

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Gambaran strategi yang saat ini digunakan oleh Tata Laksana Sakti menunjukkan bahwa perusahaan belum memiliki strategi operasional yang khusus, sehingga strategi yang diterapkan masih lemah. Strategi yang digunakan masih bersifat tradisional dan memerlukan pengembangan strategi baru yang lebih terstruktur untuk mendukung inovasi dan mencapai tujuan keberlanjutan perusahaan.
- 2) Hasil identifikasi strategi berkelanjutan PT. Tata Laksana Sakti menunjukkan bahwa dari sembilan elemen pada *value* ekonomi, satu elemen yaitu *key partnership* dapat dipertahankan dan ditingkatkan, sementara delapan elemen lainnya yang mencakup *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities* dan *cost structure*, dinilai lemah sehingga memerlukan perbaikan dan pengembangan. Selanjutnya, dari sembilan elemen pada *value* lingkungan, tujuh elemen yang mencakup *functional value*, *materials*, *production*, *supplies and outsourcing*, *use phase*, *environmental impact*, dan *environmental benefit* dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Sedangkan dua elemen lainnya, yaitu *distribution* dan *end of life*, dinilai masih lemah sehingga memerlukan perbaikan dan pengembangan. Selain itu, dari sembilan elemen pada *value* sosial, enam elemen yang mencakup *social value*, *governance*, *local communities*, *end user*, *social impact* dan *social benefit* dapat dipertahankan dan ditingkatkan. Tiga elemen lainnya, yaitu *employee*, *social culture* dan *scale of outreach*, dinilai lemah sehingga memerlukan perbaikan dan pengembangan.
- 3) Setelah mengidentifikasi strategi bisnis berkelanjutan PT. Tata Laksana Sakti, maka rumusan strategi *value* ekonomi meliputi penambahan layanan

mockup dan sampel gratis pada *value propositions*. Untuk memperluas target konsumen di luar Cikupa, perusahaan dapat menambahkan berbagai media pemasaran online seperti Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, dan website, serta mengoptimalkan Google My Business sebagai bagian dari strategi *customer segments* dan *channels*. Strategi *key activities* dan *cost structure* dapat dikembangkan melalui promosi offline (insentif rekomendasi) dan online (kampanye iklan, artikel website, konten media sosial), serta dengan merekrut staff marketing dan desain sebagai *key resources*. *Customer relationships* dapat dikembangkan dengan membership, peningkatan customer service, dan penawaran khusus, serta kebijakan surat piutang resmi untuk pembayaran kredit pada *revenue streams*. Dalam aspek *value* lingkungan, pengembangan strategi *distribution* meliputi penggantian plastik PE dengan bioplastik dan pemanfaatan limbah karet mati menjadi aspal karet pada *end of life*. Di sisi *value* sosial, perusahaan dapat mengembangkan strategi *employee* dengan program penghargaan karyawan dan *employee gathering*, serta memperluas jangkauan konsumen melalui *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan perluasan hubungan dengan pemasok di daerah lain pada *scale of outreach*. Untuk mengembangkan strategi pada *social culture*, perusahaan dapat memperkenalkan budaya *plogging* dan program kerja sama dengan lembaga pendidikan sekitar perusahaan.

5.2 Implikasi

- 1) Secara teoritis, penelitian ini menunjukkan bagaimana *Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC) dapat diterapkan untuk menganalisis dan mengembangkan strategi bisnis di industri alas kaki, yang merupakan kontribusi baru dalam konsep bisnis berkelanjutan menggunakan alat TLBMC.
- 2) Secara Praktis, rekomendasi dari penelitian ini dapat digunakan oleh PT. Tata Laksana Sakti untuk memperbaiki dan mengembangkan strategi bisnis mereka menjadi lebih terstruktur dan inovatif. Hal ini didasarkan pada

analisis *Triple Layer Business Model Canvas* (TLBMC) yang mencakup nilai-nilai ekonomi, lingkungan, dan sosial.

- 3) Penelitian ini menambah kajian pada bidang studi kewirausahaan mengenai penerapan *Triple Layer Business Model Canvas* (TLBMC) dalam industri alas kaki, yang masih jarang diteliti sebelumnya, serta memberikan wawasan mengenai potensi penerapan model ini secara spesifik dalam industri ini.
- 4) Penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pemerintah Kabupaten Tangerang sebagai pembuat kebijakan untuk mendukung perusahaan-perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial serta menerapkan praktik bisnis yang lebih ramah lingkungan, termasuk pengelolaan limbah dan pengurangan sampah plastik.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan simpulan di atas, peneliti menyarankan beberapa rekomendasi yang dapat dibagikan antara lain sebagai berikut:

- 1) PT. Tata Laksana Sakti perlu mengembangkan dan memperbaiki strategi yang dinilai lemah pada *value* ekonomi dengan memperluas target konsumen menggunakan pemasaran online, menambahkan layanan mockup dan sampel gratis, serta memanfaatkan berbagai platform digital marketing. Implementasikan diskon untuk konsumen baru, tingkatkan *customer service* melalui email, media sosial, dan FAQ di website, serta tambahkan program membership. Gunakan surat piutang tertulis dengan materai dan tentukan waktu pembayaran. Rekrut *staff marketing* dan desain, tingkatkan promosi dengan insentif untuk rekomendasi konsumen, serta optimasi digital marketing dan kampanye iklan berbayar. Pada sisi *value* lingkungan, perusahaan perlu mengganti kemasan plastik dengan bioplastik dan dapat memanfaatkan sisa karet mati untuk dijadikan aspal karet. Dalam *value* sosial, penting untuk menambahkan program penghargaan dan gathering karyawan, menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan setempat dalam program peduli lingkungan, serta memperluas hubungan dengan pemasok dan jangkauan pasar melalui *Integrated Marketing Communication* (IMC).

- 2) Pada elemen-elemen yang dapat dipertahankan dan ditingkatkan dalam *value* ekonomi, perusahaan perlu menjaga dan memperkuat hubungan dengan mitra kunci yang sudah ada melalui komunikasi yang rutin dan kerjasama strategis. Dalam *value* lingkungan, perusahaan harus terus mempertahankan praktik ramah lingkungan yang sudah efektif dengan menerapkan teknologi dan proses yang berkelanjutan, serta melakukan evaluasi lingkungan secara berkala untuk menemukan strategi baru yang perlu diperbaiki. Sedangkan dalam *value* sosial, perusahaan perlu melanjutkan dan memperluas program yang memberikan manfaat sosial.
- 3) Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis dengan perusahaan lain dalam industri yang sama atau berbeda untuk memperoleh wawasan tambahan mengenai berbagai strategi berkelanjutan. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian mendalam mengenai efektivitas penggunaan strategi bisnis berkelanjutan terhadap keberhasilan usaha.