ECOBESTHA_BUS 16

MEMBANGUN BISNIS MODEL KANVAS BERBASIS ANALOGIES

Eka sudarmaji1*, Ismiriati Nasip2

[1] Fakultas Ekonomi and Bisnis, University of Pancasila,
Jalan Srengseng Sawah, Pasar Minggu Jakarta 12640, Indonesia
[2]Bina Nusantara University
*Corresponding author, Email: esudarmaji@univpancasila.ac.id

ABSTRACT

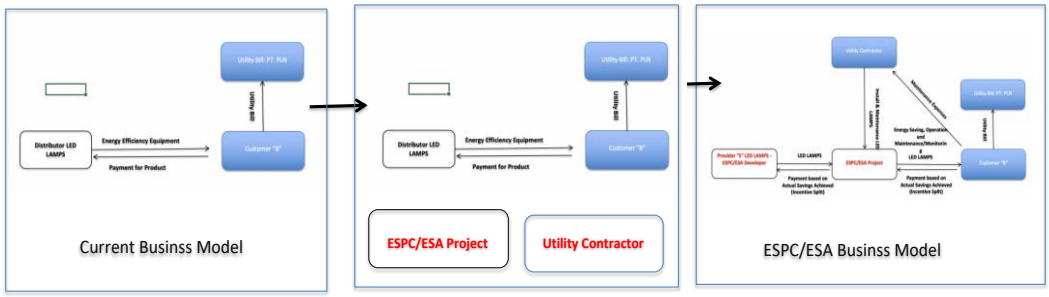
Jadi, apa itu bisnis model? bisnis model adalah “sistem kegiatan yang saling terkait dan saling bergantung yang menentukan cara perusahaan 'melakukan bisnis' dengan pelanggan, mitra, dan vendornya, (Amit and Zott 2001). Ada beberapa pengagas tentang bisnis model yang banyak dikenal. Lewat Bisnis Model Navigator – “55 models that revolutionize Your Business”, Oliver Gassman, K. Frankebeger & M. Csik (2015) mengutarakan lima puluh lima bisnis model yang dapat menrevolusi bisnis para wirausahawan. Kemudian ada “Bisnis Model Generation” milik Osterwalder & Pigneur, (2010), lewat sembilan blok canvasnya yang terkenal dengan business model canvas (BMC) banyak digunakan para akademisi dan pebisnis untuk menganalisa posisi bisnis model perusahaan didalam sebuah dashboard dan memungkinkan perusahaan untuk membandingkannya dengan para competitor secara lebih sederhana dan mudah.

Untuk itu pernyataan masalah yang harus dijawab oleh penelitian ini menyangkut pembuatan model bisnis sistem layanan produk PSS berbasis bisnis model konseptual alternatif yang dapat dipergunakan oleh perusahaan jasa energi ESCO adalah hal yang paling utama didalam penelitian ini. Oleh karena itu, bersama dengan argumen di atas, penulis menulis pertanyaan penelitian sebagai berikut: “Seperti apakah model bisnis sistem layanan produk PSS berbasis konseptual alternatif yang diadopsi oleh perusahaan, yang diterjemahkan ke dalam kapabilitas dan kompetensi perusahaan dimasa depan?”

Analisis Morfologi dimulai sebagai sebuah metode pemecahan masalah di bidang teknik, metode ini tumbuh dan terus digunakan pada bidang kebijakan, alternatif strategi, dan perencanaan organisasi. Aplikasi analisis morfologi dalam manajemen bisnis dan sektor komersial relatif lambat diimplementasikan karena menyangkut tujuan organiasi dan waktu implementasinya. Beberapa penelitian empiris yang digunakan dalam sektor korporasi digunakan oleh (Turley, Richardson, and Hansen 1975) analisis morfologi juga digunakan untuk analisis perencanaan sistem perawatan kesehatan (Lee and Lee 2015), untuk analisa kreativitas di bidang manajemen (Ritchey 2002). analisis morfologi juga dipakai sebagai alat analisis kebijakan, (Duczynski 2004), yang digunakan dalam strategi penelitian untuk Pengembangan Ekonomi untuk masyarakat adat di Australia, sementara Álvarez & Ritchey, (2015) mengunakannya untuk Strategi untuk sistem Extended Producer Responsibility (EPR),

Sharif & Irani, (2006) mengunakan pendekatan morfologi dalam pengambilan keputusan manajemen, Kumar & Ganesh, (2009) mengunakannya untuk transfer Pengetahuan dalam organisasi, Plauche et al., (2010) mengunakannya untuk aplikasi ICT dalam pemberian layanan pemerintah dan Kuriakose et al., (2011) mengunakannya untuk Model Kematangan Manajemen Pengetahuan.

Canvas bisnis model (BMC) dapat menjadi alat analisis tentang 'bagaimana ESCO dapat menciptakan nilai perusahaan.' Melalui BMC, perusahaan layanan energi ESCO dapat melihat bagaimana mereka dapat menjalankan bisnis mereka, terlibat dalam proses produksi, pemasaran, dan departemen lainnya, mempertahankan hubungan mereka dengan pelanggan untuk mempertahankan keberlanjutannya. Keuntungan dari BMC adalah untuk perencanaan dan pengembangan strategis, alat untuk mengekspresikan ide, alat untuk mengetahui pelanggan, sebagai dasbor / indikator, alat untuk mengetahui pesaing (seperti tingkat persaingan). Selain itu semua, BMC juga dapat menganalisis model portofolio bisnis, perencanaan inovasi; untuk menyelaraskan pola pikir organisasi.



Gambar 1. Proses implementasi bisnis model PSS

Berdasarkan bisnis model baru diatas (Gambar 1), PT ‘MWS’ perlu terus memperbaiki model bisnis pembiayaan retrofit yang akan dijalankannya. Kontrak Kinerja Hemat Energi ("ESPC") dan Perjanjian Penghematan Energi ("ESA") adalah pilihan terbaik bagi perusahaan untuk menghasilkan pendapatan baru, melayani target pelanggan dan pasar baru yang tersedia didalam industri hemat energi. Melalui perjanjian kontrak yang memadai – resiko atas penundaan pembayaran oleh pelanggan atau pelanggan tidak dapat memenuhi pembayaran kontrak layanan, PT ‘MWS’ masih dapat mengambil dan memiliki peralatan hemat energi yang sudah terpasang. Program pendanaan retrofit ini memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembayaran kepada penyedia retrofit dari penghematan biaya energi (Ismiriati Nasip & Sudarmaji, 2019; I. Nasip & Sudarmaji, 2018; Eka Sudarmaji et al., 2021)

Temuan penelitian ini membantu perusahaan dalam mengadopsi PSS untuk menentukan model bisnis. Ini juga dapat membantu perusahaan yang sudah menyediakan PSS untuk melakukan penyesuaian yang diperlukan atau meningkatkan hasil bisnis perushaan saat ini. Mengingat karakteristik PSS dan temuan penelitian ini, jelas bahwa dua elemen baru dalam model bisnis PSS harus dipertimbangkan: elemen lingkungan dan elemen inovasi. Karena model bisnis PSS sebenarnya membahas penjualan layanan perusahaan berbasis circular atau ramah secara aspek lingkungan karena berpotensi mengurangi buangan produk yang dijual (waste) secara serampangan dan berdampak lingkungan. Model bisnis PSS juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan hasil potensi inovasi yang dilakukan oleh

pelanggan, dan memungkinkan kolaborasi lebih besar dengan pelanggan dan calon pelanggan lainnya dengan membuat sebuah jaringan.

Dari hasil penelitian ini, penulis mencatat bahwa PT ‘MWS’ dapat memasuki model bisnis baru melalui layanan ESCO pada sektor bisnis efisiensi energi yang saat ini belum banyak dimanfaatkan dan memiliki potensi besar. Dengan menggunakan studi kasus, penelitian ini banyak mempelajari bagaimana PT ‘MWS’ melakukan strategi layanan ESCO untuk mendapatkan peluang dan membuka pasar baru dengan mempromosikan peralatan teknologi ramah lingkungan yang pada akhirnya bertujuan untuk menjaga kinerja perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Peluang baru yang dilakukan oleh PT ‘MWS’ adalah dengan menerapkan model bisnis PSS dalam bentuk layanan Energy Saving Agreement (ESA) atau Energy Saving Performance Contract (ESPC), yang dikenal sebagai kontrak "retrofit". Salah satu tantangan untuk model bisnis PSS baru ini adalah model bisnis ini tidak masuk dalam kerangka peraturan ESCO yang dibuat dan yang dikembangkan oleh pemerintah. Tetapi model binis ini dapat diterapkan pada situasi bisnis khusus di Indonesia. Dengan kata lain, PT ‘MWS’ memiliki keyakinan penuh untuk memanfaatkan bisnis potensial di industri efisiensi energi di bawah model bisnis PSS karena model bisnis PSS memiliki risiko minimum yang ditimbulkannya.

KEYWORDS:**Perusahaan Layanan Energi, Metodologi Soft System, Business Model Kanvas, Business Model Analogi.**