

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAUR ULANG SAMPAH PLASTIK DI BANK SAMPAH KOTA PEKALONGAN

Edy Purwanto, Miftahur Rahman Hakim

Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan

ARTICLE INFO

Keywords: *Garbage Bank, Plastic Waste, SWOT, Business Model Canvas*

Abstract: *The Waste Bank is a waste collection concept with business management such as banking, but what is saved is the selected dry waste. The purpose of this study is to design an appropriate alternative strategy with a business model canvas approach for plastic waste recycling at BSKP. The research method used a qualitative descriptive approach with data analysis techniques using SWOT analysis and the business model canvas. The results showed that the development of a business model was prioritized on 4 blocks, namely key resources, key partners, key activities and customer relationships. The development of key resource blocks is carried out by increasing the skills and understanding of human resources regarding the use of technology and information. Development of key partner blocks by creating creative programs to improve relationships with partners, especially customers. Development of block key activities by establishing relationships with customers in the use of micro-scale plastic waste. Whereas in developing customer relationships, it is necessary to improve personal and group services by creating social media channels to maintain and communicate instinctively with customers and potential customers.*

Kata kunci: *Bank Sampah, Sampah Plastik, SWOT, Business Model Canvas*

Abstrak: Bank Sampah merupakan konsep pengumpulan sampah dengan manajemen usaha seperti perbankan namun yang ditabung merupakan sampah kering yang sudah dipilih. Tujuan penelitian ini yaitu merancang strategi alternatif yang tepat dengan pendekatan business model canvas usaha daur ulang sampah plastik di BSKP. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan Teknik analisis data menggunakan analisis SWOT dan business model canvas. Hasil penelitian menunjukkan dalam pengembangan model bisnis diprioritaskan pada 4 blok yaitu key resources, key partner, key activities dan customer relationship. Pengembangan pada blok key resources dilakukan dengan cara peningkatan ketrampilan dan pemahaman SDM tentang pemanfaatan teknologi dan informasi. Pengembangan pada blok key partner dengan membuat program yang kreatif dalam meningkatkan hubungan dengan mitra khususnya nasabah. Pengembangan pada blok key activities dengan cara menjalin hubungan dengan nasabah dalam pemanfaatan sampah plastik skala mikro. Sedangkan dalam pengembangan customer relationship perlu ditingkatkan dalam layanan personal maupun kelompok dengan membuat channel media sosial guna mempertahankan dan komunikasi yang instens dengan pelanggan dan calon pelanggan

Corresponding author:

Edy Purwanto

edypurwanto7@gmail.com

PENDAHULUAN

Sampah merupakan barang atau benda berupa material sisa yang sudah tidak digunakan dan dibuang ke alam. Sampah (Wikipedia) yaitu material sisa baik dari hewan, manusia, maupun tumbuhan yang tidak terpakai lagi dan dilepaskan ke alam dalam bentuk padatan, cair ataupun gas. Sampah dibagi 2 (dua) yaitu sampah padat dan cair. Sampah padat ialah hasil sisa dari manusia berupa zat padat dan sebaliknya. Salah satu jenis sampah yang belum ditangani dengan baik dan memiliki potensi menimbulkan kerusakan lingkungan adalah sampah plastik.

Meidiana dan Gamse (2010) mengungkapkan hukum pengelolaan sampah yang belum diterapkan secara maksimal menyebabkan pengelolaan sampah di Indonesia tidak efisien. Di sisi lain, pertumbuhan penduduk yang terus meningkat, perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat menjadi pendorong pertumbuhan sampah plastik. Sahwan (2005) mengungkapkan jumlah sampah plastik yang dibuang masyarakat Indonesia berkisar antara 10-15% dari total sampah yang dibuang. Jambeck *et al* (2015) mengungkapkan Indonesia menempati urutan ke-2 sebagai negara penimbun sampah plastik terbesar di dunia. Sebanyak 83% atau setara dengan 3,22 juta ton sampah plastik diperairan Indonesia tidak tertangani per tahunnya. Salah satu pelaku usaha pengelolaan sampah adalah Bank Sampah Kota Pekalongan (BSKP). BSKP bergerak dibidang daur ulang sampah plastik. BSKP memiliki tiga produk utama, yakni cacahan plastik, dan mesin pencacah. Bahan baku utama pembuatan cacahan plastik adalah botol kemasan plastik. Bahan baku tersebut diolah dengan mesin pencacah plastik yang telah dimiliki oleh BSKP. Berdasarkan hasil survei penulis di BSKP terdapat beberapa permasalahan yang menyebabkan belum optimalnya kinerja BSKP, antara lain Pertama, Mesin yang ada belum mampu meningkatkan produksi hasil pencacahan plastik. Kedua, Sumber Daya Manusia jumlahnya terbatas sehingga jobdesk yang ada tidak dijalankan dengan optimal. Ketiga, Partisipasi Masyarakat masih sedikit dalam pengelolaan TPS. Keempat, Pendapatan BSKP masih rendah. Dari permasalahan ini terdapat peluang potensi yang memungkinkan BSKP memanfaatkan besarnya ketersediaan bahan baku (sampah plastik) di Pekalongan.

Penetapan strategi pengembangan berpengaruh kepada pelaku usaha guna tetap bersaing atau mempertahankan eksistensi usaha dan mengatasi problematika yang ada pada usaha pengolahan daur ulang sampah plastik. Mengetahui bagaimana model bisnis yang tepat dalam menghadapi tantangan di dunia bisnis merupakan sebuah langkah awal yang dapat dilakukan dan dipertimbangkan guna dilaksanakan, business model canvas sebagai salah satu model yang sederhana dan dapat diterapkan oleh berbagai perusahaan maupun organisasi. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2016), *business model canvas* adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang dapat dijelaskan melalui sembilan elemen bangunan dasar yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang. Penggunaan business model canvas (BMC) digunakan sebagai alat untuk melihat bagaimana model bisnis usaha perikanan yang sedang dijalani saat ini oleh perusahaan dan sebagai acuan inovasi model bisnis yang akan dijalani. Melalui business model canvas, maka akan terlihat bisnis usaha daur ulang sampah plastik secara garis besar dengan lengkap. Evaluasi dari masing-masing sembilan elemen tersebut akan memudahkan analisis terhadap apa yang dirasa kurang tepat, dan pada akhirnya perusahaan dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis dengan strategi yang telah diformulasikan.

KAJIAN PUSTAKA

Sampah

Berdasarkan SK SNI Tahun 1990, sampah adalah limbah yang bersifat padat terdiri dari zat organik dan zat anorganik yang dianggap tidak berguna lagi dan harus dikelola agar tidak membahayakan lingkungan dan melindungi investasi pembangunan. Sampah adalah istilah umum yang sering digunakan untuk menyatakan limbah padat. Sampah adalah sisa-sisa bahan yang mengalami perlakuan-perlakuan, baik karena telah sudah diambil bagian utamanya, atau karena pengolahan, atau karena sudah tidak ada manfaatnya yang ditinjau dari segi social ekonomis tidak ada harganya dan dari segi lingkungan dapat menyebabkan pencemaran atau gangguan terhadap lingkungan hidup (S. Hadiwiyoto: 1983). Sampah adalah bahan yang terbuang atau dibuang dari hasil aktifitas manusia maupun proses alam yang belum memiliki nilai ekonomi (E. Colink: 1996). Menurut kamus istilah lingkungan hidup, sampah mempunyai definisi sebagai bahan yang tidak mempunyai nilai, bahan yang tidak berharga untuk maksud biasa, pemakaian bahan rusak, barang yang cacat dalam pembikinan manufaktur, materi berkelebihan, atau bahan yang ditolak. Sampah padat adalah semua barang sisa yang ditimbulkan dari aktivitas manusia dan binatang yang secara normal padat dan dibuang ketika tidak dikehendaki atau sia-sia. Sedangkan yang dimaksud dengan sampah perkotaan adalah sampah yang timbul di kota (tidak termasuk sampah yang berbahaya dan beracun).

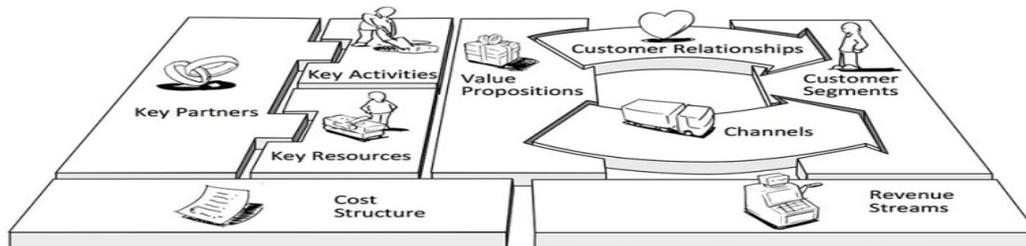
Metode Pengelolaan atau Memilah Sampah

Dalam pasal 12 (1) UUPPS, setiap orang diwajibkan melakukan pengelolaan atau memilah sampah dengan cara atau metode yang berwawasan lingkungan metode tersebut adalah 3R, yaitu:

- Reduce* (mengurangi sampah) dalam arti tidak membiarkan tumpukan sampah yang berlebihan.
- Reuse* (menggunakan kembali sisa sampah yang bisa digunakan).
- Recycle* (mendaur ulang).

Bisnis Model Canvas

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012) model bisnis kanvas adalah sebuah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis pada suatu perusahaan. Model bisnis kanvas juga dapat sebagai alat untuk mendeskripsikan, menganalisa, dan merancang model bisnis pada suatu perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2012). Menurut Osterwalder & Pigneur, konsep bisnis model canvas terdiri dari Sembilan elemen yaitu *value propositions*, *customer segments*, *customer relationship*, *channels*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure*, dan *revenue streams*.



Gambar 2. 1 Model Bisnis Canvas (Osterwalder dan Pigneur,2010).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan data dan informasi yang berlandaskan fakta-fakta yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini dilakukan di Bank Sampah Kota Pekalongan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi Sugiyono (2013). Teknik analisis data berdasarkan tahap-tahap perumusan strategi manajemen berdasarkan data sekunder dari internal dan eksternal dengan menggunakan analisis SWOT yaitu penilaian menyeluruh terhadap kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) suatu perusahaan (Kotler, 2008) dan Business Model Canvas. Dalam proses analisis data dilakukan beberapa tahapan yaitu Pengumpulan data, Reduksi data, Penyajian Data dan Verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bank Sampah Kota Pekalongan (BSKP) merupakan konsep pengumpulan sampah kering dan dipilah serta memiliki manajemen usaha seperti perbankan namun yang ditabung merupakan sampah. BSKP sendiri dalam bentuk usaha koperasi dan dibawah pengawasan Dinas Lingkungan Hidup Kota Pekalongan. Anggota dan warga yang menabung disebut nasabah dengan memiliki buku tabungan dan meminjamkan uang yang dapat dikembalikan dengan sampah seharga uang yang telah ditentukan oleh BSKP.

Model Bisnis BSKP

Model bisnis BSKP dilakukan dengan pemetaan guna memperoleh gambaran informasi yang mendalam terhadap usaha yang telah dijalankan. Berikut gambaran setiap komponen BMC dalam setiap model bisnis di BSKP.

- a. *Customer Segment*
Segmen pasar disini merupakan pembeli perorangan dan perusahaan dengan membeli langsung untuk diperjualbelikan atau diolah lagi menjadi produk jadi (bersifat bisnis to bisnis).
- b. *Value Propositions*
Nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan yaitu kebersihan produk dan harga yang terjangkau
- c. *Channels*
Saluran yang digunakan adalah dengan saluran langsung dengan menginformasikan tentang *value proportions* kepada pelanggan. Saluran langsung ini dilakukan oleh karyawan sendiri dengan memanfaatkan penjualan langsung melalui tatap muka.
- d. *Customer Relationships*
Hubungan pelanggan dengan cara perseorangan dan bersifat kekeluargaan dengan tawar menawar harga yang sesuai dengan kondisi pasar sampah plastik saat itu.
- e. *Revenue Streams*
Pendapatan yang diperoleh BSKP berasal dari penjualan secara langsung sampah plastik ke pelanggan.
- f. *Key Resources*
Sumber daya yang dimiliki oleh BSKP yaitu SDM dan Fisik. SDM di BSKP memiliki 3 orang yang terlatih dalam pengelolaan sampah plastik dan Fisik berupa kantor, gedung, mesin, kendaraan dan jaringan pemasok (nasabah).
- g. *Key Activities*

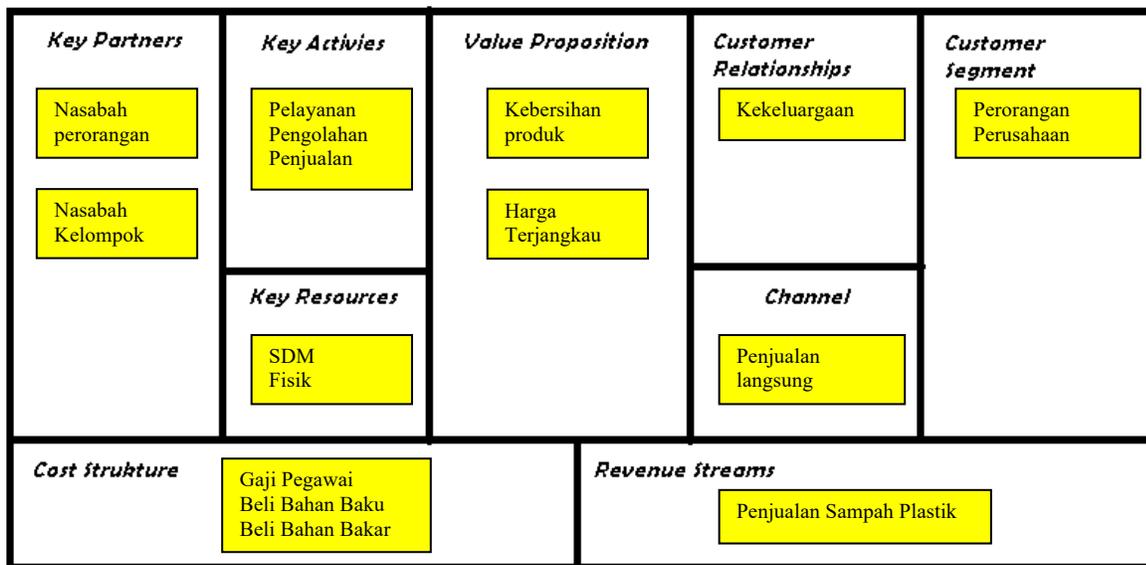
Aktivitas yang dilakukan dikelompokkan menjadi tiga yaitu pelayanan, pengelolaan dan penjualan/pemasaran. Aktivitas pelayanan berupa administrasi dan pembelian sampah plastik dari nasabah/konsumen. Aktivitas pengelolaan berupa pemilahan sampah plastik sesuai jenisnya dan Aktivitas penjualan melakukan penjualan hasil pemilahan sampah plastik.

h. Key Partnerships

Mitra utama dalam bisnis dikelompokkan menjadi dua. Mitra perorangan dan Mitra kelompok. Mitra perorangan berupa nasabah perorangan dan pemulung. Sedangkan mitra kelompok merupakan nasabah dari beberapa organisasi peduli sampah.

i. Cost Structure

Struktur biaya yang digunakan dalam mengelola usaha dengan melakukan penerapan biaya dengan seefesien mungkin guna menekan biaya yang dikeluarkan agar memperoleh keuntungan yang baik. BSKP mengutamakan biaya tetap yang paling banyak dibandingkan biaya tidak tetap. Adapun biaya itu antara lain: Gaji karyawan, biaya bahan bakar dan biaya pembelian bahan baku.



Gambar 1. Pemetaan Model Bisnis BSKP

Indikasi Faktor Internal

Analisis ini dilakukan dengan menggali informasi aspek internal yang ada di BSKP. Adapun indentifikasi berbagai kekuatan dan kelemahannya, maka berikut ini hasil rekapitulasi matriks IFAS.

Tabel 1. Matriks IFAS

Faktor Kunci Strategi Internal	Bobot	Rating	Total
KEKUATAN			
Kuantitas sampah plastik cukup banyak	0,20	3,5	0,700
Sarana prasarana cukup memadai	0,17	3,2	0,544
Hubungan dengan konsumen baik	0,23	3,8	0,874
Segmentasi pasar sudah jelas	0,18	3,3	0,594
Adanya dukungan Pemerintah	0,22	3,7	0,814
Jumlah	1,00		3,526
KELEMAHAN			

SDM masih terbatas	0,17	2,6	0,442
Nasabah sedikit	0,15	2,4	0,360
Modal terbatas	0,15	2,4	0,360
Kurangnya pembinaan	0,18	2,7	0,486
Olahan produk satu jenis	0,19	2,8	0,532
Kerjasama mitra kurang	0,16	2,5	0,400
Jumlah	1,00		2,580

Indikasi Faktor Eksternal

Setelah mengidentifikasi berbagai kekuatan dan kelemahan BSKP maka berikut ini hasil rekapitulasi matriks EFAS

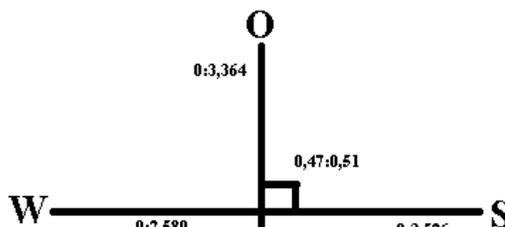
Tabel 2. Matriks EFAS

Faktor Kunci Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Total
PELUANG			
Pemanfaatan tekonologi dan informasi	0,14	3,6	0,504
Memperluas mitra kerjasama	0,14	3,6	0,504
Pembinaan nasabah	0,14	3,6	0,504
Bantuan Modal	0,13	3,5	0,455
Menambah olahan produk	0,15	3,7	0,555
Peningkatan SDM	0,16	3,8	0,608
Peningkatan layanan usaha	0,14	3,6	0,504
Jumlah	1,00		3,634
ANCAMAN			
Nasabah tidak aktif	0,22	2,8	0,616
Tenaga kerja terbatas	0,19	2,5	0,475
Pesaing	0,20	2,6	0,520
Harga produk rendah	0,21	2,7	0,567
Modal terbatas	0,18	2,4	0,432
Jumlah	1,00		2,610

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh dari hasil analisis internal dan eksternal pada tabel diatas memerlukan penegasan dari adanya posisi dalam diagram kartesius yaitu antara kekuatan dan kelemahan, maupun peluang dan tantangan yang semuanya digambarkan dalam garis-garis positif dan negatif. Dalam hal persamaan koordinat, dapat dilakukan berdasarkan perhitungan sebagai berikut:

1. Koordinat analisis internal yaitu skor total kekuatan-skor kelemahan dibagi 2 maka $(3,526-2,580) : 2 = 0,47$
2. Koordinat analisis eksternal yaitu skor total peluang-skor tantangan dibagi 2 maka $(3,634-2,610) : 2 = 0,51$

Berdasarkan hasil diatas maka dapat ditentukan titik koordinat terletak pada 0,47 : 0,51



Gambar 2. Diagram SWOT BSKP

Dari diagram diatas dapat disimpulkan bahwa keadaan usaha BSKP di posisi kuadran I, yang memiliki pengertian dalam kondisi pertumbuhan, dimana memiliki peluang dan kekuatan yang baik guna mendukung pengembangan usaha di BSKP.

Identifikasi SWOT pada blok BMC

Selanjutnya dilakukan identifikasi kondisi blok BMC saat ini dengan pemetaan terhadap kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang dari blok BMC. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara maka hasil identifikasi SWOT pada blok BMC sebagai berikut:

IFAS	KEKUATAN (S) Kuantitas sampah plastik cukup banyak (KA) Sarana prasarana cukup memadai (KR) Hubungan dengan konsumen baik (KP) Segmentasi pasar jelas (CS) Dukungan Pemerintah (CoS)	KELEMAHAN (W) SDM masih terbatas (KR) Nasabah sedikit (KP) Modal Terbatas (CoS) Kurangnya pembinaan (KA) Olahan produk satu jenis (VP) Kerjasama mitra kurang (CR)
PELUANG (O) Pemanfaatan Teknologi dan Informasi (KA) Memperluas mitra kerjasama (CR) Pembinaan Nasabah (KA) Bantuan Modal (CoS) Menambah olahan produk (VP) Peningkatan SDM (KR) Peningkatan layanan usaha (KA)	STRATEGI SO Penambahan sarana prasarana teknologi dan informasi (S2,O1) Peningkatan dan penambahan hubungan dengan mitra melalui layanan usaha yang baik (S3,O2,O7) Pemberdayaan nasabah melalui program-program menarik dan menguntungkan (S1,O3)	STRATEGI WO Peningkatan dan Penambahan SDM melalui pelatihan dan pendampingan usaha (W1,W4,O6) Melakukan inovasi produk yang menambah nilai jual sampah plastik (W5,O5) Menambah modal melalui bantuan Pemerintah atau CSR (W3,O4)
ANCAMAN (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Nasabah tidak aktif (KP) Tenaga kerja terbatas (KR) Pesaing (C) Harga produk rendah (RS) Modal terbatas (CoS)	Meningkatkan hubungan dengan mitra dan nasabah melalui program dan layanan usaha yang baik (S3,T1) Meningkatkan kualitas produk daur ulang sampah (S1,T3,T4) Dukungan Pemerintah dalam menambah modal usaha (S5,T5)	Penambahan SDM dibidang promosi/pemasaran (W1,W2,T1,T2) Peningkatan pelatihan SDM dalam mengelola sampah plastik menjadi produk yang menarik dan harga terjangkau (W4,W5,T3,T4)
---	---	--

Keterangan :

CS=Customer Segment CR=Customer Relationship KA=Key Activities
 VP=Value Propositions RS=Revenue Streams KP=Key Partnership
 C=Channel KR=Key resources CoS=Cost Structure

Gambar 3. Matriks SWOT Perumusan Strategi Alternatif BSKP

Penerapan Strategi Alternatif pada Bussines Model Canvas BSKP

Tahapan selanjutnya setelah analisis SWOT menghasilkan strategi alternatif adalah penerapan strategi yang dihasilkan dalam merancang *business model canvas* yang baru. Tahapan ini dengan menerapkan strategi SO, WO, ST dan WT dalam perbaikan serta evaluasi *business model canvas* sebagai berikut:

1. *Customer Segments*

Pada elemen ini, BSKP perlu menerapkan strategi WO-2, dalam mengatasi permasalahan masih terbatasnya segmen pelanggan yaitu dengan cara evaluasi segmentasi guna penambahan segmen konsumen baru guna pengembangan usaha pengelolaan sampah plastik di BSKP ini. Selama ini BSKP hanya menjual kepada 1 orang (Bapak Slamet) dan Perusahaan di Purwokerto dan Bandung. Saat ini BSKP sudah mensegmentasi kedalam 2 bagian, namun masih bisa digali lebih dalam segmentasi yang dapat dilayani oleh BSKP dengan melakukan inovasi produk sampah plastik dengan aneka jenis, baik cacahan plastik, biji plastik maupun kerajinan tangan dalam rangka menambah nilai jual produk tersebut dan didukung dengan strategi WT-2 melalui peningkatan pelatihan SDM dalam mengelola sampah plastik. Inovasi tersebut agar dapat digunakan untuk segment Instansi Pemerintahan, produsen plastik hingga organisasi masyarakat peduli sampah.

2. *Value Propositions*

Pada elemen ini, BSKP sudah memiliki kelebihan produk yaitu kebersihan produk dan harga yang terjangkau. Namun, masih minim adanya inovasi dari daur ulang sampah plastik ini. Maka, BSKP dapat menerapkan strategi WT-2 yaitu Peningkatan pelatihan SDM dalam mengelola sampah plastik yang menarik dan harga terjangkau dengan menerapkankan strategi WO-2 yang mampu menghasilkan inovasi produk baru dari sampah plastik. Produk yang menarik dan berkualitas mampu memiliki ciri khas dapat menambah nilai dari produk itu sendiri.

3. *Channels*

Kelemahan yang ada pada elemen *channels* masih mengandalkan lebih banyak pada penjualan langsung sehingga belum optimalnya pemasaran melalui media sosial. Permasalahan tersebut, BSKP dapat menerapkan strategi WT-1 dengan penambahan SDM dibidang promosi/pemasaran dengan didukung strategi SO-1 dalam mengelola dan pemanfaatan teknologi dan informasi.

4. *Customer Relationship*

Kelemahan dari blok ini antara lain ketergantungan dengan perorangan (Bapak Slamet) dan harga yang fluktuatif. Salah satu strategi alternatif yang dapat di lakukan BSKP dalam mengatasi masalah tersebut dengan menerapkan strategi alternatif SO-2 dan ST-2,dimana BSKP terus menjalin dan meningkatkan

layanan usaha yang baik dengan mitra dan konsumen dengan kekeluargaan atau lainnya guna keberlangsungan usaha, baik media social atau dengan yang lain.

5. *Revenue Streams*

Tantangan dalam *revenue streams* adalah adanya pesaing terutama pada harga, produk dan penggunaan teknologi. BSKP dalam menghadapi tantangan tersebut dapat menggunakan strategi ST-2 yaitu peningkatan kualitas produk daur ulang sampah plastik dan strategi SO-2 dengan peningkatan dan penambahan hubungan dengan mitra melalui layanan usaha yang baik serta strategi WO-2 yaitu melakukan inovasi produk yang menambah nilai jual sampah plastik dan pendapatan dari penjualan inovasi produk tersebut.

6. *Key Resources*

Pada elemen blok ini yakni SDM dan fisik masih terbatas. Dari SDM masih sedikit. Sementara itu dari fisik juga masih terbatas karna masih dalam bentuk sewa tempat dan peralatan yang terbatas maka perlu strategi WO-1 dan WT-2 guna meningkatkan pelatihan SDM yang ada menjadi terampil, kreatif dan inovatif khususnya bidang teknologi dan informasi (SO-1) dan didukung strategi WO-3 dan ST-3 yaitu bantuan modal dari Pemerintah/CSR dalam menambah sumber daya fisik.

7. *Key Activities*

Kelemahan pada elemen *key activities* adalah terbatasnya SDM yang mengelola. Dalam hal ini BSKP bisa menerapkan strategi alternatif WT-1 yakni penambahan SDM khususnya dibidang promosi/pemasaran dan perlunya pemberdayaan nasabah dalam memanfaatkan pengelolaan sampah plastik melalui program yang menarik dan menguntungkan (SO-3).

8. *Key Partnership*

Pada elemen *key partnership* ini, menggambarkan bagaimana hubungan dengan mitra merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga agar model usaha dapat berjalan dengan baik dan lancar. BSKP dapat menerapkan strategi alternatif untuk menjaga hubungan dengan mitra yang sudah terjalin selama ini, maka penerapan strategi alternatif SO-2 dan ST-1 yaitu mempertahankan dan meningkatkan harmonisasi mitra dan konsumen dengan layanan usaha yang baik guna keberlanjutan usaha.

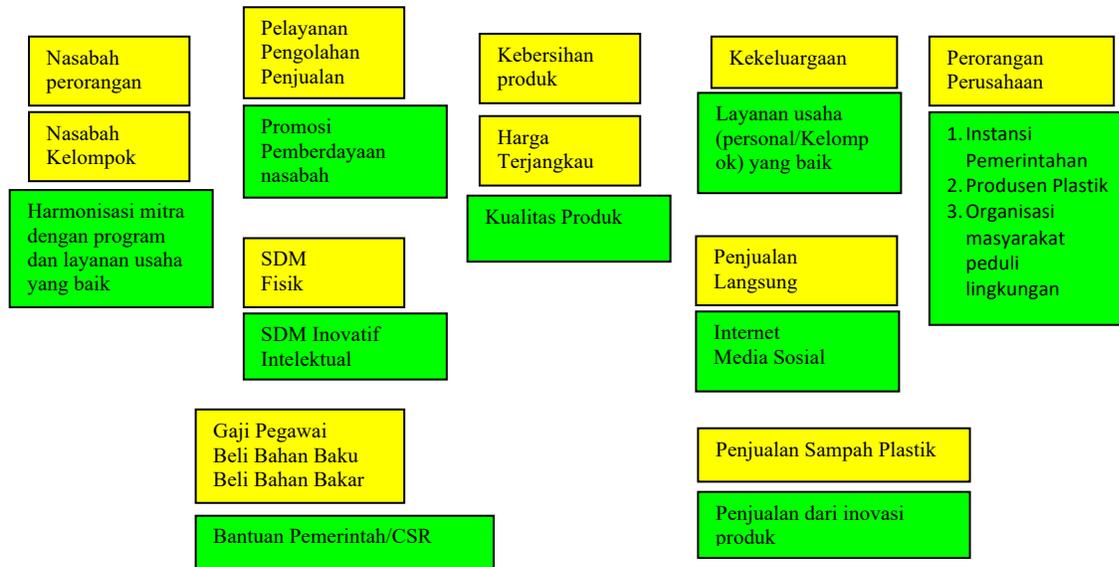
9. *Cost Structure*

Pada elemen ini terdapat kelemahan pada modal yang masih terbatas. Namun untuk mengatasi masalah tersebut, maka BSKP dapat menerapkan strategi alternatif (WO-3 dan ST-3) yaitu penambahan bantuan modal baik Pemerintah maupun CSR, yang dapat digunakan untukantisipasi biaya yang tak diduga dalam operasional usahanya, akan tetapi tetap memperhatikan kondisi dan perhitungan secara hati-hati..

Potret BMC yang akan datang

Pemetaan strategi alternatif yang diterapkan pada business model canvas yang baru untuk BSKP dapat dilihat pada gambar 4.

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segment</i>
	<i>Key Resources</i>		<i>Channel</i>	



Gambar 4. Strategi Alternatif BMC BSKP

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan dalam pengembangan model bisnis diprioritaskan pada 4 blok yaitu *key resources*, *key partner*, *key activities* dan *customer relationship*. Pengembangan pada blok *key resources* dilakukan dengan cara peningkatan ketrampilan dan pemahaman SDM tentang pemanfaatan teknologi dan informasi. Pengembangan pada blok *key partner* dengan membuat program yang kreatif dalam meningkatkan hubungan dengan mitra khususnya nasabah. Pengembangan pada blok *key activities* dengan cara menjalin hubungan dengan nasabah dalam pemanfaatan sampah plastik skala mikro. Pengembangan *customer relationship* perlu ditingkatkan dalam layanan personal maupun kelompok dengan membuat channel media sosial guna mempertahankan dan komunikasi yang instens dengan pelanggan dan calon pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini dan Sugiarto (2017). Implementasi Etika Bisnis Islam guna membangun Bisnis yang Islami, (Strategi Pengembangan Usaha Sampah An-Organik di Bank Sampah Cahaya Ciracas. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, Vol. 10 No. 2 Desember
- Alas, R., Übius, U., Lorents, P., & Matsak, E. (2017). Corporate Social Responsibility In European And Asian Countries. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi (JMBI) UNSRAT Vol. 4 No. 1*
- E. Colink (1996). *Kamus Istilah Lingkungan Untuk Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Hasnam, L.F., Syarief, R. and Yusuf, A.M. (2017). Strategi Pengembangan Bank Sampah di Wilayah Depok. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, Vol.3 No.3
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga).

-
- Lemy, D. M., Bernarto, I., & Tulung, J.E. (2013). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Jasa Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Utara. *Jurnal Manajemen: Derema*
- Meidiana, C. & T. Gamse (2010). Development of Waste Management Practices in Indonesia. *European Journal of Scientific Research Vol.40 No.2 (2010), pp.199-210*
- Osterwelder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey.
- Osterwalder, Alexander & Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Hadiwiyoto (1983). *Penanganan dan Pemanfaatan Sampah*, (Jakarta: Yayasan Idayu)
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta CV
- Sugiyono (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta)
- Yuliana (2019). Analisis Pengembangan Usaha Bisnis Bank Sampah pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus pada Bank Sampah Dalang Collection di Pekanbaru). *JOM FISIP, 6(1)*