

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Penerapan strategi bisnis berkelanjutan IKEA melalui *IWAY Standard* dalam menggunakan kapas berkelanjutan dengan capaian sebesar 100 persen sejak tahun 2015 dan tetap bertahan hingga data tahun 2022 menunjukkan bahwa komponen-komponen dari *Sustainable Business Model Innovation* (SBMI) secara konsisten diterapkan oleh IKEA. Strategi tersebut dipetakan berdasarkan elemen dari masing-masing komponen yang dikemas dengan pembentukan program, kerjasama, kebijakan, KPI (*Key Performance Indicator*), dan manajemen internal keuangan perusahaan untuk mewujudkan penggunaan kapas berkelanjutan.

Dalam *Sustainable Value Propositions Innovation* yang memiliki elemen diantaranya yaitu 1). IKEA membangun elemen *stakeholders network* dengan membagi pemangku kepentingan menjadi enam jenis agar mudah memetakan strategi yang akan dibangun untuk mewujudkan nilai bersama dan mengembangkan lebih banyak variasi program kerjasama, 2). *Sustainability problem*, IKEA dalam menjalankan bisnis berkelanjutannya selalu mengintegrasikan dengan poin SDGs, terutama dalam mengatasi permasalahan kapas yang menjadi komoditas penting dalam rantai produksinya, baik secara lokal dan global. 3). *Product/service*), IKEA secara konsisten menjalankan komitmennya dengan membuat produk dari bahan baku kapas berkelanjutan yaitu Sprei TOVSIPPA dan Kain SKÄGGÖRT. Layanan yang diberikan IKEA terhadap konsumen dan pegawai juga beragam untuk mendukung kenyamanan dan memenuhi setiap hak individu yang terlibat dengan

bisnis berkelanjutan IKEA. Informasi berupa laporan tahunan perusahaan juga dikemas dengan transparan.

Sustainable Value Creation & Delivery yang memiliki elemen diantaranya yaitu 1). *Resources and capabilities* telah disusun secara sistematis dan disesuaikan dengan pembaruan setiap isu di negara pemasok IKEA melalui pengeluaran kebijakan dan penyusunan KPI. 2). *Organization*, IKEA selalu menelaraskan model bisnis perusahaan dengan rantai nilai berkelanjutannya. 3). *Position in the value network* diwujudkan IKEA dengan memberikan banyak jaminan dan manfaat bagi para karyawannya.

Sedangkan *Sustainable Value Capture Innovation* yang memiliki elemen diantaranya yaitu 1). *Revenue model* diwujudkan oleh IKEA dengan adanya IKEA Family (*membership*), IKEA Affiliate Program, dan IKEA Franchise System disertai dengan strategi penetapan harga yang lebih rendah dari para kompetitor. 2). *Sustainable cost* selalu menjadi perhatian IKEA untuk membangun bisnis berkelanjutan melalui pembayaran pajak dan melakukan investasi terhadap aset perusahaan yang berasal dari laba bersihnya sesuai dengan alokasi yang telah ditentukan. Berdasarkan hal tersebut, IKEA telah terbukti menjalankan *Sustainable Business Model Innovation* sesuai dengan argumen yang telah disampaikan oleh penulis pada bab 1 yaitu dengan memanfaatkan strategi bisnis berkelanjutan *IWAY Standard*, perusahaan multinasional IKEA dapat menjalankan tanggung jawab lingkungan, sosial, dan ekonominya melalui penggunaan bahan baku kapas berkelanjutan sejak tahun 2015-2022. Langkah inovasi ini diharapkan dapat

memberi contoh kepada perusahaan multinasional lainnya yang menggunakan kapas dalam rantai produksinya untuk beralih menerapkan bisnis berkelanjutan.

4.2 Saran

Penelitian mengenai IKEA dan kaitannya dengan *IWAY Standard* yang ada saat ini masih banyak membahas tentang *global sourcing* yang dapat menjadi pendorong ekspansi bisnis IKEA, *sustainable cotton initiatives* IKEA di Tiongkok berdasarkan *Better Cotton Initiative (BCI) Standard* beserta tahapan implementasi dan dampaknya terhadap *supply chain*, dan beberapa penelitian yang juga membahas pembelajaran teknologi di kalangan pemasok IKEA di Republik Rakyat Tiongkok dan Asia Tenggara yang juga dapat dilihat sebagai bentuk CSR perusahaan dengan studi kasus *IWAY Standard*. Berdasarkan penelitian sebelumnya, dibutuhkan penelitian yang lebih spesifik terkait rantai pasokan tiap bahan baku yang digunakan IKEA untuk menambah literatur kebenaran penerapan bisnis berkelanjutan di setiap sektor perusahaan ini.

Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi media kajian menarik terkait bisnis internasional perusahaan *furniture* yang berkaitan dengan sektor industri dan pertanian untuk pengembangan penelitian selanjutnya. Maka dari itu, penelitian ini mendorong studi komparasi motif antara perusahaan *furniture* terbesar di dunia dan IKEA terkait perbedaan kepatuhan untuk menerapkan bisnis berkelanjutan dalam rantai produksinya yang dapat dianalisis dalam penelitian selanjutnya.