

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Volume 11 Nomor 2 Agustus 2024

PENGEMBANGAN KANVAS MODEL BISNIS SOSIAL DEMI OPTIMALISASI
KINERJA USAHA BERBASIS SOSIAL

Patrisia Anggita Suwarna Putri, Fransisca Desiana Pranatasari

PENGARUH GREEN PERCEIVED RISK DAN GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP GREEN
REPURCHASE INTENTION DENGAN GREEN TRUST SEBAGAI MEDIASI
STUDI PADA PENGUNJUNG PASAR WIGUNA YOGYAKARTA

Oliver Owen, Fransisca Desiana Pranatasari, Lucia Kurniawati

PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
MINAT MENGGUNAKAN E-PAYMENT QRIS PADA GENERASI Z

Leonarda Sukacita Octaviani, Fransisca Desiana Pranatasari, H. Hery Maridjo

MENAKAR PERAN PERGURUAN TINGGI DALAM PENGEMBANGAN
INDUSTRI BERKELANJUTAN

Moh. Zaenal Abidin Eko Putro, Ida Nurhayati

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN MEMILIH PRODUK PARFUM LEMBROU

Mutiara Indah Zakiiyah, Krismi Budi Sienatra

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Vol.11 No.2 Agustus 2024

Penanggung Jawab	: Sahala Manalu
Editor in Chief	: Uki Yonda Aseptia
Journal Manager	: Rino Tam Cahyadi
Reviewer	: Norman Duma Sitinjak Maxion Sumtaky Tony Renhard Sinambela Henny A. Manafe Anna Triwijayanti Gaudensius Djuang Stefanus Yufra M. Taneo Seno Aji Wahyono Lim Gai Sin Tarsisius Renald Suganda
Editor	: Erica Adriana Catharina Aprilia Hellyani Dian Wijayanti Bagas Brian Pratama
Alamat Penerbit	: Redaksi Jurnal Parsimonia Villa Puncak Tidar N - 01 Gedung Bhakti Persada Lt.1 Malang 65151, Indonesia Telp. +62-341-550-171 Fax. +62-341-550-175

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Vol.11 No.2 Agustus 2024

DAFTAR ISI

PENGEMBANGAN KANVAS MODEL BISNIS SOSIAL DEMI OPTIMALISASI KINERJA USAHA BERBASIS SOSIAL Patrisia Anggita Suwarna Putri, Fransisca Desiana Pranatasari	80-85
PENGARUH GREEN PERCEIVED RISK DAN GREEN PERCEIVED VALUE TERHADAP GREEN REPURCHASE INTENTION DENGAN GREEN TRUST SEBAGAI MEDIASI STUDI PADA PENGUNJUNG PASAR WIGUNA YOGYAKARTA Oliver Owen, Fransisca Desiana Pranatasari, Lucia Kurniawati	86-97
PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN, MANFAAT DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-PAYMENT QRIS PADA GENERASI Z Leonarda Sukacita Octaviani, Fransisca Desiana Pranatasari, H. Hery Maridjo	98-107
MENAKAR PERAN PERGURUAN TINGGI DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI BERKELANJUTAN Moh. Zaenal Abidin Eko Putro, Ida Nurhayati	108-119
ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN MEMILIH PRODUK PARFUM LEMBROU Mutiara Indah Zakiyyah, Krismi Budi Sienatra	120-127

**PENGEMBANGAN KANVAS MODEL BISNIS SOSIAL DEMI OPTIMALISASI
KINERJA USAHA BERBASIS SOSIAL****Patrisia Anggita Suwarna Putri¹, Fransisca Desiana Pranatasari, S.E., M.M.²**

Universitas Sanata Dharma

e-mail: fr.desiana@gmail.com**ABSTRAK**

Peran UMKM bagi Indonesia sangatlah besar untuk pertumbuhan perekonomian. Bahkan jumlahnya dapat mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia. Oleh karena peran penting tersebut, UMKM perlu mendapatkan perhatian khusus dalam keberlanjutannya. Agradaya adalah salah satu UMKM berbasis sosial dan komunitas yang mengusung perkembangan usaha berbasis *triple bottom line* yaitu *People, Planet, Profit*. menciptakan bisnis dan lingkungan yang lebih berkelanjutan melalui kemitraan dengan petani kecil dan praktik pertanian berkelanjutan. Agradaya memiliki produk fokus pada manfaat kesehatan dengan bahan-bahan alami yang dihasilkan dari tanaman lokal pilihan tanpa bahan buatan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami gambaran model bisnis pada bisnis sosial. Metode penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Triangulasi teknik digunakan sebagai keabsahan data. Alat analisis yang digunakan adalah Kanvas Model Bisnis Sosial. Kanvas Model Bisnis Sosial merupakan konsep Kanvas Model Bisnis dari Osterwalder namun menambahkan dua blok penting itu mewakili misi dan dampak sebagai bentuk inovasi model bisnis berbasis sosial. Alat tersebut cocok digunakan karena dapat memberikan keterkaitan antara dampak sosial dan dampak ekonomi hingga nanti dapat merekomendasikan strategi yang tepat bagi perusahaan. Dengan demikian, dapat meningkatkan daya saing bagi perusahaan berbasis sosial serta berbagai praktik sosial perusahaan di Indonesia. *Social Business* Kanvas Model Bisnis Sosial tepat diterapkan pada bisnis berbasis sosial sehingga dapat memetakan bisnis secara efektif.

Kata kunci: kanvas model bisnis, inovasi model bisnis, wirausaha sosial, nilai sosial**ABSTRACT**

The role of MSMEs for Indonesia is very large for economic growth. In fact, the number can reach 99% of all business units in Indonesia. Because of this important role, MSMEs need special attention in their sustainability. Agradaya is one of the social and community-based MSMEs that carries out business development based on the triple bottom line, namely People, Planet, Profit. creating a more sustainable business and environment through partnerships with small farmers and sustainable agricultural practices. Agradaya has products that focus on health benefits with natural ingredients produced from selected local plants without artificial ingredients. This study aims to understand the description of the business model in social business. The research method was carried out with a qualitative approach, with interview techniques, observation and documentation as data collection techniques. Triangulation techniques were used as data validity. The analysis tool used was the Social Business Model Canvas. The Social Business Model Canvas is a concept of the Business Model Canvas from Osterwalder but adds two important blocks that represent the mission and impact as a form of innovation in social-based business models. This tool is suitable for use because it can provide a link between social impact and economic impact so that later it can recommend the right strategy for the company. Thus, it can increase competitiveness for social-based companies and various social practices of companies in Indonesia.

Social Business Canvas Social Business Model is appropriately applied to social-based businesses so that it can map the business effectively.

Keywords: *business model canvas, business model innovation, social entrepreneurship, social value*

PENDAHULUAN

Peran UMKM dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia sangatlah penting. Berdasarkan data dari Kadin Indonesia pada tahun 2023 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 66 juta. Data tersebut dapat menunjukkan bahwa UMKM mampu menghasilkan banyak lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat sehingga UMKM dapat dikatakan memiliki potensi ekonomi nasional yang kuat. Dalam menghadapi persaingan, UMKM harus membuat strategi yang menarik untuk mempertahankan usahanya. Setiap UMKM harus memiliki keunggulan bersaing untuk memperoleh konsumen dan meningkatkan penjualannya.

UMKM dapat memberikan peluang untuk mengembangkan ide bisnis yang berinovasi, khususnya ide bisnis usaha yang berkelanjutan. UMKM yang memiliki usaha bisnis berkelanjutan tidak hanya berfokus pada hasil keuntungan saja, namun juga melibatkan peran masyarakat atau komunitas disekitarnya dan memanfaatkan sumber daya alam dengan bertanggung jawab. Agradaya merupakan salah satu UMKM yang berfokus pada konsep *Triple Bottom Line*, dimana Agradaya selain menghasilkan sebuah keuntungan juga melibatkan petani disekitarnya dan memanfaatkan tanaman rempah yang diolah dengan memperhatikan dampak terhadap lingkungan dalam menjalankan bisnisnya, sehingga menghasilkan praktik pertanian yang berkelanjutan. Agradaya dibangun berawal dari ketertarikan terhadap aktivitas yang berbasis sosial dengan melibatkan para petani khususnya ibu-ibu dengan kondisi pra-sejahtera dan kurangnya pengetahuan mengenai pengolahan pasca panen. Oleh karena itu, Agradaya mengajak para petani untuk meningkatkan nilai produk yang dihasilkan, dimana keuntungan yang diperoleh akan digunakan untuk operasional usaha dan dikembalikan ke masyarakat sehingga akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Bisnis yang Agradaya lakukan juga dapat disebut sebagai kewirausahaan sosial, hal ini dikarenakan Agradaya menciptakan bisnis yang memiliki tujuan pemberdayaan masyarakat. Dees 1998 (dalam Qastharin 2015) mengemukakan bahwa kewirausahaan sosial adalah sebuah bisnis yang dijalankan dengan misi sosial. Menurut Solikhah dan Marjayanti (2021) kewirausahaan sosial merupakan bentuk usaha yang berawal dari motivasi pemecahan masalah dimasyarakat, dengan masyarakat sebagai pelaku usaha. Bisnis yang berbasis sosial memiliki tujuan yang mulai, hal ini dikarenakan tujuan bisnis yang membantu masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan dengan menjaga lingkungan disekitarnya (Umar dkk, 2020).

Keberhasilan bisnis yang dilakukan tidak hanya dilihat dari keuntungan saja, namun juga dampak yang diberikan kepada masyarakat disekitarnya. Berawal dari rasa empati yang kemudian dibentuklah Agradaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya para petani perempuan. Peran Agradaya sebagai usaha berbasis sosial sangatlah penting karena tidak hanya memecahkan permasalahan sosial masyarakat, namun juga memperhatikan dampak lingkungan dengan menggunakan ide bisnis yang berkelanjutan.

Dalam menjalankan bisnisnya, Agradaya memerlukan strategi agar dapat bersaing dan mencapai tujuan bisnisnya. Strategi yang dirancang harus berkesinambungan dengan misi yang dijalankan oleh Agradaya. Oleh karena itu, Agradaya memerlukan sebuah model bisnis yang digunakan untuk membuat strategi bisnisnya. Pada penelitian ini menggunakan Kanvas Model Bisnis Sosial agar dapat memberikan rekomendasi strategi pada bisnis yang dijalan oleh Agradaya. Kanvas Model Bisnis Sosial digunakan karena sesuai dengan misi Agradaya yaitu sebagai usaha sosial. Kanvas Model Bisnis Sosial merupakan model bisnis yang diciptakan Osterwalder dengan menambahkan dua blok penting itu mewakili misi dan dampak sebagai bentuk inovasi model bisnis berbasis sosial. Menurut Osterwalder dan Pigneur 2010 (dalam Sirine dan Dewi 2022) Kanvas Model Bisnis adalah model bisnis yang dibentuk untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap

nilai sebagai strategi keberlangsungan usaha. Kanvas Model Bisnis Sosial adalah model bisnis yang digunakan untuk merancang strategi bisnis dengan menggabungkan tujuan ekonomi dan tujuan sosial dalam menjalankan bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami gambaran model bisnis yang digunakan pada bisnis sosial Agradaya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan dalam menghadapi persaingan bisnis dengan melibatkan masyarakat sekitar dan melestarikan lingkungan.

MASALAH

Peran UMKM dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia sangatlah penting. UMKM dapat memberikan peluang untuk mengembangkan ide bisnis yang berinovasi, khususnya ide bisnis usaha yang berkelanjutan. Keberhasilan bisnis yang dilakukan tidak hanya dilihat dari keuntungan saja, namun juga dampak yang diberikan kepada masyarakat disekitarnya. Bisnis sosial merupakan bisnis yang memiliki tujuan selain meraih keuntungan juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan disekitarnya. Agradaya merupakan salah satu UMKM yang menerapkan bisnis sosial. Kondisi pra-sejahtera para petani rempah yang diakibatkan karena penjualan hasil pertanian rempah yang murah dan kurangnya pengetahuan mengenai pengolahan produk. Hal ini yang menjadi alasan Agradaya dibentuk sebagai bisnis sosial. Agradaya selain menghasilkan sebuah keuntungan juga melibatkan petani disekitarnya dan memanfaatkan tanaman rempah yang diolah dengan memperhatikan dampak terhadap lingkungan. Agradaya sebagai bisnis sosial harus memiliki strategi agar mampu bersaing. Oleh karena itu, Bisnis Model Kanvas sosial digunakan untuk mengetahui strategi bisnis yang dilakukan dalam menghadapi persaingan bisnis demi memperoleh keuntungan dengan melibatkan masyarakat sekitar dan melestarikan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran dan informasi yang lebih mendalam (Pranatasari, 2021). Pendekatan studi kasus dipilih untuk tujuan menyelidiki kejadian dan permasalahan tentang objek tertentu yang spesifik untuk mendapatkan solusi. Kasus yang diangkat adalah mengenai masalah yang ada pada UMKM Agradaya yang diidentifikasi hingga diberikan rekomendasi strategi-strategi untuk mendukung keberhasilan Agradaya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hal ini dikarenakan dapat memberikan pemahaman atau informasi yang lebih mendalam mengenai aktivitas bisnis yang dilakukan Agradaya. Metode triangulasi teknik digunakan dalam penelitian ini untuk memastikan validitas data. Sumber data penelitian ini adalah pemilik usaha. Penelitian dilakukan di Yogyakarta pada Januari 2024 – Juli 2024.

Proses analisis data dilakukan berdasarkan saran dari Kim, Sefcik, dan Bradway (2017) tentang langkah proses penelitian kualitatif yaitu: proses pengumpulan data, reduksi data yang dilakukan dengan memilahkan pokok-pokok penting, hasil reduksi data disajikan dan mencari benang merah untuk mencapai keabsahan data dengan metode triangulasi dan terakhir interpretasi data untuk mendapatkan kesimpulan. Metode analisis data dilakukan dengan bantuan Kanvas Bisnis Model. Umumnya, Kanvas Bisnis Model terdiri dari 9 blok yang berisi tentang seluruh konsep usaha suatu entitas yang digambarkan dalam bentuk visual dalam 1 lembar kanvas (Qastharin, 2015). Dalam konteks usaha sosial, Qastharin (2015) menjelaskan bahwa terdapat perbedaan Kanvas Bisnis Model yang dimulai dari Misi, kemudian berlanjut ke segmen pelanggan, dan diakhiri dengan dampak dan pengukuran tepat setelah struktur biaya, karena berfokus pada misi dan dampak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini diperoleh strategi dan faktor kunci yang digunakan Agradaya dalam menjalankan bisnisnya. Bisnis yang dijalankan Agradaya tidak hanya berfokus pada perolehan keuntungan saja, namun juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Strategi dan faktor kunci yang digunakan Agradaya disusun dalam bentuk Bisnis Model Kanvas Sosial untuk menggambarkan dan menyederhanakan aktivitas bisnis Agradaya.

Tabel 1. Bisnis Model Kanvas Sosial UMKM Agradaya

MISSION				
<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kesejahteraan masyarakat tani. - Menciptakan lingkungan bisnis yang memperhatikan keberlanjutan. 				
KEY PARTNERS	KEY ACTIVITIES	VALUE PROPOSITION	CUSTOMER RELATIONSH IPS	CUSTOMER SEGMENTS
	KEY RESOURCES		CHANNELS	
<ul style="list-style-type: none"> - Pemerintah - NGO - Akademisi - Komunitas - Marketplace 	<ul style="list-style-type: none"> - Produksi - Pemasaran - Administras - Branding 	<ul style="list-style-type: none"> - Gaya hidup sehat. - Produk rempah herbal dengan harga terjangkau. - Menu minuman yang sehat dan natural. - Menu bahan rempah yang banyak dinikmati konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumen - Komunitas 	<p><i>Beneficiary:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Komunitas - Mitra agradaya. <p><i>Customer:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - B2C (<i>Business to Customer</i>) - B2B (<i>Business to Business</i>)
COST STRUCTURE			REVENUE STREAMS	
<p>Biaya tetap dan Biaya Variabel (termasuk <i>cost driven</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Biaya gaji karyawan - Biaya asuransi kesehatan - Biaya listrik, air, telepon - Biaya sewa bangunan - Biaya pelatihan - Biaya bahan baku - Biaya produksi - Biaya pengemasan - Biaya pengiriman 			<ul style="list-style-type: none"> - Penjualan produk - Training - Workshop - Experience tour. 	
IMPACT & MEASUREMENT				
<p>Meningkatnya kesejahteraan masyarakat tani dengan menerapkan pertanian berkelanjutan. Kehidupan yang seimbang dan sehat bagi pengguna (konsumen)</p>				

Sumber: Data diolah (2024)

Agradaya sebagai bisnis sosial memiliki tujuan untuk melibatkan dan memberikan dampak positif bagi masyarakat disekitarnya dalam menjalankan bisnis. Agradaya merupakan UMKM yang berkonsep pada *Triple Bottom Line* berfokus untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani rempah dengan menerapkan sistem pertanian berkelanjutan yang ramah lingkungan.

Sebagai bisnis sosial, Agradaya tidak hanya berfokus pada keuntungan saja, namun juga berfokus terhadap dampak sosial yang ditimbulkan. Bisnis sosial yang dijalankan selain memberikan keuntungan bagi UMKM juga harus memberikan manfaat bagi masyarakat disekitarnya. Pada customer segments dibagi menjadi 2 fokus, yaitu penerima manfaat dan konsumen. Agradaya memberikan manfaat bagi petani rempah terutama petani perempuan yang memiliki kondisi pra-sejahtera. Agradaya memberikan pelatihan dan pendampingan bagi para petani disekitarnya yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan sistem pertanian serta dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Hasil pertanian yang diperoleh para petani mendapatkan harga yang lebih baik karena diolah kembali menjadi produk yang banyak diminati masyarakat dengan teknologi produksi dan sistem pertanian yang ramah lingkungan. Agradaya juga memberikan manfaat bagi para konsumen B2C dan B2B. Pada B2C, Agradaya menjual produknya pada konsumen perempuan diatas 30 tahun yang memiliki perekonomian menengah

keatas, dan bergaya hidup sehat dengan mengkonsumsi produk-produk alami, sedangkan pada B2B, Agradaya menjual produknya pada restoran atau *cafe* yang berfokus pada berkelanjutan dan perusahaan obat tradisional.

Sebagai UMKM agar dapat bersaing dalam dunia bisnis, Agradaya harus memiliki keunggulan atau keunikan. Agradaya menawarkan produk herbal berkualitas tinggi yang diproduksi dengan sistem berkelanjutan. Selain membuat produk atau menu yang sehat, Agradaya juga mendukung petani lokal dan menjaga kelestarian lingkungan. *Channels* berperan penting untuk memperkenalkan produk dan berinteraksi dengan konsumen. *Channels* membantu konsumen untuk mengenal produk-produk Agradaya dan mempermudah konsumen untuk memperoleh produk yang dibutuhkan. Agradaya menggunakan *e-commerce*, media sosial, dan *website* resmi untuk menjual dan memperkenalkan produknya secara *online*. Agradaya juga bekerja sama dengan retailer dan komunitas yang tersebar di beberapa kota yang mempermudah konsumen untuk membeli produk secara langsung. Agradaya juga beberapa kali mengadakan pameran dan workshop yang bertujuan untuk memperkenalkan bahan-bahan yang digunakan, proses pembuatan, dan khasiat yang didapatkan dari mengkonsumsi produk Agradaya.

Penting bagi sebuah bisnis untuk menjaga hubungannya dengan konsumen maupun dengan mitra bisnisnya. Agradaya selalu berupaya untuk menjaga hubungan dengan relasi bisnisnya, hal ini bertujuan untuk mempertahankan citra UMKM dan memperluas jaringan bisnisnya. Untuk menjaga hubungan dengan konsumen, Agradaya selalu memberikan produk berkualitas tinggi dan pelayanan yang responsif. Agradaya juga menjaga hubungan dengan komunitas-komunitas yang membantu proses produksi. Agradaya memberikan pelatihan mengenai *natural farming*, dimana petani menggunakan sistem pertanian yang ramah lingkungan dengan menghasilkan pupuk dari bahan dari alam disekitarnya, sehingga selain menjaga lingkungan juga menghasilkan bahan baku yang sehat dan berkualitas.

Sebagai sebuah bisnis, Agradaya mendapatkan penghasilan yang berasal dari penjualan produk dan layanan-layanan yang ditawarkan kepada konsumen seperti pelatihan dan *workshop*. Pendapatan yang diperoleh tersebut akan digunakan untuk mendukung operasional Agradaya dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sumber daya yang digunakan untuk mendukung keberhasilan Agradaya yaitu bahan baku rempah yang dihasilkan dari sistem pertanian yang berkelanjutan, lalu sumber daya manusia yang meliputi petani dan karyawan. Selanjutnya ada teknologi terbarukan yaitu *Solar Dryer House* yang digunakan untuk mengeringkan hasil panen dengan ramah lingkungan. Dana yang digunakan Agradaya untuk menjalankan bisnis sosial juga merupakan salah satu kunci untuk mencapai tujuan Agradaya sebagai bisnis sosial.

Agradaya bekerja sama dengan pemerintah, NGO, dan akademisi untuk memberikan akses pendanaan dan dukungan kepada masyarakat desa. Pemerintah, NGO, dan akademisi memiliki dana, dimana dana tersebut digunakan untuk menjalankan program pemberdayaan masyarakat. Pemberdayaan diberikan dengan menyediakan pelatihan, pendampingan, dan pengadaan mesin bagi masyarakat desa agar program berjalan dengan lancar. Namun, terdapat kendala untuk memastikan bahwa dana dan program yang dibentuk dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, Agradaya bersama dengan pemerintah, NGO, dan akademisi bekerja sama dalam sektor aktivitas, selain itu Agradaya juga dapat memastikan bahwa program terlaksana dengan baik dan terus berjalan karena sesuai dengan tujuan Agradaya sebagai bisnis sosial yang melibatkan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat terutama para petani rempah perempuan. Agradaya juga bekerjasama dengan komunitas Sekolah Tani Muda dan komunitas *organic* Indonesia untuk meningkatkan pengetahuan mengenai pertanian berkelanjutan. Agradaya menjalin kerjasama dengan beberapa toko atau supermarket untuk memperluas penjualan produknya, selain itu kerjasama ini dapat memudahkan konsumen untuk membeli produk Agradaya sesuai dengan lokasi terdekat konsumen.

Biaya-biaya yang digunakan Agradaya dalam menjalankan bisnis sosialnya meliputi biaya gaji karyawan; biaya asuransi kesehatan bagi para petani dan karyawan; biaya listrik, air, dan telepon; biaya sewa bangunan; biaya pelatihan bagi para petani untuk meningkatkan pengetahuan tentang sistem pertanian berkelanjutan; biaya bahan baku; biaya produksi; biaya pengemasan; dan biaya pengiriman.

Bisnis sosial yang dijalankan Agradaya dapat memberikan dampak sosial dan lingkungan. Agradaya selalu berusaha untuk meningkatkan pendapatan masyarakat tani dengan memberikan harga yang adil pada petani yang menjual hasil panen rempahnya, selain itu Agradaya juga membuka lapangan pekerjaan bagi para petani. Agradaya memberikan pendampingan dan pelatihan mengenai pengolahan pertanian berkelanjutan, sehingga selain meningkatkan kesejahteraan masyarakat, Agradaya juga menjaga kelestarian lingkungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Agradaya sebagai bisnis sosial memiliki tujuan pemberdayaan masyarakat. Bisnis yang dijalankan tidak hanya memberikan keuntungan bagi Agradaya, namun juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat disekitarnya. Agradaya memiliki misi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat petani dengan memperhatikan keberlanjutan. Untuk mencapai misi tersebut dibutuhkan strategi dan mengetahui faktor kunci yang digunakan dalam menjalankan bisnis tersebut. Bisnis model kanvas sosial memberikan gambaran aktivitas bisnis dan strategi yang digunakan Agradaya. Model bisnis yang digunakan tidak hanya berfokus pada keuntungan UMKM saja, namun juga berfokus terhadap dampak sosial dan lingkungan yang ingin dicapai sesuai dengan misi Agradaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadin Indonesia. Data dan Statistik UMKM. Kadin Indonesia. Diambil 17 Juni 2023, dari <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kim, Hyejin, Sefcik, Justine S., Bradway, Christine (2017). Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review, *Res Nurs Health*, 40(1), 23–42, doi:10.1002/nur.21768.
- Pranatasari, F. D. (2021). Agile Marketing Sebagai Solusi Business Disruption Menuju Kebangkitan Bisnis Umkm Pasca Covid-19. *Modus*, 33(2), 196-211.
- Qastharin, Annisa R. 2015. Business Model Canvas for Social Enterprise. *The 7th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship, and Small Business*. https://www.researchgate.net/publication/323393037_Business_Model_Canvas_for_Social_Enterprise
- Sirine, H., & Dewi, Y. E. P. (2022). Business Model Canvas: The Implementation Method Of Corporate Social Entrepreneurship. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Jagaditha*, 9(2), 176-184. <https://doi.org/10.22225/Jj.9.2.2022.176-184>
- Solikhah, Miatri & Marjayanti, Dian. (2021). Social Entrepreneurship, Nila Satria Banyumas Cooperative, Canvas Perspective on Islamic Business and Economic Models. *Perisai*, 5(1), 25-50. <https://doi.org/10.21070/perisai.v5i1.1261>
- Umar, A., Sasongko, A. H., Widyastuti, I. T., & Christanti, Y. (2020). Improving The Social Enterprise-Based Business Performance From The Aspect Of Social Business Model Canvas. *International Journal Of Entrepreneurship*, 24(1), 1-12.