

PENDAMPINGAN INOVASI KEWIRAUSAHAAN KEPARIWISATAAN BERBASIS AGROWISATA EDUKASI DI DESA KANREAPIA, KECAMATAN TOMBOLOPAO, KABUPATEN GOWA

Nur Rahmi¹, Asmayanti², Andi Anggi Kemalasari³, Nur Halim⁴, Hasniaty⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Negeri Makassar

Email Koresponden: nur.rahmi@unm.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkuat kapasitas kewirausahaan kepariwisataan masyarakat Desa Kanreapia, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa, melalui pendampingan inovasi paket agrowisata edukasi berbasis potensi hortikultura lokal. Kanreapia memiliki posisi strategis sebagai desa dataran tinggi dengan karakter pertanian yang kuat, tetapi potensi tersebut belum sepenuhnya dikemas sebagai produk wisata yang memiliki narasi, alur layanan, struktur harga, kanal promosi, dan kemitraan pasar yang jelas. Program dilaksanakan pada Januari 2026 dengan pendekatan partisipatif melalui observasi kebutuhan mitra, pemetaan aset wisata, pelatihan dasar kewirausahaan pariwisata, klinik penyusunan paket wisata edukasi, praktik digital storytelling, serta evaluasi luaran. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa penguatan kewirausahaan pariwisata perlu diarahkan pada tiga luaran utama, yaitu prototipe paket wisata edukasi pertanian, model perhitungan harga paket yang sederhana, dan rancangan promosi digital yang menonjolkan pengalaman belajar, lanskap, dan produk lokal. Kegiatan ini menegaskan bahwa inovasi kewirausahaan di desa agrowisata tidak cukup berhenti pada promosi destinasi, tetapi harus membangun desain produk wisata yang aman, edukatif, bernilai ekonomi, dan dapat dikelola secara kolaboratif oleh masyarakat lokal.

Kata kunci: Agrowisata Edukasi; Inovasi Kewirausahaan; Kanreapia; Kewirausahaan Pariwisata; UMKM Desa

LATAR BELAKANG

Desa Kanreapia berada di Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Situs resmi Desa Kanreapia menempatkan desa ini sebagai bagian dari layanan informasi pemerintahan desa yang memuat kanal profil desa, potensi desa, wisata, galeri, dan promosi produk desa. Publikasi BPS Kabupaten Gowa menempatkan Kecamatan Tombolopao sebagai wilayah yang memiliki gambaran geografi, pemerintahan, penduduk, pertanian, sosial-demografi, dan perekonomian yang relevan untuk membaca basis pembangunan lokal. Dalam konteks kewirausahaan desa, informasi dasar tersebut memberi petunjuk bahwa penguatan ekonomi lokal tidak hanya dapat bertumpu pada produksi komoditas, tetapi juga pada kemampuan masyarakat mengubah sumber daya lokal menjadi pengalaman bernilai bagi pengunjung.

Kanreapia memiliki karakter yang kuat sebagai desa dataran tinggi dengan aktivitas pertanian hortikultura. Karakter ini dapat dikembangkan menjadi agrowisata edukasi, yaitu kegiatan wisata yang tidak hanya menawarkan pemandangan, tetapi juga pengalaman belajar tentang proses pertanian, pengenalan komoditas, praktik panen, pengolahan sederhana, kuliner lokal, dan interaksi dengan pelaku usaha desa.

Dalam literatur terkini, agrowisata berbasis komunitas dipandang memiliki manfaat ekonomi, sosial, pembelajaran, pelestarian lingkungan, partisipasi pemangku kepentingan, dan promosi destinasi, tetapi keberhasilannya memerlukan penguatan manajemen lokal, dukungan infrastruktur, dan pelatihan bagi masyarakat yang terlibat.

Persoalan utama yang sering muncul pada desa dengan potensi agrowisata adalah kesenjangan antara potensi dan produk. Potensi alam, komoditas pertanian, dan aktivitas masyarakat belum otomatis menjadi produk wisata apabila belum memiliki alur kunjungan, standar layanan, perhitungan harga, narasi pengalaman, manajemen risiko, dan kanal pemasaran yang jelas. Kajian tentang kewirausahaan pariwisata desa di Indonesia menunjukkan bahwa keberhasilan desa wisata berkelanjutan dipengaruhi oleh pengelolaan pendapatan, pengembangan unit usaha, pertumbuhan ekonomi lokal, gotong royong, kolaborasi, inovasi, kreativitas, kesadaran lingkungan, manajemen sumber daya, dan pengelolaan pengunjung.

Dari sudut pandang kewirausahaan, pengembangan agrowisata Kanreapia perlu ditempatkan sebagai proses inovasi usaha, bukan sekadar kegiatan promosi. Inovasi pada pariwisata pedesaan mengharuskan pelaku lokal memahami hubungan timbal balik antara karakter lingkungan, kemampuan personal wirausaha, jaringan bisnis, dan keberlanjutan usaha. Studi tentang kewirausahaan pariwisata pedesaan juga menekankan pentingnya strategi inovasi dan jejaring usaha sebagai faktor yang mendorong keunggulan kompetitif dalam destinasi berbasis komunitas. Dengan demikian, pendampingan di Kanreapia perlu diarahkan pada kemampuan masyarakat menyusun paket wisata yang layak dijual, mudah dijelaskan, dan dapat dijalankan secara aman.

Transformasi digital juga menjadi komponen penting dalam kewirausahaan kepariwisataan. Studi pada usaha kecil dan menengah sektor pariwisata menunjukkan bahwa digital marketing dan orientasi pelanggan berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha pariwisata. Pada konteks desa, digitalisasi tidak boleh dipahami hanya sebagai pembuatan akun media sosial, tetapi sebagai kemampuan menyusun narasi destinasi, katalog paket, konten visual, informasi harga, kontak pemesanan, dan bukti kepercayaan. Kerangka Tourism Social Entrepreneurship menempatkan transformasi digital sebagai bagian dari strategi perubahan yang dapat memperkuat modal alam, sosial, budaya, manusia, dan finansial dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mendampingi masyarakat dan pelaku usaha lokal Desa Kanreapia dalam mengembangkan inovasi kewirausahaan kepariwisataan berbasis agrowisata edukasi. Fokus program tidak diarahkan pada pembangunan fisik destinasi, melainkan pada penyusunan model usaha sederhana: pemetaan aset wisata, desain paket edukasi pertanian, simulasi harga, standar layanan dasar, digital storytelling, dan jejaring kemitraan. Orientasi ini dipilih agar kegiatan pengabdian menghasilkan luaran yang dapat digunakan langsung oleh masyarakat sebagai bahan awal pengembangan usaha wisata desa.

METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif berbasis aset lokal. Pendekatan ini dipilih karena kewirausahaan pariwisata tidak dapat dibangun dari luar masyarakat secara sepihak.

57

Citakarya, Volume 4 Issue 02, 2026

Copyright to the author of some rights reserved This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Produk wisata desa harus bertumpu pada pengetahuan lokal, praktik keseharian masyarakat, komoditas yang benar-benar tersedia, kesiapan pelaku, serta penerimaan sosial terhadap kehadiran pengunjung. Mitra kegiatan terdiri atas unsur pelaku UMKM desa, pemuda lokal, perwakilan kelompok tani, dan unsur masyarakat yang memiliki minat dalam pengembangan agrowisata edukasi. Apabila artikel ini akan disesuaikan dengan laporan lapangan final, jumlah peserta, nama kelompok mitra, dan tanggal rinci kegiatan dapat diisi sesuai daftar hadir kegiatan asli.

Pelaksanaan program dilakukan pada Januari 2026 di Desa Kanreapia, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa. Tahapan kegiatan meliputi observasi potensi dan kebutuhan mitra, pemetaan aset wisata edukasi, penyusunan desain paket agrowisata, pelatihan layanan dan kewirausahaan pariwisata, praktik digital storytelling, serta evaluasi luaran. Metode yang digunakan berupa diskusi terarah, pemetaan partisipatif, demonstrasi, praktik penyusunan paket, simulasi perhitungan harga, dan klinik konten digital. Model ini sejalan dengan gagasan innovation labs dalam pariwisata yang menekankan ruang belajar bersama untuk mendorong inovasi digital, transformasi model bisnis, dan penguatan kapasitas pelaku lokal.

Evaluasi dilakukan dengan pendekatan berbasis luaran. Indikator yang diamati meliputi kemampuan peserta mengidentifikasi aset wisata lokal, menyusun narasi pengalaman wisata, merancang paket kunjungan, menghitung komponen harga sederhana, menentukan standar layanan dasar, dan merancang materi promosi digital. Evaluasi tidak diarahkan untuk mengukur dampak ekonomi jangka panjang karena kegiatan bersifat pendampingan awal, tetapi untuk menilai kesiapan awal masyarakat dalam mengubah potensi pertanian menjadi produk wisata edukasi yang dapat diuji dalam skala kecil.

Alur Pendampingan Kewirausahaan Kepariwisataan Kanreapia



Prinsip program: partisipatif, berbasis aset desa, aman bagi pengunjung, berorientasi pasar, dan menghasilkan prototipe paket wisata yang dapat diuji.

Gambar 1. Alur pendampingan kewirausahaan kepariwisataan berbasis agrowisata edukasi

Tahapan Operasional Program

Tahapan operasional kegiatan disusun agar pendampingan tidak berhenti pada penyuluhan, tetapi menghasilkan prototipe produk wisata yang dapat dibaca, dinilai, dan dikembangkan oleh masyarakat.

Tabel 1. Tahapan operasional program pendampingan

Tahap	Fokus Kegiatan	Metode	Luaran
Observasi	Identifikasi potensi pertanian, akses, aktor lokal, dan kesiapan mitra.	Wawancara singkat, observasi, diskusi mitra.	Daftar aset dan isu prioritas.
Pemetaan atraksi	Mengubah aktivitas pertanian menjadi atraksi edukasi.	Pemetaan partisipatif dan matriks aset.	Peta pengalaman wisata.
Desain paket	Menyusun paket kunjungan, durasi, aktivitas, fasilitas, dan pembagian peran.	Klinik paket dan simulasi itinerary.	Prototipe paket agrowisata.
Harga dan layanan	Menghitung biaya dasar, margin, risiko, dan standar layanan.	Latihan harga pokok paket dan role play.	Template harga dan SOP sederhana.
Digital storytelling	Menyusun narasi promosi, foto produk wisata, katalog, dan kanal pemesanan.	Praktik konten dan review visual.	Katalog mini dan rancangan konten.
Evaluasi	Menilai keterpakaian luaran dan kebutuhan pendampingan lanjutan.	Diskusi reflektif dan checklist luaran.	Rencana tindak lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan menunjukkan bahwa potensi kewirausahaan kepariwisataan Kanreapia terutama terletak pada kemampuan mengubah aktivitas pertanian sehari-hari menjadi pengalaman edukatif. Dalam kerangka agrowisata, wisatawan tidak hanya berperan sebagai pembeli jasa rekreasi, tetapi sebagai peserta yang mempelajari proses produksi, mengenal lanskap, berinteraksi dengan petani, dan memahami nilai sosial-ekonomi komoditas lokal. Oleh karena itu, produk wisata yang dirancang harus memiliki struktur pengalaman yang jelas, mulai dari penyambutan, pengenalan desa, kunjungan kebun, aktivitas edukasi, dokumentasi, hingga sesi pembelian produk lokal.

Luaran pertama pendampingan adalah pemetaan aset wisata. Aset yang dapat dikembangkan mencakup lanskap dataran tinggi, komoditas hortikultura, praktik budidaya, aktivitas panen, cerita lokal tentang pertanian, produk pangan lokal, dan keterlibatan pemuda sebagai pemandu.

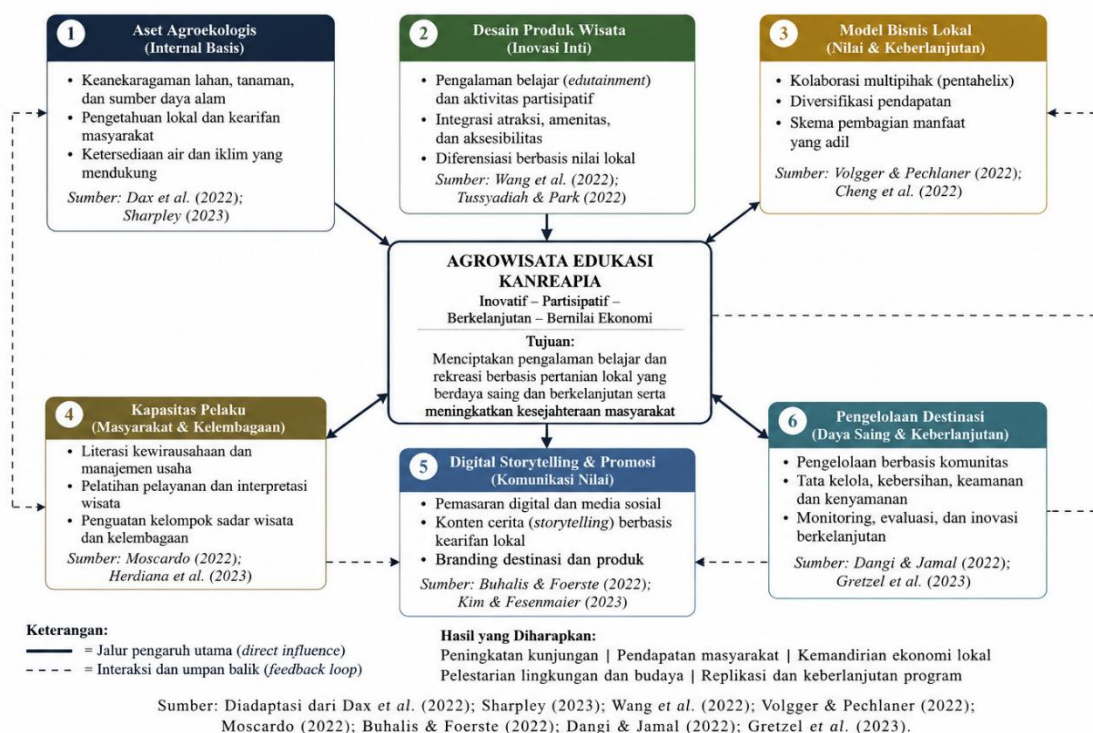
Pemetaan ini penting karena kewirausahaan pariwisata pedesaan bertumpu pada kemampuan membaca sumber daya yang sudah ada, bukan sekadar meniru model destinasi lain. Kajian tentang desa wisata berkelanjutan menegaskan bahwa inovasi dan pengelolaan sumber daya merupakan bagian penting dari keberhasilan kewirausahaan pariwisata pedesaan.

Luaran kedua adalah prototipe paket agrowisata edukasi. Paket disusun dalam format sederhana agar mudah dipahami oleh calon pengunjung, khususnya pelajar, mahasiswa, komunitas, dan keluarga. Komponen paket meliputi nama paket, durasi, aktivitas utama, kapasitas peserta, kebutuhan alat, standar keselamatan, dan nilai edukasi. Pendekatan ini memperkuat posisi Kanreapia bukan hanya sebagai tempat singgah, tetapi sebagai ruang belajar lapangan mengenai pertanian dataran tinggi. Dalam literatur agrowisata berbasis komunitas, dimensi pembelajaran, partisipasi, promosi, dan manfaat ekonomi menjadi unsur penting yang perlu hadir dalam desain produk wisata.

Luaran ketiga adalah penyusunan model harga sederhana. Banyak inisiatif wisata desa gagal dikembangkan karena harga disusun berdasarkan perkiraan spontan, bukan berdasarkan biaya dan nilai layanan. Oleh karena itu, peserta didampingi mengenali komponen biaya seperti konsumsi, bahan praktik, honor pemandu, kontribusi lahan, transportasi lokal, kebersihan, dokumentasi, dan dana pemeliharaan. Simulasi ini membantu pelaku lokal memahami bahwa harga paket wisata harus melindungi keberlanjutan usaha sekaligus tetap rasional bagi pasar sasaran.

Luaran keempat adalah penguatan digital storytelling. Materi promosi diarahkan agar tidak hanya menampilkan pemandangan, tetapi menjelaskan pengalaman yang akan diterima pengunjung. Konten digital yang disarankan meliputi video pendek proses kebun, foto aktivitas edukasi, profil pemandu lokal, cerita komoditas, katalog paket, testimoni peserta, dan kontak pemesanan. Temuan literatur menunjukkan bahwa digitalisasi dan digital marketing menjadi faktor penting dalam meningkatkan keberlanjutan dan kinerja UMKM pariwisata.

Model integratif pada Gambar 2 menunjukkan bahwa inovasi kewirausahaan pariwisata Kanreapia membutuhkan keterhubungan antara aset agro-ekologis, desain produk wisata, model bisnis lokal, kapasitas pelaku, digital storytelling, dan jejaring destinasi. Enam unsur tersebut tidak dapat dipisahkan. Potensi alam tanpa desain paket akan sulit dijual; paket tanpa pelaku yang terlatih akan menurunkan mutu pengalaman; promosi digital tanpa standar layanan dapat meningkatkan risiko keluhan; dan model bisnis tanpa kemitraan akan sulit berkembang secara berkelanjutan.



Gambar 2. Model inovasi kewirausahaan kepariwisataan berbasis agrowisata edukasi Kanreapia

Rancangan Paket Wisata Edukasi

Rancangan paket berikut disusun sebagai prototipe awal. Nama paket, harga, durasi, dan fasilitas dapat disesuaikan dengan hasil uji coba lapangan, kapasitas mitra, serta kesepakatan pembagian manfaat antaraktor lokal.

Tabel 2. Prototipe paket agrowisata edukasi Kanreapia

Nama Paket	Sasaran Pengunjung	Aktivitas Utama	Nilai Kewirausahaan
Farm Learning Trip	Pelajar, mahasiswa, komunitas edukasi.	Pengenalan komoditas, tur kebun, praktik panen terbatas, diskusi petani.	Mengubah pengetahuan pertanian menjadi jasa edukasi berbayar.
Kanreapia Fresh Experience	Keluarga dan wisatawan minat khusus.	Jalan kebun, foto lanskap, pengenalan produk segar, pembelian paket sayur.	Menghubungkan wisata dengan penjualan produk lokal.
Agropreneur Camp Mini	Pemuda, komunitas kampus, calon wirausaha.	Diskusi kewirausahaan desa, studi model bisnis, praktik konten digital.	Membuka ruang belajar wirausaha berbasis potensi lokal.

61

Tabel 2 menunjukkan bahwa inovasi kepariwisataan tidak selalu membutuhkan produk yang rumit. Produk awal dapat dimulai dari paket singkat yang realistis, aman, dan mampu dijalankan oleh masyarakat. Kunci utamanya adalah kejelasan pengalaman yang dijanjikan kepada pengunjung. Paket yang baik harus menjelaskan siapa sasaran pengunjung, aktivitas apa yang dilakukan, berapa lama kegiatan berlangsung, apa fasilitas yang diterima, bagaimana aspek keselamatan dijaga, dan bagaimana manfaat ekonomi dibagi kepada pelaku lokal.

Pada sisi penguatan pelaku, program menekankan pentingnya peran pemuda sebagai penghubung antara petani, UMKM, dan pasar digital. Pemuda desa memiliki peluang besar menjadi pemandu lokal, pengelola media sosial, penyusun katalog, fotografer produk, admin pemesanan, dan fasilitator kegiatan edukasi. Dalam kerangka Tourism Social Entrepreneurship, pelibatan masyarakat lokal menjadi inti karena pariwisata bukan hanya instrumen bisnis, tetapi juga mekanisme penguatan modal sosial, budaya, dan ekonomi komunitas.

Pada sisi keberlanjutan, pendampingan ini belum dapat dianggap sebagai akhir dari proses pengembangan destinasi. Kegiatan lanjutan perlu diarahkan pada uji coba paket dengan pengunjung terbatas, penyusunan standar operasional prosedur keselamatan, penguatan legalitas usaha, pelatihan pemanduan, perbaikan titik foto, pengelolaan sampah wisata, dan kerja sama dengan sekolah, kampus, komunitas, travel lokal, serta pemerintah desa. Studi tentang inovasi model bisnis berkelanjutan menegaskan bahwa inovasi perlu dikelola secara sistematis melalui pemetaan masalah, kolaborasi, dan alat implementasi yang jelas.

Secara kritis, pengembangan agrowisata Kanreapia juga perlu berhati-hati terhadap risiko komersialisasi berlebihan. Jika wisata dikembangkan tanpa batas kapasitas, tanpa aturan kunjungan, dan tanpa pembagian manfaat yang adil, aktivitas wisata dapat mengganggu kerja pertanian, menimbulkan sampah, dan menciptakan konflik antaraktor. Oleh karena itu, orientasi kewirausahaan harus diseimbangkan dengan prinsip keberlanjutan, keselamatan, dan kepemilikan sosial masyarakat lokal. Penguatan pasar perlu berjalan bersama penguatan tata kelola.

Tabel 3. Fokus pendampingan dan indikator capaian kegiatan

Fokus Pendampingan	Masalah Awal	Intervensi	Indikator Capaian
Pemetaan aset wisata	Potensi pertanian belum dipilah menjadi atraksi wisata.	Matriks aset dan alur pengalaman.	Mitra mampu menyebutkan aset, aktivitas, dan nilai edukasi.
Desain paket	Belum tersedia paket wisata yang jelas dan mudah dijual.	Klinik itinerary dan pembagian peran.	Tersusun prototipe paket dengan durasi dan aktivitas.
Harga paket	Harga belum berbasis biaya dan nilai layanan.	Simulasi harga pokok dan margin.	Tersusun template perhitungan harga sederhana.
Layanan pengunjung	Standar layanan dan keselamatan belum terdokumentasi.	Role play pemanduan dan checklist layanan.	Tersusun daftar standar layanan dasar.

62

Fokus Pendampingan	Masalah Awal	Intervensi	Indikator Capaian
Promosi digital	Konten belum memuat narasi pengalaman dan kontak pemesanan.	Praktik digital storytelling dan katalog mini.	Tersusun contoh caption, foto, dan katalog paket.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian berorientasi kewirausahaan kepariwisataan di Desa Kanreapia menunjukkan bahwa potensi pertanian dataran tinggi dapat dikembangkan menjadi agrowisata edukasi apabila dikemas melalui pendekatan inovasi usaha yang sistematis. Pendampingan tidak cukup hanya memperkenalkan konsep wisata desa, tetapi perlu membantu masyarakat menyusun produk yang konkret, seperti paket kunjungan, alur layanan, perhitungan harga, standar keselamatan, dan materi promosi digital.

Luaran utama kegiatan berupa pemetaan aset agrowisata, prototipe paket wisata edukasi, template harga sederhana, rancangan standar layanan, dan konsep digital *storytelling*. Luaran tersebut menjadi fondasi awal bagi masyarakat Kanreapia untuk mengembangkan usaha wisata yang tidak melepaskan identitas pertanian lokal. Agar dampaknya lebih kuat, program lanjutan perlu diarahkan pada uji coba paket dengan pengunjung riil, penguatan kapasitas pemandu lokal, pengelolaan risiko, pendampingan legalitas usaha, serta pembentukan jejaring dengan sekolah, kampus, komunitas, dan pelaku perjalanan wisata. Dengan demikian, inovasi kewirausahaan pariwisata di Kanreapia dapat berkembang sebagai usaha kolektif yang bernilai ekonomi, edukatif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gowa. (2025). Kabupaten Gowa dalam Angka 2025. BPS Kabupaten Gowa. ISSN: 2460-2353.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gowa. (2024). Kecamatan Tombolo Pao dalam Angka 2024. BPS Kabupaten Gowa. Katalog: 1102001.7306071.
- Pemerintah Desa Kanreapia. (2026). Website resmi Desa Kanreapia, Kecamatan Tombolopao, Kabupaten Gowa. <https://kanreapia.digitaldesa.id/>
- Utami, D. D., Dhewanto, W., & Lestari, Y. D. (2023). Rural tourism entrepreneurship success factors for sustainable tourism village: Evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2180845. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2180845>
- Saepudin, P., Putra, F. K. K., Hernowo, A., Maemunah, I., & Dianawati, N. (2022). Community-Based Agritourism: A qualitative research of the impacts, opportunities, and constraints in a tourist village. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(8), 2320-2332. [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.8\(64\).24](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.8(64).24)

- Lima, N. T. Y., Haro-Zea, K. L., & Díaz Saavedra, R. A. (2024). Digital marketing and customer orientation as predictors of sustainability in tourism SMEs. *Innovative Marketing*, 20(1), 160-171. [https://doi.org/10.21511/im.20\(1\).2024.14](https://doi.org/10.21511/im.20(1).2024.14)
- Chriskardani, Y., Kistyanto, A., Sanaji, S., & Witjaksono, A. D. (2024). Digital Transformation: Framework Development of Tourism Social Entrepreneurship (TSE). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 4(5), 772-782. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku2702>
- Santarsiero, F., Carlucci, D., & Schiuma, G. (2024). Driving digital transformation and business model innovation in tourism through innovation labs: An empirical study. *Journal of Engineering and Technology Management*, 73, 101841. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2024.101841>
- Anzules-Falcones, W., Martin-Castilla, J. I., Tulcanaza-Prieto, A. B., & Caamana-Gomez, D. (2024). Entrepreneurs in rural tourism: Reciprocal influence of the environment and personal factors on business management. *Sustainability*, 16(24), 11202. <https://doi.org/10.3390/su162411202>
- Anzules-Falcones, W., Martin-Castilla, J. I., & Tulcanaza-Prieto, A. B. (2025). Innovation strategies and business networks: A PLS-SEM analysis in rural tourism entrepreneurship. *Sustainability*, 17(13), 6161. <https://doi.org/10.3390/su17136161>
- Duréndez Gómez Guillamón, A. L., García-Pérez-de-Lema, D., Gálvez-Albarracín, E. J., & Vera-Jaramillo, F. (2025). Innovation, digitalization, and sustainability as drivers of performance in tourism MSMEs: A multigroup evidence from the Pacific Alliance. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 21(4), 5-29. <https://doi.org/10.7341/20252141>
- Minatogawa, V., Franco, M., Rampasso, I. S., Holgado, M., Garrido, D., Pinto, H., & Quadros, R. (2022). Towards systematic sustainable business model innovation: What can we learn from business model innovation. *Sustainability*, 14(5), 2939. <https://doi.org/10.3390/su14052939>