

Model Bisnis Sirkular, Solusi di Era Disrupsi

Fati Ramadhanti

Faculty Member School of Business and Economic, Universitas Prasetiya Mulya

Dalam beberapa tahun ke belakang, banyak sekali tantangan bagi dunia bisnis yang mendisrupsi sistem business as usual. Disrupsi ini datang silih berganti di waktu yang sangat singkat. Model bisnis apa yang bisa menjadi salah satu solusi?



Sumber: <https://i.ytimg.com/vi/YplBoptex9Q/maxresdefault.jpg>

Kita ambil contoh, pertama disrupsi dari sisi kesehatan yaitu pandemi Covid-19, yang mengubah banyak kebiasaan menjalankan kegiatan sehari-hari dengan penerapan *social distancing*. Hal ini mengubah tidak hanya kebiasaan individu, namun juga kegiatan

operasional bisnis, misalnya *border protection* yang mendisrupsi kegiatan distribusi antar daerah maupun antar negara.

Kedua, dari sisi perubahan iklim, saat ini dapat kita amati frekuensi bencana alam hidrometeorologi yang semakin meningkat, contohnya banjir, angin kencang dan kemarau yang berkepanjangan. Bencana alam ini, berdampak pada berkurangnya jumlah penawaran. Ketiga, disrupsi juga terjadi dari sisi geopolitik yaitu Perang Rusia dan Ukraina yang berimbas pada berbagai masalah pada perekonomian global.

Fenomena-fenomena tersebut mendisrupsi kegiatan bisnis di seluruh negara di dunia, utamanya dari sisi rantai penawaran (*supply chain*). Fluktuasi harga komoditas global yang terjadi akibat kelangkaan sumber daya menyebabkan berbagai harga bahan baku menjadi semakin mahal dan tidak menentu pergerakannya. Dari kaca mata pelaku usaha, tentu saja biaya bahan baku merupakan faktor penting yang harus diperhatikan. Kelangkaan bahan baku (*resource scarcity*) akan menjadi salah satu isu utama yang harus dihadapi oleh bisnis dalam beberapa dekade ke depan.

Dengan melihat perubahan zaman yang semakin penuh dengan disrupsi seperti sekarang, model *business as usual* perlu melakukan penyesuaian. Harus ada pengkinian pada model bisnis yang dapat mengakomodasi disrupsi dan menyerap risiko yang terjadi. Salah satu model bisnis yang dapat meminimalisir dampak disrupsi adalah model bisnis sirkular (*Circular Business Model*).

Mengapa Model Bisnis Sirkular Efektif?

Model bisnis sirkular adalah model bisnis yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi sirkular. Beberapa prinsip sirkular ekonomi berdasarkan Ellen Macarthur Foundation (2013) adalah mendesain produk yang tidak menghasilkan sampah (*design out waste*), memaksimalkan penggunaan sumber daya dengan guna ulang dan daur ulang, dan berpikir secara sistem (*system thinking*).

Ada tiga alasan utama mengapa model bisnis sirkular dapat menjadi strategi yang efektif dalam menjalankan bisnis di era disrupsi:

1. Model bisnis sirkular mengurangi ketergantungan akan sumber daya tidak terbarukan.

Model bisnis sirkular memberikan manfaat sumber daya (*sourcing value*). Contoh, salah satu hal yang bisa diterapkan pada model bisnis sirkular adalah dengan menerapkan sistem pengembalian (*take-back system*). Apabila bisnis kita dapat mengambil kembali produk yang kita jual, maka material dari produk tersebut dapat kita gunakan kembali dalam merangkai produk yang baru sehingga mengurangi ketergantungan perusahaan dengan fluktuasi harga bahan baku di pasar komoditas.

2. Model bisnis sirkular mengurangi dampak negatif aktivitas bisnis terhadap lingkungan.

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan dan eksploitasi sumber daya saat ini semakin meningkat. Penerapan model bisnis sirkular akan memberi manfaat lingkungan (*environmental value*) dimana akan terdapat pengurangan dampak negatif kepada lingkungan, misalnya pengurangan limbah yang dihasilkan. Dengan manfaat lingkungan yang dilakukan, perusahaan akan mendapat simpati dan reputasi yang lebih baik di mata masyarakat.

3. Kemajuan teknologi mendukung implementasi model bisnis sirkular.

Dengan kemajuan teknologi saat ini, sumber daya dapat digunakan secara lebih efisien. Misalnya, teknologi platform *ride-sharing* dapat meningkatkan nilai utilisasi kendaraan bermotor untuk dapat dipakai lebih banyak pengguna, ataupun teknologi *3D-printing* yang dapat meminimalisir jumlah sampah yang dihasilkan.

Ragam Strategi Bisnis Sirkular

Ada berbagai strategi bagi perusahaan dalam menerapkan model bisnis sirkular pada kegiatan operasional bisnis. Secara umum, beberapa strategi model bisnis sirkular ini dirangkum dalam kerangka “ReSOLVE” (Angelis, 2018; Ellen MacArthur Foundation, 2015), yaitu:

1. ***Regenerate*** (Meregenerasi), yaitu menggunakan material yang *bio-degradable* dan penggunaan energi terbarukan dalam proses produksi.

2. ***Share*** (Membagikan), yaitu meningkatkan nilai utilitas produk dengan berbagi antar pengguna barang

3. *Optimise* (Mengoptimalkan), yaitu meningkatkan efisiensi pada proses bisnis maupun produk
4. *Loop* (Mengembalikan), yaitu mensirkulasi produk/material yang habis masa guna kembali ke dalam sistem
5. *Virtualise* (Memvirtualisasikan), yaitu menyajikan produk secara digital
6. *Exchange* (Pertukaran), yaitu bertukar teknologi dan material untuk meningkatkan efisiensi sumber daya



Source: Ellen MacArthur Foundation (2015)

Praktiknya di Indonesia dan Dunia

Bisnis dapat mengevaluasi kegiatan operasional mereka saat ini dan menggunakan kerangka ReSOLVE sebagai referensi dalam mengadopsi model bisnis sirkular. Misalnya, perusahaan pembuat *smartphone* ingin mengurangi ketergantungan biaya impor bahan baku metal, seperti tembaga dan litium.

Perusahaan tersebut dapat menerapkan strategi “*Loop*” atau bisa juga disebut sistem pengembalian (*take-back system*). Dengan penerapan sistem pengembalian tersebut, produsen dapat memanfaatkan kembali material seperti tembaga dan litium pada *smartphone* yang dikembalikan konsumen.

Proses “*regenerate*” bisa dilakukan dalam bentuk menyediakan produk yang *biodegradable*, seperti perusahaan Indonesia, yaitu Evoware, yang menyediakan kemasan *biodegradable* untuk kebutuhan kemasan produk-produk konsumen dan industri makanan. Dengan perkembangan isu sampah dan lingkungan saat ini, biaya perusahaan dalam membuang ataupun mengelola limbah yang tidak ramah lingkungan akan semakin meningkat. Peralihan material produk maupun kemasan menggunakan material *biodegradable* akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Strategi lainnya juga sudah diterapkan di beberapa perusahaan, baik dalam maupun luar negeri. Proses “*optimize*” dapat diterapkan dari sisi proses bisnis maupun dari sisi produk. Dari sisi proses bisnis, perusahaan *FLOW2* di Belanda bisa menjadi contoh. *FLOW2* adalah *platform* berbagi pintar yang memudahkan perusahaan untuk melakukan *matchmaking* baik untuk perlengkapan bisnis maupun tenaga kerja. Melalui platform ini, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dalam proses bisnisnya.

Dari sisi produk, optimisasi dilakukan oleh Senormal, salah satu perusahaan penyedia cairan pembersih di Indonesia. Biasanya, pada gerai belanja, kita akan menemui cairan pembersih yang dijual menggunakan kemasan plastik tebal. Senormal mengoptimisasi bentuk produk pembersih tidak dalam bentuk cairan, namun berbentuk tablet padat. Untuk penggunaannya, tablet pembersih akan dicairkan oleh konsumen di rumah.

Dengan transformasi format produk yang mereka lakukan, Senormal sudah banyak mengurangi biaya produksi karena tidak memerlukan kemasan plastik tebal dan juga menghemat biaya distribusi karena format tablet yang padat lebih mudah dan ringan untuk didistribusikan.

Contoh lain penerapan model bisnis sirkular adalah perusahaan *Bundles* di Belanda yang melihat adanya masalah terkait banyaknya sampah elektronik yang dihasilkan masyarakat modern. *Bundles* melihat salah satu produk elektronik, yaitu mesin cuci, dapat ditingkatkan nilai utilitasnya dengan menyewakan mesin cuci dibandingkan menjualnya ke konsumen.

Dengan sistem sewa, konsumen akan membeli servis dari produk tersebut yaitu membersihkan pakaian kotor dan tidak perlu khawatir terkait kegiatan *maintenance* maupun kerusakan mesin cuci tersebut. Di sisi lain, perusahaan akan menerima bayaran atas servis yang diberikan dan dapat menjaga serta memperbaiki produk tersebut dengan keahlian yang memang dimiliki oleh mereka.

Di Indonesia, strategi “*Share*” ini sudah diterapkan oleh perusahaan *Style Theory*. Alih-alih menjual baju kerja/baju pesta, *Style Theory* menyewakan pakaian formal dan semi-formal tersebut kepada para konsumennya. Penerapan strategi “*Share*” ini, dapat menjadi solusi yang *win-win-win*. Konsumen tidak perlu memiliki produk, melakukan *maintenance* ataupun memperbaiki produk. Perusahaan dapat memberikan keahlian mereka dalam merawat dan memperbaiki produk secara maksimal, dan dampak lingkungan yang lebih baik karena pengurangan sampah dan efisiensi pada sumber daya tidak terbarukan. Secara umum, perusahaan dapat menyematkan kerangka ReSOLVE dalam salah satu ataupun sepanjang rantai nilai (*value chain*) yang dirasa relevan dengan kegiatan operasional bisnis.

Penerapan Teknologi

Hingga saat ini, kerangka model bisnis sirkular masih terus berkembang. Seiring perkembangan teknologi, model bisnis sirkular lainnya dapat bermunculan. Banyak perusahaan kecil maupun besar yang sudah mencoba menerapkan strategi bisnis sirkular di dalam aktivitas bisnis mereka.

Namun demikian, strategi-strategi tersebut tidak serta-merta dapat diimplementasikan ke semua jenis bisnis. Butuh proses identifikasi terkait *consumer’s perceived value*, kesesuaian sumber daya, kemampuan dari bisnis, dan rencana proses transisi yang matang. Misalnya, proses “*Loop*” akan lebih sesuai untuk perusahaan yang memiliki jaringan distribusi yang baik sehingga memudahkan proses pengembalian produk dari konsumen ke produsen.

Contoh lainnya, strategi “*Share*” perlu mempertimbangkan sensitivitas harga pada konsumen dalam membandingkan biaya sewa produk dalam jangka waktu panjang dengan biaya beli produk tersebut.

Dengan proses identifikasi dan transisi yang terencana dengan baik, perusahaan dapat lebih *agile* menghadapi perubahan dan disrupsi yang terjadi. Model bisnis sirkular adalah

model bisnis yang sangat relevan dan menunjang perusahaan untuk menghadapi tantangan dan bertumbuh di era disrupsi. Model bisnis sirkular adalah model bisnis masa depan.

Referensi:

- Angelis, R. De. (2018). *Business Models in the Circular Economy*. Palgrave Macmillan.
- Ellen MacArthur Foundation. (2013). *Towards The Circular Economy: Economic and business rationale for an accelerated transition*.
- Ellen MacArthur Foundation. (2015). *Towards a Circular Economy: Business Rationale for an Accelerated Transition*.