Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis
e-ISSN: 2745-7273
Vol. 5, No. 3, Agustus 2024

Implementasi Kewirausahaan Sosial pada Layanan Penjemputan dan Pengelolaan Barang Bekas Ruang Tilas

Rima Nur Dindasari*, & Dedi Supiyadi

Universitas Indonesia Membangun,
Penulis Korespondensi: rimanurdindasari@student.inaba.ac.id*,
dedi.supiyadi@inaba.ac.id

Article Information:

Received: July 20, 2024, Accepted: August 01, 2024, Published: August 07, 2024

Abstract:

This study analyzes the implementation of social entrepreneurship in Ruang Tilas' used goods pick-up and management service using qualitative and descriptive methods, with data from interviews and academic sources. SWOT and TOWS analysis show that Ruang Tilas has strengths in business innovation, brand awareness, strong partnerships, and opportunities from increasing environmental awareness and government support, but faces challenges of limited resources, technology, competition, and regulatory changes. The right strategy allows Ruang Tilas to leverage strengths and opportunities to overcome weaknesses and threats, such as expanding services, running educational campaigns, obtaining government funding support, seeking strategic partnerships, and investing in technology. The Business Model Canvas shows Ruang Tilas' focus on environmentally friendly services with revenue from picking up and selling recycled goods, supported by fleets, staff, and strategic partnerships so that it can provide a sustainable positive impact on the environment and society.

Keywords: Social Entrepreneurship, Development Strategy, Used Goods

1. Pendahuluan

Di era modern ini, konsumsi barang terus meningkat, menghasilkan timbunan sampah yang tak terelakkan. Indonesia dihadapkan pada krisis sampah yang semakin mendesak. Meningkatnya volume sampah, terutama yang tidak terkelola dengan baik, menimbulkan berbagai dampak negatif bagi lingkungan, kesehatan, dan sosial. Masalah sampah di Indonesia hingga kini belum terpecahkan, dan seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk, volume sampah yang dihasilkan dari aktivitas manusia juga meningkat. Sampah adalah salah satu masalah lingkungan utama di Indonesia. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) pada Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) tahun 2023, Indonesia menghasilkan 31,4 juta ton sampah per tahun. Dari jumlah tersebut, hanya 64,8% yang dikelola dengan baik, sementara 35,2% masih belum terkelola dengan baik dan berakhir tanpa terpilah di TPA (SIPSN, 2023).

Peraturan Pemerintah No. 81/2012 mengamanatkan perlunya perubahan mendasar dalam pengelolaan sampah. Sesuai dengan Pasal 10 ayat 1, disebutkan bahwa penyelenggaraan

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

pengelolaan sampah mencakup dua kegiatan pokok, yaitu: a. pengurangan limbah; b. penanganan limbah. Selanjutnya, Pasal 11 ayat 1 menjelaskan tiga kegiatan pokok dalam pelaksanaan kegiatan pengurangan sampah, yaitu: a. pembatasan timbulan sampah; b. daur ulang sampah; dan c. penggunaan kembali limbah. Ketiga kegiatan tersebut merupakan bentuk dari prinsip pengelolaan sampah berwawasan lingkungan yang dikenal dengan konsep 3R (*reduce*, *reuse*, *recycle*) (Kurniawan & Santoso, 2020).

Indonesia, dengan populasi yang terus bertumbuh dan aktivitas ekonomi yang pesat, menghadapi permasalahan sampah dan barang bekas yang semakin mengkhawatirkan. Tumpukan sampah di berbagai tempat, baik di perkotaan maupun pedesaan, menjadi pemandangan umum yang merusak estetika lingkungan. Dampak sampah rumah tangga dapat mempengaruhi pencemaran lingkungan seperti penurunan kualitas air, yang pada akhirnya mempengaruhi kesehatan masyarakat dan menghambat perekonomian. Namun, jika diteliti lebih dalam, sampah rumah tangga sebenarnya dapat memberikan dampak positif. Limbah tersebut dapat dimanfaatkan untuk dijual pada Bank Sampah atau diolah menjadi kerajinan kreatif, yang justru dapat meningkatkan perekonomian (Rahmah et al., 2021).

Pengurangan dan pengolahan sampah adalah tanggung jawab bersama antara pemerintah, masyarakat, dan produsen. Kesadaran masyarakat Indonesia mengenai pengelolaan sampah yang efektif masih belum merata, dan kebiasaan memilah serta mengolah sampah belum terbentuk dengan baik. Menurut Indeks Perilaku Ketidakpedulian Lingkungan Hidup yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018, sekitar 72 persen masyarakat Indonesia menunjukkan ketidakpedulian terhadap masalah sampah. Persoalan ini masih sulit ditangani dengan efektif karena dari hulu, masyarakat belum terbiasa dalam memilah dan mengolah sampah dengan benar (Gandhawangi, 2021).

Di tengah permasalahan sampah, terdapat potensi ekonomi dari barang bekas yang dapat dimanfaatkan. Barang bekas yang masih memiliki nilai ekonomis dapat didaur ulang menjadi produk baru yang bermanfaat, serta barang bekas yang sudah tidak digunakan lagi bisa sangat bermanfaat bagi mereka yang membutuhkan. Hal ini membantu mengurangi jumlah sampah yang dibuang ke TPA dan memberikan kontribusi positif bagi lingkungan. Membangun solusi sosial yang mandiri dan berkelanjutan melalui kewirausahaan merupakan konsep yang dapat diimplementasikan, terutama di tengah terbatasnya peluang kerja. Sumber daya lokal bisa mengembangkan kemampuan membuka lapangan kerja sendiri dengan mengolah sumber daya yang ada melalui inovasi dan perbaikan terus-menerus (Perdana et al., 2023).

Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan kombinasi baru dalam produksi, yang menyebabkan gangguan dalam pasar melalui inovasi (Schumpeter, 2021:74). Kewirausahaan dapat dibedakan menjadi berbagai jenis seperti *business entrepreneur*, *government entrepreneur*, *social entrepreneur*, dan *academic entrepreneur*. Dalam upaya mengatasi masalah sosial, bisnis idealnya harus memiliki nilai dan memberikan manfaat. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan konsep kewirausahaan sosial. Konsep kewirausahaan sosial telah mendapatkan popularitas di berbagai negara dan semakin banyak dibahas sebagai solusi inovatif untuk mengatasi masalah sosial. Mengingat bahwa permasalahan sosial merupakan tanggung jawab bersama, penanggulangannya memerlukan sinergi dari semua pihak (Saragih, 2017). Menurut (Bornstein & Davis, 2010:1), kewirausahaan sosial melibatkan individu dengan kualitas istimewa yang mencari solusi inovatif untuk masalah sosial yang mendesak. Usaha kewirausahaan sosial dapat berperan penting dalam pengelolaan sampah di

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Indonesia, membantu mengurangi volume sampah, meningkatkan daur ulang, dan menciptakan lapangan kerja.

Pemerintah Indonesia telah menghabiskan banyak sumber daya untuk menangani masalah sosial dan bekerja sama dengan berbagai negara asing. Namun, upaya ini tidak cukup sehingga diperlukan individu atau lembaga yang mampu melihat peluang dan menghasilkan ide-ide inovatif untuk menyelesaikan masalah sosial. Inilah yang melahirkan wirausaha sosial, yang bertujuan mewujudkan perubahan sosial positif dan memecahkan masalah sosial demi kepentingan masyarakat (Saragih, 2017). Salah satu contoh adalah "Ruang Tilas", sebuah *start-up* yang hadir untuk mengelola sampah dan barang bekas. "Ruang Tilas" menawarkan solusi inovatif untuk mengatasi permasalahan lingkungan dan sosial terkait sampah, membantu masyarakat yang kesulitan mengelola sampah, serta menyediakan barang bekas yang terjangkau. Dengan demikian, "Ruang Tilas" membantu mengurangi penumpukan sampah di TPA dan memberikan manfaat ekonomi serta lingkungan bagi berbagai pihak.

2. Kajian Pustaka

2.1 *Kewirausahaan*

Kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menciptakan kombinasi baru dalam produksi, yang menyebabkan gangguan dalam pasar melalui inovasi (Schumpeter, 2021:74). Kewirausahaan adalah proses mencari perubahan, meresponsnya, dan mengeksploitasinya sebagai peluang (Drucker, 2007:21). Sahlman et al. (1999:5) berpendapat bahwa kewirausahaan sebagai pengejaran peluang tanpa mempedulikan sumber daya yang saat ini dikendalikan.

2.2 *Kewirausahaan Sosial*

Kewirausahaan sosial adalah gerakan dengan misi sosial yang menemukan dan mengelola peluang menjadi inovasi, sambil terus belajar dan siap bertindak meskipun sumber daya terbatas. Kewirausahaan sosial merupakan kegiatan efektif dan inovatif yang berfokus pada mengatasi kegagalan pasar sosial dan menciptakan peluang baru untuk menambah nilai sosial secara sistematis, memaksimalkan dampak sosial, dan membawa perubahan bagi masyarakat setempat (Wibowo & Nulhaqim, 2015).

Kewirausahaan sosial adalah penggunaan metode bisnis untuk mencapai hasil sosial yang positif (Nicholls, 2006). Sedangkan menurut (Bornstein & Davis, 2010:1), kewirausahaan sosial melibatkan individu dengan kualitas istimewa yang mencari solusi inovatif untuk masalah sosial yang mendesak.

2.3 *Analisis SWOT*

Menurut David (2021:45), analisis SWOT merupakan teknik yang banyak digunakan untuk mengaudit suatu organisasi dan lingkungannya. Analisis ini melibatkan penilaian kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman organisasi. Hitt et al. (2019:87) berpendapat, analisis SWOT adalah teknik dasar untuk menganalisis situasi persaingan suatu perusahaan dengan memeriksa kekuatan dan kelemahan internalnya, serta peluang dan ancaman eksternalnya. Analisis SWOT menurut Suryaningprang et al. (2021) membantu bisnis dalam menciptakan strategi yang sesuai dengan kondisi dan situasi mereka, serta mengidentifikasi peluang untuk pertumbuhan dan keberlangsungan.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan alat yang berguna dalam manajemen strategik untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi sebuah organisasi atau perusahaan guna mendorong pertumbuhan dan keberlangsungan.

2.4 *Matriks TOW*S

Matriks TOWS adalah alat yang digunakan untuk menyusun strategi perusahaan dengan mengkombinasikan hasil analisis SWOT, sehingga dapat merumuskan langkah-langkah strategis yang lebih terstruktur dan efektif (Rangkuti, 2015:88). Matriks TOWS membantu organisasi dalam merumuskan strategi dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi (Pearce & Robinson, 2013, p. 140).

Singkatnya, Matriks TOWS digunakan untuk menyusun strategi yang efektif dengan mencocokkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman.

2.5 *Business Model Canvas*

Business Model Canvas adalah alat visual yang memungkinkan pengusaha untuk merancang, menilai, dan mengubah model bisnis mereka secara sistematis. Ini mencakup berbagai aspek dari proposisi nilai hingga struktur biaya dan aliran pendapatan (Maurya, 2012:4).

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010:20–21), elemen-elemen *Business Model Canvas* adalah sebagai berikut:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

   Segmen pelanggan mendefinisikan kelompok atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh Perusahaan.

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

   Proposisi nilai menjelaskan kumpulan produk dan layanan yang menciptakan nilai bagi segmen pelanggan tertentu.

3. *Channels* (Saluran)

   Saluran menggambarkan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan dan menjangkau segmen pelanggan mereka untuk memberikan proposisi nilai.

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

   Hubungan pelanggan menggambarkan jenis hubungan yang dijalin perusahaan dengan segmen pelanggan tertentu.

5. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)

   Aliran pendapatan menunjukkan bagaimana perusahaan menghasilkan uang dari setiap segmen pelanggan.

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

   Sumber daya utama menggambarkan aset paling penting yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi.

7. *Key Activities* (Kegiatan Utama)

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Kegiatan utama menggambarkan hal-hal paling penting yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat model bisnisnya bekerja.

8. *Key Partnerships* (Kemitraan Utama)

   Kemitraan utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis bekerja.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

   Struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

2.6 *Penelitian Terdahulu*

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai perbandingan dan referensi dalam penelitian ini:

Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM	(Duratulhikmah & Wijaya, 2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Putu Bagja Catering" memiliki delapan elemen bisnis penting, tetapi perlu mengoptimalkan strategi SWOT, menciptakan menu inovatif, memperbaiki penggunaan media sosial, menerapkan pemasaran digital, dan meningkatkan layanan pelanggan.	**Persamaan**: terdapat persamaan pada katan, yaitu dengan analisis SWOT **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada objek penelitian, tempat penelitian, dan permasalahan yang dihadapi
2	Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Usaha pada Kelompok Tani Kopi Buntis	(Wijaya, 2021)	Hasil penelitian pada analisis SWOT menunjukan bahwa Kelompok Tani Kopi Buntis berada pada kuadran VIII dengan strategi	**Persamaan**: terdapat persamaan pada katan, yaitu dengan analisis SWOT **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada objek penelitian, tempat

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			yang tepat untuk kondisi saat ini terdiri dari *harvest strategy* atau *divestiture strategy*.	penelitian, dan permasalahan yang dihadapi
3	Callie Qudsiyyah's Business Development Strategy Uses SWOT Analysis and the Business Model Canvas	(Nuryani et al., 2023)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Callie Qudsiyyah memiliki kerangka Business Model Canvas (BMC), tetapi perlu mengoptimalkannya dengan analisis SWOT. Pengembangan bisnis dapat ditingkatkan melalui desain produk kreatif, pengembangan SDM, digitalisasi pemasaran, kolaborasi dengan influencer, fokus pada konsumen spesifik, penguatan Unique Selling Point, dan peningkatan layanan konsumen.	**Persamaan**: terdapat persamaan pada katan, yaitu dengan analisis SWOT dan BMC **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada objek penelitian, tempat penelitian, dan permasalahan yang dihadapi
4	Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis Swot Kona Koffee Bandung	(Albariq & Wijaya, 2024)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kona Koffee memiliki kemahiran tinggi dalam manajemen dan perencanaan, dan berpotensi bersaing dengan coffee shop	**Persamaan**: terdapat persamaan pada katan, yaitu dengan analisis SWOT **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada objek

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

No	Judul Penelitian/Nama Jurnal	Penulis	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
			lain di Kota Bandung. Saat ini, mereka perlu mengadopsi dan melaksanakan strategi ekspansi yang tegas.	penelitian, tempat penelitian, dan permasalahan yang dihadapi
5	Pengembangan Strategi Bisnis Tas Handmade Pada CV Cagho Prima Nusantara	(Luthfi & Wijaya, 2024)	Hasil penelitian menyebutkan bahwa analisis SWOT pada CV. CAGHO PRIMA NUSANTARA menghasilkan strategi pengembangan bisnis yang dapat memanfaatkan kekuatan internal perusahaan, seperti kualitas produk buatan tangan yang unik dan inovatif.	**Persamaan**: terdapat persamaan pada katan, yaitu dengan analisis SWOT **Perbedaan**: terdapat perbedaan pada objek penelitian, tempat penelitian, dan permasalahan yang dihadapi

Sumber: Data diolah

3. Research Method

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang fokus pada pemahaman mendalam terhadap konteks, proses, dan pengalaman subjek melalui pengumpulan dan interpretasi data deskriptif yang terperinci. Metode penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2018:18) adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, di mana peneliti menjadi instrumen utama, dengan teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif yang fokus pada makna.

Penelitian ini memanfaatkan tiga jenis sumber data: orang, dokumen, dan tempatSumber data utama diperoleh dari wawancara, ditambah dokumen dan materi lain. Responden dipilih secara purposif, yaitu pengelola dan pelanggan potensial layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas. Penelitian dilakukan di Kota Bandung dengan fokus pada layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas dalam upaya merumuskan strategi pengembangan usaha yang komprehensif, sehingga menghasilkan dampak sosial yang masif. Analisis yang digunakan adalah analisis SWOT, matriks TOWS, dan *Business Model Canvas*.

3.1 *Penentuan Faktor-faktor dalam Analisis SWOT*

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Penentuan faktor dalam analisis SWOT melibatkan identifikasi dan evaluasi elemen internal seperti kekuatan dan kelemahan, serta elemen eksternal seperti peluang dan ancaman. Faktor internal meliputi sumber daya, kapabilitas, dan proses internal, sedangkan faktor eksternal mencakup kondisi pasar, tren industri, kebijakan pemerintah, dan faktor lingkungan lainnya. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui survei, wawancara, dan analisis dokumen untuk memastikan semua faktor relevan teridentifikasi dan dievaluasi secara objektif dan komprehensif.

3.2 *Penentuan Matriks TOWS*

Untuk membuat matriks TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses, Strengths*), peneliti memulai dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) perusahaan. Setelah data terkumpul, peneliti menyusun matriks empat kuadran: kuadran SO (*Strengths-Opportunities*) untuk strategi memanfaatkan kekuatan guna mengejar peluang, kuadran WO (*Weaknesses-Opportunities*) untuk strategi memanfaatkan peluang guna mengatasi kelemahan, kuadran ST (*Strengths-Threats*) untuk strategi memanfaatkan kekuatan guna menghadapi ancaman, dan kuadran WT (*Weaknesses-Threats*) untuk strategi defensif guna meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman.

4. Findings and Discussions

4.1 Analisis SWOT

Berikut adalah analisis SWOT pada layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas:

Penelitian ini memanfaatkan tiga jenis sumber data: orang, dokumen, dan tempat Sumber data utama diperoleh dari wawancara, ditambah dokumen dan materi lain. Responden dipilih secara purposif, yaitu pengelola dan pelanggan potensial layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas. Responden yang menjadi sasaran dalam wawancara pada penelitian ini adalah berjumlah 11 orang.

Untuk mengetahui dan menganalisis apakah layanan pengiriman dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas telah dikenal secara luas. Pelanggan potensial yang dimaksud adalah mereka yang menghasilkan sampah dan barang bekas yang tinggal tidak jauh dari Ruang Tilas.

Tabel 2 Analisis SWOT

Faktor Internal	**Faktor Eksternal**
Kekuatan (S)	**Peluang (O)**
1. Ruang Tilas menawarkan solusi inovatif dengan menggabungkan layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas, yang membantu mengatasi masalah sampah sekaligus memberikan nilai tambah kepada masyarakat.	1. Ada permintaan yang terus meningkat untuk solusi pengelolaan sampah yang efisien dan ramah lingkungan di masyarakat urban dan pedesaan.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Faktor Internal	Faktor Eksternal
2. Ruang Tilas tidak hanya fokus pada keuntungan finansial, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan yang positif.	2. Pemerintah dan berbagai kebijakan lingkungan mendukung inisiatif yang mengatasi masalah sampah dan meningkatkan daur ulang.
3. Ruang Tilas memiliki kemitraan dengan berbagai organisasi, termasuk pemerintah, LSM, dan komunitas lokal.	3. Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dan keberlanjutan semakin meningkat, mendorong individu dan bisnis untuk berpartisipasi dalam praktik ramah lingkungan.
4. Ruang Tilas memiliki sistem operasional yang efisien dalam penjemputan dan pengelolaan barang bekas.	4. Kemajuan teknologi dalam pengelolaan sampah, seperti teknologi pemilahan otomatis dan sistem pelacakan, dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan.
5. Ruang Tilas telah berhasil membangun kesadaran merek yang kuat di masyarakat melalui kampanye pemasaran dan edukasi yang efektif.	5. Kolaborasi dengan organisasi sosial dan LSM dapat memperluas jangkauan, meningkatkan visibilitas, dan mendapatkan dukungan tambahan untuk proyek-proyek pengelolaan barang bekas.
Kelemahan (W)	**Ancaman (T)**
1. Ruang Tilas menghadapi keterbatasan sumber daya finansial dan material untuk mendukung ekspansi dan operasional secara luas.	1. Munculnya layanan serupa atau pesaing baru di pasar dapat mengurangi pangsa pasar Ruang Tilas dan mempengaruhi profitabilitas.
2. Banyak masyarakat belum sepenuhnya memahami manfaat pengelolaan barang bekas atau masih kurang teredukasi tentang layanan yang disediakan oleh Ruang Tilas.	2. Perubahan dalam kebijakan pemerintah atau regulasi mengenai pengelolaan sampah dan daur ulang dapat mempengaruhi operasional dan biaya layanan.
3. Pengelolaan logistik untuk penjemputan dan pengolahan barang bekas dapat menjadi tantangan besar, terutama di area dengan infrastruktur yang kurang memadai.	3. Fluktuasi harga bahan baku dan biaya operasional, seperti bahan daur ulang dan tenaga kerja, dapat mempengaruhi margin keuntungan.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Faktor Internal	Faktor Eksternal
4. Ketergantungan yang tinggi pada mitra dan lembaga eksternal dapat menjadi risiko jika terjadi perubahan dalam hubungan kemitraan atau jika mitra mengalami masalah.	4. Keberhasilan Ruang Tilas sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola dan menyerahkan barang bekas.
5. Masyarakat atau organisasi mungkin menunjukkan resistensi terhadap perubahan kebiasaan atau adopsi praktik pengelolaan sampah baru.	5. Krisis ekonomi atau penurunan daya beli dapat mengurangi kemampuan masyarakat untuk membayar layanan atau mengurangi frekuensi penggunaan layanan.

Sumber: Data diolah peneliti

Hasil analisis SWOT pada layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada model bisnis inovatif dan kontribusi positif terhadap sosial dan lingkungan, serta dukungan jaringan kemitraan dan kesadaran merek yang tinggi. Namun, kelemahan seperti keterbatasan sumber daya dan tantangan logistik perlu diatasi. Peluang bagi Ruang Tilas mencakup meningkatnya permintaan untuk solusi pengelolaan sampah, dukungan kebijakan lingkungan, dan kemajuan teknologi, sementara ancaman meliputi kompetisi pasar, perubahan regulasi, dan ketergantungan pada partisipasi masyarakat. Secara keseluruhan, Ruang Tilas harus memanfaatkan kekuatan dan peluangnya sambil mengelola kelemahan dan ancaman untuk mencapai keberhasilan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

4.2 *Matriks TOWS*

Berikut adalah matriks TOWS yang menggabungkan faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis pada layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas.:

Tabel 3 Matriks TOWS

INTERNAL FACTORS	STRENGTHS	WEAKNESSES
	• Model bisnis inovatif • Kontribusi sosial dan lingkungan • Jaringan kemitraan yang kuat • Efisiensi operasional	• Keterbatasan sumber daya • Kurangnya kesadaran dan edukasi masyarakat • Tantangan logistik • Ketergantungan pada mitra • Resistensi terhadap perubahan

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

EXTERNAL FACTORS	• Kesadaran merek yang tinggi	
OPPORTUNITIES • Permintaan tinggi untuk solusi pengelolaan sampah • Dukungan dari pemerintah dan kebijakan lingkungan • Peningkatan kesadaran dan minat terhadap keberlanjutan • Kemajuan teknologi untuk pengelolaan sampah • Kolaborasi dengan organisasi sosial dan LSM	**Strategi SO**: • Manfaatkan model bisnis inovatif dan dukungan jaringan kemitraan untuk memperluas layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas di daerah baru yang membutuhkan solusi pengelolaan sampah. • Menggunakan kesadaran merek yang tinggi untuk menjalankan kampanye edukasi dan promosi yang lebih intensif, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah. • Manfaatkan dukungan kebijakan lingkungan untuk memperoleh dana atau bantuan pemerintah guna mengembangkan infrastruktur dan teknologi pengelolaan sampah yang lebih baik.	• **Strategi WO**: • Mengatasi keterbatasan sumber daya dengan mencari kemitraan strategis dan dukungan dari pemerintah serta LSM yang mendukung inisiatif lingkungan. • Meningkatkan kapabilitas teknologi dan logistik melalui pelatihan dan investasi pada peralatan modern yang didanai oleh program dukungan kebijakan lingkungan. • Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat melalui program edukasi yang melibatkan komunitas lokal dan sponsor untuk mendanai kegiatan ini.
THREATS • Kompetisi dari layanan serupa • Perubahan kebijakan dan regulasi • Fluktuasi harga bahan baku dan biaya operasional • Ketergantungan pada partisipasi masyarakat	**Strategi ST**: • Meningkatkan layanan pelanggan dan diversifikasi penawaran untuk mengatasi persaingan dari layanan serupa di pasar. • Menggunakan jaringan kemitraan dan dukungan komunitas untuk memitigasi dampak perubahan regulasi dengan	**Strategi WT**: • Mengurangi ketergantungan pada sumber daya internal dengan mengembangkan kemitraan *outsourcing* untuk mengatasi kendala logistik dan operasional. • Melakukan diversifikasi sumber pendapatan untuk mengurangi risiko finansial akibat fluktuasi

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

• Krisis ekonomi dan penurunan daya beli	advokasi dan adaptasi cepat terhadap kebijakan baru. • Manfaatkan kesadaran merek dan reputasi untuk membangun loyalitas pelanggan, mengurangi dampak dari fluktuasi ekonomi yang dapat mempengaruhi daya beli masyarakat.	harga bahan baku dan biaya operasional. • Meningkatkan partisipasi masyarakat dan edukasi untuk mengurangi ketergantungan pada kesadaran dan partisipasi yang saat ini rendah, dengan melibatkan komunitas lokal dalam program-program edukasi dan insentif.

Sumber: Data diolah

4.3 *Business Model Canvas*

Berikut adalah model bisnis kanvas untuk layanan penjemputan dan pengelolaan barang bekas Ruang Tilas dengan sembilan elemen utama:

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)

   Ruang Tilas melayani berbagai segmen pelanggan, termasuk individu yang ingin mendonasikan atau mengelola barang bekas mereka, rumah tangga yang memerlukan layanan penjemputan barang bekas secara teratur, bisnis dan kantor yang membutuhkan solusi pengelolaan sampah yang efisien, serta komunitas dan organisasi sosial yang bekerja dengan barang bekas dan membutuhkan dukungan dalam pengelolaan. Fokus pada beragam segmen ini memungkinkan Ruang Tilas menjangkau pasar yang luas dan memberikan solusi pengelolaan sampah yang komprehensif.

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

   Ruang Tilas menawarkan beberapa proposisi nilai utama, termasuk layanan penjemputan barang bekas yang memudahkan pelanggan dalam mengelola barang tanpa harus keluar rumah. Selain itu, Ruang Tilas menjamin pengelolaan barang bekas secara ramah lingkungan dan berkelanjutan, serta memberikan kesempatan bagi barang bekas untuk digunakan kembali atau didaur ulang secara produktif. Dengan fokus pada edukasi dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang pengelolaan sampah, Ruang Tilas berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan dan meningkatkan keberlanjutan.

3. *Channels* (Saluran)

   Ruang Tilas menggunakan berbagai saluran untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggannya, termasuk *website* dan aplikasi mobile yang memungkinkan pelanggan untuk dengan mudah memesan layanan dan mendapatkan informasi. Selain itu, media sosial digunakan untuk kampanye pemasaran dan penyebaran informasi layanan. Kemitraan dengan komunitas lokal membantu dalam promosi dan pengorganisasian penjemputan barang bekas, sementara *event* dan *workshop* digunakan sebagai platform edukasi dan promosi langsung kepada masyarakat.

4. *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan)

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Ruang Tilas membangun hubungan pelanggan melalui layanan pelanggan proaktif yang memberikan dukungan dan respon cepat terhadap pertanyaan dan keluhan. Program edukasi seperti seminar atau *workshop* tentang pengelolaan sampah dan daur ulang juga diadakan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat. Selain itu, Ruang Tilas membentuk komunitas *online* untuk interaksi dan umpan balik melalui media sosial dan forum *online*, serta menawarkan sistem penghargaan bagi pelanggan setia atau mereka yang mendonasikan barang dalam jumlah besar.

5. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)

   Pendapatan Ruang Tilas berasal dari beberapa sumber, termasuk biaya layanan penjemputan barang bekas yang dibebankan kepada pelanggan. Selain itu, pendapatan dihasilkan dari barang yang didaur ulang atau dijual kembali, serta dukungan finansial dari kemitraan dengan perusahaan dan sponsor. Program edukasi berbayar seperti *workshop* atau seminar juga berkontribusi terhadap aliran pendapatan, memungkinkan Ruang Tilas untuk membiayai operasional dan program-programnya.

6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

   Ruang Tilas mengandalkan beberapa sumber daya utama untuk menjalankan operasionalnya, termasuk armada kendaraan untuk penjemputan barang bekas dan staf operasional yang bertugas mengumpulkan, mengolah, dan mengelola administrasi. Teknologi informasi yang kuat juga diperlukan untuk pemantauan, manajemen data, dan platform *online*. Selain itu, fasilitas pengolahan barang bekas diperlukan untuk memilah, mendaur ulang, dan menyimpan barang sebelum didistribusikan kembali atau dijual.

7. *Key Activities* (Kegiatan Utama)

   Kegiatan utama Ruang Tilas meliputi penjemputan barang bekas dari pelanggan, pengolahan dan daur ulang barang untuk memastikan keberlanjutan dan mengurangi limbah, serta pemasaran dan promosi untuk meningkatkan kesadaran dan menarik pelanggan baru. Selain itu, Ruang Tilas mengadakan program edukasi dan pelatihan untuk masyarakat tentang pentingnya pengelolaan sampah dan daur ulang, serta bekerja sama dengan berbagai pihak untuk memperkuat dampak sosial dan lingkungan dari layanan yang disediakan.

8. *Key Partnerships* (Kemitraan Utama)

   Ruang Tilas menjalin kemitraan dengan berbagai pihak untuk mendukung operasional dan memperluas dampaknya, termasuk pemerintah dan LSM yang memberikan dukungan dan kerjasama dalam program-program pengelolaan sampah. Kerjasama dengan perusahaan pengolahan sampah juga penting untuk proses daur ulang dan pemrosesan barang bekas. Selain itu, kemitraan dengan komunitas lokal membantu dalam pengumpulan barang dan edukasi masyarakat, sementara sponsor dan donatur menyediakan dukungan finansial untuk inisiatif-inisiatif penting.

9. *Cost Structure* (Struktur Biaya)

   Struktur biaya Ruang Tilas mencakup berbagai pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan operasional, termasuk biaya operasional kendaraan seperti perawatan dan bahan bakar, gaji staf untuk operasional dan administrasi, serta biaya pengolahan barang bekas di fasilitas pengolahan. Selain itu, biaya pemasaran untuk kampanye dan promosi

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

layanan serta investasi dalam teknologi informasi untuk sistem manajemen dan platform *online* juga menjadi bagian penting dari struktur biaya. Dengan mengelola biaya secara efektif, Ruang Tilas dapat memastikan keberlanjutan finansial dan operasionalnya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil:

1. Analisis SWOT pada Ruang Tilas menunjukkan bahwa layanan ini memiliki kekuatan dalam inovasi bisnis, kesadaran merek, dan kemitraan yang kuat. Peluang berasal dari peningkatan kesadaran lingkungan dan dukungan pemerintah. Namun, Ruang Tilas harus mengatasi keterbatasan sumber daya dan teknologi serta menghadapi ancaman dari persaingan dan perubahan regulasi. Dengan strategi yang tepat, Ruang Tilas dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, sehingga memberikan dampak positif yang berkelanjutan.
2. Analisis TOWS pada Ruang Tilas menunjukkan bahwa layanan ini dapat memanfaatkan kekuatan seperti model bisnis inovatif, kesadaran merek yang tinggi, dan kemitraan untuk memperluas layanan, menjalankan kampanye edukasi, dan mendapatkan dukungan dana pemerintah. Untuk mengatasi kelemahan seperti keterbatasan sumber daya dan kapabilitas teknologi, Ruang Tilas dapat mencari kemitraan strategis dan investasi pada teknologi. Dalam menghadapi ancaman dari persaingan dan perubahan regulasi, diversifikasi layanan dan pendapatan, serta membangun loyalitas pelanggan dan kemitraan *outsourcing*, menjadi strategi penting. Dengan strategi yang tepat, Ruang Tilas dapat memanfaatkan kekuatan dan peluangnya untuk mengatasi kelemahan dan ancaman, sehingga mampu memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan lingkungan.
3. *Business Model Canvas* untuk Ruang Tilas adalah bahwa layanan ini berfokus pada penjemputan dan pengelolaan barang bekas dengan proposisi nilai yang menawarkan kemudahan, pengelolaan ramah lingkungan, dan edukasi masyarakat. Melalui saluran seperti *website*, aplikasi, dan media sosial, Ruang Tilas menjalin hubungan pelanggan yang erat dan memperoleh pendapatan dari layanan penjemputan, penjualan barang daur ulang, dan dukungan kemitraan. Sumber daya utama meliputi armada, staf, dan fasilitas, sementara kegiatan utama mencakup penjemputan, pengolahan, dan promosi. Dengan kemitraan strategis dan struktur biaya yang efisien, Ruang Tilas siap memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi lingkungan dan masyarakat.

Daftar Pustaka:

Albariq, M. R., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Menggunakan Analisis Swot Kona Koffee Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(1), 638–642.

Bornstein, D., & Davis, S. (2010). *Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know*. Oxford: Oxford University Press.

David, F. R. (2021). *Strategic Management: Concepts and Cases, a Competitive Advantage Approach* (17th ed.). New York: Pearson Education.

Published by:
Training & Research Institute
JERAMBA ILMU SUKSES

Drucker, P. F. (2007). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. London: Routledge.

Duratulhikmah, S. N., & Wijaya, F. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Pada Bidang Usaha Putu Bagja Catering Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, *10*(1), 629–637.

Gandhawangi, S. (2021). *Orang Indonesia Belum Terbiasa Memilah dan Mengolah Sampah*. Kompas. https://www.kompas.id/baca/bebas-akses/2021/01/13/orang-indonesia-belum-terbiasa-memilah-dan-mengolah-sampah/

Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization* (13th ed.). New Jersey: Cengage Learning.

Kurniawan, D. A. , & Santoso, A. Z. (2020). Pengelolaan Sampah di Daerah Sepatan Kabupaten Tangerang. *ADIMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 31–36.

Luthfi, Z., & Wijaya, F. (2024). Pengembangan Strategi Bisnis Tas Handmade Pada CV Cagho Prima Nusantara. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*, *5*(1), 154–170.

Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. Cambridge: O'Reilly Media, Inc.

Nicholls, A. (2006). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.

Nuryani, S., Wijaya, F., & Herlinawati, E. (2023). Callie Qudsiyyah's Business Development Strategy Uses SWOT Analysis and the Business Model Canvas. *Journal of Management Science (JMAS)*, *6*(1), 30–37.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New York: John Wiley & Sons.

Pearce, J. A. I., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic Management: Planning for Domestic & Global Competition* (13th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Perdana, M. H. G., Miranda, Z., & Junaiedi, A. (2023). Menanamkan Pemahaman Masyarakat Dalam Memaksimalkan Pemanfaatan Barang Bekas yang Mengandung Potensi Ekonomi, Melalui Sosialisasi Bank Sampah Di Pekon Sidorejo, Kecamatan Sumber Rejo, Kabupaten Tanggamus Tahun 2023. *Devotion: Journal Corner of Community Service*, *1*(4), 204–211.

Rahmah, N. A., Sari, N., & Amrina, D. H. (2021). Kajian mengenai Pengaruh Sampah Rumah Tangga terhadap Lingkungan dan Ekonomi Masyarakat Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung, dari Sudut Pandang Islam. *Holistic Journal of Management Research*, *6*(2), 42–59.

Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sahlman, W. A., Stevenson, H. H., Roberts, M. J., & Bhid, A. V. (1999). *The Entrepreneurial Venture* (2nd ed.). Cambridge: Harvard Business School Press.

Published by:
Training & Research Institute JERAMBA ILMU SUKSES

Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, *3*(2), 26–34.

Schumpeter, J. A. (2021). *The Theory of Economic Development* (1st ed.). London: Routledge.

SIPSN. (2023). *Capaian Kinerja Pengelolaan Sampah* .https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryaningprang, A., Saputro, A. H., Herlina, L., & Supiyadi, D. (2021). Development of Lemon-Based Beverage Business As a Community Immune Increase in the New Normality Era. *PASUNDAN INTERNATIONALOFCOMMUNITY SERVICES JOURNAL (PICS-J)*, *3*(2), 125–132.

Wibowo, H., & Nulhaqim, S. A. (2015). *Kewirausahaan Sosial: Merevolusi Pola Pikir dan Menginisiasi Mitra Pembangunan Kontemporer*. Bandung: Unpad Press.

Wijaya, F. (2021). Strategi Bisnis dalam Mengembangkan Usaha pada Kelompok Tani Kopi Buntis. *Jurnal Indonesia Membangun*, *20*(1), 1–15.

Copyrights

The author(s) retain copyright for this article, and the journal is granted first publication rights.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

Published by: