

Tahapan Bisnis dan Core Bisnis

A. Penjelasan Teori Tahapan Bisnis

Tahapan bisnis merupakan langkah-langkah yang harus dilalui oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan dan keberhasilan yang diinginkan. Menurut Kotler dan Keller (2016), tahapan ini umumnya dibagi menjadi lima fase, yaitu: ide dan pengembangan, perencanaan, pelaksanaan, pertumbuhan, dan pematangan. Setiap fase memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri yang memerlukan strategi yang berbeda untuk mengatasi masalah yang muncul.

Pada fase ide dan pengembangan, perusahaan harus melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Data dari Statista (2021) menunjukkan bahwa 70% startup gagal karena kurangnya pemahaman tentang pasar. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan survei dan analisis data untuk menemukan peluang yang ada. Misalnya, dalam bidang kesehatan lingkungan, perusahaan dapat melakukan survei untuk mengetahui tingkat kesadaran masyarakat tentang pentingnya sanitasi yang baik.

Setelah mengumpulkan data, perusahaan memasuki fase perencanaan. Di sini, perusahaan harus merumuskan strategi bisnis dan model bisnis yang jelas. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), Business Model Canvas adalah alat yang efektif untuk merancang model bisnis yang dapat memberikan nilai tambah. Dalam konteks kesehatan lingkungan, misalnya, perusahaan dapat merancang model bisnis yang fokus pada penyediaan layanan konsultasi kesehatan lingkungan yang terjangkau dan mudah diakses oleh masyarakat.

Fase pelaksanaan adalah saat perusahaan mulai menerapkan rencana yang telah disusun. Dalam tahap ini, penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala. Data dari McKinsey & Company (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan evaluasi rutin memiliki peluang 30% lebih besar untuk berhasil. Dalam bidang kesehatan lingkungan, perusahaan dapat menggunakan indikator kesehatan masyarakat untuk mengevaluasi dampak dari layanan yang diberikan.

Setelah melewati fase pelaksanaan, perusahaan akan memasuki fase pertumbuhan. Pada tahap ini, perusahaan mulai mendapatkan pengakuan dan pelanggan yang lebih banyak. Menurut laporan dari IBISWorld (2021), industri kesehatan lingkungan diperkirakan akan

tumbuh sebesar 5,5% per tahun. Contoh nyata dari fase ini adalah perusahaan yang menyediakan layanan pengujian kualitas air yang mulai mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan pemerintah.

Akhirnya, fase pematangan adalah saat perusahaan telah mencapai stabilitas dan harus mempertahankan posisinya di pasar. Di sini, perusahaan perlu berinovasi untuk tetap relevan. Data dari Harvard Business Review (2019) menunjukkan bahwa 70% perusahaan yang tidak berinovasi mengalami penurunan pendapatan. Dalam konteks kesehatan lingkungan, perusahaan bisa mengembangkan layanan baru seperti pelatihan untuk masyarakat tentang pentingnya pengelolaan limbah yang baik.

B. Penjelasan Teori Core Bisnis

Core bisnis adalah aktivitas utama yang menjadi fokus utama perusahaan dan merupakan sumber keunggulan kompetitif. Menurut Porter (1985), core bisnis mencakup semua aktivitas yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan membedakan perusahaan dari pesaing. Identifikasi core bisnis yang tepat sangat penting untuk keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan.

Dalam konteks kesehatan lingkungan, core bisnis bisa berupa penyediaan layanan konsultasi dan pengujian kualitas lingkungan seperti udara, tanah, dan air. Misalnya, sebuah perusahaan yang fokus pada pengujian kualitas air dapat mengembangkan metode yang lebih efisien dan akurat dibandingkan pesaing. Data dari World Health Organization (2020) menunjukkan bahwa kualitas air yang buruk dapat menyebabkan berbagai penyakit, sehingga layanan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Core bisnis juga harus didukung oleh sumber daya dan kapabilitas yang memadai. Menurut Prahalad dan Hamel (1990), perusahaan harus mengembangkan kompetensi inti yang mendukung core bisnis mereka. Dalam bidang kesehatan lingkungan, kompetensi inti bisa berupa keahlian dalam analisis data laboratorium dan pemahaman mendalam tentang regulasi lingkungan. Dengan memiliki kompetensi ini, perusahaan dapat memberikan layanan yang lebih baik dan terpercaya.

Selanjutnya, perusahaan harus terus berinovasi untuk menjaga keberlanjutan core bisnisnya.

Data dari Deloitte (2019) menunjukkan bahwa 80% perusahaan yang berfokus pada inovasi berhasil meningkatkan pangsa pasar mereka. Dalam bidang kesehatan lingkungan, inovasi bisa dilakukan melalui pengembangan teknologi baru untuk pengujian kualitas lingkungan, seperti penggunaan sensor pintar yang dapat memberikan data secara real-time kepada masyarakat.

Akhirnya, penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi dan penyesuaian terhadap core bisnisnya seiring dengan perubahan pasar. Menurut BCG (2021), perusahaan yang responsif terhadap perubahan tren pasar memiliki peluang lebih besar untuk bertahan. Dalam konteks kesehatan lingkungan, perusahaan harus siap untuk menyesuaikan layanan mereka dengan kebutuhan masyarakat yang terus berkembang, seperti meningkatnya kesadaran akan perubahan iklim dan kesehatan publik.

C. Contoh Tahapan Bisnis dalam Bidang Kesehatan Lingkungan

Dalam bidang kesehatan lingkungan, tahapan bisnis dapat dilihat dari contoh perusahaan yang bergerak dalam penyediaan layanan pengujian kualitas air. Pada fase ide dan pengembangan, perusahaan melakukan riset untuk memahami masalah kualitas air di daerah tertentu, seperti tingginya tingkat pencemaran di sungai-sungai perkotaan. Data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2022) menunjukkan bahwa 60% sungai di Indonesia mengalami pencemaran.

Setelah memahami masalah tersebut, perusahaan memasuki fase perencanaan dengan merumuskan strategi untuk menyediakan layanan pengujian kualitas air. Dalam fase ini, mereka dapat menggunakan Business Model Canvas untuk merancang model bisnis yang mencakup segmen pelanggan, nilai tawar, dan saluran distribusi. Misalnya, mereka dapat menargetkan masyarakat yang tinggal di daerah dengan akses terbatas terhadap layanan kesehatan lingkungan.

Pada fase pelaksanaan, perusahaan mulai menawarkan layanan mereka kepada masyarakat. Mereka dapat melakukan kampanye pemasaran untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pengujian kualitas air. Data dari Nielsen (2021) menunjukkan bahwa 75% konsumen lebih memilih produk yang ramah lingkungan, sehingga kampanye yang menekankan aspek keberlanjutan dapat menarik perhatian lebih banyak pelanggan.

Setelah mendapatkan pelanggan, perusahaan memasuki fase pertumbuhan. Mereka dapat memperluas layanan dengan menawarkan paket pengujian yang lebih lengkap atau melakukan kolaborasi dengan pemerintah daerah untuk menyediakan layanan gratis bagi masyarakat berpenghasilan rendah. Laporan dari Badan Pusat Statistik (2022) menunjukkan bahwa akses terhadap layanan kesehatan lingkungan masih rendah di daerah terpencil, sehingga ini bisa menjadi peluang bagi perusahaan.

Akhirnya, dalam fase pematangan, perusahaan harus fokus pada inovasi untuk mempertahankan posisinya. Mereka dapat mengembangkan aplikasi mobile yang memungkinkan masyarakat untuk memantau kualitas air di sekitar mereka secara real-time. Dengan mengadopsi teknologi terkini, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan efisiensi layanan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

D. Contoh Core Bisnis dalam Bidang Kesehatan Lingkungan

Core bisnis dalam bidang kesehatan lingkungan dapat diilustrasikan melalui perusahaan yang menyediakan layanan konsultasi dan pengujian kualitas udara. Core bisnis ini meliputi semua aktivitas yang berhubungan dengan pengujian, analisis, dan penyuluhan mengenai kualitas udara. Menurut laporan dari Environmental Protection Agency (2021), kualitas udara yang buruk dapat menyebabkan masalah kesehatan serius, sehingga layanan ini sangat penting.

Perusahaan yang fokus pada core bisnis ini harus memiliki kompetensi inti dalam analisis data dan pemahaman tentang standar kualitas udara yang berlaku. Mereka harus mampu melakukan pengujian yang akurat dan memberikan rekomendasi yang tepat kepada klien. Data dari WHO (2020) menunjukkan bahwa 90% populasi dunia menghirup udara yang tercemar, sehingga kebutuhan akan layanan ini sangat tinggi.

Untuk menjaga keberlanjutan core bisnis, perusahaan perlu berinovasi dalam metode pengujian dan analisis. Misalnya, mereka dapat menggunakan teknologi sensor yang canggih untuk memantau kualitas udara secara real-time. Menurut laporan dari McKinsey (2021), penggunaan teknologi dalam pengujian lingkungan dapat meningkatkan akurasi dan efisiensi layanan.

Selain itu, perusahaan juga harus aktif dalam melakukan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya menjaga kualitas udara. Program penyuluhan dapat menjadi bagian dari core bisnis

yang memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Data dari Kementerian Kesehatan (2022) menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat tentang kualitas udara masih rendah, sehingga edukasi menjadi sangat penting.

Akhirnya, perusahaan perlu melakukan evaluasi secara berkala terhadap core bisnis mereka untuk tetap relevan di pasar. Mereka harus responsif terhadap perubahan regulasi dan tren pasar. Menurut laporan BCG (2021), perusahaan yang adaptif memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam industri yang kompetitif. Dalam konteks kesehatan lingkungan, ini berarti perusahaan harus siap untuk beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat yang terus berubah.

E. Kesimpulan

Dalam makalah ini, kita telah membahas tahapan bisnis dan core bisnis, serta bagaimana keduanya dapat diterapkan dalam bidang kesehatan lingkungan. Tahapan bisnis mencakup serangkaian langkah yang harus diambil oleh perusahaan untuk mencapai keberhasilan, sementara core bisnis adalah aktivitas utama yang memberikan nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Penting bagi perusahaan untuk memahami dan menerapkan kedua konsep ini agar dapat bertahan dan berkembang dalam industri yang semakin kompetitif.

Referensi:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
2. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
3. McKinsey & Company. (2020). *The Importance of Evaluation in Business Success*.
4. IBISWorld. (2021). *Industry Report: Environmental Health Services in the US*.
5. Harvard Business Review. (2019). *The Cost of Innovation: Why Companies Fail to Innovate*.
6. World Health Organization. (2020). *Air Quality Guidelines*.
7. Deloitte. (2019). *Innovation in Business: Trends and Insights*.
8. Prahalad, C. K., & Hamel, G. (1990). *The Core Competence of the Corporation*. Harvard Business Review.
9. BCG. (2021). *The Future of Business: Adaptability and Resilience*.
10. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2022). *Laporan Kualitas Lingkungan Hidup*.

11. Nielsen. (2021). The Sustainability Imperative: New Insights on Consumer Expectations.
12. Badan Pusat Statistik. (2022). Akses Layanan Kesehatan Lingkungan di Indonesia.