

Perumusan Sustainable Business Model Canvas (SBMC) pada PT. Langgeng Sejahtera Kreasi Komputasi

Mikala Aryaputra¹, Rina Djunita Pasaribu²

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, mikalaarya@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rinadjunita@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The development of the times in the modern era in Indonesia is currently accelerating as well as in the business competition sector. This is characterized by technological advances that can have a major impact on various sectors, one of which is in the technology industry. This research aims to help a company engaged in the technology industry domiciled in Bandung, namely PT. Langgeng Sejahtera Kreasi Komputasi (PT. LSKK) to develop its business and face ongoing problems by providing strategy recommendations with a new Sustainable Business Model Canvas design. Using a qualitative method with a descriptive approach, this research focuses on the object of research, namely PT. LSKK with interviews, observations, and documentation studies with internal and external parties of PT. LSKK. The results of this study indicate that PT. LSKK has a main strength, namely partnering with PPTIK ITB and also has several weaknesses, namely problems in human resources and also a decrease in sales levels from year to year. This research is expected to provide a sustainable business strategy with Sustainable Business Model Canvas which is useful for recommendations and suggestions for developing business strategies at PT LSKK in the future.

Keywords-technology industry, sustainable business model canvas, business development

Abstrak

Perkembangan zaman pada era modern di Indonesia saat ini semakin pesat begitu pun dalam sektor persaingan bisnis. Hal tersebut ditandai dengan adanya kemajuan teknologi yang dapat membawa dampak besar terhadap berbagai sektor, salah satunya dalam bidang industri teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk membantu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri teknologi yang berdomisili di Kota Bandung yaitu PT. Langgeng Sejahtera Kreasi Komputasi (PT. LSKK) untuk mengembangkan bisnisnya maupun menghadapi masalah yang sedang terjadi dengan cara memberikan rekomendasi strategi dengan rancangan *Sustainable Business Model Canvas* yang baru. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif penelitian ini berfokus objek penelitian yaitu PT. LSKK dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi dengan pihak internal dan eksternal PT. LSKK. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pada PT. LSKK memiliki kekuatan utama yaitu bermitra dengan PPTIK ITB dan juga memiliki beberapa kelemahan yaitu permasalahan dalam SDM dan juga penurunan tingkat penjualannya dari tahun ke tahun. Penelitian ini diharapkan memberikan strategi bisnis berkelanjutan dengan *Sustainable Business Model Canvas* yang berguna untuk menjadi rekomendasi maupun saran pengembangan bisnis strategi pada PT. LSKK dimasa mendatang.

Kata Kunci-industri teknologi, sustainable business model canvas, pengembangan bisnis

I. PENDAHULUAN

Perkembangan zaman pada era modern di Indonesia saat ini menjadi semakin pesat. Hal tersebut ditandai dengan adanya kemajuan teknologi yang dapat membawa dampak besar terhadap berbagai sektor, salah satunya dalam bidang industri teknologi. Industri teknologi bukan lagi menjadi hal yang baru bagi masyarakat dan tak lagi dipandang sebelah mata, bahkan adanya industri teknologi ini telah menjadi salah satu pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi, membuka pintu untuk inovasi, efisiensi, dan konektivitas yang tidak terbatas. Pada tahun 2023 menjadi tahun yang penuh tantangan bagi perekonomian Indonesia. Pertumbuhan ekonomi melambat menjadi 5,05 persen, Lebih rendah dari tahun sebelumnya yang mencapai 5,31 persen. Namun, di tengah badai ekonomi global dan inflasi yang tinggi, Indonesia masih menunjukkan ketangguhan. Ekonomi Indonesia terus meningkat, meskipun diterpa gelombang

ketidakpastian (Ronald, 2024). Hal ini menandakan bahwa meskipun kondisi ekonomi secara keseluruhan mengalami tantangan pada periode waktu tertentu, pertumbuhan industri teknologi dapat menjadi salah satu pendorong utama dalam pemulihan ekonomi dan membutuhkan kontribusi positif. Selain itu, seiring dengan adanya kontribusi yang signifikan pada industri teknologi pun menyebabkan terjadinya kenaikan pada jumlah perusahaan yang berfokus pada industri teknologi. Adapun pertumbuhan industri teknologi di Indonesia dari tahun 2018 sampai 2022 ialah sebagai berikut:



Sumber: BPS

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Industri Teknologi di Indonesia tahun 2018-2022

Sumber: badan pusat statistik (2022)

Persaingan pada perusahaan yang berfokus industri teknologi tersebut tidak hanya dapat mengandalkan produk atau layanan yang inovatif, tetapi juga harus mengetahui bagaimana perusahaan mampu mengelola bisnisnya secara keseluruhan untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan. Hal ini dikarenakan di tengah kemajuan teknologi, tantangan pun akan muncul seiring dengan berjalannya waktu. Tantangan yang akan mereka hadapi berupa kesenjangan antara pelaku industri, akses terhadap teknologi, keterampilan yang sesuai dengan teknologi baru, keamanan dan privasi data, serta limbah elektronik. Seiring berjalannya waktu, kondisi tersebut pun dapat menimbulkan persaingan tajam dan dapat mengancam keberlanjutan usaha bagi para perusahaan yang berfokus pada industri teknologi. Penting untuk diakui bahwa persaingan perusahaan dalam industri teknologi tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga mengikuti dinamika global.

Hal ini terjadi pada PT. LSKK sebagai salah satu perusahaan yang berfokus pada industri teknologi di daerah Kota Bandung. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Yogi Andy selaku Business Development di PT. LSKK, Dalam suatu organisasi harus dapat membangun budaya inovatif dengan menjadi pembimbing, pemberi contoh, menetapkan visi dan menciptakan suasana kepercayaan dan rasa hormat (Susanty et al., 2019) bahwa terjadi beberapa permasalahan di PT. LSKK yang pertama adalah persaingan yang semakin ketat dimana dari hal tersebut dikarenakan pada awalnya PT. LSKK bekerja dibawah naungan Kementerian Pertahanan dan sempat terhenti, oleh karena itu PT. LSKK mencoba mencari segmentasi pasar yang baru yaitu mencoba untuk mulai masuk terhadap institusi pendidikan. Selanjutnya adalah masalah dari produk yang dibuat dituntut untuk selalu up to date dan high end, dan yang terakhir masalah pada sumber daya manusia yaitu dituntut untuk memiliki skill atau kemampuan khusus untuk membuat maupun melakukan inovasi pada produk dari PT. LSKK itu sendiri. Ketiga faktor permasalahan tersebut yang menyebabkan terjadinya ketidakstabilan keuangan pada PT. LSKK.

Peningkatan kualitas produk Model bisnis berkelanjutan mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih ramah lingkungan dan memenuhi kebutuhan sosial. Hal ini dapat meningkatkan kualitas produk dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi cenderung memiliki harga premium dan permintaan yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan (Bocken et al., 2014).

Business Model Canvas (BMC) adalah alat yang tepat untuk merancang dan menggambarkan model bisnis suatu organisasi. BMC membantu perusahaan untuk merinci elemen-elemen kunci dalam bisnis mereka, seperti segmen pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, sumber daya kunci, mitra kunci, dan lainnya.

Pada PT. LSKK perlu adanya kajian mendalam terkait dengan pengembangan model bisnis berdasarkan *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC). Penggunaan SBMC akan membantu PT. LSKK dalam merumuskan

kembali elemen-elemen kunci dalam bisnis mereka, sehingga dapat meningkatkan efisiensi, menciptakan nilai tambah, dan mengidentifikasi potensi agar bisnis lebih *sustainable*.

Melalui studi kasus pada PT. LSKK, skripsi ini akan berfokus pada pengembangan model bisnis berbasis SBMC untuk meningkatkan strategi manajemen dalam industri teknologi. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi PT. LSKK dalam meningkatkan daya saingnya dan membuat bisnis lebih bertahan, serta memperhatikan lingkungan sosial dan alam yang berdampak dari industri teknologi.

Mengetahui model saat ini memungkinkan perusahaan membuat model bisnis yang akan membantu meningkatkan dan menyempurnakannya di masa mendatang agar bisnis lebih bertahan lama. Untuk dapat bersaing dan mengoptimalkan pendapatan, *Sustainable Business Model Canvas* mungkin menjadi pilihan yang layak untuk desain model bisnis baru. Model bisnis berkelanjutan adalah model bisnis yang dirancang untuk menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang dan berkelanjutan. PT. LSKK merupakan suatu perusahaan yang dapat menerapkan model bisnis tersebut karena mengalami penurunan penjualan produk. Sebagai hasil dari uraian tersebut, penulis memilih judul **“Perumusan Sustainable Business Model Canvas pada PT. Langgeng Sejahtera Kreasi Komputasi”**.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Rangkuman Teori

1. Manajemen Strategis

Menurut David (2006) manajemen strategis dapat didefinisikan sebagai seni dan ilmu untuk memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan suatu organisasi dapat mencapai tujuannya. Pernyataan tersebut berfokus pada mengintegrasikan manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

2. Model Bisnis

Model bisnis adalah suatu gambaran bagaimana suatu perusahaan atau organisasi beroperasi untuk mencapai tujuannya, khususnya dalam hal menghasilkan pendapatan dan mengelola sumber daya. Menurut Wheelen & Hunger (2010) dalam Tim PPM Manajemen (2012), “Model bisnis didefinisikan sebagai metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang dilingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi.” Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa model bisnis adalah suatu metode yang dijalankan oleh suatu perusahaan untuk menghasilkan uang.

3. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah suatu alat yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai adalah sebuah metode yang digunakan untuk merencanakan perencanaan bisnis perusahaan dengan sederhana dan mudah dipahami. (Mustaniroh et al., 2020). Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010) menjelaskan bahwa Business Model Canvas adalah sebuah kerangka kerja yang menyediakan pandangan menyeluruh tentang elemen-elemen kunci yang membentuk model bisnis suatu organisasi. Alat ini terdiri dari sembilan blok utama yang mencakup semua aspek esensial dari suatu bisnis.

4. Sustainable Business Model

Model Bisnis Berkelanjutan (*Sustainable Business Model*) adalah model bisnis yang dirancang untuk menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang, dengan mengintegrasikan aspek keberlanjutan ke dalam desain, implementasi, dan operasi bisnis. Model Bisnis Berkelanjutan memiliki karakteristik berfokus pada penciptaan nilai *triple bottom line* (ekonomi, sosial, dan lingkungan), Model Bisnis Berkelanjutan bertujuan untuk menciptakan nilai yang seimbang dan saling mendukung dalam ketiga aspek tersebut, bukan hanya berfokus pada penciptaan nilai ekonomi semata. Lalu Model Bisnis Berkelanjutan mengintegrasikan aspek keberlanjutan ke dalam seluruh elemen model bisnis, mulai dari desain produk atau jasa, proses produksi, hingga operasional dan aktivitas pendukung lainnya. Model Bisnis Berkelanjutan mempertimbangkan dampak dari seluruh *lifecycle* produk atau jasa, mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, distribusi, penggunaan hingga akhir masa pakai produk. Model ini melibatkan dan mempertimbangkan kepentingan seluruh pemangku kepentingan, seperti pelanggan, karyawan,

pemasok, masyarakat sekitar, dan lingkungan. Model Bisnis Berkelanjutan mendorong inovasi yang berkelanjutan dalam produk, layanan, proses, dan model bisnis itu sendiri untuk mencapai tujuan keberlanjutan (Bocken et al., 2014).

5. Analisis Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (SWOT)

SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threats* (Ancaman). Analisis SWOT adalah alat analisis yang digunakan untuk perencanaan strategis dalam membantu organisasi mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan mereka. Analisis SWOT sangat terkait dengan manajemen strategis karena membantu organisasi membuat strategi dengan memanfaatkan kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal. Analisa SWOT menawarkan dasar yang sistematis untuk mengevaluasi berbagai opsi strategis. Ini memungkinkan orang yang membuat keputusan untuk mempertimbangkan semua faktor penting sebelum mengambil keputusan (David, F. R., 2011).

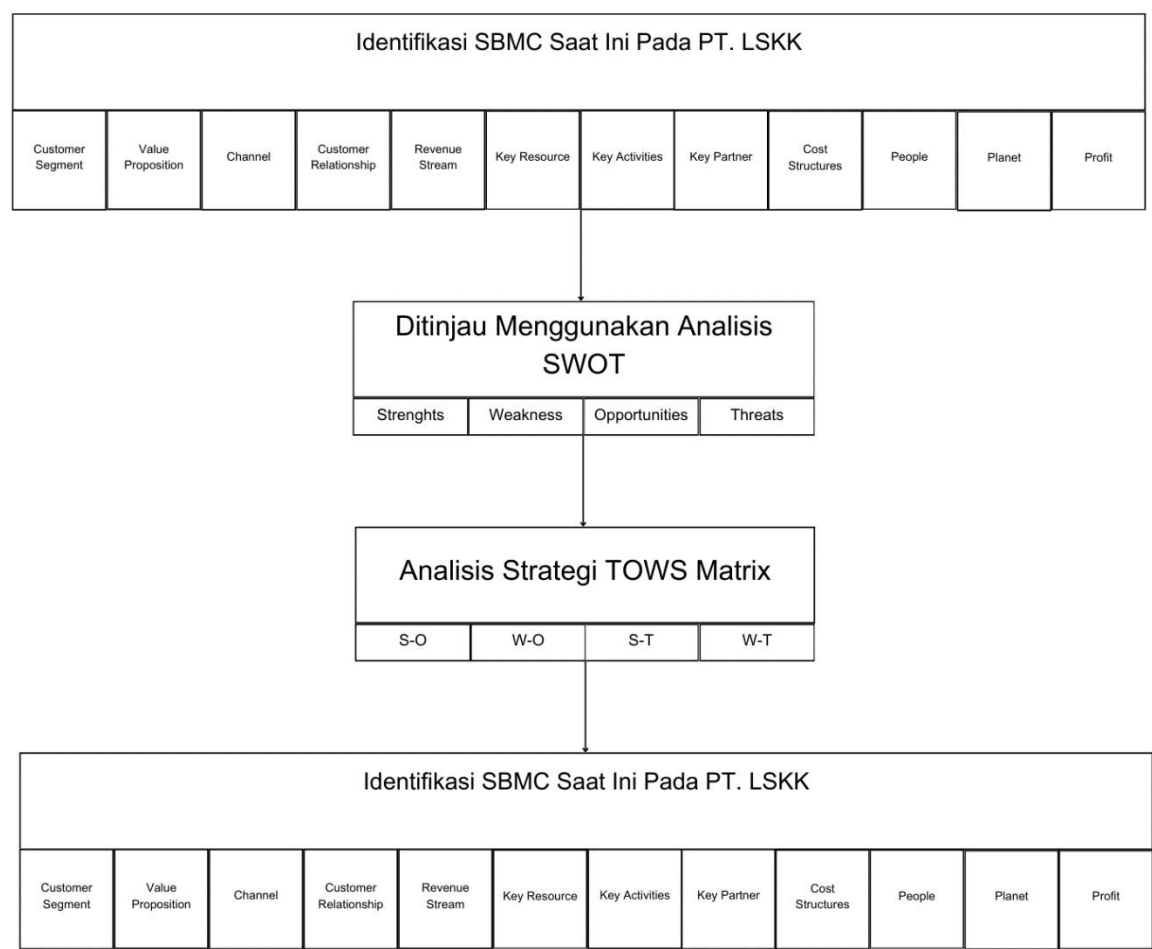
6. Sustainable Entrepreneurship

Pilar utama dari *Sustainable Entrepreneurship* adalah 3P yaitu adalah *People*, *Planet* dan *Profit* (Crals & Vereeck, 2004). Dimensi kesatu (*People*) menunjuk pada nilai-nilai utama yang terkait dengan tenaga kerja seperti pekerjaan, seleksi, penempatan kerja, dan pelatihan karyawan yang kompeten untuk bekerja untuk mematuhi hak asasi manusia dan menyediakan kebutuhan semua orang dan masyarakat (Crals & Vereeck, 2004; RichommeHuet & De Freyman, 2014).

Dimensi kedua (*Planet*) berkaitan dengan masalah lingkungan yang harus diperhatikan secara serius (Schick et al., 2002). Peran organisasi dalam konsumsi berkelanjutan layanan dan produk mereka berasal dari siklus hidup dan rantai nilai mereka serta fitur informasi yang mereka berikan untuk konsumen mereka. Sebuah perusahaan mencoba untuk bertindak demi ketertiban alam sebanyak mungkin. Setidaknya, mencoba untuk tidak membahayakan dan meminimalkan dampak lingkungan.

Dimensi ketiga yaitu (*Profit*) merupakan salah satu indikator penerapan *Sustainable Entrepreneurship* dimana dimensi bisa dilihat dari lingkungan, sumber daya dan teknologi yang digunakan (Soto Acosta et.al., 2016). Berbisnis bukan hanya sekedar mengejar keuntungan saja tapi perlunya memperhatikan keberlangsungan lingkungan dan manusia untuk masa depan sehingga manusia tidak lagi mengambil kekayaan alam dunia secara terus menerus.

B. Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Dimodifikasi dari (Bocken N., 2021)

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian

No	Karakteristik Penelitian	Jenis
1.	Berdasarkan Metode	Kualitatif
2.	Berdasarkan Tujuan	Deskriptif
3.	Berdasarkan Keterlibatan Peneliti	Tidak Mengintervensi Data
4.	Berdasarkan Unit Analisis	Unit Bisnis
5.	Berdasarkan Waktu Pelaksanaan	Cross Section
6.	Berdasarkan Tipe Penyelidikan	Wawancara, Observasi, Studi Dokumentasi

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

B. Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2019), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Studi ini menggunakan sembilan set elemen *Business Model Canvas*, seperti yang diusulkan oleh Osterwalder & Pigneur, Dan tiga prinsip (*People*, *Profit*, dan *Planet*) Crals & Vereeck untuk mewakili variabel operasional. Mengambil dari

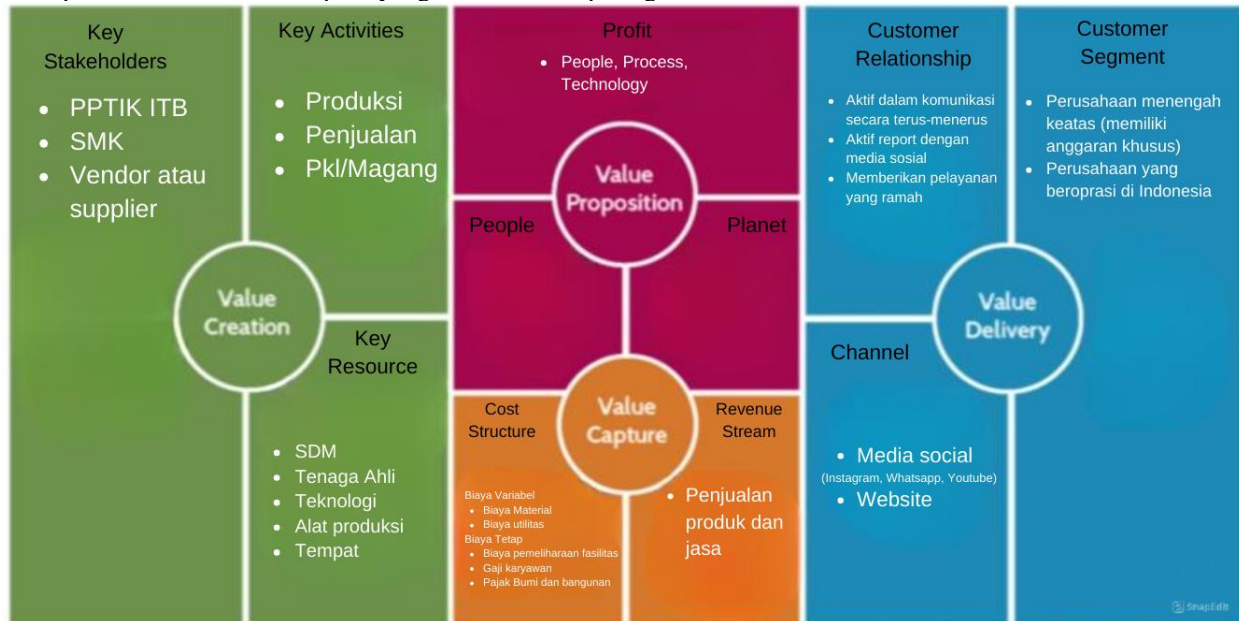
penelitian sebelumnya, variabel operasional ini akan berfungsi sebagai kerangka kerja untuk merumuskan pertanyaan wawancara, sehingga memfasilitasi pembuatan data kualitatif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis *Sustainable Business Model Canvas*

Hasil penelitian mendapatkan *sustainable business model canvas* saat ini pada PT. LSKK. Temuan ini didapatkan dari data yang dikumpulkan melalui wawancara dengan teknik yang memanfaatkan metode triangulasi sumber data dan *Business Model Canvas* Sembilan Blok dan juga *factor People, Profit* dan *Planet*. Berdasarkan hasil wawancara yang sudah dilakukan, dimungkinkan untuk menggambarkan *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC) yang diterapkan oleh PT. LSKK, seperti yang diilustrasikan pada gambar 4.1 di bawah ini:



Gambar 4. 1 *Sustainable Business Model Canvas* pada PT. LSKK saat ini
Sumber: Diolah Peneliti (2024)

2. Analisis SWOT

Pada penelitian ini dilakukan analisis kekuatan (*Strenght*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) pada PT. LSKK dari hasil wawancara dan hasil studi dokumen dari peneliti, dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Kekuatan (*Strength*)

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan memberikan gambaran bahwa kekuatan pada PT. LSKK yaitu adalah:

- 1) Memiliki value berupa *People* berarti orangnya ramah dalam pelayanannya, *Process* berarti proses pengerjaan dari PT. LSKK cepat dan mudah di mengerti, dan *Technology* yang dimiliki PT. LSKK *high-end* namun memiliki harga yang murah.
- 2) PPTIK ITB sebagai mitra yang memberikan tenaga ahli, sumber gagasan atau ide pada teknologi yang di adaptasi, dan mentor sehingga para konsumen pun akan lebih yakin terhadap kualitas dari PT. LSKK.

b. Kelemahan (*Weakness*)

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan memberikan gambaran bahwa kelemahan pada PT. LSKK yaitu adalah:

- 1) Permasalahan pada kemampuan dan keahlian SDM menyebabkan proses produksi memiliki jangka waktu yang cukup lama dikarenakan harus mempelajari teknologinya terlebih dahulu, dan dikarenakan kurangnya

pengendalian pada karyawan menyebabkan banyaknya pelanggan yang terlewatkan dalam segi penyampaian informasi.

- 2) Penurunan pada penjualan dari tahun ke tahunnya yang mengakibatkan masalah pada alokasi modal yang akan berpengaruh pada bisnis PT. LSKK kedepannya.

c. Peluang (*Opportunities*)

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan memberikan gambaran bahwa peluang pada PT. LSKK yaitu adalah:

- 1) value "*People*" yang ramah dalam pelayanannya, PT. LSKK dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih positif, yang akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas dari pelanggannya. Pelanggan yang merasa dihargai dan mendapatkan layanan yang berkualitas cenderung untuk datang kembali dan merekomendasikan PT. LSKK kepada calon pelanggan lainnya.
- 2) Value "*Proses*" dalam PT. LSKK pengoperasian dari teknologi yang mudah dimengerti memberikan peluang untuk PT. LSKK meningkatkan efisiensi operasional dan membangun kemitraan yang lebih kuat dengan para pelanggan dan mitra bisnisnya. Pelanggan dan mitra bisnis dapat lebih nyaman bekerja sama dengan sebuah perusahaan yang memiliki proses yang jelas dan tidak berbelit-belit.
- 3) Teknologi yang berkualitas high-end dengan harga yang murah merupakan daya tarik yang sangat kuat di pasar. PT. LSKK dapat memanfaatkan hal ini untuk menarik segmen pasar yang lebih luas, termasuk usaha kecil dan menengah (UMKM) yang membutuhkan teknologi canggih tetapi memiliki dana terbatas.
- 4) Kemitraan dengan PPTIK ITB sebagai mitra strategis, PT. LSKK dapat memperkuat reputasi dan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanannya. Kehadiran tenaga ahli, sumber teknologi, dan mentor dari PPTIK ITB menambah kredibilitas perusahaan di mata konsumen.
- 5) Kolaborasi dengan PPTIK ITB memungkinkan PT. LSKK untuk terus berinovasi dengan memanfaatkan ide-ide berkelanjutan yang mengarah kepada "*Planet*" dan "*People*" dari gagasan tenaga ahli. Hal ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar dengan menghadirkan inovasi produk dan solusi yang selalu relevan dengan perkembangan teknologi.
- 6) Dukungan tenaga ahli dari PPTIK ITB memungkinkan PT. LSKK untuk meningkatkan kepercayaan pasar, terutama dalam proyek-proyek besar yang membutuhkan jaminan kualitas tinggi. Hal ini membuka peluang untuk terlibat dalam proyek-proyek berskala lebih besar dan lebih kompleks.

d. Ancaman (*Threats*)

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan memberikan gambaran bahwa peluang pada PT. LSKK yaitu adalah:

- 1) Kurangnya kemampuan dan keahlian SDM yang mengakibatkan proses produksi memakan waktu lebih lama dapat menyebabkan keterlambatan dalam penyelesaian suatu produk. Hal ini dapat berdampak negatif terhadap reputasi PT. LSKK, dimana pelanggan akan merasa kecewa dengan keterlambatan proyek dan mungkin akan mencari penyedia jasa lain yang lebih efisien.
- 2) Kurangnya pengendalian pada karyawan yang menyebabkan terlewatnya penyampaian tanya jawab kepada pelanggan dapat menurunkan kualitas layanan. Pelanggan yang tidak mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tepat waktu mungkin merasa diabaikan dan tidak puas dengan layanan PT. LSKK.
- 3) Penurunan penjualan yang terjadi setiap tahun menyebabkan masalah pada alokasi modal. Jika kondisi ini berlanjut, PT. LSKK tidak memiliki cukup dana untuk berinvestasi dalam pengembangan produk baru, pemasaran, atau peningkatan infrastruktur.
- 4) Penurunan penjualan yang terus-menerus dapat menjadi sinyal bagi kompetitor untuk meningkatkan agresivitas mereka dalam merebut pangsa pasar PT. LSKK. Kompetitor yang memiliki SDM lebih kuat dan proses yang lebih efisien dapat memanfaatkan situasi ini untuk menawarkan nilai lebih baik kepada pelanggan.

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk membantu membuat strategi baru untuk bisnis. Untuk mencapai tujuan ini, empat strategi berbeda dibuat: Strategi SO (kekuatan-peluang), Strategi WO (kelemahan-peluang), Strategi ST (kekuatan-ancaman), dan Strategi WT (kelemahan-ancaman). Tabel berikut menunjukkan matriks TOWS pada PT. LSKK.

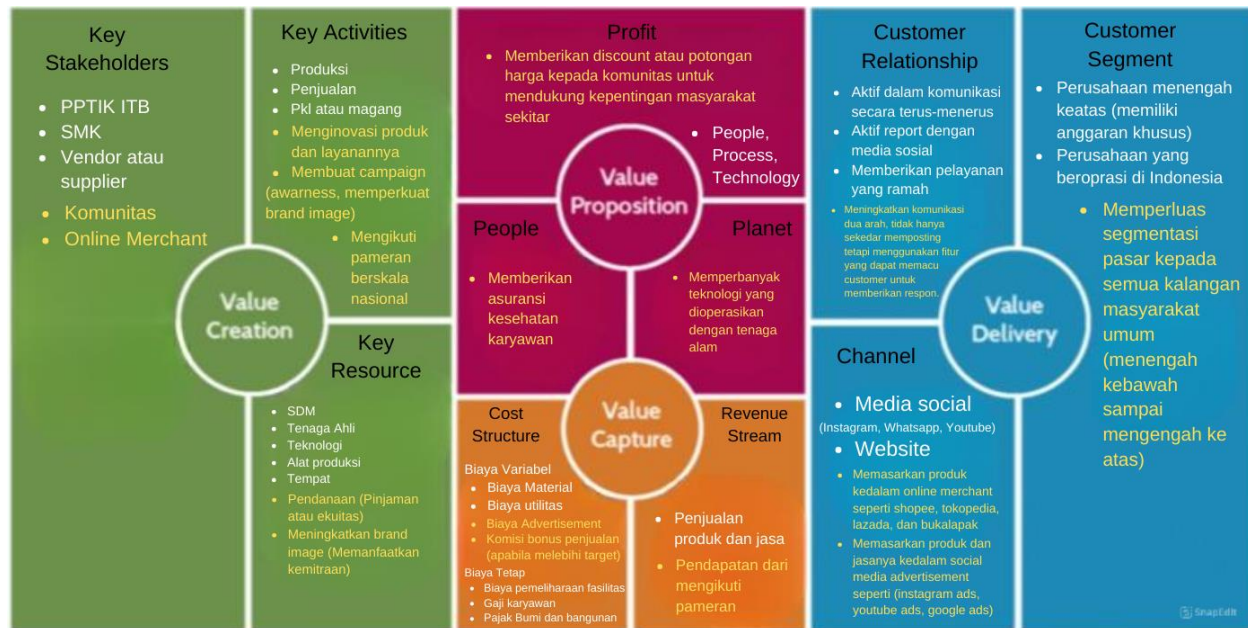
Tabel 4. 1 Matriks TOWS

			Strength (S)		Weakness (W)
			S1. People berarti orangnya ramah dalam pelayanannya, Process berarti proses pengerjaan dari PT. LSKK cepat dan mudah di mengerti, dan Technology yang dimiliki PT. LSKK high-end namun memiliki harga yang murah. S2. PPTIK ITB sebagai mitra yang memberikan tenaga ahli, sumber gagasan atau ide pada teknologi yang di adaptasi, dan mentor sehingga para konsumen pun akan lebih yakin terhadap kualitas dari PT. LSKK.		W1. Permasalahan pada kemampuan dan keahlian SDM menyebabkan proses produksi memiliki jangka waktu yang cukup lama dikarenakan harus mempelajari teknologinya terlebih dahulu, dan dikarenakan kurangnya pengendalian pada karyawan menyebabkan banyaknya pelanggan yang terlewatkan dalam segi penyampaian informasi. W2. Penurunan pada penjualan dari tahun ke tahunnya yang mengakibatkan masalah pada alokasi modal yang akan berpengaruh pada bisnis PT. LSKK kedepannya.
			Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
			O1. Dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas dari para pelanggan O2. Meningkatkan efisiensi operasional dan membangun kemitraan yang lebih kuat dengan para pelanggan dan mitra bisnisnya. O3. Menarik segmen pasar yang lebih luas, termasuk usaha kecil dan menengah (UMKM). O4. Memperkuat reputasi dan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk dan layanannya. O5. Meningkatkan daya saing perusahaan di pasar dengan menghadirkan inovasi produk dan solusi yang selalu relevan dengan perkembangan teknologi. O6. Meningkatkan kepercayaan pasar, terutama dalam proyek-proyek besar yang membutuhkan jaminan kualitas tinggi.	S1-O1-O2. Memberikan pelatihan internal dan eksternal untuk meningkatkan pemahaman tentang proses kerja perusahaan. S1-O3-O4-O6. Melakukan kampanye pemasaran yang menonjolkan kombinasi antara teknologi canggih dan harga kompetitif dan menyoroti kontribusi PPTIK ITB dalam pengembangan teknologi di PT. LSKK untuk menunjukkan keunggulan kompetitif. S2-O5. Membentuk tim Research and Development yang bekerja sama langsung dengan PPTIK ITB untuk mengidentifikasi tren teknologi baru dan mengimplementasikannya dalam produk dan layanan berkelanjutan PT. LSKK .	W1-O1-O4-O6. Melakukan lebih banyak penerimaan dan mencari karyawan dengan kemampuan dan kemahiran yang tinggi. W2-O2-O3-O4-O5. Meningkatkan pengembangan dan efisiensi pada penjualan produk dan jasa PT.LSKK dibantu dengan kemahiran tenaga ahli dan teknologi dari PPTIK ITB.
			Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
			T1. Reputasi PT. LSKK yang menurun karena keterlambatan proyek dan mungkin akan	S1-T1-T2-T4. Meningkatkan efisiensi pada para karyawan PT. LSKK dan memberikan	W1-T1-T2. Melakukan evaluasi kerja dengan para karyawan PT. LSKK .

mencari penyedia jasa lain yang lebih efisien.	bonus untuk pengerjaan tepat waktu.	W2-T3-T4. Memperluas segmentasi pasar dan juga inovasi pada produknya.
T2. Menurunkan kualitas layanan. Pelanggan yang tidak mendapatkan informasi yang mereka butuhkan tepat waktu mungkin merasa diabaikan dan tidak puas dengan layanan PT. LSKK.	S2-T3. Menekankan dan mengefisiensikan keuntungan yang dihasilkan dari kerjasama dengan para mitra.	
T3. Menyebabkan masalah pada alokasi modal. Jika kondisi ini berlanjut, PT. LSKK tidak memiliki cukup dana untuk berinvestasi dalam pengembangan produk baru, pemasaran, atau peningkatan infrastruktur.		
T4. Meningkatkan agresivitas kompetitor dalam merebut pangsa pasar PT. LSKK. Kompetitor yang memiliki SDM lebih kuat dan proses yang lebih efisien dapat memanfaatkan situasi ini.		

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

4. Rekomendasi *Sustaibale Business Model Canvas*
- Berdasarkan hasil matrix TOWS dilakukan menunjukan bahwa PT. LSKK sadar akan pentingnya bertransisi dari kerangka kerja bisnis linier konvensional ke sirkular yang menggunakan prinsip-prinsip *Profit, People, dan Planet*. Dari data tersebut, maka dapat dituangkan kedalam rekomendasi Sustainable Business Model Canvas yang dapat diterapkan oleh PT. LSKK seperti yang diilustrasikan dengan gambar dibawah ini:



Gambar 4. 2 Rekomendasi Sustainable Business Model Canvas untuk PT. LSKK

Sumber: Diolah Peneliti (2024)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

- Melalui wawancara peneliti dengan narasumber, peneliti berhasil memetakan Sustainable Business Model Canvas saat ini pada PT. LSKK yang terdiri dari sembilan blok elemen yaitu:
 - Customer Segment:** Perusahaan menengah keatas (memiliki anggaran khusus) dan Perusahaan yang beroperasi di Indonesia.
 - Value Proposition:** *People* yang berarti pelayanan ramah dari SDM pada PT. LSKK kepada calon pelanggannya, *Process* yang berarti tahapan dalam pengoprasian produk dan jasanya simpel dan tidak bertele-tele, *Technology* yang berarti teknologi yang diberikan oleh PT. LSKK sudah berkualitas *High-End* dan harganya yang murah jika di dibandingkan dengan para pesaingnya.
 - Channel:** PT. LSKK sampai saat ini sudah menggunakan media sosial (instagram, whatsapp, dan youtube) dan juga memiliki website sebagai channelnya.
 - Customer Relationship:** PT. LSKK Aktif dalam komunikasi secara terus-menerus, Aktif report dengan media sosial, dan memberikan pelayanan yang ramah.
 - Revenue Stream:** PT. LSKK saat ini mendapatkan sumber-sumber yang berkontribusi pada penghasilannya dengan cara penjualan produk dan jasa.
 - Key Resource:** PT. LSKK saat ini memiliki elemen sumber berupa SDM, tenaga ahli, teknologi, alat produksi, dan tempat.
 - Key Activities:** PT. LSKK saat ini memiliki aktivitas kunci berupa produksi, penjualan, dan aktivitas magang atau pkl.
 - Key Partner:** PT. LSKK saat ini memiliki mitra dengan PPTIK ITB, SMK, dan para vendor atau suppliernya.
 - Cost Structure:** PT. LSKK saat ini memiliki biaya yang dikeluarkan untuk biaya variable (biaya material dan biaya utilitas) dan biaya tetap (Biaya pemeliharaan fasilitas, gaji karyawan, dan pajak bumi dan bangunan).
- Melalui hasil dari Sustainable Business Model Canvas saat ini pada PT. LSKK dengan faktor *People*, *Profit*, dan *Planet* lalu dilakukan Analisis SWOT peneliti dapat memberikan formulasi atau perumusan strategi untuk bisa di realisasikan oleh PT. LSKK dan di petakan pada Sustainable Business Model Canvas yang baru yaitu:

- a. *Customer Segment*: Memperluas segmentasi pasar kepada semua kalangan masyarakat umum (menengah kebawah sampai menengah ke atas).
- b. *Value Proposition*: Memberikan discount atau potongan harga kepada komunitas untuk mendukung kepentingan masyarakat sekitar, Memberikan asuransi kesehatan karyawan, dan Memperbanyak teknologi yang dioperasikan dengan tenaga alam.
- c. *Channel*: Memasarkan produk ke dalam *online merchant* (shopee, tokopedia, lazada, dan bukalapak) dan memasarkan produk dan jasanya kedalam social media *advertisement* seperti (instagram ads, youtube ads, google ads).
- d. *Customer Relationship*: Meningkatkan komunikasi dua arah, tidak hanya sekedar memposting tetapi menggunakan fitur yang dapat memacu customer untuk memberikan respon.
- e. *Revenue Stream*: mendapatkan pendapatan dari mengikuti pameran.
- f. *Key Resource*: Mempertimbangkan Pendanaan (Pinjaman atau ekuitas) Meningkatkan brand image (Memanfaatkan kemitraan).
- g. *Key Activities*: Menginovasi produk dan layanannya, membuat campaign (awareness, memperkuat brand image), dan mengikuti pameran berskala nasional.
- h. *Key Partner*: menambah mitranya dengan komunitas, online merchant, dan perusahaan *E-Waste*.
- i. *Cost Structure*: menambah biaya advertisement, dan biaya untuk komisi bonus penjualan (apabila melebihi target).

B. Saran

Peneliti dapat memberikan saran berdasarkan pembahasan pada penelitian yang sudah lakukan yaitu:

1. Aspek Teoritis

a. Bagi Akademis

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, untuk para akademisi dapat menggunakan penelitian ini untuk dijadikan referensi jika ingin melakukan penelitian mengenai formulasi strategi pada sebuah perusahaan khususnya yang akan melakukan penelitian *Sustainable Business Model Canvas* dengan faktor *People*, *Profit*, dan *Planet* para akademis pun diharapkan untuk dapat melakukan pengembangan strategi dengan menggunakan faktor lainnya pada penelitian selanjutnya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, untuk para peneliti selanjutnya jika ingin melakukan penelitian dengan konteks yang sama diharapkan untuk mengumpulkan teori yang dibutuhkan secara lebih mendalam dan melakukan pengumpulan data dengan efisien untuk data yang dibutuhkan dan juga karena penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk mengefisiensikan waktu karena dalam pengerjaan pengolahan data memakan waktu yang cukup lama

2. Aspek Praktis

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, untuk PT. LSKK diharapkan dapat merealisasikan formulasi strategi yang sudah peneliti dapatkan karena dapat memberikan beberapa manfaat yaitu meningkatkan kepedulian akan lingkungan, sosial, dan tata kelola tidak hanya mementingkan internal PT. LSKK saja dan dari hasil perumusan formulasi strategi yang sudah peneliti lakukan pun dapat meningkatkan pengembangan bisnis pada PT. LSKK.

REFERENSI

- Alexander, O., & Yves Pigneur. (2010). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Kedai Kabur Bontang (Vol. 1, Issue 1).
- Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. In *Journal of Cleaner Production* (Vol. 65, pp. 42–56). <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.11.039>.
- Bruijl. (2018). Analysis of Porter's Five Forces on PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. In *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* (Vol. 11, Issue 3).
- David dan R. (n.d.). k-1641108-chapter2.

- Dyson. (2004). Integrasi Threats Opportunities Weaknesses Strength (Tows), Analytic Hierarchy Process (AHP) dan Simple Additive Weighting (SAW) dalam Perumusan Strategi (Studi Kasus PT.XYZ).
- Fred R. David. (2011). Chapter I The Nature Of Strategic Management.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. In *Journal of Cleaner Production* (Vol. 198, pp. 401–416). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.06.240>.
- Haryadi, B. (2003). Manajemen Strategis Menurut para Ahli.
- Hendro, J., & Pranogyo, A. B. (2023). Inovasi Berkelanjutan ESG Initiatives Untuk Masa Depan. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, 4(4).
- Kotler. (n.d.). k-1641108-chapter2.
- Mirekel. (2021, April 16). Mengenal Environmental, Social, dan Governance (ESG). <https://mirekel.id/mengenal-environmental-social-dan-governance-esg/>.
- Mulyadi. (2001). Manajemen Strategis Menurut para Ahli.
- IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, 515(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/515/1/012075>.
- Noviarianti. (2022). Pengaruh Environment, Social and Governance Disclosure terhadap Kinerja Perusahaan. *Goodwood Akuntansi Dan Auditing Reviu*, 1(1), 67–78. <https://doi.org/10.35912/gaar.v1i1.1500>.
- Osterwalder, & Pigneur. (2012). Implementasi Business Model Canvas (Bmc) Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Toreko.
- Paramadita, S., Umar, A., & Kurniawan, Y. J. (n.d.). ANALISA PESTEL TERHADAP PENETRASI GOJEK DI INDONESIA PESTEL Analysis.
- Towards GOJEK's Penetration in Indonesia. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 4(1). <https://journal.ubm.ac.id/index.php/pengabdian>.
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. *Heritage and Sustainable Development*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.37868/hsd.v5i1.125>.
- Porter. (1996). Manajemen Strategis: Pengertian, Tujuan dan Tahapannya. Rangkuti. (n.d.). 2014-2-00913-SI Bab2001.
- Richardson. (2008). Memahami Apa Makna Model Bisnis.
- Ronald. (2024, February 11). Dinamika Pertumbuhan Ekonomi Indonesia 2023 dan Proyeksi Tantangan 2024. *Humas*.
- Stubb, & Cocklin. (2008). Strategi Sustainable Business Model Innovation pada Industri Fashion Digital Ilustrasi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 46–60. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i1.3798>.
- Sugiyono. (n.d.). UNIKOM_DIVA ANINDITA APRILIANI_13_BAB 2.
- Taixeira, & Pereira. (2015). 6081-11476-1-SM. AGORA, 5.
- Tat. (n.d.). k-1641108-chapter2.
- Turban. (2002). LBM2006-321-BAB 2.
- Wahyudi. (1990). BAB II.
- Wheelen, & Hunger. (2010). Pengembangan Strategi Bisnis Melalui Analisis Business Model Canvas Pada PesenKopi Malang.
- Putra, & Pasaribu. (2023). Study of User Growth in Cellular Network Service Industry on Lombok Island Indonesia. <https://ieomsociety.org/proceedings/2023houston/305.pdf>.
- Alam, S. R. N., & Triono, S. P. H. (2023). Perancangan Model Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Studi pada UMKM Boss Talasik). *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1239–1249. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6355>.
- Amelia. (2022). Business Model Analysis in Kartinipedia Application using Business Model Canvas (BMC) Approach. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/4569>.
- Pardalis, G. (2022). A Business Model Canvas Framework for Sustainable one-stop-shop. https://www.researchgate.net/publication/364035829_A_business_model_canvas_framework_for_sustainable_one-stop-shops.
- Susanty, A. I., Yuningsih, Y., & Anggadwita, G. (2019). Knowledge management practices and innovation performance: A study at Indonesian Government apparatus research and training center. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 10(2), 301–318.

Bocken,N. (2021).Sustainable Business Models.
https://www.researchgate.net/publication/346782066_Sustainable_Business_Models.

