

MEMPERKUAT IMPLEMENTASI EKONOMI SIRKULAR DI INDONESIA

MODUL 5 AJAR 5

PANDUAN MERANCANG MODEL BISNIS SIRKULAR



MEMPERKUAT IMPLEMENTASI
EKONOMI SIRKULAR
DI INDONESIA

MODUL **5**
AJAR

PANDUAN MERANCANG
MODEL BISNIS SIRKULAR

Dokumen ini diterjemahkan dari
CIRCULAR BUSINESS MODEL DESIGN GUIDE
Ellen MacArthur Foundation, University of Exeter, and PA Consulting (2020)

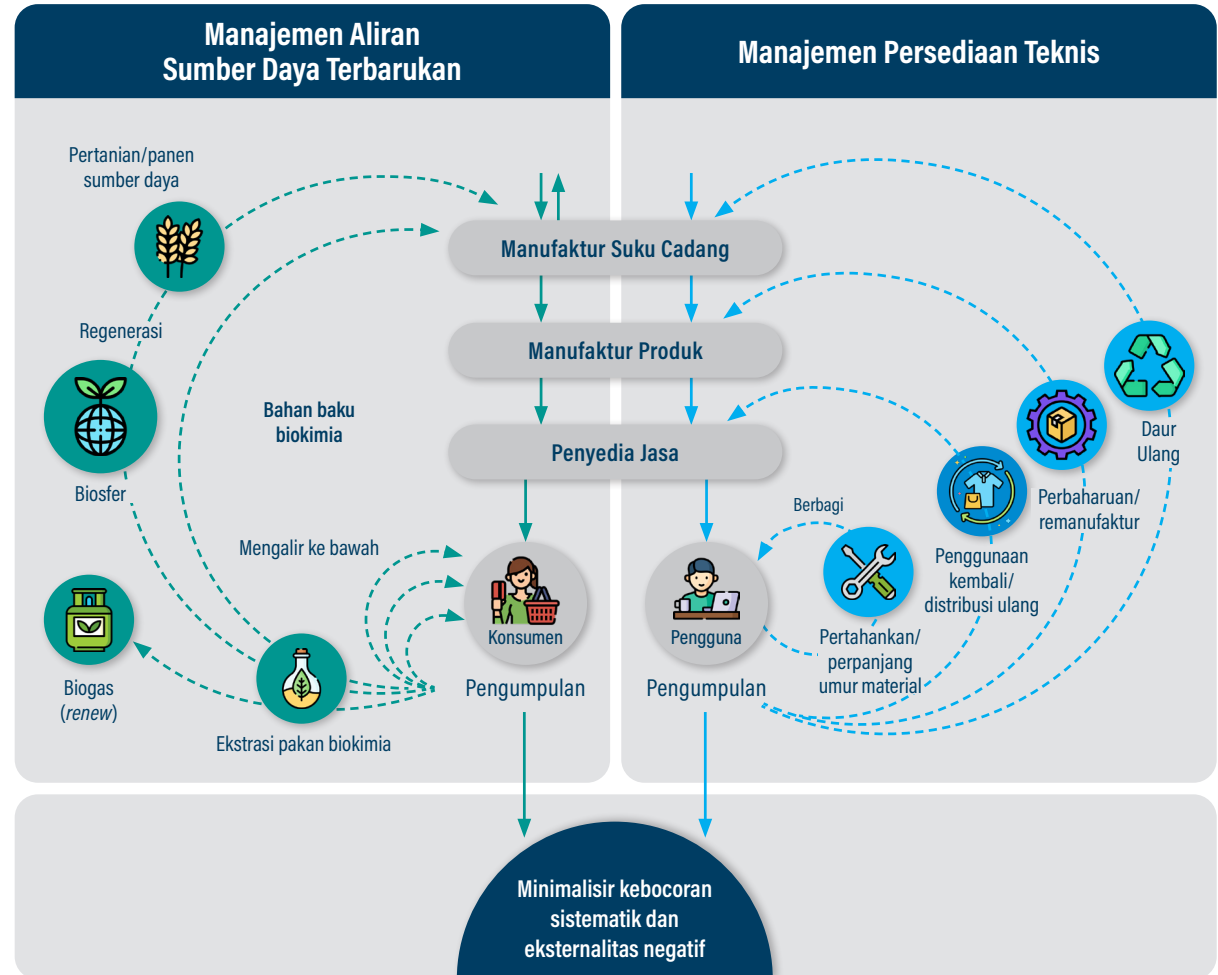
Daftar Isi

Perkenalan: Berbagai Cara Menciptakan Nilai dengan Ekonomi Sirkular	2
Panduan Navigasi	3
1 Mengidentifikasi Peluang Bisnis Sirkular	4
A. Memetakan Alur Nilai yang Ada Saat Ini	5
B. Mempertimbangkan Nilai yang Hilang dan Nilai yang Memiliki Risiko	7
C. Identifikasi Peluang Nilai Sirkular	9
2 Menciptakan Proposisi Nilai Sirkular	11
A. Identifikasi Pelanggan dan Mitra Utama	12
B. Merumuskan Kerjasama yang Saling Menguntungkan	14
3 Identifikasi Kemampuan Sirkular Organisasi	16
A. Penilaian Kemampuan Sirkular	17
4 Identifikasi Strategi Harga yang Dibutuhkan untuk Mengembangkan Model Bisnis yang Berkelanjutan secara Finansial	19
A. Identifikasi Strategi Harga	20
Materi Pendukung	22
Contoh Lengkap	36

Perkenalan: Berbagai Cara Menciptakan Nilai dengan Ekonomi Sirkular

Menurut laporan dari Ellen MacArthur Foundation (EMF), hanya lima persen dari nilai sebuah material yang berhasil dipulihkan. Ekonomi Sirkular memberikan model ekonomi alternatif melalui desain restoratif dan regeneratif yang bertujuan untuk menjaga nilai dalam penggunaan produk, komponen, dan material. Dalam penerapannya, banyak peluang sirkularitas yang dapat dimanfaatkan seperti reuse, multiple uses, cascading uses, dan loop tertutup bagi siklus teknis atau biologis.

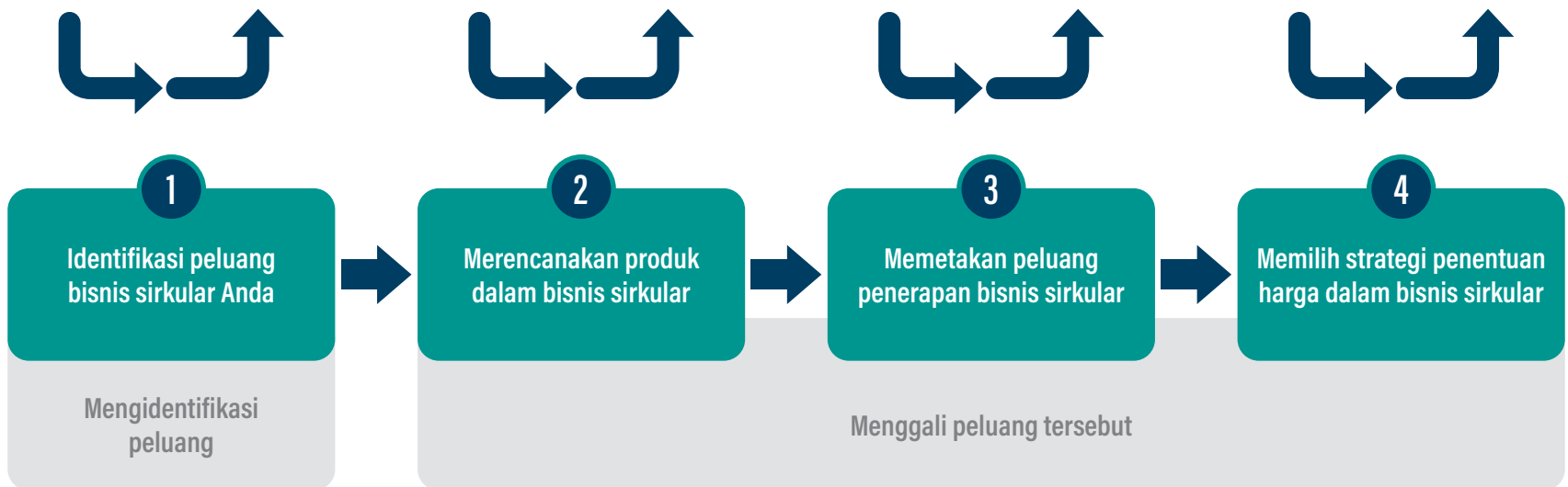
Bisnis sirkular memiliki peran penting dalam transisi menuju ekonomi sirkular, dan terdapat peluang komersial untuk memulihkan, menghasilkan, dan memaksimalkan nilai material dalam sistem produksi dan konsumsi. Hal ini diwujudkan melalui ekstensi masa pakai produk, reuse, remanufacturing, upcycling dan downcycling, serta daur ulang. Kunci transisi ekonomi sirkular berada pada model bisnis baru, penggunaan teknologi, dan pola pikir baru.



Panduan Navigasi

Akankah Langkah Ini Bekerja?

Akses Berkelanjutan ke Arah Sirkularitas yang Layak



1 Mengidentifikasi Peluang Bisnis Sirkular

Terdapat tiga bagian yang dipertimbangkan dalam langkah ini:

1. nilai yang ada di sistem bisnis;
2. nilai yang hilang dan beresiko; dan
3. kesempatan untuk memulihkan nilai yang hilang dan memaksimalkan nilai yang ada (sirkular).

Dua konsep sirkular akan membantu Anda menyelesaikan langkah ini:

- **Kekuatan sirkularitas – yang menjelaskan cara membuat nilai ekonomi melalui *loop* sumber daya dan produk;**
- **Kategorisasi nilai sirkular khas dari sebuah model bisnis yang menempatkan pendekatan *looping* ke dalam praktik bisnis.**

1

A: Memetakan Alur Nilai yang Ada Saat Ini

Tujuan

Mengidentifikasi alur nilai yang ada saat ini pada sistem Anda, nilai apakah itu, bagaimana mengukurnya.

Pikirkan juga:

Nilai apa yang saya sediakan?
Bagian nilai yang mana yang bisa saya kelola?

1

B: Mempertimbangkan Nilai yang Hilang dan Nilai yang Memiliki Resiko

Tujuan

Mengidentifikasi nilai mana yang akan hilang dan memiliki potensi risiko di masa depan.

Pikirkan juga:

Di bagian mana kehilangan nilai ini terjadi, apakah ada siklus yang terbuka atau tidak lengkap?

Apa perkembangan jaman yang bisa menyebabkan kehilangan nilai?

1

C: Identifikasi Peluang Sirkular

Tujuan

Mengidentifikasi peluang untuk menangkap nilai atau menutup siklus sehingga memulihkan nilai yang hilang, memaksimalkan nilai eksisting atau mengamankan nilai yang berisiko hilang.

Pikirkan juga:

Di mana ada peluang untuk menutup *loop*? Di mana model bisnis sirkular dapat diterapkan?

Siapa yang mendapatkan manfaat?

1 A: Memetakan Alur Nilai yang Ada Saat Ini



1

A: Memetakan Alur Nilai yang Ada Saat Ini - *catatan*

Tujuan

Mengidentifikasi aliran nilai yang ada dalam sistem bisnis Anda saat ini.

Berpikir tentang

- Nilai apa yang bisnis saya tawarkan? Apa tipe nilainya?
- Bagian mana dari rantai nilai yang dapat bisnis saya kelola/ pengaruhi langsung?

Instruksi

1. **Anda dapat menggunakan *post-it* untuk mengidentifikasi tahapan produksi dari sistem nilai yang dipertimbangkan**, mulai dari ekstraksi dan pengadaan bahan baku, manufaktur/produksi, distribusi dan penjualan, konsumsi, dan pasca-konsumsi serta pemrosesan akhir.
2. **Bedakan alur yang dapat perusahaan Anda kendalikan dan kelola** di dalam sistem sirkular sendiri, **serta yang tidak dapat kendalikan sendiri** seperti nilai yang dikelola oleh pemasok atau mitra.
3. **Pertimbangkan empat tipe nilai** dalam aliran sistem Anda (lihat Konsep Pendukung, kotak kanan).

Konsep Pendukung: Empat tipe nilai

Nilai sumber daya

Produk, bahan, energi, orang, ruang, proses, aliran limbah

Nilai konsumen

Manfaat yang diberikan kepada perubahan kepada konsumen melalui produk atau layanan

Nilai data

Data yang dikumpulkan dari produk atau layanan Anda, inovasi paten

Nilai hubungan

Nilai jaringan dan kemitraan, loyalitas konsumen, nilai seumur hidup konsumen.

Dalam CE dan sistem keberlanjutan, ini juga penting bahwa perspektif *multi-stakeholder* dipertimbangkan, yaitu bahwa nilai disediakan untuk:

- lingkungan;
- masyarakat;
- ekonomi.

1 B: Mempertimbangkan Nilai yang Hilang dan Nilai yang Memiliki Risiko

1 A:

Tujuan →

Pikirkan tentang →

Instruksi →

NILAI YANG DIKONTROL DAN DIKELOLA

NILAI YANG TIDAK DIKELOLA

Nilai yang hilang atau yang memiliki risiko:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____

1 B: Mempertimbangkan Nilai yang Hilang dan Nilai yang Memiliki Resiko - *catatan*

Tujuan

Identifikasi terjadinya **kehilangan nilai di dalam bisnis Anda**, baik yang sudah terjadi atau yang mungkin akan terjadi.

Berpikir tentang

- Di bagian mana kehilangan nilai ini terjadi, apakah ada siklus yang terbuka atau tidak lengkap?
- Apa perkembangan zaman yang bisa menyebabkan kehilangan nilai?

Instruksi

1. Dengan menggunakan peta sistem **Anda dari 1A**, identifikasi semua jenis **nilai yang mungkin hilang** karena siklus nilai yang terbuka atau tidak lengkap (lihat Konsep Pendukung di box kanan).
2. **Identifikasi nilai apa saja di dalam sistem yang mungkin menjadi risiko di masa depan** karena adanya beragam perubahan seperti: keamanan sumber daya, perubahan iklim, regulasi, dll.
3. **Pertimbangkan berapa banyak nilai yang hilang atau berisiko, dan mengapa hal tersebut terjadi** (misal: karena perubahan struktur industri, kekuatan kompetisi bisnis dan hambatan teknis lainnya).
4. **Buat daftar prioritas area risiko nilai** berdasarkan kepentingan dan dampaknya terhadap bisnis Anda.

Konsep Pendukung: **Kekuatan Sirkularitas**

Kekuatan *inner circle*

Bahan dan sumber daya digunakan kembali, diperbaharui atau diproduksi ulang melalui konsep seperti modularitas dan pasar barang bekas.

Kekuatan *loop produk yang lebih lama*

Produk, komponen, atau bahan dirancang untuk bertahan lebih lama, lebih tahan lama dan lebih mudah diperbaiki.

Kekuatan *penggunaan turunan yang mengalir cascading*

Produk dan bahan memiliki sekunder dan penggunaan tersier daripada pembuangan.

Kekuatan *loop sempurna*

Nilai jaringan dan kemitraan, loyalitas konsumen, nilai seumur hidup konsumen.

1 C: Identifikasi Peluang Sirkular



Tujuan →



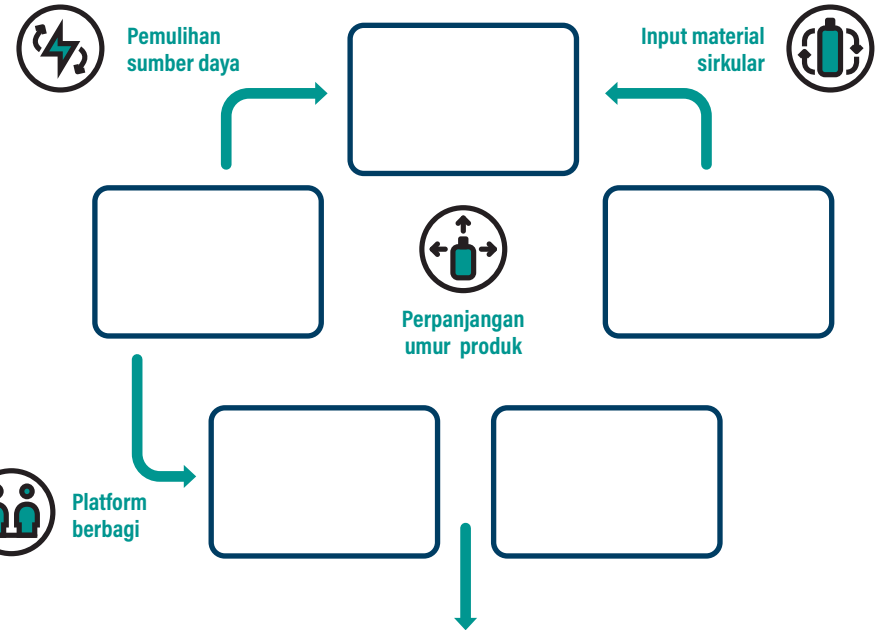
Pikirkan tentang →



Instruksi →

Nilai yang hilang atau yang memiliki risiko:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. **1 B:** _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____



MENANGKAP IDE SIRKULAR

Deskripsi ide:	Deskripsi ide:	Deskripsi ide:	Deskripsi ide:
Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan:	Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan:	Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan:	Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan:

1

C: Identifikasi Kesempatan Sirkular - *catatan*

Tujuan

Mengidentifikasi peluang untuk menangkap nilai atau menutup siklus sehingga memulihkan nilai yang hilang, memaksimalkan nilai eksisting atau mengamankan nilai yang berisiko hilang.

Berpikir tentang

- Di mana ada peluang untuk menutup *loop*? Di mana model bisnis sirkular dapat diterapkan?
- Siapa yang mendapat manfaat penerapan ekonomi sirkular?

Instruksi

1. **Modifikasi peta aliran material dan nilai produk Anda** (lembar kerja 1A) dengan menambahkan ide-ide sirkular yang menjawab potensi kehilangan nilai (lembar kerja 1B).
2. **Pertimbangkan cara membuat dan menutup *loop* untuk memulihkan atau menghemat nilai produk.** Pada lembar kerja, gambar panah di antara tahapan berfungsi untuk menggambarkan di mana saja potensi ini terjadi, sesuai dengan model bisnis sirkular.
3. **Tuliskan ide Anda untuk mengidentifikasi jenis nilai sirkular yang dihasilkan** dan siapa yang diuntungkan darinya.

Konsep Pendukung: **Lima Model Bisnis Sirkular**

Platform Berbagi

Meningkatkan pemanfaatan produk dengan penggunaan/akses/kepemilikan produk atau layanan bersama, hal ini memudahkan konsumen untuk dapat mengonsumsi produk dengan lebih murah.

Jasa sebagai Produk (*Product as a Service*)

Produk tidak lagi dimiliki secara eksklusif tetapi dapat digunakan oleh satu atau banyak pelanggan melalui sewa atau perjanjian *pay-for-use*.

Perpanjangan Umur Produk

Memperpanjang masa pakai suatu produk untuk memastikan nilai produk tetap berharga selama mungkin.

Pemulihan Sumber Daya

Memulihkan energi dan bahan yang digunakan dalam produksi dan konsumsi produk agar mereka dapat digunakan kembali.

Input Material Sirkular

Meminimalkan penggunaan sumber daya baru, dan mendesain sumber daya dan produk agar dapat digunakan kembali atau didaur ulang.

2 Menciptakan Proposisi Nilai Sirkular

Terdapat dua bagian dalam langkah ini:

1. Mengidentifikasi pelanggan dan mitra utama yang mana akan sangat penting untuk sebuah model bisnis.
2. Merumuskan kerjasama yang saling menguntungkan dan dapat menciptakan proposisi nilai sirkular bagi kedua belah pihak.

Bagian Ini Memiliki Dua Langkah:

2

A: Identifikasi Pelanggan dan Mitra Utama

Tujuan

Mengidentifikasi pelanggan utama dan kelompok mitra yang penting untuk kesuksesan bisnis sirkular Anda.

2

B: Merumuskan Kerjasama yang Saling Menguntungkan

Tujuan

Mengidentifikasi pelanggan utama dan kelompok mitra yang penting untuk kesuksesan bisnis sirkular Anda.

Konsep Pendukung

Dalam ekonomi sirkular, sering kali dibutuhkan hubungan yang lebih beragam untuk menciptakan keuntungan yang setara. Jumlah nilai sirkular yang diselamatkan ataupun dibuat merupakan hasil dari hubungan yang berkelanjutan dari waktu ke waktu, dengan adanya pertukaran informasi.

Contoh: Mekanisme untuk menyelamatkan produk dan bahan baku dari konsumen setelah digunakan, atau mengetahui detail dari kondisi dan penggunaan dari produk/material tersebut.



2 A: Identifikasi Pelanggan dan Mitra Utama



Tujuan →



Pikirkan tentang →



Instruksi →

Siapa pelanggan dan mitra utama yang diperlukan untuk mewujudkan bisnis Anda yang sirkular?	Seberapa penting mereka agar bisnis sirkular Anda sukses? (Tinggi/Sedang/Rendah)

2

A: Identifikasi Pelanggan dan Mitra Utama – *catatan*

Tujuan

Mengidentifikasi kelompok pelanggan dan mitra utama yang penting bagi kesuksesan bisnis sirkular Anda.

Berpikir tentang

- Pelanggan
- Pemasok
- Mitra distribusi
- Mitra pemasaran
- Penyedia infrastruktur
- Keseluruhan daur hidup produk dan material

Instruksi

1. **Tinjau sistem nilai yang telah Anda buat dan ide nilai sirkular yang telah Anda tulis** dalam langkah-langkah 1A, 1B, dan 1C.
2. **Cantumkan hasil tersebut dalam lembar kerja 2A** (lihat halaman sebelumnya) yang memuat jenis pelanggan dan mitra utama yang Anda perlukan untuk berinteraksi yang membantu Anda memaksimalkan peluang bisnis sirkular.
3. **Pertimbangkan berbagai jenis pertukaran nilai** dengan organisasi dalam seluruh sistem nilai.
4. **Berikan penilaian seberapa penting peran masing-masing pihak dalam membantu meneruskan ide sirkular Anda** dan seberapa besar kemampuan yang mereka miliki dalam menangkap nilai sirkular.

2 B: Merumuskan Kerjasama yang Saling Menguntungkan

Anda mengerti dengan siapa Anda perlu bermitra, gunakan lembar kerja berikut untuk memahami kebutuhan mereka dan mengembangkan kerjasama.



Tujuan →



Pikirkan tentang →



Instruksi →

		Peluang	
		Pelanggan atau Mitra	Organisasi Anda
Kebutuhan	Hasil/Keluaran	Hasil atau keluaran apa mereka cari dan yang dapat Anda bantu?	Hasil atau keluaran apa yang Anda kejar yang membutuhkan mitra?
	Kebutuhan	Apa kebutuhan spesifik mereka?	Apa kebutuhan spesifik Anda?
	Mengapa?	Mengapa calon mitra ini mau membantu Anda?	Mengapa Anda mau membantu calon mitra?
Kerjasama	Penawaran	Apa yang dapat Anda tawarkan untuk memenuhi kebutuhan mereka? Bagaimana penawaran Anda membantu calon mitra Anda?	Apa yang dapat calon mitra Anda tawarkan untuk memenuhi kebutuhan Anda?
	Manfaat	Apa manfaat tambahan yang unik yang dapat Anda berikan sehingga menjadi pembeda dari kompetitor?	Apa manfaat yang bisa Anda dapatkan dari calon mitra?
	Model Pertukaran	Bagaimana pertukaran dapat terjadi dengan baik?	
		Melalui channel apa pertukaran akan dilakukan?	
	Batasan	Apa yang calon mitra TIDAK dapatkan dari Anda? (yang mungkin tersedia dari pesaing)	Apa yang TIDAK didapatkan dari calon mitra Anda?

2

B: Merumuskan Kerjasama Yang Saling Menguntungkan – *catatan*

Tujuan

Menentukan proposisi *win-win value* untuk pelanggan dan setiap mitra utama.

Berpikir tentang

- Pertukaran manfaat pada produk dan bahan, data dan layanan, tidak hanya uang.
- Perubahan yang terjadi seiring waktu, tidak hanya pada poin pembelian.
- Bagian-bagian yang dapat memberatkan konsumen yang mungkin menjadi tantangan penerapan bisnis sirkular.

Instruksi

1. Lengkapi lembar kerja 2B untuk masing-masing mitra utama yang Anda identifikasi.
2. Mulailah dengan hasil/keluaran dan kebutuhan spesifik dari Anda dan mitra miliki.
3. Pertimbangkan jenis segmen bisnis mitra yang **berbeda**, atau gunakan tren konsumsi pelanggan untuk memahami perspektif mitra Anda.
4. Kembangkan proposisi nilai yang saling **menguntungkan**, dan tentukan bagaimana hal ini dapat bekerja dalam praktik nyata
5. **Libatkan organisasi Anda dengan organisasi mitra** dan pertimbangkan untuk turut berkolaborasi dengan mereka dalam mengisi lembar kerja ini.

3

Identifikasi Kemampuan Sirkular Organisasi

Langkah ini bertujuan untuk mengidentifikasi kemampuan spesifik yang Anda butuhkan untuk membuat bisnis Anda menjadi lebih sirkular.

Hal ini termasuk:

- Kemampuan operasi dan dukungan teknis, yang disesuaikan dengan model bisnis sirkular.
- Mengidentifikasi kemampuan sirkular yang dibutuhkan bisnis Anda, kemampuan yang mungkin baru atau pengembangan dari sebelumnya.

Bagian Ini Memiliki Satu Langkah:

3

A: Penilaian Kemampuan Sirkular

Tujuan

Untuk mengidentifikasi kemampuan yang dibutuhkan untuk mengoperasikan secara sukses bisnis sirkular Anda yang baru.




Konsep Pendukung:

1. **Untuk menghasilkan kemampuan tersebut secara sukses, bisnis membutuhkan kombinasi sumber daya** (seperti sumber daya manusia, informasi, aplikasi, dan fasilitas) yang dikelola dalam cara yang benar (contoh: proses dan strukturnya).
2. **Kemampuan operasional dan pendukung yang dibutuhkan akan berbeda tergantung pada sejumlah model bisnis sirkular** yang ada.


3 A: Penilaian Kemampuan Sirkular

Sekarang setelah Anda memahami dengan siapa Anda perlu bermitra serta kebutuhan mereka, gunakan lembar kerja kemampuan sirkular berikut untuk mendefinisikan sebuah operasi bisnis sirkular yang sukses.




Tujuan →

Rencana Aksi	(Aksi 1)		(Aksi 2)		(Aksi 3)		(Aksi 4)	
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kebutuhan sumber daya	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●



Pikirkan tentang →

Rencana Aksi	(Aksi 1)		(Aksi 2)		(Aksi 3)		(Aksi 4)	
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kebutuhan sumber daya	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●



Instruksi →

Rencana Aksi	(Aksi 1)		(Aksi 2)		(Aksi 3)		(Aksi 4)	
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kemampuan	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●
Kebutuhan sumber daya	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●	(Kemampuan yang dibutuhkan)	● ● ●

● Kemampuan tidak ada dan tidak mudah didapatkan

● Kemampuan ada dan bisa didapat, namun butuh dikembangkan

● Kemampuan ada dan mudah didapatkan

3

A: Penilaian Kemampuan Sirkular - catatan

Tujuan

Mengidentifikasi kemampuan spesifik yang Anda butuhkan untuk membuat bisnis Anda menjadi lebih sirkular.

Berpikir tentang

Kemampuan/kapasitas operasional dan kapasitas pendukung

Instruksi

1. **Identifikasi langkah-langkah aktivitas penambah nilai utama** untuk inisiatif sirkular Anda ke dalam tabel (lihat halaman 19).
2. **Uraikan setiap langkah aktivitas menjadi kemampuan yang diperlukan** untuk melakukan hal tersebut (gunakan daftar prompt kemampuan sirkular pada kotak Konsep Pendukung, sebelah kanan).
3. **Identifikasi sumber daya penting yang Anda butuhkan untuk memenuhi kemampuan tersebut.** Pertimbangkan keterampilan, fasilitas atau peralatan, informasi, teknologi, serta hubungan dengan mitra.
4. **Kode warna kesiapan kemampuan sirkular** berikut memandu Anda untuk fokus kegiatan dalam pengembangan bisnis:
 - a. **Merah** – kemampuan tidak ada dan tidak mudah didapatkan
 - b. **Kuning** – kemampuan ada dan bisa didapat, namun butuh dikembangkan
 - c. **Hijau** – kemampuan ada dan mudah didapatkan

Konsep Pendukung: Kemampuan Sirkular

- Kemampuan operasional sirkular
- Kemampuan pendukung sirkular

4

Identifikasi Strategi Harga yang Dibutuhkan Untuk Mengembangkan Model Bisnis yang Berkelanjutan secara Finansial

Langkah ini mengidentifikasi strategi menentukan harga yang akan membantu Anda memonetisasi nilai sirkular bisnis Anda, membuat bisnis Anda menjadi layak untuk dikembangkan lebih lanjut.

Hal ini termasuk:

- Strategi penetapan harga yang berbeda dan bagaimana mereka menyesuaikan dengan prinsip ekonomi sirkular.
- Alat strategi penetapan harga yang membantu Anda memilih strategi yang sesuai, serta mengevaluasi implikasinya.

Bagian Ini Memiliki Satu Langkah:

4

A: Identifikasi Strategi Harga

Tujuan

Memahami strategi harga yang potensial diterapkan yang dapat mendukung tercapainya tujuan ekonomi sirkular Anda.






Konsep Pendukung:

1. Langkah-langkah sebelumnya telah berfokus pada konsep nilai sirkular, kontribusi apa yang dapat diberikan ekonomi sirkular untuk lingkungan dan masyarakat.
2. Agar bisnis Anda sukses beroperasi, maka perlu untuk menciptakan banyak *value* bagi pelanggan dan mitra sebagai pendapatan, serta untuk membiayai bisnis itu sendiri.
3. Untuk menarik modal investasi, menutupi biaya operasional, dan berinvestasi serta mengembangkan bisnis di masa depan, maka bisnis harus layak secara finansial, tidak hanya hanya sekedar menciptakan *value* dalam *value system*.

4 A: Identifikasi Strategi Harga dalam Bisnis Sirkular

Sekarang setelah Anda memahami proposisi pertukaran nilai, gunakan alat strategi penetapan harga berikut untuk menentukan model penetapan harga yang tepat untuk peluang bisnis sirkular Anda.

Nama peluang:		Implikasi:			
 Tujuan →	 Pikirkan tentang →	 Instruksi →	Strategi harga yang mana yang tepat untuk peluang ini?	Apa manfaat memilih strategi harga ini dibanding kompetitor yang masih di ekonomi linear?	
				Bagaimana Anda menangkap dan melaporkan nilai yang jika tidak dimanfaatkan akan hilang?	
				Bagaimana customer menerima manfaat dari strategi harga ini?	
				Bagaimana kemampuan membayar dari customer?	
				Apa implikasi organisasi terhadap bisnis Anda?	
				Bagaimana strategi harga ini berdampak pada pemasukan dan pengeluaran?	

4

A: Identifikasi Strategi Harga dalam Bisnis Sirkular – *catatan*

Tujuan

Memahami strategi harga yang potensial diterapkan yang dapat mendukung tercapainya tujuan ekonomi sirkular Anda.

Berpikir tentang

- Strategi harga yang sesuai dengan peluang bisnis sirkular yang telah diidentifikasi.
- Implikasi strategi harga terhadap dampak dan manfaat.
- Siapa yang menjadi penerima manfaat dan bagaimana kemauan dan kemampuan membayar yang mereka miliki?

Instruksi

1. Identifikasi model penetapan harga yang mana (lihat konsep pendukung, benar) paling cocok dengan peluang yang teridentifikasi.
2. Pertimbangkan pertanyaan dalam penetapan harga strategi (lihat materi pendukung) dan bagaimana ini akan selaras dengan model bisnis Anda.
3. Setelah Anda mengidentifikasi model penetapan harga yang sesuai dengan model bisnis Anda, gunakan template alat strategi penetapan harga untuk dipikirkan melalui implikasi untuk bisnis Anda.

Konsep Pendukung:

Terdapat dua strategi harga yang umum diterapkan:

1. **Harga untuk memiliki produk** - membayar agar segera dapat memiliki produk tanpa batas waktu.
2. **Harga untuk mengakses layanan produk**, dengan masa pemakaian sesuai dengan perjanjian yang disepakati kedua belah pihak.

A top-down view of various fresh vegetables arranged on a dark, textured surface. The vegetables include green beans, eggplants, onions, chili peppers, and other produce. A central teal box with a white border contains the text 'MATERI PENDUKUNG'.

MATERI PENDUKUNG

Materi Pendukung Bagian 1

Tujuan dari bagian ini:

Tujuan dari bagian ini adalah untuk memberikan informasi dan konsep pendukung lebih lanjut untuk langkah-langkah dan alat-alat dalam bagian utama.

Informasi ini memandu Anda melalui:

- Latihan dalam lembar kerja dan memberikan inspirasi saat mengidentifikasi kesempatan sirkular.
- Membantu menetapkan model bisnis sirkular mana yang akan paling cocok dan paling relevan untuk organisasi Anda.

Bagian ini dibagi menjadi tiga topik utama:

1A

Nilai Taksonomi

Tujuan

Mengidentifikasi jenis nilai dari sebuah organisasi, berwujud dan tidak berwujud, yang dapat dicapai dalam sistem ekonomi sirkular mereka.

1B

Kekuatan Sirkularitas

Tujuan

Memberikan wawasan mengenai bagaimana sirkularitas dapat menciptakan nilai dalam empat cara.

1C

Praktik Model Bisnis Sirkular

Tujuan

Menjelaskan lima model bisnis sirkular, cara kerjanya dalam praktik, manfaatnya, dan bagaimana mereka dapat menciptakan nilai dalam kaitannya dengan kekuatan sirkularitas.

1A Nilai Taksonomi

Kerangka taksonomi nilai mengidentifikasi berbagai jenis nilai yang tersedia dalam sistem sirkular, dan akan membantu menyelesaikan langkah 1A dalam bagian utama.

Kerangka Taksonomi Nilai, dikembangkan oleh Haines-Gadd dan Charnley, membantu mengidentifikasi dan memahami berbagai jenis nilai yang tersedia di dalam sistem CE. Melalui tinjauan literatur dan analisis studi kasus yang mereka usulkan ada yang *tangible*/eksplisit dan *intangible*/nilai implisit dalam CE.

Nilai *tangible*/eksplisit adalah nilai yang dapat dikapitalisasi pada:

Nilai sumber daya, nilai pelanggan, nilai hubungan, nilai data/pengetahuan.

Nilai *intangible*/implisit adalah nilai yang dihasilkan sebagai hasil dari sistem sirkular:

Stabilitas dan kontrol, simbiosis, positif dampak sosial, altruisme, perubahan perilaku.

Empat Tipe Nilai *Tangible* yang Perlu Dipertimbangkan dalam Aliran Material dan Nilai Produk Anda

Nilai Sumber Daya

Produk, bahan, energi, orang, ruang, proses, sampah.

Nilai Konsumen

Manfaat yang diberikan kepada konsumen melalui produk atau layanan.

Nilai Data

Data yang dikumpulkan dari produk atau layanan Anda, inovasi paten.

Nilai Hubungan

Nilai jaringan dan kemitraan, loyalitas konsumen, nilai seumur hidup konsumen.

Empat Tipe Nilai *Intangible*

Stabilitas dan Kontrol

Dampak Sosial Positif

Altruisme

Perubahan Perilaku

1B Kekuatan Sirkularitas

Nilai sirkularitas dapat diciptakan melalui empat cara. Bacalah deskripsi berikut untuk membantu memberikan ide bagi Anda dalam menciptakan nilai dan peluang bisnis sirkular Anda saat menyelesaikan langkah 1B pada bagian utama.

Empat Kekuatan Sirkularitas			
Kekuatan inner circle	Kekuatan <i>loop</i> produk yang lebih lama	Kekuatan penggunaan turunan yang mengalir <i>cascading</i>	Kekuatan <i>loop</i> sempurna
Bahan dan sumber daya digunakan kembali, diperbaharui atau diproduksi ulang melalui konsep seperti modularitas dan pasar barang bekas.	Produk, komponen, atau bahan dirancang untuk bertahan lebih lama, lebih kuat, dan lebih mudah diperbaiki.	Produk dan bahan memiliki kegunaan sekunder dan tersier daripada pembuangan.	Nilai jaringan dan kemitraan, loyalitas konsumen, nilai seumur hidup konsumen.
			

1C Praktik Model Bisnis Sirkular (1)

Model bisnis sirkular menggunakan loop untuk menciptakan dan mempertahankan nilai dalam sistem. Di bawah ini adalah contoh sirkular khas model bisnis dan menjelaskan manfaat apa yang mereka tawarkan, untuk membantu menyelesaikan langkah 1C.



Platform Berbagi



Jasa sebagai Produk



Perpanjangan umur produk



Pemulihan Sumber Daya








Input Material Sirkular

Model Bisnis	Kebutuhan	Solusi Sirkular	Keuntungan
Membuat platform berbagi Contoh: Fat Llama	Banyak peralatan yang dimiliki oleh individu hanya digunakan beberapa jam dalam masa pakainya. Model ekonomi berbagi yang efektif akan membantu mewujudkan potensi yang kurang dimanfaatkan	Platform berbagi <i>peer-to-peer</i> untuk peralatan teknis; yang mengembangkan pasar bagi pemberi pinjaman dan peminjam dengan asuransi yang ditanggung oleh Fat Llama	Akses ke berbagai kelas atas peralatan dengan harga terjangkau untuk konsumen, pendapatan tambahan dari aset mengganggu untuk pemilik aset dan insentif yang kuat untuk membuat peralatan yang berlaku untuk produsen
Produk digunakan oleh satu atau banyak pelanggan dengan cara sewa atau pengaturan langganan penggunaan Contoh: Hewlett-Packard	Kartrid cetak plastik dirasa mahal bagi pelanggan, seringkali bersifat sekali pakai dan jarang didaur ulang	Model berlangganan IoT yang meningkatkan pemulihan kartrid dan daur ulang, dengan menggunakan printer yang terhubung untuk mengirim pengganti pelanggan kartrid, menggunakan amplop prabayar untuk mengembalikan kartrid bekas	Pengurangan kemasan mampu mengurangi limbah hingga 57%. Biaya tinta untuk konsumen berkurang hingga 50%. Penggunaan data membantu menginformasikan desain sistem untuk produsen untuk meminimalkan pemborosan, meningkatkan kemudahan servis, daya tahan, dan kepuasan pelanggan

1C Praktik Model Bisnis Sirkular (2)

Model bisnis sirkular menggunakan loop untuk menciptakan dan mempertahankan nilai dalam sistem. Di bawah ini adalah contoh sirkular khas model bisnis dan menjelaskan manfaat apa yang mereka tawarkan, untuk membantu menyelesaikan langkah 1C.

	Model Bisnis	Kebutuhan	Solusi Sirkular	Keuntungan
 Platform Berbagi	Memperpanjang siklus hidup produk melalui desain produk awal dan perbaikan/remanufaktur yang memungkinkan penjualan kembali produk Contoh: Apple	Produk elektronik sangat sulit untuk didaur ulang, mahal untuk diproduksi, dan menggunakan banyak sumber daya dalam proses manufaktur dan daur ulang	<i>Trade-in</i> memungkinkan pengguna untuk menukar ponsel atau laptop yang tak terpakai lagi dengan hadiah voucher Apple. Produk tersebut kemudian diperbaharui dan tersedia untuk dijual kembali atau digunakan kembali	Lebih sedikit perangkat yang dibuang atau didaur ulang saat masih bisa digunakan. Nilai bahan dan sumber daya secara penuh diperoleh sebelum mereka efektif didaur ulang dan suku cadang yang baru dipasangkan pada perangkat, hal ini menguntungkan organisasi
 Jasa sebagai Produk				
 Perpanjangan umur produk	Produk daur ulang atau upcycling Contoh: Rede Asta	Sejumlah besar materi nilai hilang di lokasi TPA. Untuk contoh, setiap hari di Brazil sekitar 200.000 ton limbah padat dikumpulkan dan hanya sekitar 3% yang didaur ulang	Rede Asta memiliki kemitraan dengan ratusan perusahaan di Brazil untuk mengumpulkan limbah atau peralatan yang tidak terpakai. Mereka kemudian menawarkan desain yang dipesan lebih dahulu menggunakan bahan-bahan yang dibuang ini untuk sesuai dengan tujuan pemasaran tertentu	Dampak pada skala luas berarti bahan yang dibuang bisa menjadi pulih secara nasional, menciptakan nilai dan mengurangi kewajiban bagi perusahaan. Lebih dari 80% produk untuk konsumen terbuat dari bahan yang dipulihkan
 Pemulihan Sumber Daya				
 Input Material Sirkular				

1C Praktik Model Bisnis Sirkular (3)

Model bisnis sirkular menggunakan loop untuk menciptakan dan mempertahankan nilai dalam sistem. Di bawah ini adalah contoh sirkular khas model bisnis dan menjelaskan manfaat apa yang mereka tawarkan, untuk membantu menyelesaikan langkah 1C.



Platform Berbagi



Jasa sebagai Produk



Perpanjangan umur produk



Pemulihan Sumber Daya



Input Material Sirkular

Model Bisnis	Kebutuhan	Solusi Sirkular	Keuntungan
Mendesain ulang produk dan operasi pendukung Contoh: Pusat Data Google	Pemanfaatan sumber daya dan energi yang tinggi efisiensi dibutuhkan di semua perangkat keras, termasuk perangkat lunak dan semua infrastruktur di seluruh Pusat Data Google	Google adalah produsen utama untuk semua bagian servernya dan menguji semua komponen setiap kuartal. Hal ini membantunya mempertahankan/ memperpanjang, membarui/ remanufaktur, menggunakan kembali/mendistribusikan ulang atau mendaur ulang sesuai kebutuhan siklus hidup produk sepanjang mungkin	Transisi aktif ke ekonomi sirkular bagi Google yang dikombinasikan dengan pendekatan sirkular untuk mengoptimalkan akhir masa pakai server menghasilkan penghematan biaya organisasi hingga ratusan juta dolar per tahun

Materi Pendukung Bagian 2

Tujuan dari bagian ini:

Tujuan dari bagian ini adalah untuk memberikan informasi lebih lanjut tentang pendukung konsep untuk langkah-langkah dan alat-alat dalam bagian utama.

Informasi ini memandu Anda melalui:

- Latihan dalam lembar kerja dan memberikan inspirasi saat mengidentifikasi kesempatan sirkular.
- Membantu menetapkan model bisnis sirkular mana yang akan paling cocok dan paling relevan untuk organisasi Anda.

Bagian ini dibagi menjadi tiga topik utama:

3A

Kemampuan Operasional Sirkular

Tujuan

Gunakan daftar kemampuan operasional berikut untuk membantu identifikasi kemampuan sirkular bisnis Anda.

3A

Kemampuan Pendukung Sirkular

Tujuan

Gunakan daftar kemampuan pendukung berikut untuk membantu identifikasi kemampuan sirkular bisnis Anda.

4A






Inovasi Strategi Biaya

Tujuan

Menjelaskan berbagai contoh strategi pembiayaan, termasuk 'harga untuk memiliki produk' dan 'harga untuk mengakses layanan produk.'


3A Mengoperasikan Kemampuan Sirkular

Gunakan daftar kemampuan operasi ini untuk membantu mengidentifikasi kemampuan sirkular yang dibutuhkan bisnis Anda.

Jenis model bisnis sirkular					
Jenis model bisnis sirkular	 Platform berbagi	 Produk sebagai jasa	 Perpanjangan umur produk	 Pemulihan sumber daya	 Input material sirkular
Aliran material bersih	Secara efektif memastikan aliran material dan komponen bersih sehingga dapat digunakan kembali oleh pelanggan, mitra, dll. atau digunakan kembali dalam pembuatan produk baru				
Perawatan dan perbaikan produk	Perbaiki dan kumpulkan produk, dan berikan perawatan untuk penggunaan jangka panjang oleh pelanggan		Perbaiki dan gunakan kembali produk dan komponen melalui proses manufaktur Anda sendiri untuk menghasilkan produk baru		
Desain ulang dan peningkatan sirkular	Mendesain ulang produk untuk sirkularitas untuk memberikan peningkatan untuk penggunaan jangka panjang oleh pelanggan		Tingkatkan dan desain ulang produk dan bahan bekas pakai untuk mengembangkan produk baru		
Ambil kembali skema/kelola produk dan bahan yang dikembalikan	Secara efektif mengelola pengembalian dan pengumpulan produk bekas dari pelanggan		Secara efektif mengumpulkan dan mengelola produk bekas dan produk sampingan yang dikembalikan dari organisasi lain, pemangku kepentingan, pemasok, dan dari pelanggan potensial		
Memasarkan ulang produk	Memasarkan kembali produk yang ditingkatkan atau diperbaiki untuk digunakan lebih lanjut oleh pelanggan		N/A		Memasarkan kembali produk yang ditingkatkan atau diperbaiki untuk digunakan lebih lanjut oleh pelanggan

3A Kemampuan Pendukung Sirkular

Gunakan daftar kemampuan pendukung ini untuk membantu mengidentifikasi kemampuan sirkular yang dibutuhkan bisnis Anda.

Jenis model bisnis sirkular					
Jenis model bisnis sirkular	 Platform berbagi	 Produk sebagai jasa	 Perpanjangan umur produk	 Pemulihan sumber daya	 Input material sirkular
Mengoperasikan kemampuan sirkular	Platform berbagi	Produk sebagai jasa	Perpanjangan umur produk	Pemulihan sumber daya	Input material sirkular
Manajemen analitik data	Dapatkan wawasan tentang kebutuhan pelanggan, permintaan, informasi dan penggunaan produk, serta identifikasi tren pasar. Mengelola pengumpulan dan analisis data. Gunakan informasi ini untuk meningkatkan sirkularitas produk atau penawaran Anda				
Kelola model penetapan harga yang fleksibel/harga produk/kelola layanan penetapan harga	Aktifkan kontrak jangka pendek dan jangka panjang dengan opsi harga untuk pelanggan. Pertimbangkan platform, keanggotaan, dan tingkat harga yang berbeda untuk pembelian pertama, layanan, perbaikan, pengumpulan/pengiriman, dan isi ulang			N/A	N/A
Kelola proses standar kualitas	Menilai kualitas produk, dan memastikan bahwa produk yang digunakan kembali dan produk isi ulang dalam kondisi baik untuk digunakan lebih lanjut oleh pelanggan lama atau baru		Menilai kualitas bahan dan bahan bekas pakai yang akan digunakan dalam pembuatan produk baru dan menilai kualitas produk jadi yang akan dijual ke pelanggan		

3A Daftar Kemampuan Sirkular (1)

Menyediakan daftar kapabilitas sirkular yang beroperasi dan mendukung yang akan membantu mengidentifikasi kapabilitas apa yang dibutuhkan bisnis Anda.

Kemampuan operasi secara langsung menciptakan nilai bagi pelanggan, sementara kemampuan dukungan melakukan ini secara tidak langsung, memungkinkan kemampuan operasi.

Daftar Kemampuan Sirkular	
Kemampuan Operasional	Kemampuan Pendukung
Manajemen proses produksi sirkular	Manajemen saluran distribusi
Memahami pemanfaatan produk	Manajemen platform yang efektif
Manajemen persediaan	Langganan layanan dan/atau manajemen kontrak layanan
Pengelolaan produk kemasan/pengemasan ulang yang inovatif	Pencocokan pasokan/permintaan penilaian waktu nyata
Manajemen aset dan pelacakan/pemantauan jarak jauh	Manajemen pemasok
Manajemen proses pembersihan dan isi ulang produk	Pengelolaan hubungan pelanggan
Manajemen remanufaktur, perbaikan dan rekondisi produk	Manajemen rantai pasokan sirkular
Memahami penggunaan dan aplikasi produk baru	Perencanaan siklus hidup sirkular

3A Daftar Kemampuan Sirkular (2)

Menyediakan daftar kapabilitas sirkular yang beroperasi dan mendukung yang akan membantu mengidentifikasi kapabilitas apa yang dibutuhkan bisnis Anda.

Kemampuan operasi secara langsung menciptakan nilai bagi pelanggan, sementara kemampuan dukungan melakukan ini secara tidak langsung, memungkinkan kemampuan operasi.

Daftar Kemampuan Sirkular	
Kemampuan Operasional	Kemampuan Pendukung
Manajemen proses produksi sirkular	Peramalan dan pemantauan harga pasar
Memahami pemanfaatan produk	Manajemen proses pengadaan sirkular
Kelola proses riset dan pengembangan	Manajemen kemitraan
Manajemen sumber berkelanjutan	Melakukan analisis pasar
Desain produk untuk pembongkaran, pemulihan, akhir masa pakai, dan perpanjangan masa pakai	Manajemen proses hukum
Penilaian kondisi produk/inspeksi produk/ melakukan analisis kesalahan produk	Manajemen kontrak termasuk kontrak <i>outsourcing</i>
Pengumpulan sampah	Manajemen skema insentif keuangan untuk suku cadang yang dipulihkan

4A Strategi Penetapan Harga yang Inovatif (1)

Contoh strategi penetapan harga dalam 'bayar untuk kepemilikan' dan 'bayar untuk akses' untuk model bisnis sirkular yang Anda pilih.


Apa Pilihan Harga yang Saya Punya?

1

Jika saya menawarkan kepemilikan produk kepada pelanggan saya

Ingat:

Membayar untuk kepemilikan – membayar hak untuk memiliki produk tanpa batas waktu

	Apa saja opsi strategi penetapan harga?	Implikasi harga	Jumlah transaksi
Jual dan beli kembali untuk dijual kembali dan digunakan kembali	Pelanggan memiliki produk sampai orang lain membelinya	Strategi harga terpisah yang diperlukan untuk pasar primer dan pasar "bekas" sekunder – mis. eBay, Depop, Gumtree	<p>Banyak</p>  <p>Sedikit</p>
Jual dan perbarui untuk dijual kembali	Pelanggan memiliki produk dan menerima deposit/ insentif atas pengembalian produk atau komponen inti	Strategi penetapan harga yang fleksibel karena perlu menyertakan perbaikan dan penjualan kembali produk dan komponen – mis. Caterpillar REMAN, Real Real, Patagonia	
Jual dan ambil kembali untuk didaur ulang	Pelanggan memiliki sampai produsen mengambil kembali untuk didaur ulang	Strategi penetapan harga mungkin paling dekat dengan model tradisional – mis. reGain, H&M, Zara, C&A	

4A Strategi Penetapan Harga yang Inovatif (2)

Contoh strategi penetapan harga dalam 'bayar untuk kepemilikan' dan 'bayar untuk akses' untuk model bisnis sirkular yang Anda pilih.

Apa Pilihan Harga yang Saya Punya?

2

Jika saya menawarkan pelanggan saya akses ke layanan

Ingat:

Membayar untuk akses
– membayar hak untuk mengakses produk dengan persyaratan yang disepakati

	Apa saja opsi strategi penetapan harga?	Implikasi harga	Jumlah transaksi
Bayar untuk penggunaan satu kali	Konsumen memiliki akses ke aset untuk jangka waktu tertentu	Harga berdasarkan akses satu kali berdasarkan lama penggunaan – mis. Airbnb, Sewa Runway (acara), Filippa K	Banyak
Bayar untuk berlangganan	Harga berdasarkan penggunaan yang diharapkan selama masa pakai dan waktu	Akses ke layanan berdasarkan langganan – mis. Netflix, Sewa Runway (bulanan)	



**CONTOH
LENGKAP**

Contoh Lengkap

Contoh inspirasi untuk membantu Anda menyelesaikan latihan...

Organisasi

Kami akan menggunakan organisasi fiksi yang disebut 'FashionCo' untuk menunjukkan bagaimana Anda dapat menyelesaikan latihan ini.

FashionCo adalah merek fashion yang saat ini beroperasi secara linear. Bisnis dijalankan dalam pengertian tradisional; itu sumber bahan baku, gaya desain dan manufaktur pakaian ke dalam gaya ini menggunakan bahan baku tersebut. Ini kemudian mengemas dan membawa pakaian ke toko ritel untuk dijual kepada pelanggan.

Hingga saat ini, FashionCo telah melakukan upaya tertentu untuk menanamkan sirkularitas ke dalam operasinya saat ini, namun sedang berupaya untuk mengembangkannya secara signifikan dan memperkenalkan sirkularitas sebagai konsep mendasar.

Di mana menemukan contohnya?

Setiap latihan tertaut ke versi lengkap dari perspektif FashionCo.

Bagaimana menggunakan contoh

Gunakan contoh FashionCo sebagai panduan saat Anda berjuang untuk memulai atau membutuhkan inspirasi.

Bagian ini mencakup contoh alat yang disediakan di seluruh panduan:

Contoh Lengkap "FashionCo"



Tujuan "FashionCo"

Memberikan contoh latihan di seluruh panduan untuk membantu dan memberikan inspirasi saat menggunakan Panduan Desain CE.

1 A: Memetakan Alur Nilai yang Ada Saat Ini (Contoh Lengkap)

FashionCo

FashionCo memproduksi dan menjual pakaian di Inggris dan Uni Eropa.

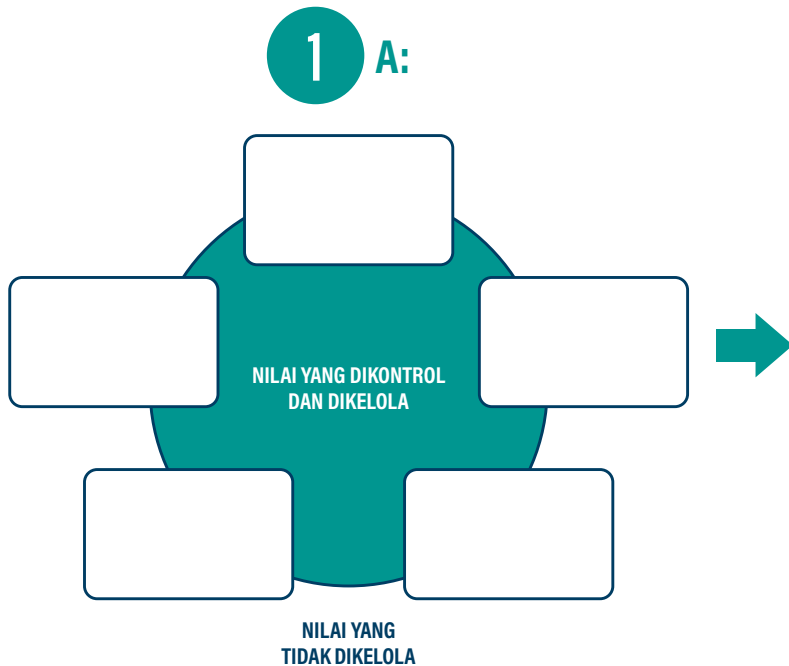
Mereka memetakan siklus hidup salah satu lini produk mereka (pakaian musiman) dan melacak bagaimana dan di mana nilai mengalir di seluruh tahapan utama sistem mereka.



1 B: Pertimbangkan Nilai Hilang dan Nilai Risiko (Contoh Lengkap)

FashionCo

Melihat peta dari 1A, FashionCo mengidentifikasi di mana mereka kehilangan nilai di seluruh sistem mereka dan di mana nilai mungkin berisiko di masa depan karena faktor eksternal.



- Nilai yang hilang atau yang memiliki risiko:**
- Masukan/sumber daya: Bahan mentah berisiko karena perubahan iklim dan kelangkaan sumber daya
 - Manufaktur: Jangan menggunakan kembali atau menggunakan kembali produk limbah dari proses manufaktur (misalnya potongan yang tidak dapat dijual, potongan)
 - Manufaktur: Peralatan berakhir di TPA setelah menjadi usang
 - Distribusi/penjualan: Memiliki masalah dengan stok musiman yang tidak terjual yang akhirnya dibakar atau didaur ulang
 - Penggunaan/pemeliharaan: Tidak ada data atau wawasan yang dikumpulkan tentang produk yang digunakan, yaitu masa pakai, seberapa sering dipakai atau digunakan, atau di mana produk tersebut berakhir pada akhir masa pakainya.
 - Gunakan/pelihara: Tidak ada nilai yang diambil dari produk selama fase penggunaan
 - Penggunaan/pemeliharaan: Stok musiman (mantel dll.) memiliki tingkat pemanfaatan yang rendah yaitu 3-4 bulan per tahun
 - Penggunaan/pemeliharaan: Pakaian tidak digunakan saat tidak disukai, tidak cocok atau ketinggalan zaman
 - Penggunaan/pemeliharaan: Kemasan hanya melindungi produk di dalam, namun mencakup sebagian besar biaya
 - Akhir masa pakai: Banyak produk kami tidak diperbaiki atau diperbaharui sehingga berakhir di tempat pembuangan sampah
 - Akhir masa pakai: Produk tidak dirancang untuk pembongkaran, pemulihan material
 - Akhir masa pakai: Konsumen tidak yakin tentang cara membuang produk yang tidak diinginkan sehingga berakhir di tempat pembuangan sampah

1 C: Identifikasi Peluang Sirkular (Contoh Lengkap)

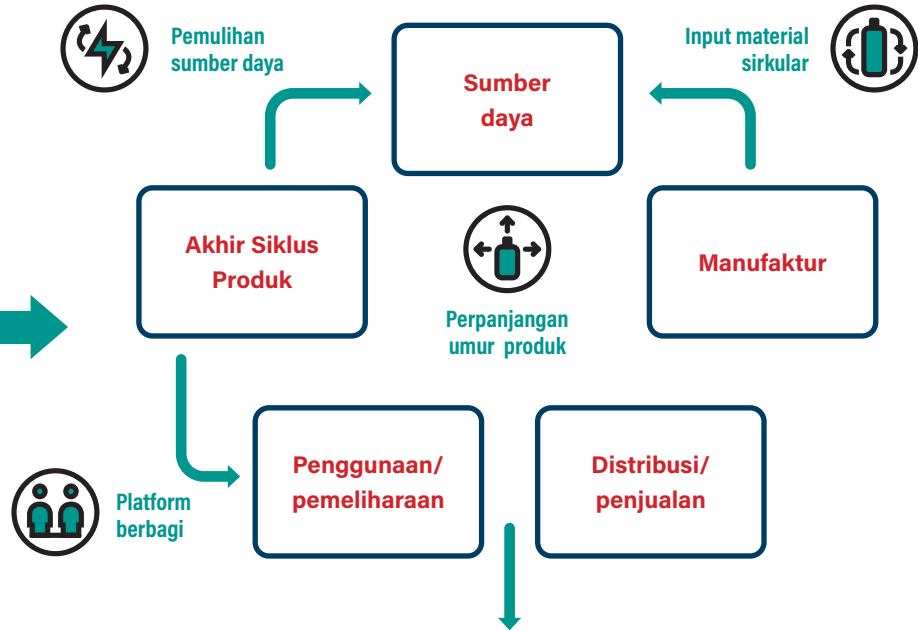
FashionCo

Memanfaatkan daftar kehilangan dan nilai berisiko, FashionCo menghasilkan ide tentang cara memulihkan nilai yang hilang dan berisiko, serta cara menciptakan nilai baru dalam jaringan mereka. Mereka menggunakan model bisnis sirkular yang khas sebagai inspirasi.

Nilai yang hilang atau yang memiliki risiko:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____
11. _____
12. _____

1 B: (Contoh Lengkap)



MENANGKAP IDE SIRKULAR

<p>Deskripsi ide: Gunakan bahan daur ulang seperti kapas pra-pakai sebagai input untuk mengurangi risiko dan beban sumber daya</p>	<p>Deskripsi ide: Gunakan kembali bahan yang tidak dapat digunakan – jual pakaian yang tidak dapat dipakai sebagai lap piring</p>	<p>Deskripsi ide: Buat inisiatif bagi pelanggan untuk berbagi, menukar, atau menjual pakaian yang tidak diinginkan</p>	<p>Deskripsi ide: Siapkan skema sewa pakaian musiman seperti mantel, sarung tangan, dll</p>
<p>Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan: Mengurangi jejak karbon secara keseluruhan, memberi manfaat bagi lingkungan</p>	<p>Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan: Aliran pendapatan baru, persepsi yang lebih baik tentang etika perusahaan</p>	<p>Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan: Memperluas penggunaan produk, menciptakan komunitas di antara konsumen</p>	<p>Jenis nilai yang dihasilkan dan siapa yang diuntungkan: Meningkatkan pemanfaatan produk, menciptakan aliran pendapatan baru, membuka segmen pelanggan yang berbeda</p>

2 A: Identifikasi Pelanggan dan Mitra Utama (Contoh Lengkap)

FashionCo

Mengambil ide dari tahap 1C, FashionCo memutuskan untuk mengeksplorasi penyewaan pakaian musiman (mantel, dll.) sebagai inisiatif sirkular baru. Mereka memutuskan untuk menggabungkan pengambilan data sebagai bagian dari aktivitas mereka untuk melacak penggunaan produk dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang pelanggan dan produk mereka.

Mereka membuat daftar semua mitra yang mereka butuhkan untuk mewujudkan ide ini.

Jenis organisasi apa yang diperlukan untuk membuat peluang menjadi mungkin?	Seberapa penting mereka agar bisnis sirkular Anda sukses? (Tinggi/Sedang/Rendah)
Mitra logistik untuk mengelola distribusi dan mengambil kembali pakaian	Tinggi
Pelanggan yang sudah ada	Tinggi
Mitra teknologi untuk mengelola platform online dan mengumpulkan data	Sedang
Mitra Analytics untuk mengelola dan menafsirkan data yang diambil	Sedang
Mitra untuk membersihkan, memperbaiki, dan memeriksa pakaian	Tinggi

2 B: Template Pertukaran Nilai (Contoh Lengkap)

FashionCo

Setelah mendaftarkan semua mitra potensial pada langkah sebelumnya, FashionCo memilih pelanggan mereka sebagai mitra pertama yang mengisi template pertukaran nilai. Ini memungkinkan mereka untuk memperbaiki proposisi nilai konsumen untuk inisiatif mereka. Mereka kemudian akan mengulangi langkah ini dengan mitra lain, seperti mitra manufaktur dan mitra potensial lainnya.

		Peluang	
		Pelanggan atau Mitra	Organisasi Anda (<i>FashionCo</i>)
Kebutuhan	Hasil	Pakaian yang memberikan kenyamanan, kehangatan dan gaya pada saat saya membutuhkannya	Tingkatkan basis pelanggan kami dan dapatkan nilai dari suatu produk selama fase penggunaan
	Kebutuhan	Mantel untuk berbagai kesempatan (kerja, santai, luar ruangan), berbagai ukuran dan gaya	Aliran pendapatan yang berkelanjutan dan andal, peningkatan pengetahuan tentang produk
	Mengapa menukarkan?	Menghemat ruang di lemari pakaian, mengurangi dampak lingkungan, memberi konsumen kemampuan untuk memiliki mantel baru setiap musim, bisa mendapatkan ukuran yang berbeda jika diperlukan	Mereka akan membayar untuk mengakses pakaian dan memfasilitasi pengambilan data pada produk kami
Kerjasama	Penawaran	Kami akan memberikan akses berdasarkan permintaan yang berfokus pada pelanggan dan berdasarkan data ke pakaian musiman. Layanan ini akan menyediakan desain terbaru, memberikan saran gaya, serta layanan pembersihan, perbaikan, dan penyimpanan	Pelanggan akan memberikan nilai ekonomi dan kesediaan untuk terlibat dengan aspek pengambilan data dari layanan
	Keuntungan	Tidak ada layanan mantel musiman lain yang saat ini tersedia, fokus konsumen dan data dari inisiatif	Diversifikasi basis pelanggan kami, loyalitas pelanggan, data tentang pemanfaatan dan masa pakai produk, maksimalkan nilai aset kami
	Model Pertukaran	Menggunakan platform online, pelanggan akan membayar langganan untuk mantel selama satu musim. Data akan ditangkap pada lapisan yang digunakan melalui RFID dan kemudian akan diambil kembali saat tidak lagi dibutuhkan Dikirim melalui kurir atau melalui jaringan <i>dry cleaning</i> lokal	
	Perdagangan	Tidak akan memiliki kemampuan untuk memiliki dan menyimpan mantel mereka sepanjang tahun. Perlu memesan ulang setiap tahun	Kurangnya kepastian bahwa mantel akan dirawat saat digunakan

3 A: Penilaian Kemampuan Sirkular (Contoh Lengkap)

Sekarang setelah Anda memahami dengan siapa Anda perlu bermitra dan kebutuhan mereka, gunakan alat kemampuan sirkular untuk mengembangkan penawaran Anda.

FashionCo

FashionCo harus mendapatkan pandangan yang jelas tentang kemampuan apa yang penting untuk keberhasilan penyewaan pakaian musiman mereka (mantel, dll.) sebagai inisiatif sirkular baru di setiap langkah aktivitas aliran nilai mereka. Ini termasuk kemampuan apa yang diperlukan untuk membuat peluang ini berhasil di setiap langkah, mengidentifikasi kemampuan yang dimiliki FashionCo saat ini (hijau) dan mengidentifikasi kesenjangan kemampuan kritis (merah). Selain itu, FashionCo harus menilai sumber daya apa yang dibutuhkan untuk mewujudkannya.

Rencana Aksi	Perolehan material	Menyesuaikan produk dengan kebutuhan masyarakat	Distribusi dan <i>take back</i> pakaian	Memperbaiki dan mengemas ulang pakaian
Kemampuan	Kemampuan untuk memahami dampak keberlanjutan untuk pakaian ●	Kelola model penetapan harga yang fleksibel dan atur strategi penetapan harga yang tepat ●	Kelola saluran distribusi dan jaringan ●	Pengemasan ulang produk ●
Kemampuan	Pengumpulan bahan dan produk yang efektif ●	Analisis untuk memahami kebutuhan pelanggan ●	Pantau penggunaan barang ●	Penambahan material ●
Kemampuan	Manajemen suplai ●	Riset dan <i>feedback</i> pelanggan ●	Skema penarikan kembali/penjadwalan pengembalian dan perbaikan ●	Periksa kualitas ●
Kemampuan	Kelola wawasan pelanggan ●	Berikan opsi dan bantu pelanggan ●	Manajemen inventaris/ melacak kuantitas ●	Perawatan & perbaikan/ perbaikan produk ●
Kemampuan	Kelola <i>sourcing</i> yang berkelanjutan ●	Manajemen kebijakan penggunaan data pelanggan ●	Manajemen penggunaan platform secara efektif ●	Pantau material dan produk ●
Kemampuan	Komunikasi dan <i>engage</i> dengan pelanggan untuk mempromosikan ' <i>give back</i> ' ●	Kelola marketing yang sesuai etika ●	Kelola opsi berlangganan produk ●	Redesain dan <i>upgrade</i> produk ●
Kebutuhan sumber daya penting	<ul style="list-style-type: none"> • titik kumpul pakaian • staff terlatih • perangkat lunak analitik • fasilitas gudang/ penyimpanan 	<ul style="list-style-type: none"> • staff terlatih • segmen pelanggan, statistik dan tren pelanggan • platform data dan keamanan perangkat lunak 	<ul style="list-style-type: none"> • staff terlatih • statistik penjualan • platform distribusi 	<ul style="list-style-type: none"> • solusi kemasan • staff terlatih • perlengkapan <i>cleaning/upkeep</i>

4 A: Alat strategi harga (Contoh Lengkap)

FashionCo

FashionCo perlu menetapkan strategi penetapan harga untuk sewa baru pakaian musiman (mantel, dll.) inisiatif sirkular dan menilai manfaat dan implikasi untuk strategi penetapan harga yang dipilih ini.

Nama peluang: Sewa pakaian musiman (mantel dll.)		Implikasi:	
Model penetapan harga mana yang paling sesuai dengan peluang? (Bayar untuk kepemilikan atau akses)	Bayar akses	Apa manfaat memilih strategi harga ini dibanding kompetitor yang masih di ekonomi linear?	Menghindari biaya di muka, memungkinkan akses ke pakaian baru, mudah dianggarkan, dan menghindari kerumitan penyimpanan atau pembuangan
		Bagaimana Anda menangkap dan melaporkan nilai yang jika tidak dimanfaatkan akan hilang?	Lacak beberapa penggunaan pakaian dan perbaikan untuk memperpanjang usia. Ini dapat dibandingkan dengan dasar penggunaan garmen 'normal' untuk menghitung potensi penghindaran TPA, dan penggunaan sumber daya alam dari produksi baru
		Bagaimana customer menerima manfaat dari strategi harga ini?	Dua segmen kunci: 1. Konsumen FashionCo dan konsumen baru yang sadar lingkungan 2. Konsumen yang mencari cara mudah dan terjangkau untuk mengganti pakaiannya
		Bagaimana kemampuan membayar dari customer?	Segmen 1: £20 p/bulan untuk layanan berlangganan 12 bulan Segmen 2: £15 p/bulan untuk layanan berlangganan 24 bulan
		Apa implikasi organisasi terhadap bisnis Anda?	Manajemen keuangan sangat penting – penetapan harga dan manajemen laba atas kontrak pelanggan dan masa pakai garmen. Manajemen stok akan sangat penting, termasuk rentang penyegaran dengan item baru/pensiun
		Bagaimana strategi harga ini berdampak pada pemasukan dan pengeluaran?	Pendapatan yang stabil dari langganan perlu diseimbangkan dengan depresiasi stok; investasi modal dalam stok garmen yang dibutuhkan; manajemen risiko keuangan



MEMPERKUAT IMPLEMENTASI
EKONOMI SIRKULAR
DI INDONESIA

MODUL **5**
AJAR

PANDUAN MERANCANG
MODEL BISNIS SIRKULAR



MEMPERKUAT
IMPLEMENTASI
**EKONOMI
SIRKULAR**
DI INDONESIA

