

## **Implementasi Konsepsi UMKM Model Canvas Dalam Peningkatan Kualitas Produk Pertanian Pada PT Variegrow Inovasi Pertanian**

Hardiat Dani Satria

Ketua Bidang X (Infrastruktur, Tata Ruang, Properti dan Perhubungan), Badan Pengurus Cabang (BPC) Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) Kendal

Email: danisindoro@gmail.com

### **Abstract**

*The concept of the “UMKM Model Canvas” is a strategic approach to designing, developing, and evaluating businesses through ten essential elements divided into four main foundations: Resources, Opportunities, Revenue Sources, and Innovation. This study is motivated by the need of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the agricultural sector to enhance competitiveness and product quality in order to respond to increasingly complex market challenges. The problem addressed is how PT Variegrow Inovasi Pertanian can effectively implement the MSME Model Canvas in developing innovative agricultural products that not only focus on organic fertilizer production but also generate other value-added products that are accepted by society. The purpose of this research is to examine both theoretically and experimentally the application of the UMKM Model Canvas as a business planning tool as well as a field implementation strategy. The findings indicate that PT Variegrow Inovasi Pertanian has successfully created innovative products in the form of a natural liquid variegata mutation stimulant and cambium ointment, which have been proven to meet consumer needs and hold high commercialization potential. The implementation of the UMKM Model Canvas not only improves the quality of agricultural products but also strengthens the business unit’s position within an innovation-based entrepreneurial ecosystem.*

**Keywords:** *UMKM Model Canvas; Agricultural Innovation; Variegata Stimulant Product; Cambium Ointment*

### **Abstrak**

Konsep “UMKM Model Canvas” merupakan pendekatan strategis dalam merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi bisnis melalui sepuluh elemen penting yang terbagi dalam empat fondasi utama, yaitu Sumber Daya, Peluang, Sumber Pemasukan dan Inovasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di sektor pertanian untuk meningkatkan daya saing dan kualitas produk agar mampu menjawab tantangan pasar yang semakin kompleks. Permasalahan yang dihadapi adalah bagaimana PT Variegrow Inovasi Pertanian dapat menerapkan UMKM Model Canvas secara efektif dalam mengembangkan produk pertanian inovatif yang tidak hanya berfokus pada produksi pupuk organik saja, tetapi juga melahirkan produk lain yang bernilai tambah dan diterima masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji secara teoritis dan eksperimental penerapan UMKM Model Canvas sebagai instrumen perencanaan bisnis sekaligus strategi implementasi di lapangan. Hasil kajian menunjukkan bahwa PT Variegrow Inovasi Pertanian berhasil menciptakan produk inovatif berupa cairan alami stimulus mutasi variegata dan salep kambium, yang terbukti mampu menjawab kebutuhan konsumen serta memiliki potensi komersialisasi tinggi. Implementasi UMKM Model Canvas tidak hanya meningkatkan kualitas produk pertanian, tetapi juga memperkuat posisi unit bisnis dalam ekosistem usaha berbasis inovasi.

**Kata Kunci:** *UMKM Model Canvas; Inovasi Pertanian; Produk Stimulus Variegata; Salep Kambium*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional (Ramadani et al. 2025). Peran UMKM di sektor pertanian menjadi salah satu pilar utama ketahanan pangan dan sumber pendapatan masyarakat (Windusancono 2021). Namun, dalam perkembangannya, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses sumber daya, rendahnya kualitas produk dan persaingan pasar yang semakin ketat (Delfira et al. 2025). Kondisi ini menuntut adanya strategi bisnis yang tepat agar UMKM mampu bertahan dan terus berkembang (Marlinah 2020).

Salah satu pendekatan yang relevan untuk menjawab tantangan tersebut adalah UMKM Model Canvas, sebuah kerangka strategis yang membantu pelaku usaha merancang, mengembangkan, dan mengevaluasi bisnis mereka secara lebih sistematis (Satria 2024). Model ini terbagi dalam sepuluh elemen penting yang dikelompokkan ke dalam empat fondasi utama, yaitu sumber daya, peluang, sumber pemasukan, dan inovasi (6). Dengan kerangka ini, UMKM dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal sekaligus merespons peluang eksternal secara lebih efektif (Satria 2025).

PT Variegrow Inovasi Pertanian sebagai salah satu pelaku usaha di bidang pertanian mencoba menerapkan konsep UMKM Model Canvas dalam pengembangan produknya (HetaNews 2022). Permasalahan yang dihadapi perusahaan tidak hanya terkait pada produksi pupuk organik, tetapi juga bagaimana menciptakan produk inovatif lain yang bernilai tambah dan diterima pasar. Tantangan ini sekaligus membuka peluang bagi perusahaan untuk melakukan diversifikasi produk melalui pendekatan yang lebih terstruktur.

## TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara teoritis dan eksperimental penerapan UMKM Model Canvas dalam pengembangan produk pertanian inovatif. Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa PT Variegrow Inovasi Pertanian berhasil menciptakan cairan alami stimulus mutasi variegata dan salep kambium, produk yang mampu menjawab kebutuhan konsumen sekaligus memiliki potensi komersialisasi tinggi. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan UMKM Model Canvas tidak hanya meningkatkan kualitas produk, tetapi juga memperkuat posisi usaha dalam ekosistem bisnis berbasis inovasi.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan studi eksperimental, yang bertujuan untuk mengkaji penerapan konsep UMKM Model Canvas pada PT Variegrow Inovasi Pertanian. Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap proses pengembangan produk, serta telaah aktivitas perusahaan yang relevan. Selain itu, dilakukan eksperimen terbatas dalam proses inovasi produk, khususnya pada pengembangan cairan alami stimulus mutasi variegata dan salep kambium, guna menguji efektivitas model dalam menghasilkan produk yang memiliki nilai tambah dan diterima pasar. Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi keterkaitan antara elemen-elemen Model Canvas dengan strategi bisnis perusahaan.

## TELAHAH LITERATUR

Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu instrumen populer dalam perencanaan bisnis yang pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam buku *Business Model Generation* pada tahun 2010 (Harahap et al. 2024). Model ini membantu pelaku usaha memahami struktur bisnis melalui sembilan hingga

sepuluh elemen yang saling terintegrasi, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, serta sumber daya utama (Mahendar et al. 2024). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan BMC mampu meningkatkan kejelasan strategi usaha, memetakan peluang pasar, dan memudahkan pengambilan keputusan berbasis data (Muktarom et al. 2022). Hal ini menjadikan BMC relevan tidak hanya bagi perusahaan besar, tetapi juga bagi UMKM yang sedang berkembang (Amirya & Irianto 2023).

Dalam konteks pertanian, literatur terdahulu menekankan pentingnya inovasi produk dan diversifikasi usaha untuk meningkatkan daya saing UMKM (Nugraha et al. 2024). UMKM pertanian menghadapi tantangan berupa keterbatasan modal, kualitas sumber daya manusia, serta keterbatasan teknologi yang berdampak pada rendahnya kualitas produk (Indrayadi et al. 2025). Penerapan kerangka kerja strategis seperti BMC dinilai mampu membantu UMKM pertanian merumuskan strategi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pasar (Rachmah et al. 2025). Selain itu, integrasi inovasi dalam model bisnis berbasis pertanian dapat menciptakan produk bernilai tambah yang tidak hanya berorientasi pada produksi, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan usaha (Arianto & Sari 2025).

Beberapa penelitian terkini juga menyoroti pentingnya inovasi dalam mendorong keberhasilan UMKM. UMKM yang menerapkan pendekatan berbasis inovasi produk cenderung lebih mampu bertahan di tengah persaingan global (Santosa 2024). Penerapan Model Canvas sebagai alat strategis dapat mendorong terciptanya produk baru yang sesuai kebutuhan konsumen sekaligus memiliki potensi komersialisasi tinggi. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat literatur yang ada dengan menghadirkan kajian teoritis sekaligus praktik eksperimental mengenai penerapan

UMKM Model Canvas dalam pengembangan produk pertanian inovatif di PT Variegrow Inovasi Pertanian.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan UMKM Model Canvas pada PT Variegrow Inovasi Pertanian mampu memberikan kerangka kerja yang sistematis dalam mengidentifikasi kekuatan, peluang, serta sumber pemasukan dan inovasi. Analisis data yang dilakukan memperlihatkan bahwa empat fondasi utama dalam model ini dapat diaplikasikan secara efektif untuk merumuskan strategi bisnis pertanian yang lebih adaptif. Hal ini menjawab pertanyaan penelitian mengenai bagaimana UMKM Model Canvas dapat digunakan sebagai instrumen perencanaan bisnis yang relevan di sektor pertanian.

Pengujian secara eksperimental pada tahap implementasi menghasilkan temuan bahwa inovasi produk menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing perusahaan. PT Variegrow berhasil mengembangkan produk berupa cairan alami stimulus mutasi variegata dan salep kambium yang berbeda dari produk konvensional berbasis pupuk organik. Kedua produk ini terbukti memiliki nilai tambah, diterima baik oleh konsumen, serta menunjukkan potensi besar untuk dikomersialisasikan. Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa UMKM Model Canvas dapat berperan dalam diversifikasi produk inovatif dalam usaha pertanian.

Analisis lebih lanjut mengungkap bahwa keberhasilan pengembangan produk tidak hanya ditentukan oleh aspek produksi, tetapi juga oleh strategi pemasaran dan manajemen sumber daya yang lebih terarah. Implementasi Model Canvas membantu perusahaan dalam memetakan kebutuhan konsumen, saluran

distribusi, serta relasi dengan mitra usaha. Hal ini menjawab pertanyaan penelitian kedua, yakni bagaimana strategi implementasi di lapangan dapat menghasilkan produk yang sesuai kebutuhan pasar sekaligus memperkuat ekosistem bisnis berbasis inovasi.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa inovasi berbasis riset lapangan dan pendekatan eksperimental memberikan dampak positif terhadap penerimaan pasar. Produk-produk inovatif yang dihasilkan PT Variegrow tidak hanya menjawab kebutuhan praktis konsumen, melainkan juga meningkatkan citra perusahaan sebagai pelaku usaha yang adaptif dan responsif terhadap perubahan. Interpretasi dari temuan ini menunjukkan bahwa penerapan UMKM Model Canvas dapat menjadi model praktik baik bagi UMKM pertanian lainnya yang ingin mengembangkan produk bernilai tambah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa UMKM Model Canvas efektif diterapkan dalam konteks pengembangan usaha pertanian. Penerapannya tidak hanya meningkatkan kualitas produk dan memperluas peluang pasar, tetapi juga memperkuat posisi PT Variegrow dalam ekosistem inovasi berbasis pertanian. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis sekaligus praktis, yakni bahwa UMKM Model Canvas dapat digunakan sebagai instrumen strategis dalam mendukung daya saing UMKM dan menjawab tantangan pasar yang semakin kompleks.

## SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan UMKM Model Canvas pada PT Variegrow Inovasi Pertanian terbukti efektif dalam mengembangkan strategi bisnis pertanian yang inovatif, terstruktur dan adaptif terhadap kebutuhan pasar. Melalui pendekatan teoritis dan eksperimental, perusahaan berhasil menciptakan produk baru berupa cairan

alami stimulus mutasi variegata dan salep kambium yang tidak hanya memiliki nilai tambah, tetapi juga berpotensi tinggi untuk dikomersialisasikan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada ruang lingkup objek yang hanya berfokus pada satu perusahaan sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi untuk seluruh UMKM di sektor pertanian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan lebih banyak pelaku UMKM dengan sektor usaha yang beragam, serta memperluas analisis pada aspek keberlanjutan dan dampak sosial ekonomi agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai penerapan UMKM Model Canvas di berbagai konteks usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ramadani, S., Ramadhani, D. A., Ikrom, M., & Harahap, L. M. (2025). Peran strategis UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 158-166.
- Windusancono, B. A. (2021). Upaya Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Indonesia. *Mimbar Administrasi Fisip Untag Semarang*, 18(1), 01-14
- Delfira, A. F., Yuliarman, P., & Baihaqi, M. (2025). Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 4(1), 167-180.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan tantangan UMKM dalam upaya memperkuat perekonomian nasional tahun 2020 ditengah pandemi covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Satria, H. D. (2024). Implementation of Ukm Model Canvas Concept at Pt. Variegrow Inovasi Pertanian. *Amala Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 261-269.
- Satria, D. (2025). Dani Satria CHRP perkenalkan konsep UMKM Model

- 
- Canvas. \*JurnalPost\*. <https://jurnalpost.com/dani-satria-chrp-perkenalkan-konsep-umkm-model-canvas/65274/>
- HetaNews. (2022). Variegrow raih Juara 1 Kompetisi Inovasi Usaha 2022. Retrieved from <https://www.hetanews.com/article/258288/variegrow-raih-juara-1-kompetisi-inovasi-usaha-2022>
- Harahap, K., Sos, S., Vovi Sinta, B., Oroh, I. F. N. S., & Zeze Zakaria Hamzah, S. E. (2024). Bisnis model canvas: buku referensi.
- Mahendar, I. A., Annaufal, A. N., Al Amin, M., & Kuntari, W. (2024). Penerapan Business Model Canvas pada Bisnis Kreatif Digital Usaha Stiker Ketempelan. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 3(4), 143-155.
- Muktarom, A., Budheci, D. R., Habibah, N., Afriliani, S. D., Wahyudi, P. H., Ningsih, R., & Supandi, A. (2022). Strategi bisnis dengan pendekatan business model canvas (BMC) dan analisis SWOT pada Warung Makan Bebek Nano-nano. *Jurnal Usaha*, 3(2), 63-78.
- Amirya, M., & Irianto, G. (2023). Business Model Canvas UMKM di Universitas Abdurrachman Saleh Situbondo. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 258-265.
- Nugraha, A., Nurhasanah, S., Hasanah, S. U., & Rhofiah, B. M. (2024). Peningkatan Daya Saing Usaha Melalui Pengembangan Produk Olahan Pada UMKM Kopi Danci. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 253-260.
- Indrayadi, I., Mulyanto, A., & Setiawan, W. L. (2025). Strategi pengembangan manajemen UMKM dalam mendukung visi pembangunan Kabupaten Bandung yang lebih BEDAS untuk RPJMD tahun 2025–2029. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 16(5). <https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365>
- Rachmah, S. M., Siska, E., Lestari, N. E. P., & Elvira, L. (2025). Pelatihan Penyusunan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Strategi Pengembangan UMKM di Desa Bojong Baru, Kecamatan Bojonggede, Kabupaten Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tjut Nyak Dhien*, 4(2), 122-133.
- Arianto, B., & Sari, G. I. (2025). Studi Fenomenologi Integrasi Biodiversity Accounting dalam Model Bisnis Keberlanjutan UMKM Madu Teuweul. *Jurnal Manajemen Strategis: Jurnal Mantra*, 2(01), 1-19.
- Santosa, O. (2024). STRATEGI INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH. *Jurnal Dinamika Sosial dan Sains*, 1(1), 22-28.