

ABSTRACT

This research explores the business strategy of PT. Pesona Olah Formika, a Bandungbased company engaged in recycling plastic waste into high-value products. The study focuses on the company's plan to innovate by producing recycled polypropylene (PP) plastic pellets and exporting them to the United States, capitalizing on the growing demand for environmentally friendly products in the global market. By implementing circular economy principles, the company not only reduces plastic waste but also adds economic value through sustainable product innovation. This research aims to identify optimal business strategies and market penetration methods by analyzing key factors such as product innovation, pricing strategies, target market segmentation, and export regulations in the United States. The study employs models like SWOT analysis, Porter's Five Forces, and Business Model Canvas to assess the company's competitive advantage and strategic positioning. The findings are expected to provide practical recommendations for PT. Pesona Olah Formika to strengthen its presence in the U.S. market while contributing to Indonesia's sustainable development goals (SDGs). Ultimately, this research highlights how business innovation and environmental responsibility can work hand in hand to achieve global market success.

Keywords: *Recycled Plastic Pellets, Polypropylene (PP), Circular Economy, Business Strategy, Export, United States, Sustainable Development Goals (SDGs), PT. Pesona Olah Formika.*



ABSTRAK

Penelitian ini mengeksplorasi strategi bisnis PT. Pesona Olah Formika, sebuah perusahaan yang berbasis di Bandung dan bergerak di bidang daur ulang limbah plastik menjadi produk bernilai tinggi. Studi ini berfokus pada rencana perusahaan untuk berinovasi dengan memproduksi biji plastik daur ulang berbahan polipropilena (PP) dan mengekspornya ke Amerika Serikat, memanfaatkan permintaan global yang semakin meningkat terhadap produk ramah lingkungan. Dengan menerapkan prinsip ekonomi sirkular, perusahaan tidak hanya mengurangi limbah plastik tetapi juga menambah nilai ekonomi melalui inovasi produk berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi bisnis yang optimal dan metode penetrasi pasar dengan menganalisis faktor-faktor kunci seperti inovasi produk, strategi penetapan harga, segmentasi pasar sasaran, dan regulasi ekspor di Amerika Serikat. Studi ini menggunakan model seperti analisis SWOT, Porter's Five Forces, dan Business Model Canvas untuk mengevaluasi keunggulan kompetitif dan posisi strategis perusahaan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi PT. Pesona Olah Formika untuk memperkuat kehadirannya di pasar Amerika Serikat sekaligus berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di Indonesia. Pada akhirnya, penelitian ini menyoroti bagaimana inovasi bisnis dan tanggung jawab lingkungan dapat berjalan beriringan untuk meraih kesuksesan di pasar global.

Kata Kunci: Biji Plastik Daur Ulang, Polipropilena (PP), Ekonomi Sirkular, Strategi Bisnis, Ekspor, Amerika Serikat, Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), PT. Pesona Olah Formika..

