



# PENGEMBANGAN BISNIS LIMBAH BOTOL PLASTIK POLYETHYLENE TEREPHTHALATE BALES PRESS PT NAVI JAYA UTAMA

Antonius Ivan Christian, Edy Raharja <sup>1</sup>

Departemen Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

## ABSTRACT

*Navi Jaya Utama is a trading company specializing in the management of Polyethylene Terephthalate (PET) plastic bottle waste bales press. Established in 2022, the company aims to provide efficient plastic waste management solutions in the Jabodetabek and Karawang regions. This initiative was driven by the increasing need for effective plastic waste management, particularly in addressing environmental issues caused by plastic waste. Recognizing this opportunity, Navi Jaya Utama operates as a trader, acting as an intermediary between sellers and buyers in the plastic waste management industry.*

*To develop the company, it is essential to conduct an environmental analysis, business feasibility study, and business plan for Navi Jaya Utama. Based on this analysis, strategies for company development can be formulated. This writing has utilized data collection techniques through observation.*

*The findings indicate numerous opportunities presented by the surrounding environment for Navi Jaya Utama as a B2B trading company. However, there are areas that may need improvement. While Navi Jaya Utama has capitalized on various opportunities in both local and international markets and demonstrated strong adaptation by shifting focus to the local market, the company should further explore product and market diversification to reduce dependence on key clients and expand its product line. Additionally, the development of human resources through ongoing training and improving employee welfare is crucial.*

*Keywords: Environmental Analysis, Business Feasibility, Business Plan*

## PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, kesadaran akan pentingnya pelestarian lingkungan semakin meningkat, terutama terkait dengan masalah perubahan iklim dan polusi plastik yang semakin merusak ekosistem darat dan laut. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi adalah permasalahan limbah plastik, terutama botol plastik PET (Polyethylene Terephthalate), yang penggunaannya sangat luas. Plastik PET banyak digunakan dalam industri makanan dan minuman, menjadikannya salah satu jenis plastik yang paling banyak dikonsumsi di dunia (Sofyaningrum et al., 2024). Di Indonesia, botol plastik PET menjadi salah satu penyumbang utama polusi plastik. Berdasarkan data dari *Sustainable Waste Indonesia* (2018), setiap tahun Indonesia mengkonsumsi sekitar 350.000 ton botol PET, namun hanya 62% yang berhasil dikumpulkan kembali untuk didaur ulang, sementara sisanya masih mencemari lingkungan. Hal ini menunjukkan adanya potensi besar untuk meningkatkan pengelolaan limbah plastik di Indonesia, khususnya dalam industri daur

---

<sup>1</sup> Corresponding author

ulang botol plastik PET. Industri pengolahan daur ulang plastik, terutama yang terkait dengan plastik PET, telah berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya pengelolaan limbah yang ramah lingkungan. Salah satu proses utama dalam industri ini adalah PET bales press, di mana botol plastik PET yang telah digunakan dipadatkan menjadi bales yang efisien untuk transportasi dan penyimpanan. Proses ini melibatkan penggunaan mesin yang dapat memadatkan botol plastik menjadi bentuk bales yang terkompresi, yang kemudian siap untuk didaur ulang lebih lanjut atau digunakan sebagai bahan baku oleh industri lain (Sanjaya et al., 2024). Industri ini juga didorong oleh regulasi pemerintah yang mengharuskan penggunaan bahan daur ulang, termasuk PET, guna mengurangi dampak jejak karbon dan limbah plastik, serta oleh meningkatnya permintaan dari sektor industri, seperti kemasan makanan dan minuman (Sadeghi et al., 2021); (Kumar et al., 2021).

Berdasarkan data dari World Atlas (2017), Indonesia merupakan negara keempat terbesar dalam penggunaan botol plastik, dengan konsumsi mencapai 4,82 miliar gallons. Hal ini menciptakan peluang besar bagi pengusaha di sektor daur ulang plastik, khususnya untuk memanfaatkan botol plastik PET yang belum dikelola secara maksimal. Industri pengolahan botol plastik PET di Indonesia saat ini telah mengalami pertumbuhan yang pesat, dengan sekitar 1.300 industri plastik yang beroperasi, ditambah dengan pemulung yang turut berperan dalam pengumpulan botol plastik (Purwaningrum, 2016). Potensi pasar untuk produk PET bales press semakin besar, terutama karena produk ini digunakan sebagai bahan baku dalam produksi berbagai produk plastik seperti kemasan, kain, dan perlengkapan rumah tangga. Industri ini diproyeksikan akan terus menjadi sektor andalan dalam perekonomian Indonesia. Perusahaan seperti Navi Jaya Utama, yang didirikan pada tahun 2022 dan resmi beroperasi pada 2023, memainkan peran penting dalam industri ini. Sebagai perusahaan trader, Navi Jaya Utama berfokus pada distribusi limbah botol plastik PET yang telah diproses menggunakan mesin press. Dengan memanfaatkan teknologi pemrosesan PET yang inovatif, perusahaan ini tidak hanya berkontribusi pada pengelolaan limbah plastik, tetapi juga berusaha memanfaatkan potensi pasar lokal dengan menjual produk PET bales press ke berbagai pabrik yang membutuhkan bahan baku daur ulang. Selain itu, perusahaan ini menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan membangun hubungan dengan pelanggan potensial, yang sangat penting di tengah persaingan yang ketat di pasar lokal (Navi Jaya Utama, 2024).

Regulasi pemerintah Indonesia yang mendorong penggunaan bahan baku plastik daur ulang, seperti yang tercermin dalam Program Indonesia Berdaya Plastik yang menargetkan penggunaan 30% bahan daur ulang pada tahun 2025, semakin memperkuat prospek industri daur ulang plastik PET (Wijaya et al., 2023). Selain itu, banyak perusahaan di sektor makanan dan minuman yang beralih menggunakan botol PET daur ulang untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini semakin membuka peluang besar bagi pengusaha di sektor daur ulang plastik PET untuk memenuhi kebutuhan bahan baku yang ramah lingkungan. Dengan adanya regulasi yang mewajibkan pabrik minuman untuk mendaur ulang botol plastik bekas konsumennya, bisnis pengolahan botol plastik PET menjadi semakin menjanjikan baik dari segi ekonomi maupun keberlanjutan lingkungan (Nagyová et al., 2016). Namun, meskipun industri ini menjanjikan, kualitas produk PET bales press menjadi salah satu tantangan yang perlu diperhatikan. Belakangan ini, beredar produk PET bales press dengan kualitas buruk, yang tidak hanya mengandung botol plastik PET, tetapi juga botol dari jenis plastik lain yang tidak sesuai standar. Hal ini dapat menurunkan nilai jual dan merusak reputasi perusahaan. Oleh karena itu, kualitas produk yang dihasilkan oleh pengusaha daur ulang harus dijaga dengan ketat untuk memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar dan dapat diterima oleh pabrik penerima (Wijaya et al., 2023). Secara keseluruhan, industri daur ulang plastik PET,

khususnya PET bales press, memiliki prospek yang sangat cerah di Indonesia. Dengan adanya dukungan regulasi pemerintah, meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pelestarian lingkungan, dan permintaan yang terus meningkat dari sektor industri, bisnis pengolahan limbah plastik PET menawarkan peluang ekonomi yang signifikan. Perusahaan seperti Navi Jaya Utama dapat memainkan peran kunci dalam memperkuat rantai pasokan bahan baku plastik daur ulang dan berkontribusi pada upaya global untuk menciptakan lingkungan yang lebih bersih dan berkelanjutan (Sanjaya et al., 2024).

## TINJUAN PUSTAKA

### Ide Bisnis

Ide bisnis adalah konsep atau gagasan yang menjadi dasar perencanaan dan fondasi dari sebuah usaha. Sebagai elemen kunci, ide bisnis membedakan suatu usaha dari pesaingnya dan berperan penting dalam memastikan perkembangan yang berkelanjutan. Ide ini mendorong kreativitas dan inovasi, yang akan menjadikan bisnis lebih unik dan mampu bertahan dalam jangka panjang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), ide atau gagasan didefinisikan sebagai rancangan yang tersusun dalam pikiran, yang setara dengan cita-cita. Sedangkan bisnis dalam ilmu ekonomi merujuk pada organisasi yang menjual barang atau jasa untuk mendapatkan laba. Secara historis, kata bisnis berasal dari bahasa Inggris "business" yang berasal dari kata "busy," yang berarti sibuk dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat, yang menggambarkan aktivitas yang dilakukan untuk mencapai keuntungan (KBBI).

### Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis penting untuk memahami kondisi eksternal dan internal yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dapat membantu perusahaan bersaing di pasar (Mootalu et al., 2023). Sebagai bagian dari analisis ini, metode SWOT dan PESTEL sering digunakan. Analisis SWOT mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, sementara analisis PESTEL menganalisis faktor-faktor politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan legal yang dapat mempengaruhi perusahaan (Utama et al., 2023). Faktor politik, seperti kebijakan pemerintah dan perubahan legislatif, dapat memengaruhi industri, sementara faktor ekonomi berkaitan dengan kondisi ekonomi yang mempengaruhi pola konsumsi (Parameswari et al., 2021).. Selain itu, faktor sosial dan budaya, teknologi, hukum, dan lingkungan juga sangat penting dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif (Paramadita et al., 2020). Analisis SWOT memberikan gambaran yang jelas tentang apa yang perlu diperbaiki dan peluang yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk berkembang, serta ancaman yang harus dihadapi (Wiswasta et al., 2018).

### Analisis Kelayakan Bisnis

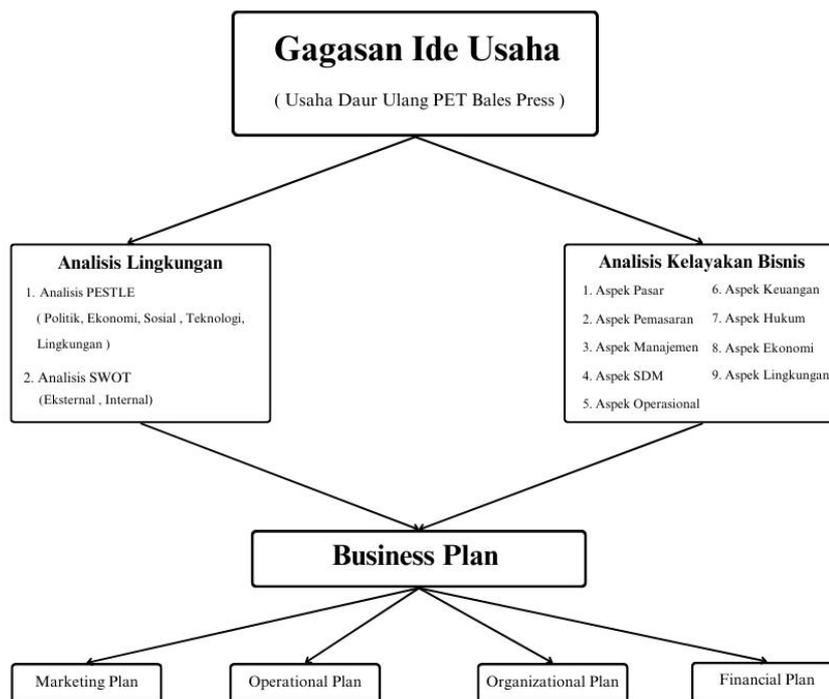
Analisis kelayakan bisnis merupakan proses evaluasi menyeluruh terhadap berbagai aspek yang mempengaruhi potensi keberhasilan suatu usaha. Beberapa aspek yang harus dianalisis meliputi keuangan, hukum, ekonomi, sosial, dan lingkungan. Aspek keuangan, misalnya, mencakup perhitungan menggunakan metode seperti *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), *Payback Period*, dan *Profitability Index* (PI) untuk menilai profitabilitas dan potensi investasi (Winarno, 2014). Sementara itu, aspek hukum atau yuridis penting untuk memastikan bahwa bisnis mematuhi semua peraturan dan perizinan yang berlaku, serta memilih bentuk badan usaha yang sesuai seperti Firma (FA), Persekutuan Komanditer (CV), atau Perseroan Terbatas (PT) (Adnyana, 2020). Di sisi lain, aspek ekonomi menganalisis dampak finansial bagi perusahaan dan perekonomian secara luas, sementara dampak sosial dan lingkungan harus dipertimbangkan melalui evaluasi

Analisis Dampak Lingkungan Hidup (AMDAL) untuk mengidentifikasi potensi kerusakan yang mungkin timbul (N. Damayanti et al., 2024). Dengan demikian, analisis kelayakan bisnis mengintegrasikan berbagai faktor untuk memastikan bahwa suatu usaha dapat berjalan secara berkelanjutan dan menguntungkan.

### Business Plan

Perencanaan bisnis mencakup berbagai aspek penting, dimulai dari perencanaan pemasaran yang bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang terstruktur dan efektif, dengan mempertimbangkan sasaran perusahaan, strategi bisnis, dan target pasar (Situmorang, 2007). Segmentation, targeting, positioning, dan penetapan produk adalah langkah-langkah utama dalam strategi pemasaran untuk mencapai hasil yang optimal. Selain itu, perencanaan operasional yang mencakup manajemen rantai pasokan dan pengawasan produksi juga sangat penting untuk memastikan kelancaran aliran barang dan jasa (Syamil et al., 2023). Perencanaan organisasi melibatkan manajemen SDM yang efisien melalui perencanaan rekrutmen, seleksi, pelatihan, dan pengembangan (Situmorang, 2007). Terakhir, perencanaan keuangan yang meliputi laporan arus kas dan laporan keuangan sangat vital untuk memastikan stabilitas finansial perusahaan (Sugiyanto et al., 2020)..

### KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Penulis, 2024

Membangun bisnis sebaiknya perlu membuat perencanaan bisnis terlebih dahulu, terdapat beberapa tahapan sebelum dilakukannya perencanaan bisnis ini. Pertama, adanya sebuah gagasan ide usaha. Kedua, analisa potensi usaha yang berdasarkan ide usaha tersebut. Ketiga, adanya ide bisnis alternatif yang dapat dijalankan. Keempat melakukan perencanaan bisnis. Jika perencanaan bisnis sudah dinyatakan sesuai maka dapat di implementasikan kedalam pengembangan bisnis. Berikut kerangka berpikir dalam penelitian ini.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap fenomena yang terjadi di lapangan. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data empiris melalui studi kasus, wawancara, dan observasi untuk memberikan penjelasan menyeluruh tentang peristiwa dan interaksi yang ada (Strauss & Corbin, 2003). Peneliti terlibat langsung dalam pengamatan dan tidak memanipulasi variabel, dengan data yang diperoleh berupa informasi faktual yang disusun secara deskriptif (Saleh, 2017); (Wekke, 2019). Penelitian ini dilakukan di Perumahan Villa Indah Permai Blok D2 No 16, Kota Bekasi, yang juga merupakan lokasi tempat tinggal pemilik usaha Navi Jaya Utama. Objek penelitian meliputi evaluasi berbagai aspek perusahaan, seperti pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, dan dampak sosial serta lingkungan. Data yang digunakan terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi langsung oleh peneliti, serta data sekunder yang mendukung analisis penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik observasi langsung dan survey ragam konsumen, yang bertujuan untuk memahami karakteristik, preferensi, dan perilaku konsumen dalam pasar yang menjadi target perusahaan. Hasil survey ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam menyesuaikan strategi pemasaran sesuai dengan segmen konsumen yang ada.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Analisis Lingkungan**

#### **Analisis PESTLE**

Analisis PESTLE mencakup berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi keberhasilan bisnis, meliputi aspek politik, ekonomi, sosial budaya, teknologi, lingkungan, dan legal. Aspek politik berperan penting dalam mempengaruhi kebijakan pemerintah yang dapat mendukung atau menghambat bisnis, seperti kebijakan pengurangan emisi gas rumah kaca dan pengelolaan limbah plastik (Perpres No. 98 Tahun 2021; UU No. 18 Tahun 2008) yang juga mendorong perusahaan untuk memenuhi standar lingkungan yang ketat (Adnyana, 2020). Aspek ekonomi terkait dengan kondisi inflasi yang memengaruhi biaya bahan baku dan tenaga kerja, serta harga jual produk, yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan (Ernayani et al., 2023). Aspek sosial budaya menunjukkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap lingkungan, yang mendorong permintaan untuk produk daur ulang dan memfasilitasi ketersediaan bahan baku PET (Santoso et al., 2024). Aspek teknologi berfokus pada kemajuan dalam proses daur ulang, seperti penggunaan otomatisasi dan mesin press yang meningkatkan efisiensi dan kualitas produk (Bchir et al., 2021). Aspek lingkungan melihat dukungan lingkungan fisik yang stabil di Bekasi, yang mendukung operasional perusahaan seperti Navi Jaya Utama (D. Damayanti et al., 2022). Terakhir, aspek legal menekankan pentingnya kepatuhan terhadap berbagai peraturan, seperti UU No. 8 Tahun 1999 dan UU No. 28 Tahun 2009, yang mengatur perlindungan konsumen dan kewajiban pajak (Adnyana, 2020). Semua faktor ini saling berinteraksi untuk menentukan kelayakan dan kesuksesan usaha dalam jangka panjang.

#### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT digunakan oleh Navi Jaya Utama untuk mengevaluasi posisi bisnisnya, meliputi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Kekuatan perusahaan mencakup komitmen terhadap bisnis yang ramah lingkungan, status badan usaha yang terdaftar secara hukum, serta tim pemasaran digital yang kompeten yang mampu memperluas visibilitas perusahaan (Adnyana, 2020). Kelemahan yang dihadapi termasuk modal awal yang terbatas, keterbatasan sumber daya manusia yang menghambat produktivitas, dan SOP yang belum jelas, yang dapat mengurangi efisiensi operasional dan menyebabkan kesalahan (Bchir et al., 2021). Peluang yang tersedia bagi perusahaan

meliputi pasar yang luas di wilayah Jabodetabek dan Karawang, kebijakan pemerintah yang mendukung sektor daur ulang plastik, serta potensi ekspansi ke pasar internasional, seperti Korea dan India (Waluyo, 2024). Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman, seperti fluktuasi harga bahan baku, ketergantungan pada pemasok tertentu, dan persaingan ketat di pasar dengan banyak perusahaan serupa yang menawarkan produk daur ulang (Fernandez-Urbano & Kulic, 2020). Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya dan memanfaatkan peluang yang ada untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional, sambil mengurangi ketergantungan pada pemasok dan pesaing yang ada.

## **Analisis Kelayakan Bisnis**

### **Aspek Pasar**

Aspek pasar untuk bisnis PET Bales Press Navi Jaya Utama di wilayah Jabodetabek dan Karawang menunjukkan potensi besar dengan tingginya permintaan dan perkembangan industri daur ulang plastik. Permintaan material PET daur ulang sangat tinggi, tercermin dari tingkat daur ulang botol PET yang mencapai 74% dan galon PET 93%, serta kontribusi besar plastik PET terhadap ekonomi daur ulang di Jabodetabek, yang melibatkan lebih dari 57.500 lapangan kerja dan 1.370 UMKM (Santoso et al., 2024). Hal ini menciptakan peluang bagi perusahaan trader seperti Navi Jaya Utama untuk menjembatani kesenjangan antara produsen dan pasar, memanfaatkan potensi keuntungan yang signifikan. Penawaran perusahaan dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan LinkedIn, serta kolaborasi dengan produsen PET Bales Press untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang, sementara trend pasar industri daur ulang plastik di Indonesia menunjukkan masa depan yang cerah. Diharapkan, pada tahun 2030, nilai pasar daur ulang plastik global akan mencapai \$80,20 miliar (Kompas, 2023). Meskipun masih rendah, pasar daur ulang plastik diperkirakan akan berkembang pesat antara 2024 hingga 2030, mengikuti tren ekonomi hijau global, dengan Navi Jaya Utama memiliki potensi menjadi pelopor di pasar Jakarta dan sekitarnya.

### **Aspek Pemasaran**

Navi Jaya Utama menerapkan analisis STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dalam strategi pemasaran bisnis PET Bales Press. Segmentasi pasar dilakukan secara geografis, mencakup wilayah Jabodetabek dan Karawang, serta psikografis, yakni perusahaan yang peduli lingkungan dan berkomitmen pada keberlanjutan. Targeting perusahaan difokuskan pada pasar B2B, yaitu pabrik pengolahan plastik di Jabodetabek dan Karawang, dengan kemungkinan ekspansi ke pasar internasional seperti India dan Korea. Positioning perusahaan didasarkan pada harga yang bersaing dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan, yang membedakan mereka dari pesaing. Dalam hal Marketing Mix, produk utama yang ditawarkan adalah PET Bales Press dengan varian Clear, Bluish, dan Mix, dengan harga yang bersaing mulai dari Rp. 8.200 hingga Rp. 9.200 per unit (Navi Jaya Utama, 2024). Lokasi kantor perusahaan di Bekasi memudahkan akses ke industri besar dan infrastruktur transportasi yang mendukung efisiensi operasional. Promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, LinkedIn, dan TradeKey, serta dengan menghadiri acara industri dan ekspo untuk memperkenalkan produk dan membangun jaringan bisnis. Selain itu, penggunaan platform digital seperti Google Maps dan LinkedIn meningkatkan visibilitas dan konektivitas perusahaan (Navi Jaya Utama, 2024). Proses pemasaran yang terstruktur juga memastikan produk sampai ke konsumen dengan efisien, meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

### **Aspek Manajemen**

Aspek manajemen dan sumber daya manusia di PT Navi Jaya Utama berfokus pada analisis struktur organisasi untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Saat ini,

perusahaan menghadapi tantangan terkait dengan ketidakadaan departemen khusus untuk sumber daya manusia, keuangan, dan operasional, yang dapat menghambat efisiensi operasional dan meningkatkan beban kerja karyawan yang ada. Struktur organisasi yang ada terdiri dari CEO yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengarahan seluruh aspek operasional perusahaan untuk mencapai tujuan strategis, serta seorang Spesialis Pemasaran Digital yang mengelola media sosial, merencanakan konten, dan berinteraksi dengan audiens di berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Keberadaan spesialis ini sangat penting dalam memperluas jangkauan pemasaran digital perusahaan (Navi Jaya Utama, 2024).

### **Aspek Operasional**

Aspek operasional PT Navi Jaya Utama mencakup beberapa elemen penting, mulai dari lokasi usaha, kapasitas produksi, hingga proses bisnis yang diterapkan. Perusahaan ini berlokasi di Villa Indah Permai, Kota Bekasi, yang memiliki keuntungan strategis karena akses mudah ke berbagai infrastruktur penting dan kedekatan dengan Pelabuhan Tanjung Priok, yang mempermudah distribusi baik untuk pasar domestik maupun internasional. Kapasitas produksi saat ini adalah 1 ton per hari, yang dapat disesuaikan berdasarkan permintaan pasar dengan memperbesar kapasitas atau merekrut tenaga kerja tambahan jika diperlukan. Proses bisnis perusahaan melibatkan beberapa tahapan, dimulai dari penerimaan pesanan pelanggan, pembuatan kontrak dan invoice, pengaturan pembayaran, pengadaan bahan baku, hingga pengaturan dan pengiriman barang. Setiap langkah dalam proses ini dirancang untuk memastikan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan, termasuk pengiriman tepat waktu dan pelunasan pembayaran setelah barang diterima dengan baik oleh pelanggan (Navi Jaya Utama, 2024).

### **Aspek Keuangan**

Aspek keuangan Navi Jaya Utama menunjukkan bahwa usaha ini memiliki prospek yang sangat positif. Berdasarkan proyeksi arus kas dari 2024 hingga 2028, perusahaan mencatatkan saldo kas yang terus meningkat, dimulai dengan Rp12.000.000 pada tahun 2024 dan terus berkembang setiap tahunnya, seiring dengan penjualan yang mencapai 1 ton per bulan pada tahun pertama. Penjualan ini diproyeksikan meningkat setiap tahunnya, menghasilkan keuntungan yang semakin besar dan arus kas yang sehat. Dengan *Net Present Value* (NPV) yang positif sebesar Rp53.140.000 pada tahun 2028, serta *Internal Rate of Return* (IRR) yang sangat tinggi yakni 232,48%, bisnis ini menunjukkan kelayakan yang sangat baik. Selain itu, *Profitability Index* (PI) sebesar 10,6, yang lebih besar dari 1, mengindikasikan bahwa investasi di bisnis ini layak diterima. *Payback Period* yang hanya memakan waktu 1 tahun menunjukkan bahwa investasi awal dapat kembali dengan cepat, membuat bisnis Navi Jaya Utama sangat layak untuk dijalankan dalam jangka panjang.

### **Aspek Hukum atau Legalitas**

Aspek hukum atau legalitas perusahaan Navi Jaya Utama menunjukkan bahwa perusahaan telah memenuhi semua persyaratan hukum yang berlaku. Sebagai badan hukum Perseroan Terbatas (PT), perusahaan ini telah resmi berdiri pada tahun 2022 dan telah memenuhi kewajiban perizinan yang diperlukan. Salah satunya adalah Nomor Induk Berusaha (NIB) yang diterbitkan melalui sistem OSS (*Online Single Submission*), yang berfungsi sebagai izin usaha dan izin komersial atau operasional perusahaan. Selain itu, perusahaan juga telah mendaftarkan Kode KBLI yang sesuai dengan klasifikasi kegiatan ekonomi yang dijalankan, memastikan keseragaman dalam kegiatan usaha di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa Navi Jaya Utama beroperasi secara sah dan mematuhi regulasi yang berlaku (Navi Jaya Utama, 2024).

### **Aspek Ekonomi dan Budaya**

Keberadaan Navi Jaya Utama dalam bisnis pengolahan limbah plastik PET Bales Press di wilayah Jabodetabek membawa dampak positif pada aspek sosial, ekonomi, dan

lingkungan. Secara sosial, perusahaan ini membuka peluang pekerjaan bagi masyarakat sekitar, yang secara tidak langsung meningkatkan perekonomian lokal dengan menyediakan pendapatan bagi pekerja di wilayah tersebut (Bartik, 2020). Dari segi lingkungan, proses pengolahan limbah plastik membantu mengurangi jumlah sampah plastik yang berpotensi mencemari lingkungan. Secara ekonomi, Navi Jaya Utama memberikan manfaat bagi para pemasok bahan baku dan memperkuat perekonomian daerah melalui transaksi keuangan yang terjadi antara perusahaan dan pemasok.

### **Aspek Lingkungan**

Navi Jaya Utama memiliki lokasi kantor yang beroperasi di Kota Bekasi. Kota Bekasi sebagai lokasi kantor merupakan daerah yang tidak rawan bencana berdasarkan pemetaan oleh BPBD (Badan Penanggulangan Bencana Daerah). Lokasi kantor Navi Jaya Utama di Bekasi juga mempunyai akses jalan yang baik sehingga memudahkan *buyyer* untuk menemukan lokasi perusahaan. Secara keseluruhan, Navi Jaya Utama mampu menjaga dampak lingkungannya tetap terkendali sambil tetap menjalankan operasional bisnis dengan lancar

### **Business Plan**

Navi Jaya Utama telah merancang serangkaian langkah strategis dalam perencanaan pemasaran untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas pasar perusahaan. Salah satunya adalah peningkatan akun Instagram dengan mengunggah konten yang menarik berupa feeds dan story, yang bertujuan untuk menjaga hubungan dengan pelanggan dan menarik audiens yang lebih luas (Rietveld et al., 2020). Selain itu, perusahaan juga berencana memperbaharui dan meningkatkan pengalaman pengguna pada website perusahaan dengan desain yang lebih modern dan informatif, termasuk informasi mengenai layanan pengelolaan limbah plastik, proses, dan manfaat dari produk yang ditawarkan (Sakas et al., 2022). Tidak hanya itu, Navi Jaya Utama juga merencanakan untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan platform internasional seperti TradeKey. Dengan mengoptimalkan profil akun, menyertakan deskripsi produk yang lengkap, dan berpartisipasi aktif dalam forum dan diskusi, perusahaan berharap dapat menjalin hubungan dengan pembeli internasional dan memperluas pasar secara efektif. Pendekatan ini diharapkan dapat meningkatkan eksposur dan kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Akter et al., 2021).

Di sisi operasional, perusahaan juga berencana untuk memperkuat ketahanan rantai pasokan dengan mencari pemasok cadangan. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi gangguan yang mungkin terjadi dalam pasokan bahan baku atau komponen penting lainnya. Dengan adanya pemasok cadangan, Navi Jaya Utama dapat lebih fleksibel dalam memilih pemasok berdasarkan kualitas dan harga, serta meningkatkan efisiensi dalam strategi pengadaan (Rezaei et al., 2020). Selain itu, perusahaan juga akan mencari jasa logistik yang lebih handal dan efisien untuk memastikan pengiriman yang tepat waktu dan aman, baik untuk pasar domestik maupun internasional. Evaluasi terhadap penyedia jasa logistik akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kecepatan pengiriman, biaya, serta pengalaman dalam menangani produk sejenis (Oh et al., 2022).

Dalam hal pengelolaan organisasi, Navi Jaya Utama menyusun rencana manajerial yang lebih terstruktur dengan pembagian tugas yang jelas bagi setiap divisi yang ada. Manajemen pemasaran akan fokus pada penyediaan informasi terkini mengenai produk dan layanan perusahaan kepada konsumen melalui media sosial dan platform komunikasi lainnya. Selain itu, manajemen sumber daya manusia juga menjadi perhatian utama dengan penilaian kerja yang berkala dan pemberian kompensasi yang sesuai bagi tenaga kerja yang berprestasi. Perusahaan juga berencana untuk memperbaiki kualitas sumber daya manusia dengan melakukan rekrutmen berdasarkan kriteria yang sesuai dengan kebutuhan

perusahaan, seperti kemampuan digital marketing untuk spesialis pemasaran dan keterampilan negosiasi untuk sales (Bartik, 2020). Dengan sistem penilaian kinerja yang terstruktur, perusahaan berharap dapat meningkatkan motivasi kerja karyawan dan memastikan pencapaian tujuan perusahaan yang lebih optimal.

Dari sisi keuangan, Navi Jaya Utama menggunakan laporan neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas untuk menganalisis kondisi keuangan perusahaan secara menyeluruh. Laporan-laporan ini membantu dalam mengetahui posisi keuangan perusahaan, serta menganalisis likuiditas dan solvabilitas yang dapat digunakan sebagai dasar untuk pengambilan keputusan strategis. Laporan arus kas yang mendetail, perusahaan dapat mengelola keuangan dengan lebih efisien, mengidentifikasi potensi masalah arus kas, dan merencanakan pengeluaran serta investasi dengan lebih tepat. Melalui penerapan strategi yang matang di bidang pemasaran, operasional, manajemen sumber daya manusia, dan keuangan, Navi Jaya Utama diharapkan dapat mengoptimalkan kinerja bisnisnya dalam jangka panjang dan memperkuat posisinya di pasar lokal maupun internasional.

## KESIMPULAN

PT Navi Jaya Utama, yang didirikan pada 2022 dan mulai beroperasi penuh pada 2023, adalah perusahaan trader di sektor pengolahan plastik. Perusahaan ini awalnya fokus pada ekspor biji plastik, namun kini beralih ke pasar lokal di Jabodetabek dan Karawang. Meskipun menghadapi beberapa tantangan, seperti promosi yang kurang optimal, kapasitas produksi terbatas, dan SOP yang belum jelas, perusahaan memiliki peluang besar untuk berkembang karena tingginya permintaan pasar. Untuk memperkuat posisinya, perusahaan perlu meningkatkan promosi digital, menjaga kualitas produk melalui kerjasama dengan pemasok terpercaya, serta memperbaiki sistem SDM dan keuangan. Selain itu, sertifikasi uji laboratorium diperlukan untuk memastikan kualitas produk. Kehadiran perusahaan ini memberikan dampak positif dalam bidang sosial, ekonomi, dan lingkungan, khususnya melalui penciptaan lapangan kerja dan kontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Penelitian mendatang diharapkan dapat melibatkan lebih banyak objek penelitian dan mengevaluasi berbagai strategi yang diterapkan. Navi Jaya Utama juga disarankan untuk memanfaatkan peluang terkait penggunaan bahan daur ulang dan keberlanjutan, serta berinovasi dalam strategi pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan.

## REFERENSI

- Adebayo, T. S., Akadiri, S. S., Uhumamure, S. E., Altuntaş, M., & Shale, K. (2022). Does political stability contribute to environmental sustainability? Evidence from the most politically stable economies. *Heliyon*, 8(12), e12479. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e12479>
- Aydin, R., Kwong, C. K., Ji, P., & Law, H. M. C. (2014). Market demand estimation for new product development by using fuzzy modeling and discrete choice analysis. *Neurocomputing*, 142, 136–146. <https://doi.org/10.1016/j.neucom.2014.01.051>
- Damayanti, N., Widastuti, A. T., Paningal, B., Rosyadi, I., Julia, I., Sinatra, R. D., & Triesa, S. A. (2024). ANALISIS KELAYAKAN BISNIS PADA SALON LAULINA BEAUTY CORNER MELIPUTI: ASPEK KEUANGAN, ASPEK PASAR DAN PEMASARAN, ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA, ASPEK HUKUM DAN ASPEK LINGKUNGAN. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(2), 179–192. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i2.11451>
- Elmaghraby, S. E. (2011). Production Capacity: Its Bases, Functions and Measurement. In K. G. Kempf, P. Keskinocak, & R. Uzsoy (Eds.), *Planning Production and Inventories*

- in the Extended Enterprise (Vol. 151, pp. 119–166). Springer US. [https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6485-4\\_7](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-6485-4_7)
- Ermawati, E., & Hidayanti, A. N. (2022). Studi Kelayakan Bisnis. Badan Penerbit Universitas Muria Kudus.
- Hortaçsu, A., Natan, O. R., Parsley, H., Schwieg, T., & Williams, K. R. (2023). Demand estimation with infrequent purchases and small market sizes. *Quantitative Economics*, 14(4), 1251–1294. <https://doi.org/10.3982/QE2147>
- Imam, T., & Uddin, S. (2022). How do economic and public finance statuses affect policy responses during a pandemic? – Learning from the COVID-19 first wave. *BMC Public Health*, 22(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13209-6>
- Isensee, C., Teuteberg, F., Griese, K.-M., & Topi, C. (2020). The relationship between organizational culture, sustainability, and digitalization in SMEs: A systematic review. *Journal of Cleaner Production*, 275, 122944. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122944>
- Kotler, P. (2014). *Kotler on marketing: How to create, win, and dominate markets*. Free Press.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. A. (Eds.). (2011). *Grundlagen des Marketing* (5., aktualisierte Aufl). Pearson Studium.
- Li, L., Chi, T., Hao, T., & Yu, T. (2018). Customer demand analysis of the electronic commerce supply chain using Big Data. *Annals of Operations Research*, 268(1–2), 113–128. <https://doi.org/10.1007/s10479-016-2342-x>
- López-Gamero, M. D., Pereira-Moliner, J., Molina-Azorín, J. F., Tarí, J. J., & Pertusa-Ortega, E. M. (2023). Human resource management as an internal antecedent of environmental management: A joint analysis with competitive consequences in the hotel industry. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(6), 1293–1314. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1841216>
- Manggu, B., & Beni, S. (2021). ANALISIS PENERAPAN SEGMENTASI, TARGETING, POSITIONING (STP) DAN PROMOSI PEMASARAN SEBAGAI SOLUSI MENINGKATKAN PERKEMBANGAN UMKM KOTA BENGKAYANG. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1146>
- Meltzer, A. H. (1974). CREDIT AVAILABILITY AND ECONOMIC DECISIONS: SOME EVIDENCE FROM THE MORTGAGE AND HOUSING MARKETS. *The Journal of Finance*, 29(3), 763–777. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1974.tb01482.x>
- Mulazzani, L., Manrique, R., Trevisan, G., & Malorgio, G. (2015). Fish market integration and demand analysis: A Mediterranean case study. *Agricultural Economics*, 46(1), 39–52. <https://doi.org/10.1111/agec.12139>
- Polyanska, A., Zapukhliak, I., & Diuk, O. (2019). Culture of organization in conditions of changes as an ability of efficient transformations: The case of gas transportation companies in Ukraine. *Oeconomia Copernicana*, 10(3), 561–580. <https://doi.org/10.24136/oc.2019.027>
- Semikolenova, M., Glubokova, L., & Fedorova, S. (2018). PEST-ANALYSIS OF AGRICULTURAL INDUSTRY OF THE REGION. *Bulletin of South Ural State University Series “Economics and Management,”* 12(3), 16–24. <https://doi.org/10.14529/em180302>
- Tran, Q. T. (2024). Macro-Environment and Dividend Policy. In *Dividend Policy* (pp. 67–84). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/978-1-83797-987-520241008>
- Winarno, S. H. (2014). Analisis penilaian keputusan investasi menggunakan metode net present value. *Moneter-Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1).



Yong, J. Y., Yuzliza, M. Y., Ramayah, T., & Seles, B. M. R. P. (2022). Testing the stakeholder pressure, relative advantage, top management commitment and green human resource management linkage. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 29(5), 1283–1299. <https://doi.org/10.1002/csr.2269>