

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Sejalan dengan temuan Paiola et al. (2024) tentang pentingnya pemahaman terhadap kebutuhan klien dan diferensiasi pasar dalam pembentukan BMI. Dalam lima studi kasus pada penelitian ini, terlihat bagaimana setiap perusahaan menekankan pentingnya hubungan klien, kepercayaan, dan kualitas desain sebagai kunci keberhasilan. Dalam Faria et al. (2023) juga ditemukan bahwa model bisnis yang berfokus pada identifikasi kebutuhan pelanggan, menentukan bagaimana perusahaan memberikan nilai kepada mereka, menarik pelanggan untuk membayar nilai tersebut, dan mengubah pembayaran menjadi profitabilitas.

Perbedaan yang ditemukan dalam lima studi kasus tersebut terletak pada strategi diferensiasi, di mana sebagian besar mengandalkan kepatuhan regulasi dan hubungan klien (Kasus 1, 3, 4), sementara yang lain mengutamakan inovasi, efisiensi biaya, dan pemanfaatan teknologi (Kasus 2 dan 5). Perusahaan dengan spesialisasi dalam regulasi dan hubungan pemerintah memiliki stabilitas lebih tinggi, sedangkan yang berorientasi inovasi lebih fleksibel dalam menghadapi persaingan pasar.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kesuksesan perusahaan arsitektur dipengaruhi oleh kombinasi strategi pasar, diferensiasi layanan, dan pemanfaatan teknologi. Meskipun terdapat variasi dalam pendekatan Model Bisnis yang digunakan, faktor fundamental seperti kualitas layanan, inovasi, serta

hubungan dengan klien (pelanggan) tetap menjadi kunci utama dalam membangun bisnis arsitektur yang berkelanjutan.

5.2 Implikasi Penelitian

Berdasarkan analisis yang dilakukan, kelima perusahaan diatas dinilai memiliki keunggulan dan kekhasan masing-masing. Namun, meningkatkan daya saing perusahaan dapat melakukannya dengan memperkuat inovasi model bisnis. Berikut implikasi yang menjadi catatan penulis dalam penelitian ini:

1. PT Global Rancang Selaras

Secara keseluruhan, perusahaan ini telah mengidentifikasi beberapa kekuatan melalui pendekatan berorientasi klien dan fokus pada kualitas produk dan layanan, tetapi perlu mengembangkan lebih lanjut kemampuan inovasi, diversifikasi segmen pasar, dan penggunaan teknologi untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

2. DTLM SDN BHD

Meskipun perusahaan ini memiliki beberapa kekuatan melalui proposisi nilai yang menarik dan tim yang terampil, ada beberapa area yang perlu diperbaiki atau dikembangkan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang. Diversifikasi segmen pasar, inovasi dalam proposisi nilai, dan pengelolaan biaya yang lebih baik akan membantu memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar arsitektur yang semakin kompetitif.

3. PT Indosarana Pratama Nusantara

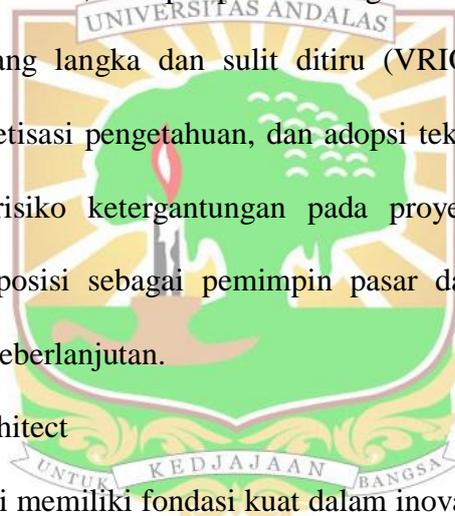
Secara umum, perusahaan perlu memperluas pasar, meningkatkan penggunaan teknologi, serta menambah diversifikasi pendapatan untuk menjaga keberlanjutan dan daya saing di industri arsitektur yang semakin kompetitif.

4. CV Studio A17 Consultant

Perusahaan ini memiliki keunggulan dalam keahlian teknis dan hubungan dengan pemerintah, tetapi perlu mengubah sumber daya menjadi kapabilitas yang langka dan sulit ditiru (VRIO). Dengan diversifikasi segmen, monetisasi pengetahuan, dan adopsi teknologi, perusahaan dapat mengurangi risiko ketergantungan pada proyek pemerintah sekaligus membangun posisi sebagai pemimpin pasar dalam konsultasi berbasis regulasi dan keberlanjutan.

5. Rushdina Architect

Perusahaan ini memiliki fondasi kuat dalam inovasi dan SDM, tetapi perlu memperkuat diferensiasi melalui teknologi yang sulit ditiru dan strategi pemasaran yang lebih agresif. Dengan menggabungkan pendekatan RBV dengan pengembangan sumber daya unik, dan BMC dengan optimalisasi model bisnis, perusahaan dapat memperluas pasar, meningkatkan profitabilitas, dan memantapkan posisi sebagai pemimpin industri arsitektur berkelanjutan.



5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini lebih terfokus pada analisis berbasis *Business Model Canvas*, dengan teori *ResourceBase View* untuk kedalaman penelitian. Unit observasi adalah Owner/CEO/Principal arsitektur, sehingga perspektif dari karyawan atau klien tidak menjadi fokus utama.

Customer insight yang juga menjadi bagian dari kerangka konseptual, disimpulkan berdasarkan generalisasi yang telah dipelajari, dirasakan dan pengalaman jangka panjang (7, 10, 15, 21, 31 tahun) oleh Owner/CEO/Principal dari lima perusahaan yang menjadi objek penelitian.

Jumlah sampel firma terbatas 5 perusahaan, dipilih untuk menjaga keseimbangan antara kedalaman wawancara dan variasi data, tetapi mungkin belum mencerminkan seluruh ekosistem bisnis arsitektur di Indonesia dan Malaysia.

Pendekatan kualitatif dengan *in-depth interview*, artinya data yang dikumpulkan bersifat eksploratif dan subjektif, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi secara kuantitatif.

5.4 Rekomendasi dan Saran

5.4.1 Rekomendasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi strategis bagi perusahaan arsitektur dalam Inovasi model bisnis agar lebih kompetitif dan berkelanjutan:

1. Memperkuat pemahaman terhadap kebutuhan klien

2. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui diferensiasi strategi
3. Optimalisasi pemanfaatan teknologi dalam bisnis arsitektur
4. Membangun reputasi dan kepercayaan secara berkelanjutan
5. Penguatan kapasitas SDM dan kolaborasi dengan ahli eksternal.

5.4.2 Saran

Untuk perusahaan arsitektur, perlu dipahami bahwa pada dasarnya *Business Model Canvas* (BMC) merupakan langkah awal dalam rancangan strategis menuju organisasi yang mumpuni dan mampu bersaing secara berkelanjutan. Setelahnya diperlukan uji coba system dan kesesuaian dengan kondisi terkini perusahaan maupun kondisi pasar yang terus berubah.

Setelah menyelesaikan perancangan model bisnis, langkah selanjutnya adalah mengubahnya menjadi desain implementasi. Ini melibatkan identifikasi perusahaan yang terkait, penentuan *milestones* (pencapaian utama), pembentukan struktur organisasi, penyusunan anggaran yang terperinci, serta pengembangan *roadmap* Perusahaan. Biasanya, fase implementasi ini dijabarkan dalam rencana bisnis dan didokumentasikan dalam manajemen perusahaan.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan wilayah studi agar temuan dapat digeneralisasi. Selain itu, pendekatan kuantitatif dapat digunakan untuk mengukur tren model bisnis secara statistik. Studi yang melibatkan observasi langsung terhadap praktik bisnis perusahaan arsitektur, juga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi keberhasilan di industri ini.