian.



Sumber gambar:
Foto produk Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia



Filsyakhoi

Baso Aci Pangsit Bayam & Mask



Baso Aci Pangsit Bayam Instan yang sangat mudah disajikan dan tentunya sesuai dengan selera konsumen.



Sumber gambar:
Foto produk Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia



Masker organik dan sheet mask serum bayam yang aman digunakan bagi perawatan wajah dan kulit.

Pencapaian Bayam Crackers di Kancha Kompetisi dan Masyarakat



**Pemenang Kompetisi Bisnis
Mahasiswa Indonesia (KBMI)**



**Wirausaha Didanai
Kemenristek Dikti**



**Wirausaha Muda Pemula
Berprestasi Jawa Barat 2019**



**Penghargaan Mahasiswa Entrepreneur
oleh Dekan FKEP UNPAD**



**Finalis 17 besar Kompetisi WMP
Tingkat Nasional oleh Kemenpora**



**Pemenang Kompetisi Business Plan
Marketing Ninja Ekspedisi**



Pelatihan Lintas Sektor bersama Pertamina untuk Peningkatan Keahlian Ibu-Ibu



Pelatihan Budidaya Bayam kepada Para Petani Bayam

Pemberdayaan Masyarakat ☞ Solusi Masalah Sosial

- Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia sebagai pemberdayaan masyarakat dan solusi masalah sosial baik di daerah Tasikmalaya maupun di luar daerah Tasikmalaya.



Masalah yang Coba Diselesaikan

- Petani Bayam Tasikmalaya yang belum sejahtera
- Bayam saat panen hanya bisa dijual ke tengkulak dengan harga yang sangat murah



Cara Penyelesaian

- Membuat produk turunan bayam dengan bentuk dan sajian yang memiliki nilai jual tinggi
- Petani bayam di Tasikmalaya mendapatkan penghasilan tetap dari supply bayam ke Filsyakhoi dengan harga yang layak



Masalah yang Coba Diselesaikan

- Ibu-ibu di sekitar tempat tinggal Filsya masih banyak yang belum memiliki pekerjaan tetap.



Cara Penyelesaian

- Mensejahterakan ibu – ibu di sekitar tempat tinggal dengan memberi lapangan pekerjaan seperti memproduksi bayam crackers hingga mengemasnya.



Masalah yang Coba Diselesaikan

- Banyaknya masyarakat di Indonesia yang belum memiliki sumber penghasilan tetap.
- Kondisi Covid-19 memperparah tren PHK dan pengangguran.



Cara Penyelesaian

- Memberikan akses untuk menjadi agen dan reseller bayam crackers dengan cara yang mudah, lengkap dengan campaign dan tools untuk di-upload di media sosial.



Masalah yang Coba Diselesaikan

- Masih sangat rendahnya tingkat konsumsi sayur di Indonesia.



Cara Penyelesaian

- Berkolaborasi dengan para influencer untuk giat membagikan cara mengonsumsi sayur yang mudah dengan bayam crackers.

- Tidak hanya itu, Filsya bersama Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia juga memberikan kontribusi nyata bagi para petani bayam dan ibu-ibu rumah tangga di Tasikmalaya dalam hal peningkatan soft-skill dan hard-skill melalui berbagai pelatihan seperti :
 - Pelatihan peningkatan produktivitas usaha kepada ibu-ibu Desa Cimanggu, Tasikmalaya sebagai bagian dari home production Bayam Crackers.
 - Pelatihan pertanian dan pemberian bibit bagi para petani bayam agar dapat meningkatkan produktivitas sehingga hasil pertanian bayam dapat diolah menjadi produk bernilai jual tinggi.
 - Melakukan campaign kepada para jobless, ibu-ibu rumah tangga untuk berdiskusi dengan menjadi agen atau reseller bayam crackers.

Model Bisnis Usaha Sosial

- Model bisnis suatu usaha sosial sekilas memang hampir sama dengan usaha-usaha pada umumnya. Hanya saja pada suatu usaha sosial, bentuk bisnis lebih mengutamakan pada manfaat dibandingkan keuntungan pribadi.



- Usaha sosial seperti yang dijelaskan dalam Deloitte Global Human Capital Survey, terbentuk dari pertemuan misi eksternal dengan integrasi kolaborasi.
- Artinya, model bisnis yang ada pada usaha sosial lahir akibat dorongan dari lingkungan, bukan dari visi sempit pemikiran pribadi sehingga komponen penyusun model bisnis dikolaborasikan untuk mewujudkan perubahan sosial di masyarakat.

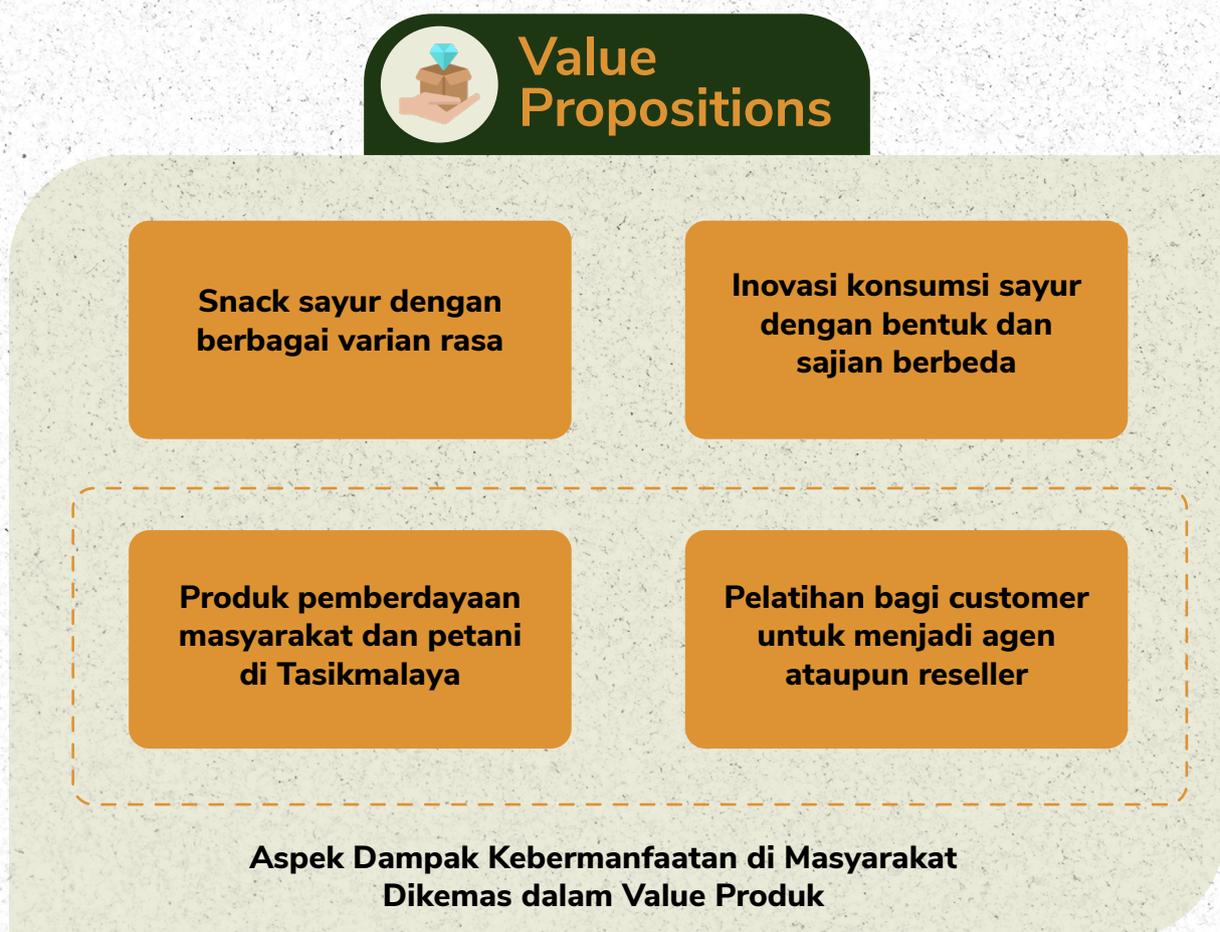
Model Bisnis Sociopreneur Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia

- Berkaca pada usaha sosial Filsyakhoi Bayam Kreasi Indonesia, Filsya dalam wawancaranya bersama Sekolah Inovasi Pangan menyampaikan bahwa aspek kebermanfaatan pada setiap komponen model bisnis menjadi hal utama yang perlu dipertimbangkan.
- Hal ini dapat dilihat dari komponen model bisnis bayam crackers khusus pada bagian **value propositions, key partners, key resources, key activities, dan cost structures.**



Sumber :

Diolah berdasarkan wawancara dengan Filsya (CEO Bayam Kreasi Indonesia)



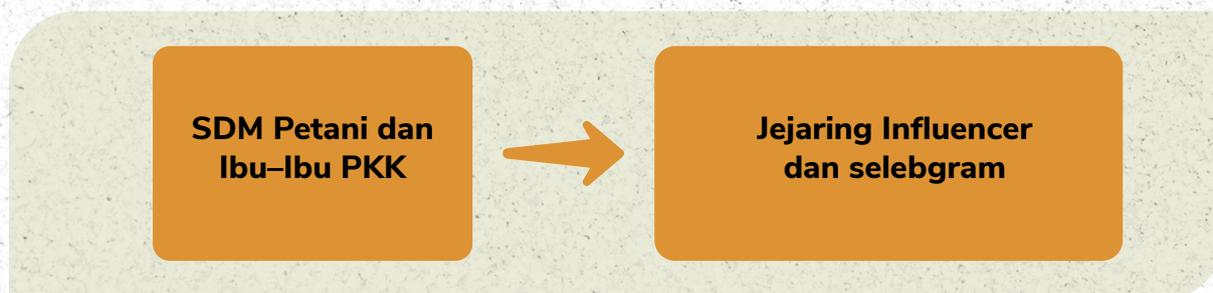
Key Partners



- Sinergi Foundation dan The Local Enablers menjadi partner yang cukup berperan dalam bisnis bayam crackers ini.
- Sebagai salah satu lembaga independen yang concern dengan pengembangan dan kreativitas inovasi sosial, Sinergi Foundations membantu Bayam Crackers dalam menyelenggarakan pelatihan yang bermanfaat dalam pengembangan bisnis
- The Local Enablers juga sangat bermanfaat bagi Bayam Crackers sebagai inkubator bisnis yang mampu membuat bisnis Bayam Crackers terus berkembang hingga sekarang

Key Resources

Dua sumberdaya di bawah menjadi kunci penting dibandingkan sumber daya lainnya, karena home industry yang proses produksinya sangat berkaitan dengan SDM petani dan Ibu-Ibu PKK. Selain itu, jaringan influencer sangat berpengaruh dengan jumlah order.





Key Activities

Aspek peningkatan soft skill dan hard skill bagi sumber daya utama bayam crackers

Pelatihan petani dan ibu-ibu PKK untuk berdikari

Pelatihan untuk reseller dan agen

Penjualan Bayam Crackers

Budidaya bayam dan proses produksi

Digital marketing campaign

Kolaborasi dengan influencer dan selebgram



Cost Structures

Dua biaya dibawah menjadi kunci penting selain biaya produksi, skala home industry yang peningkatan usahanya semakin terlihat dengan semakin meningkatnya SDM Ibu-Ibu PKK ataupun petani. Influencer juga sangat berpengaruh dengan jumlah order, sehingga biaya yang dikeluarkan untuk kolaborasi bersama perlu dipertimbangkan.

Biaya pelatihan bagi petani dan ibu-ibu PKK



Biaya untuk Influencers

Tips Bagi Pemula Untuk Mengelola Usaha Berbasis Sociopreneur



Tips Bagi Pemula Untuk Memulai dan Mengelola Usaha Berbasis Sociopreneur

Apa **masalah** yang **ada?**



Berangkat dari “kepekaan” dalam mengamati masalah yang ada di sekitar kita

Apa **solusi** yang **dibutuhkan?**



Mulai berpikir kira-kira **solusi apa saja yang dekat dengan masyarakat** dan tentunya bisa kita **lakukan tanpa memerlukan modal** ataupun sumber daya yang besar melebihi kemampuan kita

Apa yang **bisa** kita **lakukan?**



Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

- Konsep mengelola bisnis pangan dengan sociopreneur sangat perlu diterapkan pada bisnis–bisnis pangan yang ada di Indonesia, melihat manfaat yang diterima tidak hanya dirasakan pemilik bisnis melainkan juga masyarakat luas.
- Potensi pangan dan pertanian di Indonesia masih sangat luas untuk dieksplorasi sebagai sebuah bisnis dan memiliki kontribusi cukup besar terhadap PDB Indonesia.
- Untuk memulai dan mengelola bisnis dengan konsep sociopreneur ternyata tidak membutuhkan modal besar, bisa dimulai dengan peka terhadap permasalahan yang ada di sekitar agar solusi yang dibuat dapat dimanfaatkan secara real pada masyarakat.

Saran

- Diperlukan dukungan pemerintah terhadap pemilik bisnis pangan, khususnya untuk para sociopreneur yang ada di Indonesia agar mereka dapat meningkatkan kualitas bisnisnya dan manfaat kepada masyarakat dapat semakin terasa dan meluas.
- Diperlukan tekad, keberanian dan keinginan untuk berkontribusi memberikan manfaat positif di masyarakat bagi orang–orang yang memulai berwirausaha,
- sehingga sebagian besar bisnis di Indonesia dapat dikelola dengan konsep sociopreneur.

Daftar Pustaka

- Deloitte Global Human Capital Trends Surveys. 2018. Evolusi Usaha Sosial. Jakarta(ID) : Deloitte Insights.
- Global Leadership Center. 2021. “Apa itu Bisnis Model Canvas dan Mengapa Wajib Digunakan Setiap Pemilik Bisnis”.
<https://glcworld.co.id/penjelasan-business-model-canvas/>. Diakses pada 2 Februari 2022.
- PLUS. 2018. Developing an Inclusive and Creative Economy. Jakarta(ID) : The State of Social Enterprise in Indonesia.
Putri Li. 2017. Reduksi kemiskinan melalui sociopreneurship. Jurnal Riset dan Kajian Keislaman. 6(1) : 48 – 68.
- Statista. 2021. “Gross Domestic Product at Current Market Prices from Horticultural Crops in Indonesia from 2014 to 2020.”
<https://www.statista.com/statistics/1018503/indonesia-gdp-horticultural-crops/>. Diakses pada 19 Januari 2022 pukul 11.41 WIB.
- Statista. 2021. “Gross Production Value at Current Prices of Agricultural Production in Indonesia from 2009 to 2018”.
<https://www.statista.com/statistics/587273/indonesia-value-of-agricultural-production/>. Diakses pada 19 Januari 2022 pukul 11.43 WIB.
Statista. 2021. “Gross Domestic Product (GDP) from Agriculture, Forestry, and Fishing in Indonesia in 2020, by Industry”.
<https://www.statista.com/statistics/1227053/indonesia-gdp-agriculture-forestry-fishing-breakdown/>. Diakses pada 19 Januari 2022 pukul 11.52 WIB.
- Sulaiman M. 2011. Ilmu Sosial Dasar Teori dan Konsep Ilmu Sosial. Bandung(ID) : Refika Aditama.

Profil Penulis

Filsya Khoirina Fildzah

Filsya menempuh sarjana di Pendidikan Ilmu Keperawatan dan menjadi profesional NERS tahun 2021. Meskipun memiliki background ilmu keperawatan, tapi filsya memiliki mimpi dalam bidang wirausaha terutama di bidang sosial entrepreneur sehingga bertekad untuk terus mengembangkan usaha social entrepreneur-nya. Kini, Filsya berusia 24 tahun dan bertekad untuk terus mengembangkan usahanya ini. Pembaca dapat menggali interaksi dan bertukar sudut pandangan tentang sociopreneur dengan menghubunginya melalui media sosial instagram @filsyakhoi.

Tyas Bunga Kumala

Bunga mendapatkan gelar Sarjana dari Departemen Meteorologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Institut Pertanian Bogor. Meski berasal dari background sains, ia memiliki ketertarikan dalam bidang kajian pertanian, pangan, dan pemberdayaan masyarakat. Di bidang pertanian, ia pernah terlibat dalam penelitian Pemetaan Lahan Pertanian Berkelanjutan kolaborasi dengan Pemerintah Kabupaten Tangerang. Saat ini Bunga bekerja sebagai asisten peneliti di Forbil Institute dan terlibat dalam kajian kebijakan pangan dan pertanian.

FORBIL INSTITUTE

BILLING FOR THE FUTURE, NOW



ISBN 978-623-98328-7-2



9

786239

832872