

Analisis Model Bisnis dan Perencanaan Pengolahan Sampah Plastik PT. Perangkat Perkasa Indonesia

Rus Bintoro^{1*}, Eli Suherli², Dedi Prayitno³, Agung Yuliyanto Nugroho⁴

¹⁻⁴ Universitas Cendekia Mitra Indonesia, Indonesia

*Penulis Korespondensi : rusbintoro137@gmail.com

Abstract. *The increasing accumulation of plastic waste each year has become a serious environmental and public health issue. PT. Perangkat Perkasa Indonesia recognizes a sustainable business opportunity through the processing of plastic waste into economically valuable products. This study aims to analyze the business planning strategies implemented by the company in managing its plastic waste processing operations, covering market analysis, operational planning, financial projections, and marketing strategies. A qualitative descriptive method was used, with a case study approach at PT. Perangkat Perkasa Indonesia. Data were collected through interviews, observations, and document analysis. The results indicate that the company has significant potential to develop a plastic recycling business supported by human resources, appropriate technology, and increasing public awareness regarding waste management. An integrated and well-structured business plan is key to building a business model that is not only financially profitable but also environmentally impactful. This research recommends strengthening promotional strategies and collaboration with third parties to expand market reach and improve operational efficiency.*

Keywords: *Business Planning; Limited Liability Company; Plastic Waste Processing; Recycling; Sustainability.*

Abstrak. Penumpukan sampah plastik yang semakin meningkat setiap tahunnya menjadi permasalahan serius bagi lingkungan dan kesehatan masyarakat. PT. Perangkat Perkasa Indonesia melihat peluang bisnis yang berkelanjutan melalui pengolahan sampah plastik menjadi produk bernilai ekonomis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan bisnis yang diterapkan perusahaan dalam mengelola usaha pengolahan sampah plastik, mulai dari aspek pasar, operasional, keuangan, hingga strategi pemasaran. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus pada PT. Perangkat Perkasa Indonesia. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki potensi besar dalam mengembangkan bisnis daur ulang plastik dengan dukungan sumber daya manusia, teknologi, serta kesadaran masyarakat yang mulai meningkat terhadap pentingnya pengelolaan limbah. Perencanaan bisnis yang matang dan terintegrasi menjadi kunci keberhasilan dalam menciptakan model usaha yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap lingkungan. Penelitian ini merekomendasikan penguatan strategi promosi dan kolaborasi dengan pihak ketiga untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Kata kunci: Daur Ulang; Keberlanjutan; Pengolahan Limbah Plastik; Perencanaan Bisnis; Perseroan Terbatas.

1. PENDAHULUAN

Lautan dunia telah dipenuhi plastik. Forum Ekonomi Dunia (*World Economic Forum/WEF*), memperkirakan akan ada lebih banyak plastik dari pada ikan di laut (berdasarkan berat) pada tahun 2050. Sebagai negara dengan 270 juta penduduk dan ekonomi terbesar di ASEAN, Indonesia memegang peranan kunci, baik secara global maupun regional. Pertumbuhan ekonomi Indonesia serta kondisi geografis sebagai negara kepulauan membuat kondisi sampah plastik di laut, sungai, dan ekosistem lain sangat mengkhawatirkan, hingga memengaruhi kesehatan dan sektor penting dalam ekonomi nasional seperti pariwisata dan perikanan.

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia, penggunaan plastik sudah sangat massif. Hampir semua jenis kegiatan menggunakan bahan plastik dalam berbagai jenis.

Setidaknya terdapat tujuh jenis plastik yang beredar di Masyarakat. Dari ketujuh jenis tersebut terdapat beberapa jenis yang terkategori mengandung bahan berbahaya bagi kesehatan manusia. Secara keseluruhan, jenis plastik ini sulit dimusnahkan secara alami. Untuk itu perlu adanya pengolahan, baik secara mekanis maupun kimiawi. Ironisnya, plastik yang tidak dapat dimusnahkan tersebut justru muncul dalam wujud sampah di lingkungan masyarakat, baik yang berasal dari limbah rumah tangga, industri, maupun yang setara industri.

Secara umum, sampah dapat dikelompokkan ke dalam tiga jenis yaitu sampah organik (mudah terurai / termusnahkan secara alami, seperti sayur-sayuran, buah-buahan, dedaunan), sampah an-organik (kertas, karton, kaleng, plastic), dan sampah B3 (bahan berbahaya beracun) (UU RI No. 8 tahun 2008, pasal 5 ayat 1-3). Timbulan sampah di Indonesia menurut catatan SIPSN-KLHK (Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional-Kementerian Lingkungan Hidup dan Kelautan), menunjukkan bahwa tahun 2023 timbulan sampah yang tercatat sebanyak 25.319.860,76 ton/tahun dan timbulan sampah harian berkisar 69.369,50 ton. Dari jumlah sampah yang ada tersebut, 57 % berupa sampah organik dan 43% berupa sampah an-organik. Dari 43% sampah an-organik tersebut, 63% berupa sampah plastik dan 32% sampah jenis lainnya. Dilihat dari sisi bisnis, maka jumlah yang demikian besar ini (63% sampah plastik), merupakan peluang untuk ditangani secara professional. Secara grafis kondisi sampah di Indonesia yang tidak tertangani dapat digambarkan sebagaimana ditunjukkan pada gambar-1, berikut ini.masyarakat, akademisi, dan pengusaha. Paradigma pengelolaan sampah di Indonesia pun terus berkembang dari yang awalnya adalah kumpulan, angkut, dan buang sampah bergeser menjadi *reduce-reuse-recycle*, lalu bergeser lagi menjadi demi pemanfaatan ekonomi, dan kini mengarah kepada tujuan penurunan emisi gas rumah kaca. Selama ini, pengolahan sampah plastik masih terbatas pada bentuk menjadi *paving block/con-block*, lembar papan, bentuk balok, dan alat-alat rumah tangga (kursi, meja, pagar). Tingginya volume sampah plastik yang tidak tertangani tersebut dapat memicu munculnya berbagai dampak negatif, baik terhadap lingkungan, hewan, maupun pada kesehatan manusia, sehingga penanganan sampah plastik perlu ditingkatkan. Penanganan sampah harus dilihat sebagai sebuah sumber daya yang dapat diolah dan memiliki nilai ekonomi yang bisa menjadi lahan bisnis dilakukan dengan cara dibakar atau dibuang secara mudah, melainkan harus dapat memberi nilai tambah dan keuntungan bagi yang memanfaatkannya.

PT. Perangkat Perkasa Indonesia melihat peluang dari bisnis pengolahan sampah plastik ini. Perusahaan yang memiliki tempat pengolahan sampah plastik di wilayah Semarang, Jawa Tengah ini mengolah sampah botol plastik menjadi cacahan plastik. Kondisi ini membuat PT. PPI dapat memanfaatkan besarnya ketersediaan bahan baku (sampah plastik) di Indonesia.

Selain besarnya ketersediaan bahan baku, bisnis daur ulang saat ini didukung oleh regulasi baik lokal ataupun internasional. Di dunia internasional, penggunaan konten daur ulang di setiap produk plastik sudah diberlakukan. Untuk di Indonesia hal tersebut dalam tahap pembahasan dan proses menuju penerapan.

Memperhatikan kondisi yang ada inilah PT. Perangkat Perkasa Indonesia (PT. PPI), bermaksud untuk turut serta dalam kancah bisnis yang dapat dilakukan berupa pencacahan sampah plastik. PT. PPI didirikan pada tahun 2022 dengan akta notaris Chairun Nasra, S.H., M.Kn. nomor 12 tanggal 27 Juni 2022. Sebagai suatu perusahaan terbuka, PT. PPI memiliki modal dasar membukukan pendapatan sebesar Rp 750.000.000,- per bulan. Sebagai suatu perusahaan yang memfokuskan pada pengolahan sampah plastik, secara signifikan PT. PPI menargetkan pendapatan perusahaan sebesar Rp 1.200.000.000.000,- pada tahun ketiga operasionalnya. Sehubungan dengan rencana usaha tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian bisnis pada perusahaan ini. Besarnya volume sampah plastik yang ada di lingkungan masyarakat pengolahan sampah dimaksud. Namun, permasalahan yang dihadapi perusahaan menjadikan kendala dan sekaligus peluang bagi pengembangan usaha dan bisnis secara profesional. Sebagai dasar untuk merumuskan kebijakan dan upaya untuk meningkatkan kinerja perusahaan PT. PPI yang membawa implikasi pada keberlangsungan usaha serta pemenuhan tujuan perusahaan dan pemangku kepentingan, maka berdasarkan uraian pada latar belakang yang terdiri dari unsur-

- a. Bagaimana perencanaan bisnis yang dilakukan oleh PT. Perangkat Perkasa Indonesia dalam pengolahan sampah plastik?
- b. Apa saja faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kelayakan bisnis pengolahan sampah plastik di PT. Perangkat Perkasa Indonesia?
- c. Bagaimana analisis aspek pasar, operasional, keuangan, dan pemasaran dalam perencanaan bisnis tersebut?
- d. Apa tantangan dan peluang yang dihadapi perusahaan dalam menjalankan bisnis pengolahan sampah plastik?
- e. Strategi apa yang dapat diterapkan PT. Perangkat Perkasa Indonesia

2. LANDASAN TEORI

Beberapa pengertian tentang *business plan* diungkapkan antara lain oleh Hisrich dan Peters (2008), yang menyatakan bahwa: “Business Plan adalah dokumen tertulis yang disiapkan oleh pengusaha yang menggambarkan semua elemen eksternal dan internal yang relevan yang terlibat dalam memulai usaha baru.” Sedangkan menurut ahli lainnya, yaitu Coulthard dkk (1999), menyatakan: “*Business Plan* adalah studi terperinci tentang aktivitas perusahaan, yang menyoroti di mana sekarang posisi perusahaan berada, dan di mana ia bisa sampai di masa depan, serta merencanakan rencana strategi untuk mencapai hasil ini”.

Jadi, perencanaan bisnis atau *business plan* merupakan penelitian mengenai kegiatan perusahaan sekarang dan yang akan datang dan menyusun kegiatan untuk mendapatkan hasil yang diinginkan untuk dituangkan dalam suatu dokumen perencanaan. Perencanaan bisnis ini dibuat agar hasil penciptaan usaha yang dibuat mendekati dengan kenyataannya. Diharapkan dengan perencanaan bisnis yang baik akan diperoleh hasil yang optimal, dan antara perencanaan dengan kenyataannya memiliki perbedaan yang cukup kecil.

Karena itu perencanaan bisnis adalah suatu pernyataan tertulis yang berisi maksud dan tujuan yang ingin dicapai dari sebuah bisnis.

a. Untuk mengawali sebuah bisnis.

Dengan sebuah rencana bisnis yang baik, kesempatan dan peluang pemilik semakin besar.

b. Mencari dukungan pendanaan

Secara tidak langsung, rencana bisnis bisa menjadi proposal atau dokumen untuk mendapatkan dukungan pendanaan. Dukungan dana dalam hal ini dimaksudkan diperolehnya dana dari pihak lain seperti investor, perbankan, atau modal ventura.

c. Membuat bisnis lebih fokus dan terarah

Rencana bisnis akan membuat setiap langkah kerja yang dilakukan akan lebih fokus dan terarah saat menjalankan bisnis. Dengan demikian, tujuan merintis bisnis akan tercapai sesuai target yang telah ditetapkan.

d. Memprediksi masa depan

Kegunaan berikutnya dari perencanaan bisnis yaitu untuk memberi prediksi masa depan bisnis. Dengan menyusun rencana bisnis yang baik berarti akan membuat gambaran baik jangka pendek, menengah dan panjang bagi kegiatan bisnis tersebut.

e. Untuk menaikkan level bisnis

Manfaat dari rencana bisnis adalah adanya kesempatan untuk Pendapatan berasal dari kata dasar “dapat”. Pengertian pendapatan adalah hasil kerja usaha dan sebagainya

(KBBI:2014). Pengertian pendapatan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan definisi pendapatan secara umum.

Perkembangannya, pengertian pendapatan memiliki penafsiran yang berbeda-beda tergantung dari latar belakang disiplin ilmu yang digunakan untuk menyusun konsep pendapatan bagi pihak-pihak tertentu. Menurut Widyatama (2015), pendapatan atau *income* dari seorang warga masyarakat adalah suatu hasil penjualan dari *output* yang dihasilkan dalam produksi. Pengertian pendapatan terdapat penafsiran yang berbeda-beda bagi pihak yang berkompeten disebabkan karena latar belakang disiplin yang berbeda dengan penyusunan konsep pendapatan bagi pihak tertentu. Menurut ilmu ekonomi, pendapatan merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula

Manajemen Strategis

Selama ini manajemen memiliki orientasi yang sangat sedikit atau minimal pada operasional bisnis strategis. Mereka merasa bahwa operasi strategis adalah kegiatan rutin seperti penggunaan teknologi manufaktur dan instrumen pendukung lainnya (Schroeder et. al., 1986; Swamidass, 1987). Hasil studi Ellitan et.al. (2001), menunjukkan bahwa faktor lingkungan bisnis di Indonesia mempengaruhi strategi operasional bisnis perusahaan. Beberapa penelitian terkait kontribusi strategi operasional terhadap peningkatan kinerja bisnis telah dilakukan oleh para peneliti. Antara lain, Ghofar (2004) memfokuskan penelitiannya pada pengaruh strategi operasional terhadap peningkatan kinerja bisnis industri menengah dan tinggi di Yogyakarta. Hasil studinya menunjukkan bahwa strategi operasional bisnis secara simultan atau parsial berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis baik yang terkait dengan kinerja keuangan maupun manufaktur.

Krawjesky dan Ritzman (2002) mendefinisikan bahwa strategi operasional harus diadopsi oleh industri untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memenangkan persaingan. Sistem produksi adalah serangkaian proses untuk mengubah input bahan mentah menjadi produk yang berharga dan bermanfaat (Buffa, 1994). Sedangkan Flaherty (1996) mendefinisikan strategi operasional sebagai suatu mengemukakan bahwa Lingkungan (*environment*) merupakan salah satu faktor yang sangat diperhitungkan dalam pengelolaan kegiatan bisnis. Lingkungan sangat berpengaruh dalam perencanaan strategi bisnis. Menurut Glueck and Jauch dalam penelitian Wispandono (2010) bahwa: Lingkungan bisnis meliputi faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menimbulkan peluang atau ancaman bagi perusahaan.

Analisis diartikan sebagai penelusuran peluang atau ancaman sampai ke pangkalnya. Analisis lingkungan diartikan sebagai proses yang digunakan perencana strategi untuk memantau sektor lingkungan dalam menentukan peluang atau ancaman terhadap perusahaan. bahwa lingkungan usaha dapat menjadi pendorong maupun penghambat jalannya perusahaan. Lingkungan yang dapat mempengaruhi jalannya usaha / perusahaan adalah lingkungan internal dan eksternal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan studi kualitatif bertipe deskriptif atas beberapa pertimbangan. Penelitian bertujuan untuk menjelaskan sebuah situasi atau fenomena individu, kelompok, peristiwa, dinamika, sikap, keyakinan, dan secara akurat dan sistematis. Titik berat penelitian berada pada penggunaan data deskriptif berupa bahasa tertulis atau lisan dari orang dan pelaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif dilakukan untuk menjelaskan dan menganalisis fenomena, oleh karena itu, prosesnya dimulai dengan pengembangan asumsi-asumsi. digunakan, data dikumpulkan kemudian diinterpretasikan. Format dalam desain penelitian kualitatif deskriptif memiliki kesamaan dengan desain kuantitatif deskriptif. Formatnya belum benar-benar kualitatif karenamenempatkan teori pada data yang diperolehnya. Desain penelitian ini disebut juga dengan Kuasi Kualitatif (Desain Kualitatif Semu). Peter Drucker menyatakan bahwa manajemen adalah ilmu budaya karena berkaitan dengan dasar ilmu pengetahuan, wawasan di kebijaksanaan, kepemimpinan (Putra, 2013). Sebagai ilmu budaya, manajemen menonjolkan pentingnya kedudukan dan fungsi manusia. Ini bermakna manajemen bukan sekedar persoalan teknis prosedural untuk mencapai tujuan dalam kerangka kerja perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan. Penelitian kualitatif menjadi penting dalam ranah manajemen karena mampu memberikan penjelasan dan pemahaman yang mendalam, holistik, dan integratif tentang praktik-praktik manajemen dari sudut pandang para pelakunya.

Penelitian kualitatif manajemen dapat membantu merumuskan masalah-masalah nyata yang digali secara induktif, memberikan solusi yang praktis operasional dan bermakna sebagai kebutuhan dalam perubahan cepat penuh ketidak pastian.

Obyek dan Lokasi Penelitian Perangkat Perkakas Indonesia (PPI), Obyek Penelitian adalah PT. merupakan perusahaan yang terbentuk atas prakarsa beberapa orang yang merasa prihatin terhadap kondisi lingkungan hidup masyarakat kota / perkotaan dimana sekitarnya dipenuhi oleh sampah, terutama sampah plastik. Perusahaan berkantor pusat di Jakarta. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan

memberikan penjelasan atas situasi perusahaan. Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini, Adalah

Data primer

Data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Data primer yang digunakan adalah data mengenai hal-hal yang berhubungan dengan PT. PPI. Sumber data dalam penelitian ini adalah 3 (tiga) orang Direksi, 1 (satu) Komisaris, 3 (tiga) Manajer, 5 (empat) staff teknis, 5 (lima) staff Operasional, 3 (tiga) Staff Keuangan, pengambilan data secara langsung. Selain itu juga data dari pemasok dan pembeli produk PT. PPI

Data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan berupa kajian pustaka yaitu buku/literatur, agenda, jurnal, surat kabar dan media online. Data yang dikumpulkan terkait dengan 9 blok *business model canvas* yang terdiri dari *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships* dan *cost structure*. Selain 9 blok data yang dikumpulkan juga data terkait kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman terhadap kegiatan perusahaan.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunity*) serta secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threat*). Matrik SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Analisis SWOT juga merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Analisis SWOT merupakan bagian dari proses perencanaan. Hal utama yang ditekankan adalah bahwa dalam proses perencanaan tersebut, suatu perusahaan membutuhkan penilaian mengenai kondisi saat ini dan gambaran ke depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan perusahaan. Dengan analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Alma, dan Priansa, 2009: hal. 115-125). Analisis SWOT mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman

(*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi perusahaan. Secara garis besar, SWOT dapat diuraikan, sebagai berikut:

- Kekuatan (Strength) adalah situasi internal perusahaan yang berupa kompetensi, kapabilitas, atau sumber daya yang dimiliki perusahaan dan dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani kesempatan dan ancaman.
- Kelemahan (Weakness) adalah situasi internal perusahaan di mana kompetensi, kapabilitas, atau sumber daya perusahaan sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.
- Peluang (Opportunity) adalah situasi eksternal perusahaan yang berpotensi menguntungkan. Perusahaan-perusahaan yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Misalnya, ada segmen pasar tertentu yang belum dimasuki pemain lain, yang secara umum akan menjadi peluang bagi perusahaan mana pun yang berhasil melihat pasar tersebut (Tripomo, 2005: hal. 118–119).
- Ancaman (Threat) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Perusahaan-perusahaan yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan, dipersulit, atau terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut.



Gambar 1. Analisis SWOT.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Perencanaan Bisnis Pengolahan Sampah Plastik PT. Perangkat Perkasa Indonesia

Dalam menghadapi tantangan lingkungan dan peluang bisnis di era ekonomi hijau, PT. Perangkat Perkasa Indonesia telah menyusun perencanaan bisnis strategis untuk memasuki sektor pengolahan sampah plastik. Perencanaan ini merupakan langkah diversifikasi usaha yang selaras dengan komitmen perusahaan terhadap prinsip pembangunan berkelanjutan dan tanggung jawab sosial.

Berdasarkan hasil penelitian dan data yang dihimpun, perencanaan bisnis pengolahan sampah plastik oleh PT. Perangkat Perkasa Indonesia mencakup beberapa komponen utama, yaitu: analisis pasar, analisis teknis, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, serta aspek lingkungan dan regulasi

Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kelayakan Bisnis

Dalam menganalisis kelayakan bisnis pengolahan sampah plastik yang dirancang oleh PT. Perangkat Perkasa Indonesia, penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap keberhasilan implementasi bisnis tersebut. Faktor-faktor ini menjadi dasar dalam penentuan strategi, mitigasi risiko, dan pengambilan keputusan manajerial. Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal di atas, dapat disimpulkan bahwa secara umum PT. Perangkat Perkasa Indonesia berada dalam posisi yang cukup kuat untuk menjalankan bisnis pengolahan sampah plastik. Kekuatan internal seperti kemampuan teknologi dan komitmen manajemen, ditambah dukungan regulasi dan tren pasar yang positif, merupakan kombinasi yang mendukung kelayakan bisnis ini. Meski demikian, faktor eksternal seperti persaingan industri dan tantangan pengumpulan bahan baku harus dimitigasi dengan strategi yang adaptif dan kolaboratif.

Evaluasi Aspek Pasar, Operasional, Keuangan, dan Strategi Pemasaran dalam Rencana Bisnis

Dalam menyusun rencana bisnis pengolahan sampah plastik, PT. Perangkat Perkasa Indonesia telah melakukan kajian terhadap berbagai aspek penting yang memengaruhi keberhasilan bisnis secara menyeluruh. Evaluasi terhadap aspek pasar, operasional, keuangan, dan strategi pemasaran diperlukan untuk memastikan bahwa setiap elemen perencanaan mendukung kelayakan dan keberlanjutan bisnis.

Mengetahui Tantangan dan Peluang yang Dihadapi Perusahaan dalam Menjalankan Bisnis Pengolahan Sampah Plastik

Dalam menjalankan bisnis pengolahan sampah plastik, PT. Perangkat Perkasa Indonesia dihadapkan pada berbagai dinamika yang mencerminkan kombinasi antara tantangan dan peluang. Memahami kedua aspek ini sangat penting untuk menentukan arah strategi yang tepat dan menjamin keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. 5.Rekomendasi Strategi untuk Mendukung Keberlanjutan dan Pengembangan Bisnis Pengolahan Sampah Plastik. Berdasarkan hasil analisis terhadap perencanaan bisnis, identifikasi faktor internal dan eksternal, serta evaluasi aspek pasar, operasional, keuangan, dan pemasaran, dapat disimpulkan bahwa PT. Perangkat Perkasa Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan bisnis pengolahan sampah plastik. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan pengembangan bisnis ini di masa depan, diperlukan strategi yang tepat dan berorientasi jangka panjang. Penelitian ini memperkaya kajian ilmiah di bidang manajemen strategis dan kewirausahaan berkelanjutan, khususnya dalam penerapan Business Model Canvas (BMC) pada industri pengolahan sampah plastik. Dengan menggabungkan analisis model bisnis, faktor lingkungan eksternal (PESTEL), serta strategi internal (SWOT), penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan sampah plastik tidak hanya merupakan kegiatan sosial-lingkungan, tetapi juga dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan jika dikelola dengan pendekatan strategis dan inovatif.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis perencanaan bisnis pengolahan sampah plastik yang dilakukan oleh PT. Perangkat Perkasa Indonesia, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Perencanaan bisnis yang disusun sudah mencakup aspek-aspek penting seperti analisis pasar, operasional, keuangan, serta strategi pemasaran yang mendukung kelayakan usaha pengolahan sampah plastik.
- b. Potensi pasar yang besar didukung oleh tingginya volume sampah plastik di Indonesia dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk ramah lingkungan memberikan peluang yang menjanjikan bagi pengembangan bisnis ini.
- c. Kesiapan internal perusahaan dalam hal teknologi, sumber daya manusia, dan sistem operasional telah dipersiapkan dengan baik, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan efisiensi dan inovasi.

- d. Proyeksi keuangan menunjukkan hasil yang positif, dengan estimasi pengembalian modal yang realistis dan potensi keuntungan yang menjanjikan dalam jangka menengah hingga panjang.
- e. Strategi pemasaran yang dirancang fokus pada edukasi dan pembangunan citra hijau, yang merupakan pendekatan efektif untuk meningkatkan penetrasi pasar dan loyalitas konsumen.

Pengolahan Sampah Plasti. Berdasarkan hasil analisis terhadap model bisnis, kondisi internal dan eksternal perusahaan, serta potensi pasar dan tantangan yang dihadapi PT. Perangkat Perkasa Indonesia dalam bisnis pengolahan sampah plastik, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi strategi sebagai berikut.

Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kelayakan Bisnis": Kelayakan suatu bisnis dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Faktor internal mencakup aspek-aspek yang berasal dari dalam perusahaan, seperti sumber daya manusia, manajemen, keuangan, operasional, dan strategi pemasaran. Pengelolaan faktor-faktor ini secara efektif sangat menentukan keberhasilan dan daya saing bisnis. Sementara itu, faktor eksternal mencakup hal-hal di luar kendali langsung perusahaan, seperti kondisi ekonomi, sosial, budaya, teknologi, hukum, dan persaingan pasar. Perubahan pada lingkungan eksternal dapat memberikan peluang sekaligus ancaman bagi keberlangsungan bisnis. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk secara cermat mengidentifikasi dan menganalisis kedua jenis faktor ini dalam studi kelayakan bisnis, guna menyusun strategi yang adaptif dan berkelanjutan.

Evaluasi Aspek Pasar, Operasional, Keuangan, dan Strategi Pemasaran dalam Rencana Bisnis": Evaluasi terhadap aspek pasar, operasional, keuangan, dan strategi pemasaran merupakan langkah penting dalam menyusun rencana bisnis yang komprehensif dan berkelanjutan. Aspek pasar memberikan gambaran mengenai potensi permintaan, segmentasi konsumen, serta tingkat persaingan yang ada. Pemahaman terhadap pasar yang dituju memungkinkan bisnis menyusun strategi yang tepat sasaran dan adaptif terhadap dinamika pasar. Selanjutnya, aspek operasional menekankan efisiensi dalam proses produksi dan distribusi, serta kesiapan sumber daya untuk mendukung kelancaran operasional harian. Perencanaan operasional yang matang membantu mengurangi risiko keterlambatan, pemborosan, dan ketidakefisienan dalam pelaksanaan bisnis. Dari sisi keuangan, evaluasi melibatkan analisis terhadap kebutuhan modal, proyeksi arus kas, dan estimasi keuntungan. Ini penting untuk memastikan bahwa bisnis memiliki struktur pembiayaan yang sehat dan mampu bertahan dalam jangka dan mampu bertahan dalam jangka pendek maupun panjang. Sementara

itu, strategi pemasaran berfungsi untuk menarik dan mempertahankan pelanggan melalui kombinasi produk, harga, promosi, dan distribusi yang sesuai dengan karakteristik pasar sasaran. Evaluasi aspek ini membantu menciptakan nilai tambah dan diferensiasi produk di tengah persaingan. Secara keseluruhan, keempat aspek tersebut saling berkaitan dan harus dievaluasi secara terpadu agar rencana bisnis dapat diimplementasikan secara efektif serta mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan

Mengetahui Tantangan dan Peluang yang Dihadapi Perusahaan dalam Menjalankan Bisnis Pengolahan Sampah Plastik": Bisnis pengolahan sampah plastik merupakan salah satu sektor yang memiliki prospek menjanjikan dalam mendukung keberlanjutan lingkungan dan ekonomi sirkular. Dalam menjalankan bisnis ini, perusahaan dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan teknologi pengolahan, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pemilahan sampah, serta kesulitan dalam memperoleh bahan baku yang berkualitas secara konsisten. Selain itu, regulasi yang belum sepenuhnya mendukung dan fluktuasi harga jual hasil olahan juga menjadi hambatan yang perlu diantisipasi. Namun di balik tantangan tersebut, terdapat peluang besar yang dapat dimanfaatkan, terutama dengan meningkatnya perhatian global terhadap isu lingkungan dan pengurangan sampah plastik. Dukungan dari pemerintah, potensi kerja sama dengan berbagai pihak, serta perkembangan teknologi ramah lingkungan membuka ruang bagi perusahaan untuk berinovasi dan memperluas skala usaha. Selain itu, kesadaran konsumen yang mulai beralih ke produk berkelanjutan memberikan potensi pasar yang terus berkembang. Dengan memahami secara mendalam tantangan dan peluang ini, perusahaan pengolah sampah plastik dapat menyusun strategi yang lebih adaptif dan responsif, guna meningkatkan efisiensi, daya saing, serta kontribusinya terhadap pelestarian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur penelitian* (Edisi Revisi V). Jakarta: PT Asdi Mahasatya.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik industri besar dan sedang di Indonesia*.
- Bashir, A., Amir, A., Jawaad, M., & Hasan, T. (2020). Work conditions and job performance: An indirect conditional effect of motivation. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1801961>
- Ellitan, L. (2009). The effect of manufacturing strategy on firm's performance: An initial study from East Java. *Empirika*.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2008). *Manajemen operasi: Konsep dan aplikasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Flaherty, T. (1996). *Global operation management*. McGraw-Hill International Edition.

- Gerwin, D. (1993). Manufacturing flexibility: A strategy perspective. *Management Science*, 39(4), 395–410. <https://doi.org/10.1287/mnsc.39.4.395>
- Gitman, L. J. (2006). *Principles of managerial finance*. USA: Pearson Addison Wesley.
- Hildebrand, R. (2007). *Measuring and managing performance in local government*. <http://iipublicadmn.uvic.ca/index.htm>
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw Hill Education.
- Krawjesky, L. J., & Ritzman, L. P. (2002). *Operation management: Strategy and analysis* (6th ed.). Prentice Hall International, Inc.
- Kumar, V., Lahiri, A., & Dogan, O. B. (2018). A strategic framework for a profitable business model in the sharing economy. *Industrial Marketing Management*, 69, 147–160. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2017.08.021>
- Kumar, V., Rajan, B., Gupta, S., & Dalla Pozza, I. (2019). Customer engagement in service. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 47(1), 138–160. <https://doi.org/10.1007/s11747-017-0565-2>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Morgan, R. M. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38. <https://doi.org/10.1177/002224299405800302>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1999). Relationship-based competitive advantage: The role of relationship marketing in marketing strategy. *Journal of Business Research*, 46(3), 281–290. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(98\)00035-6](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(98)00035-6)
- Morissan. (2012). *Metode penelitian survei* (Edisi Pertama). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Morrison, S., & Crane, F. G. (2007). Building the service brand by creating and managing an emotional brand experience. *Journal of Brand Management*, 14(5), 410–421. <https://doi.org/10.1057/palgrave.bm.2550080>
- Moxham, J., & Boaden, R. (2005). The impact of performance measurement in the voluntary sector. *International Journal of Operations and Production Management*, 27(8). <https://doi.org/10.1108/01443570710763796>
- Munawir, S. (2010). *Analisa laporan keuangan*. Yogyakarta: Liberty.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420.
- Porter, M. E. (1979). How competitive forces shape strategy. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/1979/03/how-competitive-forces-shape-strategy>
- Reid, D. A., Plank, R. E., & Lichtenthal, J. D. (2004). *Fundamentals of business marketing research*. New York: Haworth Press.
- Schoemaker, P. J. H. (1990). Strategy, complexity, and economic rent. *Management Science*, 36(10), 1178–1192. <https://doi.org/10.1287/mnsc.36.10.1178>
- Schroeder, R., Anderson, J., & Cleveland, G. (1986). The operations strategy process: Some empirical observations. *Working Paper, School of Management*.

- Stonebaker, P., & Leong, G. (1994). *Operation strategy: Focusing competitive excellence*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Sukirno, S. (2019). *Makroekonomi: Teori pengantar* (Cetakan ke-25). Depok: Rajawali Press.
- Swamidass, P. M., & Newell, W. T. (1987). Manufacturing strategy, environment uncertainty, and performance: A path analytic model. *Management Science*, 33(4), 504–529. <https://doi.org/10.1287/mnsc.33.4.509>
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran global (konteks offline & online)*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Umar, B., et al. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, produk dan harga terhadap minat beli konsumen pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 105.
- Ward, P. T., Bickford, D. J., & Leong, G. K. (1995). Business environment, operation strategy, and performance: An empirical study of Singapore manufacturers. *Journal of Operations Management*, 13(2), 99–115. [https://doi.org/10.1016/0272-6963\(95\)00021-J](https://doi.org/10.1016/0272-6963(95)00021-J)
- Ward, S., & Webster, F. E. (1991). Organizational buying behavior. In *Handbook of consumer behavior* (Ellis Horwood Series in Analytical).
- Widyatama, D. (2015). Pendapatan perusahaan dalam masa perubahan. *Journal Manajemen*.