

**STRATEGI PEMASARAN HIJAU PT. WIJAYA KARYA INDUSTRI DAN
MANUFAKTUR UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN MOTOR
LISTRIK GESITS
LAPORAN MAGANG**



Disusun Oleh :

Nama : **Arga Bayu Perwita**

Nomor Mahasiswa : **19311242**

Program Studi : **Manajemen**

Bidang Konsentrasi : **Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA
2023**

LAPORAN MAGANG

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia



Disusun Oleh :

Nama : **Arga Bayu Perwita**

Nomor Mahasiswa : **19311242**

Program Studi : **Manajemen**

Bidang Konsentrasi : **Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
YOGYAKARTA**

2023

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN

Bentuk Kegiatan : Magang
Pelaksana : Arga Bayu Perwita
NIM : 19311242
Jurusan : Manajemen
Tempat Pelaksanaan : PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur
Dosen Pembimbing : Arif Hartono, S.E., M.Ec.,Ph.D.
Waktu : 2 Februari s/d 2 Juni 2022 dan disesuaikan
dengan waktu dan jam kerja yang telah diatur
dan ditentukan PT. WIKA Industri Manufaktur

Telah disetujui dan disahkan untuk ujian Tugas Akhir-Strata 1

Yogyakarta, 4 Oktober 2023

Disahkan oleh,



Arif Hartono, S.E., M.Ec.,Ph.D.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 30 Oktober 2023

Penulis,



Telah dipertahankan/diuji dan disahkan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Nama : Arga Bayu Perwita

Nomor Mahasiswa : 19311242

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta,

Disahkan Oleh:

Penguji/Pembimbing Magang : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Penguji 1 : Murwanto Sigit Drs. H. MBA

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

ABSTRAK

PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif di Indonesia. Produk yang diciptakan PT WIMA adalah sepeda motor listrik Gesits G1 dan Gesits Raya. Perusahaan harus memiliki strategi yang efektif dan efisien untuk menawarkan dan menjual sepeda motor listrik Gesits di Indonesia. Tujuan LAPORAN MAGANG ini adalah untuk mengetahui implementasi strategi pemasaran yang diterapkan oleh PT WIMA. Penelitian tugas akhir magang ini menggunakan metode kualitatif yaitu dengan wawancara dan mengumpulkan data dari beberapa pihak yang terlibat pada pemasaran PT.WIMA. Dari hasil yang telah diperoleh PT.WIMA harus melakukan strategi marketing 4P seperti melakukan promosi yang lebih meluas, memperbanyak jaringan dealer dan bengkel resmi, PT.WIMA harus melakukan strategi banting harga, PT.WIMA harus memperbaiki pelayanan terhadap konsumen.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Konsumen Konvensional, Konsumen Non Konvensional, *Marketing Mix 4P*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun tugas akhir magang ini. Penyusunan laporan tugas akhir magang yang penulis buat mungkin masih jauh dari sempurna, namun penyelesaian penulisan tugas akhir ini tidak pernah lepas dari doa, usaha, motivasi, dukungan, dan bimbingan banyak pihak. Tujuan dari penulis membuat laporan tugas akhir adalah untuk menyelesaikan syarat dari kelulusan sarjana di Universitas Islam Indonesia.

Penulis disini menyadari dalam penulisan laporan tugas akhir tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, dan nasehat dari berbagai pihak selama penyusunan tugas akhir. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT atas izin dan karunia-nya yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
2. Orang tua penulis, Bapak Tejo Kusworo Hadi dan Ibu Ririn Rianingsih yang selalu memberikan doa, motivasi, serta semangat kepada penulis tiada henti sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir magang.

3. Adik penulis, Farhan Bagas Ramadhan yang selalu memberikan dukungan kepada penulis selama proses penulisan tugas akhir.
4. Johan Arifin, S.E., M.SI., Ph.D selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
5. Arief Hartono, S.E., M.Ec.,Ph.D. Selaku dosen pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan hingga terselesaikan tugas akhir magang.
6. Seluruh bapak dan ibu dosen Jurusan Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Univesitas Islam Indonesia yang memberikan ilmunya selama kuliah.
7. Bapak Abdullah Alwi selaku SVP PT WIMA yang telah membimbing penulis ketika pelaksanaan magang, dan pak Anto Rinaldi L. Tobing selaku manajer pemasaran dalam negeri serta pak Gelora Yala Nusantoro selaku manajer pemasaran luar negeri selaku pembimbing lapangan ketika penulis magang di PT WIMA.
8. Terimakasih kepada seluruh pegawai dan staff PT WIMA sebagai penyedia informasi terkait penyusunan laporan tugas akhir magang
9. Terimakasih kepada teman-teman terdekat penulis Aunul Azim, Bimafazaa Athala, Hiziam Gusrifaiq, Azirial AB Haikal, Ilham Putra Wendi yang selalu memberikan saya dukungan dan motivasi selama menyelesaikan penulisan tugas akhir magang

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN AKHIR MAGANG	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
1.1 Profil Perusahaan Wijaya Karya Industri Manufaktur tbk.....	1
1.1.1 Visi, Misi Dan <i>Corporate Value</i>	4
1.2 Latar Belakang Masalah.....	5
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Magang	7
1.5 Manfaat Bagi Perusahaan, Mahasiswa Dan Akademik	8
1.5.1 Bagi Perusahaan	8
1.5.2 Bagi Mahasiswa.....	8
1.5.3 Bagi Kampus	8
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	8
BAB II	11

2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2 Pemasaran Ramah Lingkungan (<i>Green Marketing</i>).....	12
2.1.3 Bauran Pemasaran	13
2.1.4 Motor Listrik Sebagai <i>Green Product</i> Ramah Lingkungan	15
2.1.5 Teknologi Ramah Lingkungan (<i>Green Technology</i>).....	16
2.1.6 Resistensi Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan	16
2.2 Kerangka Kerja	17
BAB III	20
3.1 Pendekatan Penelitian	20
3.2 Unit Analisis	20
3.3 Metode Pengumpulan Data	20
3.4 Lokasi Dan Waktu Magang	21
3.4.1 Lokasi Pelaksanaan Magang	21
3.4.2 Waktu Pelaksanaan.....	22
3.5 Metode Analisis Data Wawancara	23
3.5.1 Reduksi Data	23
3.5.2 Penyajian Data.....	24
3.5.3 Penarikan Kesimpulan.....	24
BAB IV	26
HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI	26
4.1 Struktur Organisasi PT.WIMA	27

4.2 Proses Bisnis Tim Marketing Business Development	30
4.3 Deskripsi Produk Motor Listrik Gesits	32
4.3.1 Spesifikasi dan fitur Motor Gesits G1 dan Gesits Raya	34
4.4 Profil Responden	36
4.5 Hasil Wawancara.....	44
4.5.1 Hasil Wawancara Responden Motor Listrik Gesits	44
4.5.2 Hasil Wawancara Responden Motor Konvensional.....	46
BAB V.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57
TRANSKRIP WAWANCARA	64

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Tabel Profil Responden.....	36
Tabel 4. 2 Tabel Analisis Wawancara.....	46
Tabel 4. 3 Tabel Analisis Wawanca.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Informasi PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur	2
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Kerja.....	19
Gambar 3. 1 Lokasi PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur.....	22
Gambar 4. 1 Flowchart Struktur Organisasi Divisi Pemasaran PT.WIMA.....	28
Gambar 4. 2 Kegiatan Magang Penulis.....	32
Gambar 4. 3 Varian Warna Motor Listrik Gesits G1	33
Gambar 4. 4 Varian Warna Motor Listrik Gesits Raya	33
Gambar 4. 5 Spesifikasi Motor Listrik Gesits.....	35

BAB I

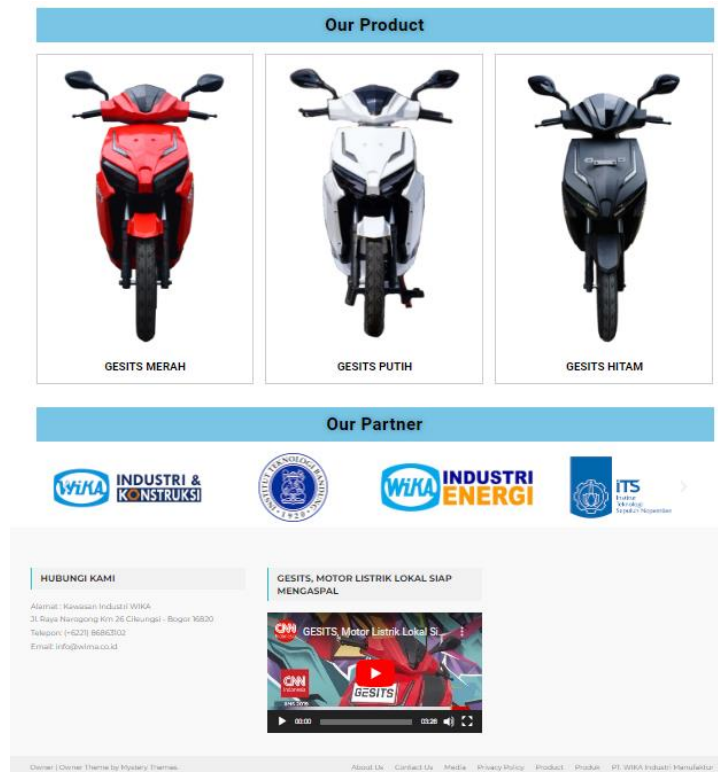
PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan Wijaya Karya Industri Manufaktur Tbk.

PT. Wijaya Karya (WIKA) lahir dengan nama Perusahaan Negara Pembangunan Widjaja Karja sebagai hasil dari nasionalisasi perusahaan belanda Naamloze Vennotschap Technische Handel Maatschappij en Bouwbediif Vis en Co atau NV Vis en Co melalui keputusan pemerintah no. 2 Tahun 1960 dan Peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga Listrik (PUTL). Pada tanggal 27 Oktober 2007, WIKA menerbitkan 28,46 persen sahamnya dalam penawaran umum perdana (IPO) di Bursa Efek Indonesia, dan sisanya dimiliki oleh pemerintah Indonesia.

Di tahun 2019, PT. WIKA secara resmi mencanangkan Visi dan Misi 2030 agar perusahaan mampu mengatasi tantangan masa depan di bidang investasi, *engineering, procurement and construction* (EPC). Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pencapaian kualitas hidup yang lebih baik, PT.WIKA percaya bahwa Visi 2030 didasarkan pada prinsip-prinsipnya (*people, planet, dan profit*) dan lambang harmonisasi sambil tetap berpegang pada tujuan pembangunan berkelanjutan, PT.WIKA berkomitmen untuk memenuhi peran pentingnya dalam menciptakan kualitas hidup yang lebih baik.

PT. WIKA memiliki beberapa anak perusahaan, salah satunya yaitu PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur. PT Wijaya Karya Industri Manufaktur (WIMA) adalah perusahaan kerjasama (*Join Venture*) antara PT Wijaya Karya Industri Konstruksi dan PT GESITS Technologies Indo yang resmi berdiri pada tahun 2018. Berdirinya WIMA merupakan sebuah bentuk respon dari peluang di bidang energi, teknologi dan transportasi yang semakin terbuka dan berkembang di Indonesia. WIMA focus bergerak di bidang industri manufaktur assembling khususnya di kendaraan listrik. PT WIMA mengeluarkan produk unggulan yang bernama GESITS, yang merupakan sebuah motor listrik karya anak bangsa Indonesia.



Gambar 1. 1 Informasi PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur

Gesits merupakan solusi transportasi yang ramah lingkungan (*Green Product*) yang menawarkan sejumlah keunggulan. Gesits menawarkan kemudahan dalam baik dari segi perawatan dan kepraktisannya, berikut ini merupakan keunggulan dalam memiliki motor listrik Gesits:

- a. Gesit bersahabat dengan lingkungan, Gesits dapat mengurangi emisi. Motor listrik tidak menghasilkan emisi gas, karena sumber energinya adalah energi listrik yang tersimpan di baterai. Di sisi lain, sepeda motor tradisional memiliki emisi yang cukup besar dan mempengaruhi kualitas udara, karena hasil pembakaran mesin dikeluarkan melalui asap knalpot.
- b. Gesits ramah kantong, lebih ekonomis daripada mesin konvensional. sepeda motor listrik Gesits dengan kapasitas baterai 5 kWh dan jarak tempuh 50km. Jika harga listrik di Jabodetabek adalah 2.000 rupiah per kilowatt-jam, maka untuk perjalanan sejauh 50 km Anda hanya perlu mengeluarkan sekitar 10.000 rupiah, Bila dibandingkan dengan motor konvensional, butuh 1 liter bensin untuk menempuh jarak 30 km. Artinya, bila 1 liter Pertalite Rp10 ribu, maka untuk menempuh jarak 30 km butuh biaya Rp10 ribu.
- c. Perawatan mudah, Gesits memiliki perawatan yang mudah dibanding motor konvensional, Gesits tidak perlu ganti oli rutin atau servis berkala

tetapi hanya cukup memperhatikan waktu penggantian kampas rem, minyak rem dan kondisi ban.

Gesits awalnya muncul dari kerjasama Guaranteendo dengan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS). Nama Gesits berasal dari singkatan *Guaranteendo Electric Scooter* ITS sedangkan nama perusahaannya adalah Gesits Technologies Indo (GTI). GTI kemudian mendirikan perusahaan patungan dengan Wijaya Karya Industri & Konstruksi (WIKON) pada bulan Juni 2018, yaitu Wijaya Karya Industri Manufaktur (WIMA). WIMA adalah prinsipal dan pabrikan yang memiliki pabrik perakitan Gesits di Cileungsi, Bogor, Jawa Barat dan berkantor pusat di Tamansari Hive Office, Jl. DI. Panjaitan Kav. 2, Cipinang Cempedak, Jatinegara, Jakarta Timur.

1.1.1 Visi, Misi Dan Corporate Value

Visi

WIMA memiliki visi yaitu terdepan dalam industri manufaktur otomotif di Asia Tenggara dengan produk unggulan kendaraan listrik ramah lingkungan yaitu motor listrik.

Misi

WIMA memiliki misi dalam membangun industri nasional kendaraan roda dua listrik berbasis baterai, yang sehat dan menguntungkan *Stakeholder* berdasarkan pada prinsip kualitas, keselamatan, Kesehatan dan lingkungan. Melakukan

pengembangan produk nasional yang unggul dan berkelanjutan bersama mitra guna menembus pasar global. Membangun pola pikir masyarakat dan calon konsumen dalam keunggulan menggunakan motor listrik yang ramah lingkungan.

1.2 Latar Belakang Masalah

Seiring berkembangnya zaman, kebutuhan manusia juga semakin banyak, transportasi menjadi alat untuk mempermudah setiap aktifitas manusia dalam berpindah tempat tujuan. Kendaraan pribadi juga masih menjadi salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi setiap masyarakat dikarenakan dianggap lebih fleksibel untuk digunakan jika dibandingkan dengan transportasi umum. Mayoritas kendaraan pribadi yang dimiliki setiap masyarakat umumnya bersifat konvensional dengan BBM yang menjadi energi bahan bakar kendaraan mereka. Permasalahannya adalah cadangan minyak bumi yang semakin hari semakin menipis dikarenakan minimnya eksplorasi sumber minyak baru.

Kendaraan konvensional yang dimiliki oleh setiap orang mengakibatkan polusi udara yang tiap harinya mencemari udara di sekitar kita, menurut (Kusminingrum & Gunawan, 2008) penambahan volume lalu lintas di perkotaan negara Indonesia mencapai sekitar 15% pertahun, kendaraan pribadi menjadi sumber pencemaran udara yang tersebar, dimana ada sekitar 70% diakibatkan asap kendaraan pribadi. Polusi udara yang terdiri dari Karbonmonoksida, Nitrogen Oksida, Methane, nonmethane, Sulful Dioksida, dan Partikel menyebabkan pemanasan global yang terus menerus merusak bumi. Hal inilah yang menjadikan inovasi kendaraan ramah lingkungan harus

didukung penuh pula oleh masyarakat dengan cara memilih kendaraan pribadi yang mampu menjaga kelestarian udara bersih di Indonesia.

Industri kendaraan listrik di Indonesia saat ini sudah meningkat setiap tahunnya, banyak merk motor listrik yang masuk dan mulai berjualan di Indonesia sebut saja seperti, NIU, Gogoro, Viar, Selis, United Motors, Smoot Tempur dan juga Gesits. Menggunakan motor listrik memberikan keunggulan bagi pemilik yaitu suara mesin yang tidak berisik, lebih efisien dibanding motor konvensional, perawatan relative mudah, pengisian daya murah dan juga bersahabat dengan lingkungan, jadi tidak hanya pemilik yang mendapatkan keuntungan tetapi juga alam sekitar berkat pemakaian motor listrik. Ada beberapa peluang strategi Gesits untuk memasarkan produknya yaitu dimulai menjadi peserta pameran kendaraan yang tiap tahunnya rutin diadakan dengan tujuan pendekatan kepada masyarakat mengenai produk Gesits. Pendekatan ini harus mampu bersaing dengan merk motor konvensional yang sudah akrab di telinga masyarakat sebelumnya (Amelia, 2022).

Meskipun pemerintah mendukung dan terus menggenjot penjualan dari kendaraan listrik, namun faktanya motor konvensional masih memimpin pasar otomotif di Indonesia, pada tahun 2022, tercatat motor listrik hanya terjual 15.000 unit saja, padahal di tahun yang sama, motor konvensional terjual hingga 5,2 Juta unit (Nurhada, 2023). Ada beberapa faktor yang menyebabkan penjualan motor listrik tidak terlalu signifikan yaitu kurangnya minat calon konsumen untuk membeli motor listrik yang disebabkan oleh minimnya promosi pemasaran mengenai kualitas produk,

keunggulan dari motor listrik dibandingkan dengan motor konvensional, belum terlalu banyak produsen yang terjun langsung ke produk motor listrik secara komersil. Gesits hadir untuk menjadi solusi kendaraan masa kini yang terjun langsung ke produk secara komersil, dibanding dengan kompetitor motor listrik Gesits terdepan dengan penjualannya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Apa faktor yang mempengaruhi minimnya minat konsumen terhadap inovasi motor listrik di Indonesia?
2. Bagaimana strategi pemasaran PT. WIMA untuk meningkatkan minat konsumen pasar motor listrik berdasarkan konsumen motor konvensional dan non konvensional?

1.4 Tujuan Magang

1. Untuk mengetahui alasan dan faktor penghambat yang menyebabkan penjualan motor listrik Gesits tidak tinggi dibandingkan dengan penjualan motor konvensional di pasaran.
2. Untuk mengetahui bagaimana upaya pemasaran dan promosi yang seharusnya dilakukan oleh PT. WIMA agar meningkatkan minat konsumen untuk mengetahui keunggulan dan membeli motor listrik Gesits.

1.5 Manfaat Bagi Perusahaan, Mahasiswa Dan Akademik

1.5.1 Bagi Perusahaan

1. Berpartisipasi dalam pelaksanaan program pemerintah di bidang Pendidikan.
2. Membantu perusahaan dalam mendapatkan strategi pemasaran perusahaan.

1.5.2 Bagi Mahasiswa

1. Untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata di bidang *business development* sesuai dengan perminatan yang diambil yaitu pemasaran dan menjadi persiapan diri untuk menjadi pribadi yang lebih kompeten, professional dan menambah keahlian pada saat masuk kerja, sehingga bisa menjadi bekal dalam menyiapkan diri untuk dunia kerja setelah lulus dari Universitas Islam Indonesia.
2. Untuk mendapatkan pengalaman memecahkan permasalahan yang dihadapi pada saat magang di Gesits.

1.5.3 Bagi Kampus

1. Mempererat hubungan antara pihak Universitas Islam Indonesia dengan PT. WIMA.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Secara umum, penulisan laporan magang (TA) terdiri dari lima bagian, yang diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang gagasan utama praktik atau latar belakang, rumusan masalah pertanyaan penelitian, tujuan praktik dan manfaat praktik. Bab ini digunakan sebagai acuan dalam mencari informasi terkait magang. Bab ini juga membahas sistematika penulisan yang mencakup isi dari setiap bab di laporan ini.

BAB 2 KAJIAN LITERATUR

Bab ini memuat landasan-landasan teori yang digunakan sebagai bahan acuan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan oleh penulis. Bagian ini menjelaskan beberapa teori pemasaran yang akan dibahas pada bagian berikutnya. Di sini, landasan teori ditekankan, yang mencerminkan betapa relevannya teori-teori yang berkaitan dengan kegiatan magang.

BAB 3 METODOLOGI

Bab ini mencakup metode yang digunakan dalam analisis laporan ini, lokasi yang digunakan dalam studi, dan durasi studi.

BAB 4 HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN HASIL

Bab ini berisi informasi umum dan informasi khusus. Di sini, informasi umum berisi ikhtisar yang tersedia untuk semua pengguna praktik. Informasi yang tepat meliputi uraian hasil ilmu yang diperoleh selama magang sesuai dengan isu tugas

akhir magang. Analisis deskriptif adalah bagian yang membuat kesimpulan, saran untuk kegiatan magang dan rekomendasi prinsip operasi baru perusahaan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan usulan dari seluruh pembahasan atau keseluruhan isi usulan yang diulas pada setiap bab yang telah ditulis sebelum

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan pemerintah dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan bertukar penawaran yang memiliki nilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat secara keseluruhan (Rahim & Mohamad, 2021). Pemasaran adalah suatu proses manajemen yang bertujuan untuk memaksimalkan laba. Pemegang saham membangun hubungan dengan pelanggan utama (pelanggan berharga) dan menciptakan keunggulan kompetitif. Pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial dan administratif dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan, menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang berharga dengan pihak lain (Rahim & Mohamad, 2021).

Pengertian pemasaran dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). adalah proses, metode, untuk memasarkan seluruh produk, sedangkan mendefinisikan strategi pemasaran adalah rencana untuk meningkatkan dampak pasar dalam jangka pendek dan panjang, berdasarkan riset pasar, evaluasi, desain produk, promosi penjualan, perencanaan dan distribusi. Terlepas dari definisi Kotler (Kotler, 2018), pemasaran adalah proses dimana perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, dan menambah nilai kepada pelanggan untuk mendapatkan nilai/umpan balik yang baik, meningkatkan laba dan ekuitas pelanggan.

Salah satu unsur pemasaran adalah bauran pemasaran, yaitu variabel pemasaran internal yang digunakan untuk mencapai penjualan. Bagian dari bauran pemasaran dikenal dengan 7P yaitu: *Product, Price, Place, Promotion, Price, Process dan People Who Make It* (Hariyanti & Wirapraja, 2018).

2.1.2 Pemasaran Ramah Lingkungan (*Green Marketing*)

Menurut (Bathmathan & Rajadurai, 2019) *green marketing* didefinisikan sebagai proses menjadikan produk lebih ramah lingkungan dan organisasi berfokus pada penggunaan konsep lingkungan dalam pengambilan keputusan di seluruh organisasi dan mencakup produksi, harga, pemasaran, dan distribusi produk dan layanan tanpa merusak lingkungan. *Green Marketing* dianggap bermanfaat bagi organisasi. Penelitian telah menunjukkan bahwa *Green Marketing* membantu meningkatkan kinerja perusahaan, keunggulan kompetitif, meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan citra perusahaan ramah lingkungan dan banyak manfaat lainnya. *Green marketing* juga diartikan sebagai upaya organisasi untuk merancang, mempromosikan, mengevaluasi dan mendistribusikan produk dengan cara yang ramah lingkungan.

Menurut (Dangelico & Vocalelli, 2017) strategi pemasaran ramah lingkungan memerlukan 4 langkah berbeda yaitu segmentasi, penargetan, penempatan, dan diferensiasi. Melalui segmentasi dan penargetan, perusahaan mengidentifikasi kelompok atau kelompok konsumen yang dilayaninya. Analisis studi yang ditinjau menunjukkan bahwa di bidang pemasaran ramah lingkungan terdapat dua pendekatan

utama dalam segmentasi konsumen: menurut karakteristik konsumen atau karakteristik pembelian. Konsumen sangat memperhatikan peran perusahaan dalam masyarakat, dan operasi yang berkelanjutan berdampak positif pada citra merek dan loyalitas merek menekankan bahwa strategi positioning yang mengkomunikasikan bauran pemasaran ramah lingkungan meningkatkan citra perusahaan. Namun, tingginya tingkat pertukaran informasi di kalangan konsumen ramah lingkungan dapat mengurangi upaya *positioning* dan meniadakan pentingnya loyalitas merek.

2.1.3 Bauran Pemasaran

McCarthy dalam buku Kotler dan Keller (2016) mengklasifikasikan berbagai aktivitas pemasaran ke dalam bauran pemasaran: *Product, Price, Promotion, dan Place*.

1. Product

Menurut Kotler dan Keller (2016) Segala yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi keinginan maupun kebutuhan, termasuk produk fisik, jasa, pengalaman, kegiatan, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Komponen produk sebagai berikut: variasi produk, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan, ukuran, jasa, garansi Kembali.

2. Price

Menurut Kotler dan Keller (2016) Sebuah perusahaan harus menetapkan harga ketika terjadi sebuah pengembangan harga, memperkenalkan saluran distribusi atau wilayah geografis baru, dan ketika memasuki penawaran

kontrak kerja yang baru. Selain itu, perusahaan juga harus menempatkan produknya sesuai dengan keadaan, kualitas, dan harga yang ditetapkan. Terdapat beberapa tujuan penetapan harga yang dilakukan perusahaan, yaitu keberlangsungan hidup perusahaan, mengoptimalkan laba yang didapat, kepemimpinan kualitas produk.

3. Promotion

promosi merupakan sebuah aktivitas yang digunakan perusahaan untuk meyakinkan konsumen untuk membeli produk perusahaan dengan cara mengkomunikasikan keunggulan produk.

Dapat disimpulkan bahwa promosi merupakan sarana komunikasi yang berkaitan dengan informasi suatu barang atau jasa yang ada di perusahaan mengenai keunggulan produk itu sendiri dengan tujuan untuk memberitahukannya kepada konsumen agar konsumen tertarik terhadap produk yang kita sampaikan sehingga produk yang ditawarkan akan dibeli.

4. Place

Berkaitan mengenai proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan sehingga menghasilkan produk yang diinginkan, dalam hal ini tempat lokasi, persediaan transportasi dan jangkauan pasar, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau menjadi faktor penting untuk konsumen dalam memutuskan pembelian produk (Ningsih & Maika, 2020).

2.1.4 Motor Listrik Sebagai *Green Product* Ramah Lingkungan

Kendaraan listrik (*electric vehicle*) saat ini merupakan sebuah teknologi transportasi yang paling cocok untuk tujuan ramah lingkungan, berbagai penelitian telah mengemukakan bahwa kendaraan listrik lebih membantu menjaga kelestarian lingkungan dibandingkan dengan kendaraan mesin bensin, kendaraan listrik diharapkan untuk terus berkembang dan meningkatkan teknologi baterai (Plananska & Gamma, 2022).

Literatur juga mencerminkan kebijakan dan ekosistem spesifik negara negara di dunia, contohnya negara negara eropa seperti Prancis dan Norwegia sangat cocok untuk pengadopsian penggunaan *electric vehicle* (EV) karena standar negara tersebut sudah tinggi yang dimana penggunaan sumber energi terbarukan dalam produksi pembangkit listriknya. Sementara Jerman, Inggris dan Amerika Serikat memanfaatkan penggunaan *electric vehicle* untuk berfokus pada dekarbonisasi listrik dengan tujuan mendapatkan manfaat dari pengurangan efek gas rumah kaca (Kumar & Alok, 2020).

Kendaraan listrik baterai memiliki keunggulan dibandingkan kendaraan berbasis konvensional dalam mengurangi polusi udara dan emisi gas rumah kaca. Kendaraan listrik menghasilkan polusi udara yang jauh lebih sedikit dan bisa dikatakan mendekati nol dibandingkan kendaraan berbasis konvensional. Kendaraan listrik cocok untuk mengatasi permasalahan pencemaran udara terutama di perkotaan. Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) merupakan langkah

percepatan pengenalan kendaraan listrik di Indonesia sesuai dengan tujuan yang diusulkan. Dengan adanya KBLBB memberikan solusi dan membantu pemerintah untuk menghemat biaya energi dan ketergantungan terhadap bahan bakar impor dengan menjadi alat transportasi yang tidak menimbulkan polusi dan ramah lingkungan serta menjadi alternatif solusi penurunan emisi di Indonesia (Cakrawati Sudjoko, 2021).

2.1.5 Teknologi Ramah Lingkungan (*Green Technology*)

Sektor transportasi kendaraan listrik saat ini masih menghadapi tantangan dengan meningkatnya fokus pada parameter kelestarian lingkungan dan perubahan iklim (Secinaro et al., 2020; Umar et al., 2021). Menurut parlemen Eropa (2019) sektor kendaraan konvensional turut menyumbang sedikitnya 30% emisi karbon dioksida di seluruh uni eropa, bahkan di luar eropa presentasi ini mendekati angka 37,5% (US, EPA 2021) Sekitar 60% emisi karbon dioksida disebabkan oleh lalu lintas kendaraan diakui sebagai kritis di kota-kota terbesar di dunia, Hal inilah yang membuat *green technology* menjadi solusi cerdas yang baru (Secinaro et al., 2022).

2.1.6 Resistensi Konsumen Terhadap Produk Ramah Lingkungan

Inovasi produk ramah lingkungan menjadi strategi kunci untuk pengembangan pasar otomotif di Indonesia, meskipun konsumen cenderung menyukai inovasi baru yang ramah lingkungan, tetapi mereka mungkin masih ragu untuk mengadopsi atau memiliki produk dengan inovasi ramah lingkungan dikarenakan adanya keraguan tentang kualitas dari produk inovasi tersebut. Penolakan terhadap inovasi ramah

lingkungan didefinisikan sebagai ketidaksiapan konsumen dari perubahan kebiasaan menggunakan sebuah produk (Chang & Zhang, 2019).

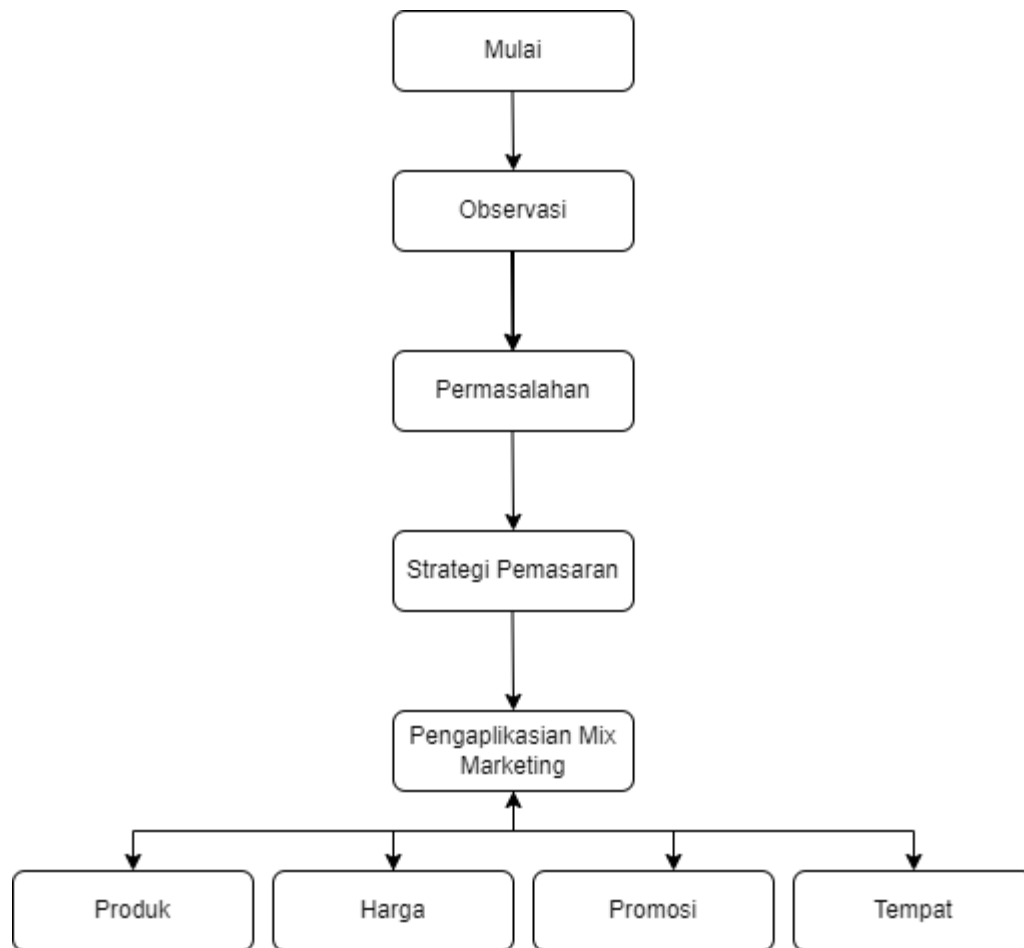
Beberapa peneliti berpendapat bahwa resistensi konsumen adalah alasan utama lambatnya adopsi atau kegagalan produk inovatif. Memang, memahami resistensi konsumen terhadap teknologi inovasi hijau dan motivasi intrinsiknya sangat penting untuk mengatasi resistensi terhadap inovasi ramah lingkungan. Beberapa penelitian telah menyarankan bahwa produk ramah lingkungan mungkin bertentangan dengan struktur kepercayaan konsumen atau kebiasaan dan rutinitas sehari-hari. Beberapa peneliti telah menemukan bahwa alasan resistensi inovasi adalah karena satu atau lebih hambatan adopsi seperti penggunaan, nilai, risiko, reputasi, dan hambatan tradisional. Hambatan penggunaan, nilai, dan risiko bersifat fungsional hambatan, tradisi dan hambatan citra mengacu pada hambatan psikologis. Hambatan fungsional cenderung muncul ketika konsumen merasakan perubahan signifikan dari adopsi inovasi, sedangkan hambatan psikologis sering kali diakibatkan oleh konflik dengan keyakinan konsumen sebelumnya (Chang & Zhang, 2019).

2.2 Kerangka Kerja

Perkembangan produksi kendaraan listrik setiap tahunnya semakin berkembang, dikarenakan permintaan yang terus bertambah menjadi hal yang menjadi motivasi setiap produsen kendaraan listrik khususnya motor listrik melakukan inovasi terhadap produk yang ditawarkan. Namun seiring dengan permintaan masyarakat terhadap kendaraan yang dapat membantu aktifitas mereka, kendaraan konvensional

lah yang masing-masing memenangkan persaingan dengan kendaraan listrik dikarenakan kebanyakan masyarakat memilih kendaraan konvensional karena kemudahan dalam mengoperasikannya, mengisi daya bahan bakarnya, dan kepercayaan terhadap merk dari produk kendaraan tersebut.

Salah satu bentuk strategi dari pemasaran adalah pihak perusahaan melakukan kegiatan promosi untuk menarik minat calon konsumen, sebelum melakukan kegiatan promosi, pihak perusahaan harus mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi promosi perusahaan. Setelah perusahaan mengetahui faktor-faktor tersebut, langkah selanjutnya adalah menentukan siapa (pelaku) yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam promosi penjualan. Langkah selanjutnya adalah menentukan alternatif strategi promosi penjualan yang efektif yaitu dengan *green marketing strategy* yang terdiri dari yaitu segmentasi, penargetan, penempatan, dan diferensiasi bagi perusahaan sesuai dengan tujuan promosi penjualan yang telah dirumuskan.



Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Kerja

BAB III

METODOLOGI

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan penelitian laporan magang ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Menurut (Abdussamad, 2021) tujuan metode penelitian kualitatif adalah untuk melakukan penyelidikan mendalam terhadap konteks objek penelitian. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman orang dengan mendengar apa yang mereka katakan tentang diri mereka dan pengalaman mereka (Salim & Syahru, 2012).

3.2 Unit Analisis

Pada proses magang ini, penulis bekerja di bidang pemasaran pada tim *Business Development*. Salah satu alasan penulis memilih PT. WIMA adalah karena perusahaan ini tengah menjalankan proyek jangka panjang produksi dan penjualan kendaraan roda dua listrik untuk membantu opsi kendaraan yang ramah lingkungan sebagai kebutuhan masyarakat Indonesia. Unit analisis pada penelitian ini adalah masyarakat yang memilih kendaraan listrik sebagai kendaraan sehari-hari dan masyarakat yang masih menggunakan kendaraan konvensional dan belum berminat menggunakan kendaraan listrik.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Ada dua metode yang penulis pakai dalam pengumpulan data penelitian ini yaitu metode observasi dan juga pengumpulan data melalui masyarakat dengan wawancara yang dijadikan sumber pengambilan data.

1. Observasi

Metode yang saya gunakan dalam penelitian ini adalah observasi, sebuah cara yang dilakukan untuk memberikan suatu gambaran kepada penelitian terkait tujuan awal melakukan penelitian. Dengan melakukan observasi, peneliti dapat menentukan langkah apa saja yang sebaiknya dilakukan saat mulai masuk dalam penelitian yang sesungguhnya (menentukan rancangan penelitian yang disesuaikan dengan hasil observasi diawal). Observasi bertujuan untuk mengamati subjek dan objek penelitian, sehingga peneliti dapat memahami kondisi sebenarnya. Pengamatan bersifat non-partisipatif yaitu peneliti berada diluar sistem yang diamati.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Pada penelitian ini wawancara dengan narasumber yaitu menggunakan media seperti:

1. Wawancara tatap muka langsung
2. Wawancara menggunakan media Zoom

3.4 Lokasi Dan Waktu Magang

3.4.1 Lokasi Pelaksanaan Magang

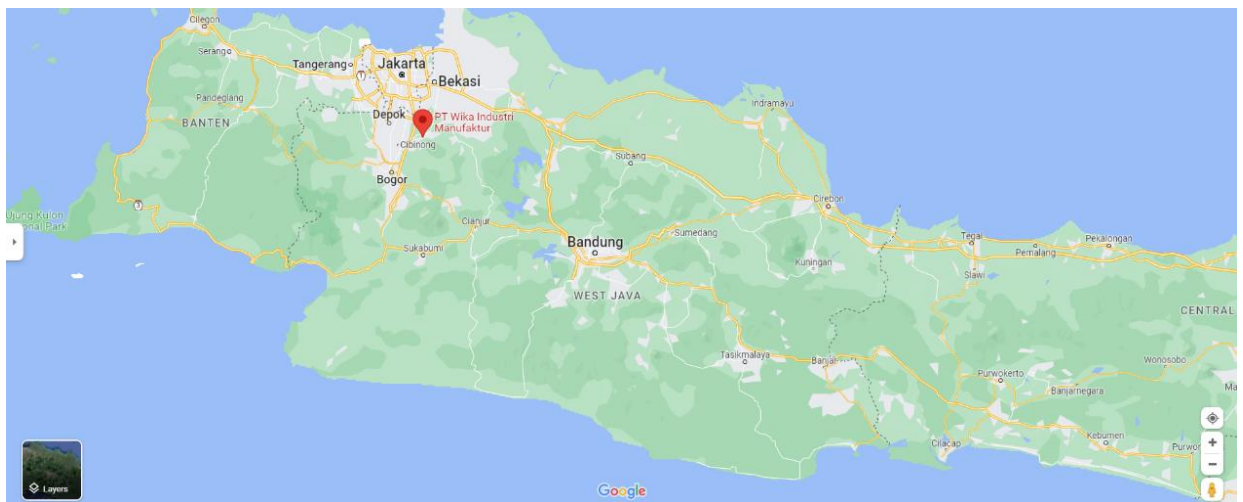
Nama Perusahaan : PT. WIJAYA KARYA INDUSTRI MANUFAKTUR

Alamat Perusahaan : Kawasan Industri WIKA

Jl. Raya Narogong Km 26 Cileungsi - Bogor 16820

Telepon : (+6221) 86863102

Email : info@wima.co.id



*Gambar 3. 1 Lokasi PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur
(Sumber: Google Maps)*

3.4.2 Waktu Pelaksanaan

Penulis menjalani program magang yang dilaksanakan di PT. WIMA selama 5 bulan, dimulai pada tanggal 2 Februari 2022 sampai dengan 2 Juni 2022. Hari kerja ditetapkan dari hari Senin sampai Jumat dan jam kerja dimulai pukul 08:00 dan berakhir pada pukul 17:00 WIB. Selama 5 bulan pelaksanaan

magang di PT.WIMA penulis diwajibkan menaati semua prosedur dan aturan yang telah ditetapkan.

3.5 Metode Analisis Data Wawancara

Menurut (Creswell, 2019) analisis data adalah suatu proses, yaitu. Implementasinya dilakukan karena pendataan intensif. Menganalisis data memerlukan refleksi terus-menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan analitis, dan membuat catatan selama penelitian. Analisis data kualitatif melibatkan pengumpulan data, menafsirkan hasil dan melaporkannya bersama-sama. Metode analisis data yang digunakan adalah:

3.5.1 Reduksi Data

Menurut (Rijali, 2019) reduksi data merupakan suatu proses selektif yang memfokuskan perhatian tentang penyederhanaan, abstraksi dan transformasi informasi perkiraan yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Proses ini terjadi terus menerus hingga penelitian benar-benar dilakukan sebelum benar-benar mengumpulkan data kerangka konseptual penelitian, masalah penelitian dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti. Reduksi data meliputi: merangkum data, coding, menelusuri tema, membuat cluster.

Metode: seleksi ketat ringkasan atau deskripsi singkat dan mengelompokkannya ke dalam pola yang lebih luas. Meringkas hasil pengumpulan data ke dalam konsep, kategori, dan topik, yaitu kegiatan reduksi data, pengumpulan dan reduksi data saling berinteraksi melalui penarikan

kesimpulan dan penyajian data, tidak hanya sekali tetapi bolak-balik, pengembangannya bersifat berurutan dan interaktif, bahkan melingkar. Kompleksitas permasalahan bergantung pada ketajaman pisau analisis.

3.5.2 Penyajian Data

Data display berdasarkan pendapat Creswell (2009) yang telah diterjemahkan merupakan data yang disajikan dalam bentuk uraian deskriptif maupun dalam bentuk bagan yang menunjukkan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Data display mempunyai tujuan untuk memudahkan dalam memahami suatu bahasan dan untuk merencanakan kerja selanjutnya. Data display dapat berupa grafik, matrik, network dan chart.

3.5.3 Penarikan Kesimpulan

Conclusion drawing atau *verification* menurut (Creswell, 2009) yang telah diterjemahkan merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dimana kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian lapangan dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal serta dapat membuktikan perbedaan kontribusi yang diberikan peneliti dibandingkan dengan penelitian terdahulu.

Dalam penelitian ini ditentukan bahwa kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disesuaikan dengan rumusan masalah, yaitu. terhadap tekanan untuk memenuhi peran ganda, dampak yang dapat

dicapai dan mengatasi dampak yang ditimbulkannya. tekanan ini dari sisi karyawan dan organisasi.

BAB IV

HASIL PELAKSANAAN PROGRAM DAN DISKUSI

Pada bab ini, pelaksanaan dan penelitian program magang yang telah saya jalankan dalam periode tanggal 1 Februari 2022 hingga 1 Juni 2022. Dalam kegiatan magang ini penulis diberikan kepercayaan dari pimpinan PT,WIMA untuk bergabung kedalam tim *Business Development*, tugas utama penulis di tim *Business Development* yaitu menjalankan pemasaran dan penjualan dari motor Gesits. Penulis dan tim juga berfokus kepada calon bakal konsumen yang tertarik dan sedang mencari info produk motor Gesits, dan penulis melayani dan mengarahkan calon konsumen yang ingin membeli Gesits. Dalam pelaksanaan magang ini penulis mendapatkan beberapa masalah terkait pemasaran di PT.WIMA yaitu dikarenakan dampak dari COVID 19 dan juga kurang meluasnya strategi pemasaran yang dilakukan oleh tim pemasaran sehingga membuat penjualan Gesits tidak tinggi. Dan juga pemasaran digital dari promosi Gesits masih banyak mengalami beberapa kendala, dengan kurangnya inovasi pemasaran di media sosial Gesits berdampak dengan kurangnya minat konsumen mencari info Gesits melalui media sosial.

Penulisan magang ini yang bertajuk strategi pemasaran hijau PT. Wijaya Karya Industri dan Manufaktur terhadap minat konsumen penjualan motor listrik Gesits tidak hanya memaparkan proses bisnis dan penjualan pada bagian pemasaran PT.WIMA yang menjadi tugas utama dan tanggung jawabnya. Tetapi juga

memberikan rekomendasi untuk proses bisnis pemasaran yang lebih efektif sehingga produk Gesit memiliki nilai tambah.

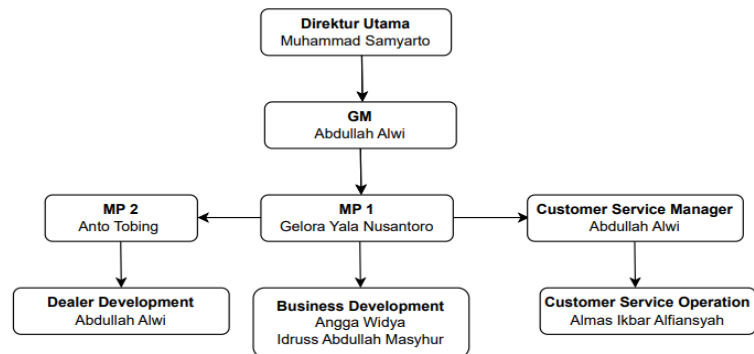
Dalam proses pengumpulan data kegiatan magang ini saya banyak melakukan aktifitas langsung yang berkaitan dengan divisi *Business Development*, seperti observasi parsifatif terhadap pekerjaan masing masing karyawan divisi *Business Development* dan saya rutin mengikuti meeting mingguan dan bulanan yang diadakan oleh pimpinan PT. WIMA untuk mendapatkan informasi dan data yang berguna dalam penelitian ini. Informasi dan data saya dapatkan meliputi dokumen perusahaan berupa struktur organisasi PT.WIMA, *SOP*, *Job Description*, maupun rangkuman pada setiap meeting yang diadakan (*Minutes Of Meeting*).

4.1 Struktur Organisasi PT.WIMA

Struktur organisasi internal perusahaan PT.WIMA merupakan salah satu faktor yang menentukan efisiensi karyawan yang bekerja di perusahaan WIMA. Struktur organisasi itu sendiri merupakan susunan tabel yang memuat peran dan tugas masing-masing orang yang terlibat sesuai dengan posisinya dalam perusahaan. Didalam struktur organisasi PT.WIMA terdapat beberapa macam lini bisnis, salah satunya yaitu divisi Marketing yang merupakan bagian lini dimana saya bekerja pada saat melaksanakan program magang.

Berikut ini merupakan penjabaran susunan struktur organisasi PT. WIMA di divisi Marketing dari menejemen puncak hingga kebawah yaitu :

- a. Perusahaan WIMA dipimpin oleh Muhammad Samyarto sebagai Direktur Utama yang membawahi General Manager PT.WIMA.
- b. General Manager PT.WIMA dipimpin oleh Abdullah Alwi yang membawahi beberapa departemen.
- c. Departemen dipimpin oleh Manager Pemasaran 1, Manager Pemasaran 2 dan Customer Service Manager yang membawahi beberapa unit kerja.
- d. Setiap unit kerja dipimpin oleh seorang supervisor yang membawahi beberapa pekerja.



*Gambar 4. 1 Flowchart Struktur Organisasi Divisi Pemasaran PT.WIMA
Sumber : Dokumen Perusahaan*

Gambar diatas merupakan flowchart struktur organisasi di divisi pemasaran, masing masing posisi memiliki kewenangan dan tanggung jawab yang berbeda beda, berikut ini merupakan penjelasan wewenang dan tanggung jawabnya :

- a. Direktur utama memiliki kewenangan untuk melakukan koordinasi dan memimpin setiap aktifitas pekerjaan yang dikerjakan oleh setiap departemen pekerjaan. Direktur juga bisa mendelegasikan tugasnya kepada *General Manager* atau Manager Pemasaran jika memungkinkan.
- b. Tugas dari *General Manager* PT.WIMA yaitu adalah menaikan keefektifitasan proses manajemen perusahaan, yang dilakukan oleh *General Manager* adalah memilih seseorang yang dinilai mampu untuk mengisi posisi Manager di PT.WIMA, dengan itu maka diharapkan setiap manager memiliki kemampuan untuk meningkatkan efektivitas menejemen perusahaan.
- c. Manager pemasaran PT.WIMA memiliki kewenangan dan tanggung jawab seperti bertanggung jawab atas perencanaan strategi pemasaran yang sudah diformulasikan oleh Direktur Utama dan General Manager PT.WIMA.
- d. *Dealer development* dipimpin oleh seorang supervisor yang merangkap sebagai General Manager memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan analisis dan memberikan rekomendasi terkait potensi permasalahan *dealer* dan *showroom*.
- e. Customer service operation memiliki tanggung jawab untuk mengkoordinir dan memvalidasi data komplain pemilik kendaraan GESITS yang masuk kepada tim customer service, memberikan rekomendasi solusi dan penanganan komplain konsumen kepada tim teknisi terkait.

4.2 Proses Bisnis Tim Marketing Business Development

Fungsi dari tim Marketing Business Development adalah tidak hanya sekedar menjual barang kepada konsumen, Tim Marketing Business Development bisa disebut sebagai ujung tombak dari bisnis. Aktifitas yang dilakukan adalah memahami konsumen, memenuhi kebutuhan market, menjaga konsumen agar setia dengan produk yang dihasilkan, melakukan promosi terhadap produk Gesits, mendongkrak popularitas Gesits dan menciptakan citra yang baik dari Gesits. Tim marketing PT.WIMA adalah yang bertanggung jawab atas tinggi rendahnya pendapatan dan penjualan, setiap kebijakan dan strategi yang dihasilkan oleh tim pemasaran mempengaruhi proses bisnis dari perusahaan, hal inilah yang menjadikan peran Tim marketing sangat penting bagi perusahaan. Direksi PT. WIMA harus tepat dalam memilih dan membentuk tim pemasaran yang handal, ada beberapa hal yang dilakukan PT.WIMA dalam menentukan tim pemasaran seperti :

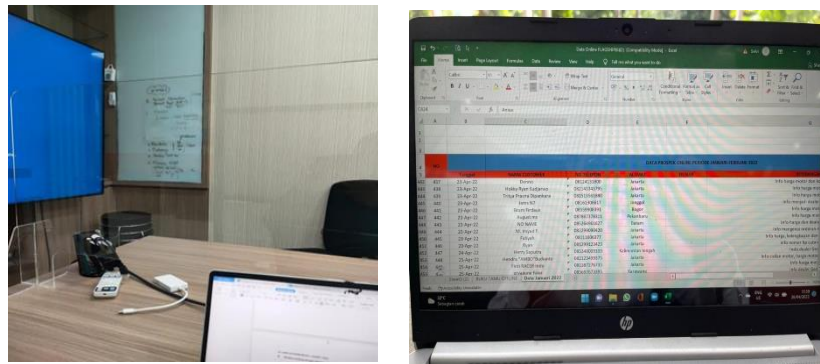
- a. Perusahaan harus membentuk tim pemasaran dengan melakukan seleksi supaya mendapatkan anggota yang mampu bekerja secara tim, menguasai keterampilan pemasaran dan penjualan dan dapat bekerja dibawah tekanan.
- b. Perusahaan PT. WIMA memberikan anggaran pelatihan dan pengembangan kepada divisi pemasaran khususnya tim pemasaran business development, Pelatihan dan pengembangan ini tidak hanya tentang teknis, tetapi juga tentang mental para karyawan. Oleh karena itu, selain pelatihan teknis marketing yang praktis, tim juga harus mendapat pelatihan mental agar kuat di bawah tekanan.

- c. Pimpinan PT.WIMA rutin memberikan reward kepada karyawan anggota tim yang dapat melebihi target yang ditentukan.
- d. PT.WIMA selalu mengadakan monthly meeting dengan divisi pemasaran dan khususnya tim pemasaran business development. Didalam agenda ini setiap anggota tim pemasaran menjabarkan seperti apa proses yang telah dikerjakan selama 1 bulan kebelakang. Dari situ, karyawan lainnya bisa belajar melakukan hal yang sama untuk mencapai tujuan yang perusahaan dengan optimal.

Dalam menjalankan proses bisnis PT.WIMA, tim pemasaran seringkali menghadapi kendala internal maupun eksternal dalam praktik atau penerapan strategi pemasaran, lebih lanjut dijabarkan apa saja kendala yang dialami oleh tim pemasaran PT.WIMA :

- a. Kendala tekanan persaingan pasar sering kali membuat permasalahan yang membuat produk Gesits tidak efektif dalam penjualannya. Banyaknya merk kendaraan listrik menyebabkan banyaknya pilihan jenis produk yang membuat calon konsumen bingung dalam memilih produk kendaraan listrik.
- b. Sasaran dan tujuan pasar PT.WIMA yang kurang tepat dan efektif menyebabkan kendala yang cukup serius untuk tim pemasaran dalam melakukan penjualan.
- c. Tim pemasaran tidak melakukan *marketing mix* secara optimal, kurangnya awareness tim pemasaran dalam memperhatikan produk yang dijual, *price*

(harga jual). Promosi produk, *physical evidence* (tampilan logo, desain motor), *process* (langkah pelayanan terhadap konsumen) yang mempengaruhi mood konsumen.



Gambar 4. 2 Kegiatan Magang Penulis

4.3 Deskripsi Produk Motor Listrik Gesits

Tahun 2019 menjadi angin segar bagi motor Gesits untuk bisa mengaspal di jalanan Indonesia dengan persetujuan produksi massal dan perakitan motor yang dilakukan oleh PT.WIMA. Institut Teknologi Semarang (ITS) Merupakan tempat lahirnya motor Gesits, ITS memulai riset untuk memproduksi Gesits sejak 2007. Butuh waktu selama 8 tahun lamanya untuk prototipe Gesits diluncurkan dihadapan publik. Perakitan sepeda motor listrik Gesits 100% perakitannya dilakukan di Indonesia, hanya baterai dari Gesits yang diimpor dari negara Jepang, lini varian motor listrik Gesits yang dijual di Indonesia saat itu terdapat 2 tipe, yang pertama adalah varian motor listrik G1, lalu yang terbaru adalah motor listrik Gesits Raya. Tipe Gesits Raya merupakan varian

motor terbaru dari Gesits, Gesits Raya memiliki kemiripan dengan Gesits G1, perbedaan paling terlihat ada pada desain dan tampilan dari motor tersebut, Gesits Raya menggunakan panel meter berlatar warna *monochrome* yang berbeda dengan varian Gesits G1 yakni *full color*.

Motor listrik Gesits menggunakan baterai 5kWh untuk setiap motornya dengan jarak tempuh total 80 hingga 100 Kilometer. Motor Gesits G1 memiliki 3 varian warna yang dijual di pasaran yaitu warna *red glossy*, *White Glossy* dan *Matte Black*. Sedangkan varian Gesits Raya memiliki 3 warna yaitu warna *Red Matte*, *Silverstone*, *Blue Matte*.



Gambar 4. 3 Varian Warna Motor Listrik Gesits G1
Sumber : Dokumen Perusahaan






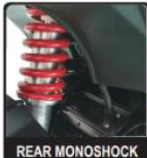




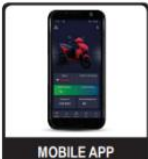
Gambar 4. 4 Varian Warna Motor Listrik Gesits Raya
Sumber : Dokumen Perusahaan

4.3.1 Spesifikasi dan fitur Motor Gesits G1 dan Gesits Raya

Varian motor listrik Gesits G1 dan Gesits Raya tidak memiliki perbedaan spesifikasi dan fitur, spesifikasi dan fitur yang dipakai oleh Gesits Raya sama dengan yang digunakan oleh Gesits G1. Motor listrik Gesits mempunyai panjang 1.947 mm, lebar 647 mm, tinggi 1.135 mm dan jarak sumbu roda 1.290 mm. motor Gesits dilengkapi dengan sasis tubular, sehingga mampu mengangkat beban hingga 94,5 kg, yang merupakan bobot kosong Gesits. Motor Gesits tidak memiliki tangka bensin melainkan kompartemen penyimpanan baterai di bagasi yang dirancang *removable* sehingga dapat dilepas secara fleksibel. Jika melihat tampilan Gesits secara keseluruhan, desainnya tidak jauh berbeda dengan desain motor konvensional matic. Bagian depan motor Gesits memiliki desain kerucut dengan lampu proyeksi *HID* dengan teknologi *LED*, dan juga dilengkapi dengan Day Running Light di sisi kiri dan kanan lampu. Bagian samping motor Gesits memiliki garis tegas yang memanjang hingga ke bagian belakang, hal ini membuat kesan sporty dari Gesits. Di bagian belakang dilengkapi juga dengan Day Running Light memanjang mirip dengan bagian depan berfungsi sebagai lampu sein dan lampu rem. Gesits dilengkapi dengan baterai Li-NCM 72 volt 20 ampere (AH) yang terpasang pada rangka motor listrik. Motor ini berjalan pada 96V DC dan dapat dikendarai hingga 5kW (6.7hp) pada 3600rpm dan

torsi maksimum 30Nm pada 3600rpm. Lebih lanjut, mengandalkan suspensi Gesits dengan *front telescopic* dan monoshock *swing arm* di belakang yang diklaim mampu menstabilkan motor meski di medan berat.

Motor Gesits memiliki fitur-fitur yang mumpuni, motor Gesits dibekali Gesits Smart Function salah satunya adalah sistem deteksi dan proteksi kegagalan panel adaptif otomatis. Selain itu, ada fitur lain yang canggih dan mungkin belum banyak diketahui orang, yaitu fitur mode mundur. Fitur ini membuat motor listrik Gesits berjalan mundur dengan kecepatan sekitar 3Km, tujuannya adalah untuk memudahkan konsumen keluar dari tempat parkir secara otomatis dan efisien.

DESIGN DETAIL		GESITS		SPECIFICATION		GESITS	
				Drivetrain	Throttle Control	Ride-By-Wire Electric Throttle	
					Drive Mode	Eco Mode - Urban Mode - Sport Mode	
					Motor	Permanent Magnet Synchronous - BLDC Motor	
					Cooling System	Air Cooled System	
					Transmission	Pulley Belt	
					Power Output	2000w - Peak Power 5000w	
					Max. Horsepower	6.7 Hp	
					Max. Torque	30 N.m	
				Performance	Acceleration (0 - 50 km/h)	5 sec	
					Max. Speed	70 km/h	
					Max. Range per Battery	Approx. 50 km for Single Battery	
					Battery	Approx 100 km for Dual Battery	
						Li-NCM 72 Volt 20 Ah	
				Dimension	Length x Width x Height	1.947 mm x 674 mm x 1.135 mm	
					Wheel Base	1.290 mm	
					Gross Vehicle Weight	244 Kg	
					Curb Weight	94.5 Kg	
					Max. Load	150 Kg	
				Frame	Chassis	Steel Chassis with Electro Deposition Painting	
					Front Suspension	Telescopic	
					Rear Suspension	Swing Arm with Mono Shock	
					Brake System (Front & Rear)	Double Disc Brake	
					Wheel (Front & Rear)	FR 80/80-R14 & RR 100/80-R14	
				Safety	Headlight	HID Projection and Daytime Running Light	
					Horizon Tail Light	LED, Integrated Rear Position Light	
					Hazard Light	LED Pair of Intermittent Flashing Indicator Lights	
					Warning & Alert	Error Codes (Self-Report via Battery and App)	
				Feature	GESITS Smart Function	Detection & Protection System Failure	
					Dashboard Luminance	Auto Adaptive	
					Additional Feature	Reverse Transmission System	

Gambar 4. 5 Spesifikasi Motor Listrik Gesits
Sumber : Dokumen Perusahaan

4.4 Profil Responden

Berikut ini adalah daftar responden yang melakukan wawancara dengan penulis, yang terdiri dari responden yang memiliki kendaraan motor konvensional dan responden yang memiliki kendaraan motor listrik Gesits

Tabel 4. 1 Tabel Profil Responden

No	Nama Responden	Merk Motor Yang Dimiliki	Alasan Memilih Motor Tersebut
1.	Muhammad Taufiq	Gesits G1 (2022)	Ingin beralih dari motor konvensional supaya bisa lebih menghemat pengeluaran, dan juga motor Gesits mendukung hal tersebut dengan memiliki baterai dengan kapasitas besar.
2.	Hendi Sukirno	Gesits G1 (2022)	Motor Gesits memiliki tenaga yang besar dibanding motor listrik lainnya, Gesits bisa dipakai ngebut dan menyalip karena kecepatan dari motor ini bisa sampai 70kph.
3.	ari Haryanto	Gesits G1 (2020)	Gesits memiliki kenyamanan dalam posisi berkendara dibanding dengan merk motor listrik lainnya.

4.	Atik dwi purnamasari	Gesits G1 (2021)	Awalnya tertarik mencoba motor listrik akhirnya memilih Gesits dikarenakan desain yang keren dan bobot motor ini ringan dan cocok digunakan oleh saya sebagai seorang perempuan.
5.	Dadang khomarudin	Gesits G1 (2019)	Untuk sekelas motor listrik, Gesits memiliki fitur yang lengkap di harganya, maka dari itu Gesits menjadi pilihan utama.
6.	Ahmad Ripanna Elsandi	Honda Blade 125 FI (2015)	Mencari motor bebek yang memiliki desain terbaik di kelas harganya.
7.	Farhan Muhammad	Yamaha r15 v3 (2020)	Modelnya keren dibanding Honda CBR di kelas harga yang mirip dan juga irit bensin yang bisa menembus 48.3Km/liter karena tangki bensin yang bisa menampung 11 liter.
8.	Tsaqib Raihan	Yamaha Mio M3 (2020)	Di kisaran harganya, Yamaha Mio lebih unggul dibanding

			kompetitornya dengan tenaga yang lebih besar.
9.	Hiziam Gusrifaiq	Yamaha R15 V3 (2018)	Opsi awal adalah Honda CBR, tetapi Yamaha R15 menawarkan hal yang lebih seperti model yang lebih sporty, lebih irit dan nyaman digunakan di jalanan yang macet.
10.	Gelam Alfarisi	Honda Vario Sporty 150 (2020)	Memilih Honda Vario 150 Sporty karena memiliki harga yang murah dibanding dengan Yamaha Aerox dan juga Vario memiliki kapasitas tangki bensin yang besar.

Berdasarkan tabel 1, kegiatan wawancara penelitian ini terdiri dari 5 responden yang menggunakan motor listrik Gesits dan 5 orang pengguna motor konvensional. Sebagian besar alasan responden pengguna motor Gesits memilih motor listrik sebagai kendaraan sehari-harinya adalah ingin mencoba teknologi baru dalam otomotif, dan seluruh responden pengguna motor Gesits membeberkan pengalaman baik maupun buruk saat menggunakan motor listrik ini. Seluruh responden merasa puas memiliki Gesits, dikarenakan bentuk desain motor Gesits yang disukai mereka dengan desain *modern* dan *sporty* tidak kalah dengan motor konvensional yang beredar, serta

minimnya biaya perawatan yang tidak membutuhkan servis rutin yang membuat pengguna motor Gesits senang.

Sedangkan 5 responden pengguna motor konvensional membeberkan beberapa alasan kenapa mereka masih menggunakan motor konvensional dan belum beralih ke motor listrik, seluruh responden pengguna motor konvensional belum memiliki ketertarikan saat mereka akan membeli motor listrik untuk kebutuhan sehari-hari, dikarenakan kepercayaan mereka terhadap merk motor konvensional yang kuat, mulai dari desain motor, kualitas produk, kenyamanan pada saat berkendara walaupun mereka mengeluarkan biaya lebih untuk bahan bakar serta service rutin. Responden pengguna motor konvensional belum tertarik dengan motor listrik dikarenakan kurangnya kepercayaan mereka terhadap brand motor listrik dalam kasus penelitian ini yaitu brand Gesits, mereka kurang yakin terhadap kualitas yang ditawarkan oleh Gesits, para responden motor konvensional merasa pengisian motor mereka lebih efisien dibanding motor Gesits yang hanya mencari SPBU jika motor mereka sedang dalam kehabisan bahan bakar. Serta pertimbangan mereka bahwa jarak tempuh motor Gesits yang hanya sekitar 80-100 kmj membuat mereka tetap menggunakan motor konvensional.

Kegiatan wawancara terhadap responden motor Gesits dan responden motor konvensional ini adalah cara penulis mengetahui faktor apa saja yang membuat masyarakat memilih sebuah kendaraan, mengetahui pengalaman dalam memiliki sebuah motor sebagai kendaraan sehari-hari, mengetahui seberapa puas konsumen

terhadap motor yang dimiliki, mengetahui pendapat responden terhadap inovasi motor listrik di Indonesia khususnya Gesits.

Rumusan Masalah 1

Apa faktor yang mempengaruhi minimnya minat konsumen terhadap inovasi motor listrik di Indonesia?

Pembahasan :

Perjuangan produsen motor listrik terutama Gesits di pasar Indonesia sangatlah masih membutuhkan proses yang sangat panjang hingga minat dari konsumen tersebar menyeluruh. Hasil survei yang penulis lakukan berdasarkan wawancara yang sudah dijalani menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap ketertarikan memiliki dan menggunakan motor listrik masih rendah. Dari total 10 orang responden, yang terbagi menjadi 5 orang pengguna motor konvensional dan 5 orang pengguna motor Gesits, hasil wawancara menunjukkan hasil bahwa 5 orang pengguna motor konvensional tersebut mengatakan mereka belum memiliki minat serius untuk membeli motor listrik dan sebagian dari responden pengguna motor listrik mengatakan mereka mengetahui adanya motor listrik Gesits secara tidak disengaja. Minat yang lebih rendah ditunjukkan oleh pengguna motor konvensional walaupun mereka mengetahui eksistensi motor Gesits di jalanan kota, tetapi mereka belum sama sekali memiliki minat untuk memiliki motor listrik tersebut

“Sebenarnya pada tahun 2020 saat saya ingin membeli motor, saya sempat memikirkan beberapa opsi pilihan. Mulai dari motor sport, matic dan motor listrik, tetapi begitu saya mengetahui bahwa motor listrik seperti Gesits, Niu dan Gogoro hanya mampu berjalan sekitar 80km an, dan build quality motor listrik yang jelek, saya langsung beralih minat saya kepada motor matic konvensional, dan akhirnya Honda Vario lah yang saya pilih.” Kata responden motor konvensional Gelam Alfarisi, kemarin.

Menurut Gelam, motor listrik pada saat ini belum mampu untuk menarik hati masyarakat luas untuk menggunakan motor listrik, justru motor konvensional lah yang masih menjadi pemimpin pasar otomotif kendaraan roda dua saat ini, dikarenakan motor konvensional masih menawarkan kemudahan dalam berkendara dan perawatan, hal ini karena tersedianya bengkel resmi produsen motor konvensional tersebut.

“Menurut saya produsen motor listrik kurang luas dalam memasarkan produk mereka ke masyarakat, saya tahu produk Gesits saja dari pameran di PRJ tahun lalu, hal inilah yang membuat motor konvensional masih laku di pasaran, karena hampir setiap hari di televisi atau di sosial media manapun produsen motor konvensional aktif memasarkan setiap produk mereka.” Kata responden motor konvensional Tsaqib Raihan.

Strategi pengiklanan motor Gesits dan merk motor listrik lainnya saat ini masih sangat lemah, tidak agresif sehingga menyebabkan banyaknya masyarakat yang belum mengetahui adanya nama merk Gesits dan merk lainnya di Indonesia.

Rumusan Masalah 2

Bagaimana strategi pemasaran PT. WIMA untuk meningkatkan minat konsumen pasar motor listrik?

Pembahasan :

Perkembangan inovasi Gesits dan motor listrik di Indonesia setiap tahunnya mulai meningkat, walaupun angka penjualan Gesits dibanding dengan motor konvensional masih sangat rendah. Untuk meningkatkan minat masyarakat agar tertarik untuk memiliki motor Gesits yaitu Gesits dan PT. WIMA harus melakukan strategi pemasaran yang sedikit berbeda dengan strategi yang dilakukan oleh motor konvensional. Apalagi dalam beberapa tahun kebelakang ini pemerintah sudah memberikan sinyal lampu hijau kepada seluruh produsen motor listrik untuk meningkatkan produksi motor listrik, dukungan pemerintah kepada Gesits ini harus dimanfaatkan sebaik baiknya oleh Gesits untuk melakukan produksi massal motor mereka. Ada beberapa elemen kunci yang bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen motor Gesits yaitu:

- a. Produk: Gesits harus menyebarkan *product knowledge* kepada masyarakat dengan jelas dan menarik, produk yang ditawarkan meliputi fitur unggulan yang ada pada motor Gesits, manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen dan produk motor Gesits harus sesuai dengan kebutuhan konsumen. Motor

yang ditawarkan kepada konsumen harus menarik, mulai dari desain motornya, opsi pilihan warna serta *build quality* motor gesits yang baik.

- b. Harga: untuk mengungguli angka penjualan dari motor konvensional, Gesits harus memikirkan penentuan harga yang sesuai dengan konsumen. Maka dari itu strategi banting harga harus dilakukan oleh Gesits, supaya konsumen tidak merasa harga yang dipatok oleh Gesits *overpriced*.
- c. Promosi: Gesits harus lebih gencar dan aktif dalam melakukan promosi motor listriknya, pengiklanan yang lebih aktif dan luas disertai *Product Knowledge* yang sesuai dengan selera masyarakat membuat masyarakat yang awalnya tidak mengetahui brand motor Gesits akhirnya mengetahui dan bahkan menyukai motor Gesits. Pengiklanan yang dilakukan bisa melalui kekuatan media sosial dan media elektronik, dan Gesits harus rutin menjadi peserta dalam pameran pameran yang tiap tahunnya diadakan di Indonesia, seperti *Gaikindo Jakarta Auto Week, Indonesia International Motor Show. Gaikindo Indonesia International Auto Show*.
- d. Tempat (distribusi): PT.WIMA harus memperbanyak jaringan dealer di seluruh Indonesia, jangan hanya berfokus dengan kota kota besar, tetapi mencoba membuka dealer baru di daerah luar jawa. Selain itu PT.WIMA harus memperbanyak bengkel resmi supaya konsumen lebih mudah dalam pelayanan kendala motor listrik Gesits jika konsumen mengalami kendala

“menurut pendapat saya bagaimana startegi yang harus dilakukan oleh Gesits mungkin Gesits bisa melakukan cara pemasaran produk yang lebih *fresh*, karena saya sulit mendapatkan informasi gesits secara updated di sosial media mereka, tidak seperti banyak merk motor konvensional yang cenderung lebih aktif. Dan juga bisa lebih sering menghadiri acara pameran otomotif supaya meningkatkan minat dari calon konsumen yang sebelumnya belum tahu apa itu Gesits.” kata responden motor Gesits Muhammad Taufiq.

4.5 Hasil Wawancara

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan responden motor listrik Gesits dan motor konvensional, penulis mencoba merangkum ke dalam tabel analisis hasil wawancara yang di klasifikasikan menjadi 2 variabel pada setiap tabel responden motor listrik Gesits dan tabel responden motor konvensional.

4.5.1 Hasil Wawancara Responden Motor Listrik Gesits

Terdapat dua variabel penting dalam wawancara penulis terhadap responden motor listrik Gesits, yaitu pada variabel “Apakah motor Gesits worth it untuk dibeli” dan “Apakah puas dalam memiliki motor Gesits” pada pengalaman responden dalam memiliki kendaraan listrik Gesits. Pada variabel pertama, sebagian besar responden menyatakan bahwa motor listrik Gesits maupun merk motor listrik lain layak untuk dibeli, sedangkan 2 responden mengatakan motor Gesits ini belum layak untuk dibeli dikarenakan Gesits merupakan inovasi terbaru yang masih banyak “PR” dan belum banyak

pengalaman. Lalu menurut pernyataan responden ialah karena motor konvensional lebih akrab di telinga masyarakat dibanding dengan motor listrik terutama Gesits yang eksistensinya di pasar otomotif Indonesia masih terbilang jarang terdengar. Responden motor listrik Gesits ke 1 dan 3 mengungkapkan alasannya sebagai berikut :

- Responden 1: *“Menurut saya membeli sebuah inovasi butuh banyak pertimbangan, konsumen harus menyukai dulu produknya, karena jika “mendang mending” memang banyak motor konvensional lain yang mungkin akan lebih cocok.”*
- Responden 3 : *“Jelas worth it, karena tidak jauh berbeda dengan motor konvensional, bahkan cenderung lebih nyaman untuk dikendarai.”*

Pada variabel ke dua, tentang kepuasan konsumen akan kepemilikan mereka terhadap motor Gesits, seluruh responden motor listrik Gesits menyatakan kepuasan mereka selama memiliki dan menggunakan motor listrik Gesits. Mulai dari kepuasan responden terhadap produk motor gesits, pelayanan sales, maupun pelayanan aftersales Gesits. Responden motor listrik Gesits ke 2 dan 5 mengungkapkan kepuasan mereka sebagai berikut :

- Responden 2 : *“Sebenarnya puas, karena pengalaman berkendara saya dengan motor gesits sangatlah fun to drive sangatlah berbeda dengan motor konvensional dan hal baru inilah yang membuat saya puas.”*

- Responden 5 : *“Selama ini menggunakan motor gesits saya sangat puas, saya suka build quality motor ini, kokoh seperti motor konvensional mahal.”*

Tabel 4. 2 Tabel Analisis Wawancara

variabel	Responden					Total
	1	2	3	4	5	
Apakah motor Gesits worth it untuk dibeli	x	y	y	x	y	3
Apakah puas dalam memiliki motor Gesits	y	y	y	y	y	5

4.5.2 Hasil Wawancara Responden Motor Konvensional

Terdapat dua variabel penting pada wawancara penulis dengan responden motor konvensional, yaitu “Apakah motor listrik bisa menjadi opsi saat ingin membeli sebuah kendaraan” dan “Apakah tertarik beralih ke kendaraan listrik”. Pada variabel pertama seluruh responden mengatakan bahwa motor listrik sama sekali tidak terpikirkan oleh mereka pada saat ingin membeli sebuah kendaraan roda dua. Berikut merupakan pendapat responden motor konvensional ke 6,7 dan 8 :

- Responden 6 : *“saya sama sekali tidak ada pikiran untuk membeli motor listrik dan juga ya pada tahun 2015, keberadaan motor listrik*

mungkin belum se terkenal sekarang, maka dari itu saya jelas memilih motor dengan bahan bakar bensin ini.”

- Responden 7 : *“Untuk motor listrik, saya sama sekali tidak menjadikan itu pilihan saya, karena saya tidak tertarik mas.”*
- Responden 8 : *” Motor konvensional menjadi satu satunya opsi pilihan saya pada saat itu, tidak ada opsi untuk beralih ke kendaraan listrik.”*

Pada variabel ke dua, hanya dua responden motor konvensional yang menyatakan memiliki ketertarikan untuk beralih ke kendaraan motor listrik, jika produsen motor listrik mampu untuk menciptakan motor yang sesuai dengan selera konsumen secara umum, dikarenakan motor listrik yang sekarang beredar sifatnya lebih segmentif. Lalu apabila produsen motor listrik mampu memberikan pelayanan yang baik bahkan lebih baik dari pelayanan produsen motor konvensional. Berikut merupakan pendapat responden motor konvensional ke 9 :

- Responden 9 : *“jika nantinya Brand motor listrik misalnya Gesits, mampu untuk menciptakan motor yang sesuai dengan tipe saya dan layanan nya mudah diakses oleh konsumen, kemungkinan saya tertarik untuk mencoba dan membeli motor listrik nantinya.”*

Tabel 4. 3 Tabel Analisis Wawancara

variabel	Responden					Total
	6	7	8	9	10	
Apakah motor listrik bisa menjadi opsi saat ingin membeli sebuah kendaraan	x	x	x	x	x	0
Apakah tertarik beralih ke kendaraan listrik	x	x	x	y	y	2

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil data dan informasi yang berhasil penulis kumpulkan melalui kegiatan magang di perusahaan PT. WIMA dan penulisan laporan tugas akhir magang dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang telah dilaksanakan, penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu:

- a. Perjuangan dan proses PT.WIMA dalam usaha memasarkan dan menjual kendaraan listrik roda dua Gesits sangatlah masih panjang untuk akhirnya bisa menguasai bahkan merajai pasar otomotif di Indonesia. Segmentasi pasar dari Gesits sangatlah masih segmentif, tidak semua lapisan masyarakat menyukai atau hanya mengetahui eksistensi motor listrik Gesits.
- b. Strategi pemasaran PT.WIMA untuk memasarkan dan menjual kendaraan listrik Gesits di Indonesia terbilang masih kurang tepat sasaran dan kurang efektif, strategi pemasaran motor Gesits terbilang monoton dan sama saja dengan strategi yang dilakukan oleh merk motor konvensional, hal inilah yang membuat angka penjualan motor listrik tidak melonjak tinggi.
- c. Strategi penentuan harga setiap varian motor listrik Gesits masih dinilai terlalu tinggi oleh sebagian masyarakat Indonesia, harga yang ditawarkan Gesits masih terlalu mahal. Di harga yang ditawarkan masyarakat lebih memilih motor konvensional yang memiliki merk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

- d. PT.WIMA dan Gesits kurang inovatif terhadap produk yang mereka tawarkan, banyak masyarakat yang merasa kurang puas terhadap varian motor Gesits yang di tawarkan, Gesits harus menciptakan varian lain motor Gesits yang diinginkan masyarakat, sedangkan pada saat ini hanya tipe skutik listrik yang baru bisa dibeli oleh masyarakat.
- e. Pelayanan sales Gesits masih kurang memuaskan terhadap calon bakal konsumen yang baru akan tertarik untuk memiliki motor listrik Gesits, ataupun pelayanan *aftersales* terhadap konsumen motor listrik Gesits, karena banyak dari konsumen motor listrik Gesits yang mengeluhkan pelayanan *aftersales* Gesits masih sangat lamban, yang membuat kepuasan konsumen terhadap produk Gesits rendah.

5.2 Saran

Setelah penulis menarik kesimpulan dari pelaksanaan Magang di PT. Wijaya karya Industri Manufaktur Kantor Jakarta Timur, Cawang. Maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang berkaitan dengan pelaksanaan Magang dengan harapan dapat bermanfaat bagi pembaca, perusahaan dan khususnya bagi penulis sendiri, agar dalam pelaksanaan kerja yang sesungguhnya dapat diterapkan lebih baik lagi dari sebelumnya. Berikut saran-saran yang akan penulis berikan antara lain:

- a. Yang sudah diketahui bahwa motor merupakan kendaraan favorit masyarakat di indonesia, hal inilah yang harus dimanfaatkan oleh Gesits untuk merebut hati masyarakat, Gesits harus meluaskan pemasaran produk

motor mereka jangan hanya fokus promosi di wilayah jabodetabek, harus mencoba meluaskan promosi motor Gesits ke daerah luar jawa seperti Bali, Kalimantan, Sulawesi, Sumatera bahkan Papua. Karena di daerah luar jawa harga dari bahan bakar motor konvensional yang tidak stabil, maka dengan masuknya Gesits bisa memberikan angin segar bagi masyarakat untuk memiliki kendaraan motor yang murah dalam pengisian daya.

- b. Gesits harus bisa meningkatkan kemampuan menyebarkan *product knowledge* kepada calon bakal konsumen atau masyarakat dengan jelas dan menarik, gesits harus mampu menyampaikan fitur unggulan yang ada pada motor listrik Gesits serta manfaat yang akan didapatkan oleh konsumen.
- c. Untuk produk motor listrik Gesits yang akan di launching kedepannya, untuk mengungguli angka penjualan dari motor konvensional, Gesits harus tepat dalam menentukan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen, strategi banting harga menurut penulis harus dicoba, supaya masyarakat tidak merasa harga yang dipatok oleh Gesits tidak *overpriced*.
- d. PT. WIMA dan Gesits harus lebih inovatif dalam menciptakan produk motor listrik mereka, Gesits harus mencoba untuk merancang produk motor nantinya yang akan bisa menarik hati masyarakat, dengan meluncurkan motor listrik dengan tipe bebek atau *sport* misalnya. Nantinya masyarakat akan puas karena banyaknya pilihan tipe motor listrik yang sesuai dengan selera masyarakat di Indonesia.

- e. Gesits harus memperbaiki pelayanan mereka terhadap calon bakal konsumen yang baru akan tertarik untuk memiliki motor listrik Gesits, ataupun pelayanan aftersales terhadap konsumen motor listrik Gesits, karena banyak dari konsumen motor listrik Gesits yang mengeluhkan pelayanan aftersales Gesits masih sangat lamban, yang membuat kepuasan konsumen terhadap produk Gesits rendah.
- f. PT.WIMA dan Gesits harus memperbaiki dan mengembangkan strategi marketing mix 4P dengan maksimal karena keempat hal ini sangat mempengaruhi hasil penjualan yang akan dicapai

DAFTAR PUSTAKA



- Kusminingrum, N., & G, G. (2008). *Polusi Udara Akibat Aktivitas Kendaraan Bermotor di Jalan Perkotaan Pulau Jawa dan Bali*. Pusat Litbang Jalan Dan Jembatan, 13. <http://pu.go.id/uploads/services/infopublik20130926120104.pdf>
- Amelia, F. (2022). *Change Think Journal*. *Change Think Journal*, 1(Perdagangan Internasional Booster Dalam Pertumbuhan Ekonomi), 151–157.
- Nurhada, S. F. (2023). *Pengamat Ungkap Alasan Mengapa Motor Listrik Kurang Laku di Indonesia* Baca artikel detikoto, “Pengamat Ungkap Alasan Mengapa Motor Listrik Kurang Laku di Indonesia” selengkapnya <https://oto.detik.com/motor/d-6540640/pengamat-ungkap-alasan-mengapa-motor-li>. *Oto.Detik.Com*.
<https://oto.detik.com/motor/d-6540640/pengamat-ungkap-alasan-mengapa-motor-listrik-kurang-laku-di-indonesia>
- Iskandarsjah, E. (2021). *Motor Listrik Jadi Solusi Transportasi Ramah Lingkungan?* *Republika*. <https://www.republika.co.id/berita/r10u45368/motor-listrik-jadi-solusi-transportasi-ramah-lingkungan>
- Rahim, E., & Mohamad, R. (2021). *Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Dalam Perspektif Syariah*. *MUTAWAZIN (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15–26. <https://doi.org/10.54045/mutawazin.v2i1.234>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Mulitawati, I. M., & Retnasary, M. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi kasus deskriptif*

- komunikasi pemasaran prodak polycrol forte melalui akun instagram @ahlinyabotmaag). Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial, 4(1), 23. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i1.7616>*
- Bathmathan, V., & Rajadurai, J. (2019). Green marketing mix strategy using modified measurement scales – a performance on Gen Y green purchasing decision in Malaysia. International Journal of Engineering and Advanced Technology, 9(1), 3612–3618. <https://doi.org/10.35940/ijeat.A2699.109119>*
- Dangelico, R. M., & Vocalelli, D. (2017). “Green Marketing”: An analysis of definitions, strategy steps, and tools through a systematic review of the literature. Journal of Cleaner Production, 165, 1263–1279. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.07.184>*
- Kolter, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management 15th Edition. Upper Saddle Eiver, NJ: Pearson Education.*
- Kereh, F., Tumbel, A. L., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(2), 968–977.*
- Kalogiannidis, S., & Mavratzas, S. (2020). Impact of marketing mix strategies effective product development issues in MNCs/Retail. Wwww.Ijbmm.Com International Journal of Business Marketing and Management, 5(12), 2456–4559.*
- Ningsih, D. D. S., & Maika, M. R. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(3), 693. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1464>*

- Amron, A. (2018). *The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars*. *European Scientific Journal, ESJ*, 14(13), 228. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Plananska, J., & Gamma, K. (2022). *Product bundling for accelerating electric vehicle adoption: A mixed-method empirical analysis of Swiss customers*. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 154(October 2021), 111760. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2021.111760>
- Kumar, R. R., & Alok, K. (2020). *Adoption of electric vehicle: A literature review and prospects for sustainability*. *Journal of Cleaner Production*, 253, 119911. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119911>
- Secinaro, S., Calandra, D., Lanzalonga, F., & Ferraris, A. (2022). *Electric vehicles' consumer behaviours: Mapping the field and providing a research agenda*. *Journal of Business Research*, 150(June 2021), 399–416. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.011>
- Cakrawati Sudjoko. (2021). *Strategi Pemanfaatan Kendaraan Listrik Berkelanjutan Sebagai Solusi Untuk Mengurangi Emisi Karbon*. *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, 2(2), 54–68.
- Conference, I. (2014). *RECENT ADVANCES in ECONOMICS , MANAGEMENT and DEVELOPMENT RECENT ADVANCES in ECONOMICS , MANAGEMENT and DEVELOPMENT*. Emd.
- Chang, Y., & Zhang, T. (2019). *The effects of product consistency and consumer resistance to innovation on green product diffusion in China*. *Sustainability (Switzerland)*, 11(9). <https://doi.org/10.3390/su11092702>

- Andari, N. (2022). *Ulasan Motor Listrik Gesits: Spesifikasi & Harga Terbaru*.
<https://www.carmudi.co.id/journal/motor-listrik-gesits-spesifikasi-harga-terbaru/>
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Salim & Syahrul. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media.
- Creswell, J.W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, 3rd ed. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Ltd.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81. <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>

LAMPIRAN

 <p>UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA</p>	<p>FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA</p>	<p>Gedung Prof. Dr. Aze Partadireja Bungasud Utara, Condong Catur, Depok Semarang, Yogyakarta 55283 T. 02741 891546, 883987, 883376 F. 02741 882589 E. fekon@iainid.ac.id W. fekon.iainid.ac.id</p>
<p>Nomor : 95/WD2/10/Div.URT/I/2022 Hal : Permohonan Ijin Magang</p>		
<p>Kepada Yth Pimpinan PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur Kawasan Industri WIKA JL. Raya Narogong KM 26, Cileungsi, Bogor</p>		
<p><i>Assalamuataikum warohmatullahi wabarokatuh</i></p> <p>Diberitahukan dengan hormat, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia adalah institusi pendidikan yang memiliki tujuan menciptakan lulusan profesional di bidangnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami memohon kepada Bapak atau Ibu memberikan ijin mahasiswa kami dalam melaksanakan magang di perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin. Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut:</p>		
Nama	: Arga Bayu Perwita	
NIM	: 19311242	
Alamat	: Nirwana Estate Blok Ss No 31	
Tempat/Tgl. Lahir	: Bekasi / 19 Oktober 2000	
Program Studi	: Manajemen	
Jenjang	: Strata 1 (S1)	
Periode Magang	: 1 Februari 2022 - 1 Juni 2022	
<p>Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.</p> <p><i>Wassalamuataikum warohmatullahi wabarokatuh</i></p>		
<p>Yogyakarta, 05 Januari 2022 Wakil Dekan Bidang Keagamaan, Kemahasiswaan, dan Alumni,</p>		
 <p><i>[Signature]</i> Dra. Siti Nursyamsiah, M.M. NIR. 863110107</p>		



Nomor : SE.01.01/WIMA.A.HC.044/2022
Lampiran : -

17 Januari 2022

Kepada Yth.
Universitas Islam Indonesia
Di Tempat

Perihal : **Persetujuan Izin Praktik Kerja Lapangan pada PT WIKA Industri Manufaktur ("WIMA")**

Dengan hormat,

Menindaklanjuti Surat dari University Islam Indonesia Nomor: 94/WD2/10/Div.URT/I/2022 tanggal 05 Januari 2022 perihal Permohonan Magang/ Praktik Kerja Lapangan, maka dengan ini kami **Bersedia** menerima Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia, atas nama:

No.	NIM	Nama Siswa	Program Studi Keahlian
1	19311454	Bimafaazaa Athallah V	Manajemen
2	19311242	Arga Bayu Perwita	Manajemen

Berikut beberapa hal yang perlu kami sampaikan antara lain adalah :

1. Mahasiswa diwajibkan untuk melakukan Rapid Test Antigen secara mandiri dan rutin setiap bulannya di tanggal 1 (satu), dilampirkan hasil testnya kepada pihak Perusahaan;
2. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan akan dilaksanakan pada:
 - a. Tanggal : 1 Februari 2022 s.d. 1 Juni 2022.
 - b. Tempat : PT WIKA Industri Manufaktur, Tamansari Hive Office Jl D.I. Panjaitan Kav 2 Lantai 6, Jakarta Timur
 - c. Penempatan : Biro Marketing

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Hormat Kami
PT WIKA Industri Manufaktur
Biro HC, Legal & Sekper

Ulfah Habibah
Manajer

Tembusan :
-GM Marketing

PT WIKA INDUSTRI MANUFAKTUR

Kantor : Tamansari Hive Office Lantai 6, Jln. D.I Panjaitan Kav. 2, Jakarta Timur - 13340 Telp. (+6221) 22895735
Pabrik : Komplek Industri WIKA, Jl. Raya Narogong KM. 26 Cileungsi - Bogor Telp. (+6221) 86863102





Gambar 5. 4 Responden Motor Listrik Gesits



Gambar 5. 5 Responden Motor Konvensional



Gambar 5. 6 Ruang Kerja PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur



Gambar 5. 7 Suana Pabrik PT. Wijaya Karya Industri Manufaktur

TRANSKRIP WAWANCARA

- **Transkrip Responden Motor Listrik Gesits :**

- 1. RESPONDEN 1, Muhammad Taufiq (Gesits G1 2022)**

Penulis : “pagi pak taufiq apakabarnya?, saya ingin menanyakan seputar pengalaman pak taufiq dalam memiliki dan menggunakan motor listrik gesits ataupun merk lain, kalau boleh tahu kapan ya bapak membeli motor gesits ini?”

Responden 1 :”baik mas arga, oke bolehh. Jadi gesits ini merupakan motor listrik pertama yang saya beli dan saya gunakan, sebelumnya saya belum pernah memiliki motor listrik.”

Penulis : “boleh diceritakan bagaimana pengalaman waktu memilih dan membeli gesits sebagai pilihan kendaraan pak taufiq?”

Responden 1 :” motor gesits ini saya beli berdasarkan rekomendasi teman saya yang bekerja di PT.WIMA yang merupakan produsen motor ini, setelah saya melakukan testdrive di dealer, saya menyukainya dan ya saya membeli motor ini.”

Penulis :“saya ingin bertanya apa alasan pak taufiq dengan memilih kendaraan listrik gesits? Padahal yang sudah kita tahu banyak merk motor konvensional yang memiliki harga yang jauh lebih murah dan memiliki spesifikasi yang lebih baik?”

Responden 1 :”pertama kali saya mulai menyukai motor listrik adalah pada saat saya memesan ojek online, lalu drivernya memakai motor listrik, bukan Gesits tetapi saya lupa merknya. pada saat itu saya merasa motor listrik ini sunyi, tidak bersuara dan nyaman. Mulai dari situ saya mencari tahu info seputar motor listrik. Saya berani beralih dari motor konvensional karena saya merasa cape jika harus terus melakukan service rutin, mengganti oli, belum lagi jika cvt rusak, hal itu sangat merepotkan.”

Penulis :“ apakah motor listrik gesits ini pak taufiq jadikan sebagai kendaraan utama sehari hari? Atau bapak memiliki motor konvensional lain yang digunakan?”

Responden 1 :” dirumah, saya memiliki satu motor honda cb150. Dan saya jarang sekali menggunakannya karena motor itu lebih sering dipakai oleh anak saya untuk sekolah, dan motor yang sering saya gunakan ya memang hanya gesits.”

Penulis : “boleh saya tahu darimana pak taufiq mengetahui merk motor listrik Gesits ini, dan apakah dulu sebelum membeli Gesits bapak memiliki opsi merk motor listrik lain?”

Responden 1 : ”pertama kali saya mengetahui motor gesits adalah pada saat saya mendatangi salah satu pameran di BSD, pada saat gesits warna merah menarik perhatian saya, lalu saya terus mencari tahu motor gesits di review motor melalui youtube, opsi saya pada saat itu banyak tidak hanya gesits, tetapi rekomendasi dari teman saya mengatakan gesits lah yang terbaik. Maka dari itu saya memilih Gesits.”

Penulis : “boleh diceritakan keunggulan dalam memiliki motor listrik gesits dibanding motor konvensional?”

Responden 1 : ”keunggulannya banyak ya mas arga, motor ini tidak bersuara, senyap dan tenang. Posisi duduk berkendaranya juga sangat enak, dan saya sudah tidak perlu lagi mengeluarkan uang untuk service rutin, dan gesits ini sangat awet.”

Penulis : “motor listrik kan merupakan inovasi terbaru dalam otomotive industry, pengalaman pak taufiq dalam menggunakan motor listrik apakah ada keluhan yang dirasakan?”

Responden 1 :” pengalaman saya sejauh ini dengan motor gesits adalah sangat menyenangkan, rasanya seperti mengendarai sesuatu yang belum pernah saya rasakan sebelumnya, keluhan yang berarti sebenarnya tidak ada, hanya pada saat awal memakai motor gesits, saya perlu adaptasi untuk mengendarainya.”

Penulis :“ menurut pak taufiq apakah motor gesits dan motor listrik lainnya worth it untuk dibeli, kita tahu harganya tidak relative murah, dan apakah konsumen akan puas jika memiliki motor listrik gesits?”

Responden 1 :” menurut saya membeli sebuah inovasi tidaklah gampang itu, butuh banyak pertimbangan, apalagi motor itu dijadikan motor utama, konsumen harus menyukai dulu produknya, karena jika “mendang mending” memang banyak motor konvensional lain yang mungkin akan lebih cocok.”

Penulis “apa pengalaman pak taufiq terhadap pelayanan customer care dari Gesits? Apakah keluhan yang bapak sampaikan teratasi dengan baik?”

Responden 1 :”selama ini saya belum mengeluhkan apapun tentang motor gesits, karena memang motor ini masih sama seperti awal saya beli. Tetapi saya sangat senang dengan pelayanan mereka, pada awal saya datang ke

dealer, sales di sana sangat sabar dalam menjelaskan produk mereka sampai saya benar benar paham.”

Penulis :“Apakah pak taufiq puas dengan menggunakan Gesits, dan jika bersedia apakah boleh memberikan pendapat bagaimana menurut bapak, strategi untuk meningkatkan penjualan motor Gesits. kritik atau saran terhadap Gesits dan industri motor listrik kedepannya?”

Responden 1 :” sangat puas karena memang produknya bagus, menurut pendapat saya mungkin gesits bisa melakukan cara pemasaran produk yang lebih fresh, karena saya sulit mendapatkan informasi gesits secara updated di sosial media mereka, tidak seperti banyak merk motor konvensional yang cenderung lebih aktif. Dan juga bisa lebih sering menghadiri acara pameran otomotif supaya meningkatkan minat dari calon konsumen yang sebelumnya belum tahu apa itu gesits.”

2. RESPONDEN 2, Hendi Sukirno (Gesits G1 2022)

Penulis :“pagi pak hendi, saya ingin menanyakan seputar pengalaman bapak dalam memiliki dan menggunakan motor listrik gesits ataupun merk lain, kalau boleh tahu kapan ya bapak membeli motor gesits ini?”

Responden 2 :”halo mas arga, motor gesits ini saya beli tahun kemarin di dealer flagship gesits di Jakarta timur.”

Penulis :” boleh diceritakan bagaimana pengalaman waktu memilih dan membeli gesits sebagai pilihan kendaraan pak hendi?”

Responden 2 :”jadi tahun kemarin saya memang sedang mencari kendaraan listrik, memang sudah lama saya tertarik untuk memiliki motor listrik. Saya mencari info seputar motor ini mulai dari internet dan youtube, lalu saya memantapkan hati untuk membeli motor gesits.”

Penulis :”saya ingin bertanya apa alasan pak hendi dengan memilih kendaraan listrik gesits? Padahal yang sudah kita tahu banyak merk motor konvensional yang memiliki harga yang jauh lebih murah dan memiliki spesifikasi yang lebih baik?”

Responden 2 :” alasan saya memilih motor ini karena motor Gesits memiliki tenaga yang besar dibanding motor listrik lainnya, Gesits bisa dipakai ngebut dan menyalip karena kecepatan dari motor ini bisa sampai 70kph, memang harga motor ini bagi saya lumayan mahal, tetapi banyak keunggulan setelahnya yang membuat motor ini worth it bagi saya.”

Penulis : “ apakah motor listrik gesits ini pak hendi jadikan sebagai kendaraan utama sehari hari? Atau pak hendi memiliki motor konvensional lain yang digunakan?”

Responden 2 :” motor ini saya pakai hanya untuk jarak dekat mas, misal saya ingin belanja di supermarket atau semacamnya, saya belum pernah memakai motor ini untuk perjalanan yang jauh, ya saya memiliki beberapa motor konvensional lainnya, tetapi untuk rutinitas saya biasanya memang menggunakan mobil.”

Penulis : “ boleh saya tahu darimana pak hendi mengetahui merk motor listrik Gesits ini, dan apakah dulu sebelum membeli Gesits pak hendi memiliki opsi merk motor listrik lain?”

Responden 2 :” saya mengetahui motor gesits ini karena saya bekerja di PT.WIMA, dan saya memang menyukai motor ini, dan gesits merupakan opsi satu satunya karena menurut saya gesits yang terbaik.”

Penulis : “ boleh diceritakan keunggulan dalam memiliki motor listrik gesits dibanding motor konvensional?”

Responden 2 : "keunggulan dalam memiliki motor listrik ini adalah hemat pengeluaran untuk bahan bakarnya dan perawatannya, kita hanya perlu mengecap dirumah dan hal itu tidak memakan banyak biaya dan perawatannya hanya sekedar mencuci motornya, dan itu murah mas."

Penulis : " motor listrik kan merupakan inovasi terbaru dalam otomotive industry, pengalaman pak hendi dalam menggunakan motor listrik apakah ada keluhan yang dirasakan?"

Responden 2 : "selama ini pengalaman saya dengan gesits cukup menyenangkan, membawa motor ini dijalanan sangatlah memberikan kesan fun to ride, hal yang menjadi keluhan saya hanyalah keterbatasan jarak tempuh."

Penulis : " menurut pak hendi apakah motor gesits dan motor listrik lainnya worth it untuk dibeli, kita tahu harganya tidak relative murah, dan apakah konsumen akan puas jika memiliki motor listrik gesits?"

Responden 2: "ini tergantung ke pribadi nya masing masing mas arga, jika memang seseorang penyuka otomotif, saya yakin motor gesits atau merk lainnya akan memberikan ketertarikan bagi mereka, tapikan benar memang adanya bahwa motor dengan inovasi seperti ini memang masih mahal, tetapi

jika seseorang mau untuk spend uang mereka untuk inovasi ini, saya rasa mereka akan senang untuk memilikinya.”

Penulis :“bagaimana pengalaman pak hendi terhadap pelayanan customer care dari Gesits? Apakah keluhan yang mas sampaikan teratasi dengan baik?”

Responden 2 :” kalau pelayanan dari customer care selama ini cukup baik, motor saya belum memiliki masalah sampai saat ini, tetapi sedikitnya layanan bengkel dan suku cadang membuat saya kebingungan untuk mencari sparepart motor ini.”

Penulis :”Apakah pak hendi puas dengan menggunakan Gesits, dan jika bersedia apakah boleh memberikan pendapat bagaimana menurut Anda, strategi untuk meningkatkan penjualan motor Gesits. kritik atau saran terhadap Gesits dan industri motor listrik kedepannya?”

Responden 2 :” sebenarnya puas dan tidak puas ya mas hahaha, puas nya adalah pengalaman berkendara saya dengan motor gesits sangatlah fun to drive sangatlah berbeda dengan motor konvensional dan hal baru inilah yang membuat saya puas, hal yang membuat saya kurang puas yaitu yang tadi saya ceritakan, sedikitnya bengkel dan suku cadang tidak seperti motor konvensional yang bengkelnya ada dimana mana. Saran saya adalah semoga

kedepannya gesits membangun bengkel bengkel supaya memudahkan konsumen jika sewaktu waktu ingin service atau membeli sparepart.”

3. RESPONDEN 3, Ari Haryanto (Gesits G1 2020)

Penulis : “selamat siang pak ari saya ingin menanyakan seputar pengalaman bapak dalam memiliki dan menggunakan motor listrik gesits ataupun merk lain, kalau boleh tahu kapan ya bapak membeli motor gesits ini?”

Responden 3 : “siang juga mas arga, motor ini saya miliki sejak tahun 2020. Awalnya saya beli untuk hadiah anak saya, tetapi lama kelamaan saya suka dan akhirnya saya pakai.”

Penulis : “ boleh diceritakan bagaimana pengalaman waktu memilih dan membeli gesits sebagai pilihan kendaraan pak ari?”

Responden 3 : “ sebenarnya mas arga, tujuan saya beli motor ini adalah untuk anak saya berangkat ke sekolah. seiring waktu, saya ternyata suka dengan cara berkendara di motor ini. Motor ini tidak berat.”

Penulis : “ saya ingin bertanya apa alasan pak ari dengan memilih kendaraan listrik gesits? Padahal yang sudah kita tahu banyak merk motor konvensional

yang memiliki harga yang jauh lebih murah dan memiliki spesifikasi yang lebih baik?"

Responden 3 :” alasan saya membeli motor ini karena Gesits memiliki kenyamanan dalam posisi berkendara dibanding merk motor listrik lain. Saya ingin memulai beralih ke kendaraan listrik supaya saya bisa meminimalisir pengeluaran untuk pengisian bahan bakar yang biasanya dilakukan oleh motor bensin.”

Penulis :” apakah motor listrik gesits ini pak ari jadikan sebagai kendaraan utama sehari hari? Atau bapak memiliki motor konvensional lain yang digunakan?"

Responden 3 :”saya memiliki satu lagi motor skutik bensin dirumah, yang sekarang dipakai anak saya. Dan saya lebih sering memakai gesits.”

Penulis :”boleh saya tahu darimana pak ari mengetahui merk motor listrik Gesits ini, dan apakah dulu sebelum membeli Gesits pak ari memiliki opsi merk motor listrik lain?"

Responden 3:”kebetulan ya mas, saya kan bekerja di PT.WIMA, makanya saya tahu gesits ini, dan setiap hari bekerja disini, maka dari itu saya tahu betul

kualitas yang dimiliki oleh gesits, dulu sebenarnya saya naksir merk motor listrik NIU, tetapi motor tersebut terlalu kecil sehingga kurang nyaman pada saat berkendara.”

Penulis : “boleh diceritakan keunggulan dalam memiliki motor listrik gesits dibanding motor konvensional?”

Responden 3 : “Ukuran motor ini lumayan cukup besar ya mas arga dibanding dengan motor listrik lain di harga yang sama, jadinya jika mengendarai motor gesits ini kurang lebih sama dengan motor bensin seperti vario ya mas, kita tahu lah ya vario nyaman apa jika dikendarai.”

Penulis : “motor listrik kan merupakan inovasi terbaru dalam otomotive industry, pengalaman pak ari dalam menggunakan motor listrik apakah ada keluhan yang dirasakan?”

Responden 3 : “sangat menyenangkan, awal awal memiliki motor ini rasanya seperti memiliki mainan baru. Hampir setiap hari saya pakai motor ini karena sangat asik di kendarai. Keluhan saya dengan motor ini adalah waktu MCB (main circuit breaker) motor saya pernah rusak, dan hampir seminggu tidak saya pakai lagi.”

Penulis : " menurut pak ari apakah motor gesits dan motor listrik lainnya worth it untuk dibeli, kita tahu harganya tidak relative murah, dan apakah konsumen akan puas jika memiliki motor listrik gesits? "

Responden 3 : "jelas dong worth it, jika orang membeli motor ini pastinya akan suka, karena tidak jauh berbeda dengan motor konvensional, bahkan cenderung lebih nyaman. "

Penulis : "bagaimana pengalaman pak ari terhadap pelayanan customer care dari Gesits? Apakah keluhan yang bapak sampaikan teratasi dengan baik? "

Responden 3 : " pada saat saya complain, customer care dari gesits meyalani dengan sangat baik dan cepat. Hanya sekitar menunggu seminggu. Motor saya sudah diperbaiki. "

Penulis : "Apakah pak ari puas dengan menggunakan Gesits, dan jika bersedia apakah boleh memberikan pendapat bagaimana menurut Anda, strategi untuk meningkatkan penjualan motor Gesits. kritik atau saran terhadap Gesits dan industri motor listrik kedepannya? "

Responden 3 : " sangat puas dong mas, oke baik kalau menurut pendapat saya mungkin jika boleh memberikan saran membangun untuk gesits adalah kepada

customer care gesits, pelayanan mereka memang sudah baik, tetapi kalau bisa cadangan sparepart motor gesits diperbanyak, supaya kita sebagai konsumen tidak perlu lagi menunggu berhari hari, jika motor mengalami kendala dan kita service hari itu juga harus sudah langsung selesai perbaikannya. Dan saya harap gesits lebih meluas lagi dalam pengiklanannya supaya masyarakat notice dengan keunggulan dari motor ini.”

4. RESPONDEN 4, Atik Dewi Purnamasari (Gesits G1 2021)

Penulis :“selamat pagi ibu atik, saya ingin menanyakan seputar pengalaman ibu atik dalam memiliki dan menggunakan motor listrik gesits ataupun merk lain, kalau boleh tahu kapan ya ibu atik membeli motor gesits ini?”

Responden 4 :”motor ini kami beli kalau gasalah dua tahun lalu mas, di pameran mall di Jakarta.”

Penulis :” boleh diceritakan bagaimana pengalaman waktu memilih dan membeli gesits sebagai pilihan kendaraan ibu atik?”

Responden 4 :” saya butuh motor sebagai kebutuhan sehari hari saya sebagai ibu rumah tangga mas arga, jadinya saya mencari motor yang

cocok dikendarai oleh perempuan, tidak butuh tenaga mesin yang besar, karena saya lebih menyukai motor yang santai dan ringan bobotnya.”

Penulis :” saya ingin bertanya apa alasan ibu atik dengan memilih kendaraan listrik gesits? Padahal yang sudah kita tahu banyak merk motor konvensional yang memiliki harga yang jauh lebih murah dan memiliki spesifikasi yang lebih baik?”

Responden 4 :” saya dulu pernah memiliki motor nmax, lalu saya mencoba motor listrik milik tetangga saya, lalu saya langsung tertarik untuk memilikinya juga. bagi saya motor tersebut sangat berat dan tidak enak digunakan hanya untuk sekedar ke pasar atau supermarket, maka dari itu saya menemukan motor gesits ini yang ringan bobotnya, jadi sangat nyaman digunakan.”

Penulis :” apakah motor listrik gesits ini ibu atik jadikan sebagai kendaraan utama sehari hari? Atau ibu atik memiliki motor konvensional lain yang digunakan?”

Responden 4:” untuk saya pribadi memang motor listrik ini saya jadikan motor untuk saya pergi kemana mana. Dirumah anak dan suami saya juga

memiliki motor masing masing tetapi motor konvensional. Dan yang suka dengan gesits hanya saya saja mas arga.”

Penulis :”boleh saya tahu darimana ibu atik mengetahui merk motor listrik Gesits ini, dan apakah dulu sebelum membeli Gesits ibu atik memiliki opsi merk motor listrik lain?”

Responden 4:” saya mengetahui motor ini dari tetangga saya yang lebih dulu memiliki motor gesits ini, waktu itu saya iseng mencoba motor ini dan langsung tertarik. Hanya gesits yang menjadi opsi satu satunya pada saat itu, karena saya hanya tau gesits.”

Penulis :” boleh diceritakan keunggulan dalam memiliki motor listrik gesits dibanding motor konvensional?”

Responden 4 :”jujur mas arga, saya tidak memiliki pengetahuan lebih dalam tentang dunia otomotif dan motor gesits ini, jadi saya tidak paham akan spesifikasinya, mesinnya atau fitur fiturnya, tetapi yang saya rasakan motor ini enak digunakan karena bobotnya ringan.”

Penulis :” motor listrik kan merupakan inovasi terbaru dalam otomotive industry, pengalaman ibu atik dalam menggunakan motor listrik apakah ada keluhan yang dirasakan?”

Responden 4:” benar sekali, motor listrik gesits merupakan sebuah inovasi yang baru. Tetapi pada awal melihat saya malah tidak tahu bahwa motor ini bukan motor biasa, saya tahu motor ini adalah motor listrik pada saat pertama kali mencobanya. Keluhan sejauh ini yang saya rasakan mungkin di bagasi motor ini yang sangat kecil, jadi jika saya sedang membawa banyak bawaan belanjaan saya lebih sering menaruh di gantungan depan.”

Penulis :”menurut ibu atik apakah motor gesits dan motor listrik lainnya worth it untuk dibeli, kita tahu harganya tidak relative murah, dan apakah konsumen akan puas jika memiliki motor listrik gesits?”

Responden 4 :”saya tidak tahu ya mas apakah orang lain akan puas jika membeli motor ini karena setiap orang memiliki selera masing masing terhadap kendaraan mereka, memang menurut saya desain motor gesits memang bagus, tetapi belum tentu orang lain suka, apalagi motor gesits ini bukan motor konvensional pada umumnya yang mungkin lebih akrab bagi sebagian orang.”

Penulis : "bagaimana pengalaman ibu atik terhadap pelayanan customer care dari Gesits? Apakah keluhan yang ibu sampaikan teratasi dengan baik?"

Responden 4 : " selama dua tahun ini motor ini sama sekali belum mengalami kerusakan, jadinya saya belum memiliki pengalaman apapun untuk service. Tetapi beberapa bulan setelah pembelian, pihak gesits rutin untuk menanyakan kabar dari motor ini, mereka menanyakan apakah ada masalah dan lainnya, dan iya jelas pelayanan mereka sangat baik, walaupun motor ini belum mengalami kerusakan."

Penulis : " Apakah ibu atik puas dengan menggunakan Gesits, dan jika bersedia apakah boleh memberikan pendapat bagaimana menurut Anda, strategi untuk meningkatkan penjualan motor Gesits. kritik atau saran terhadap Gesits dan industri motor listrik kedepannya?"

Responden 4 : " sejauh ini selama menggunakan motor gesits, saya merasa puas. saran saran saya mungkin adalah kedepannya mungkin bisa menambah varian warna dari motor gesits, karena sejauh ini ketiga warna motor yang dijual sangat polos dan terkesan membosankan."

5. RESPONDEN 5, dadang khomarudin (Gesits G1 2019)

Penulis : "pagi pak dadang, saya ingin menanyakan seputar pengalaman bapak dadang dalam memiliki dan menggunakan motor listrik gesits ataupun merk lain, kalau boleh tahu kapan ya pak dadang membeli motor gesits ini?"

Responden 5 : " pagi mas arga, motor gesits ini merupakan motor listrik pertama saya, motor ini saya beli di akhir tahun 2019 lalu di dealer resmi."

Penulis : "boleh diceritakan bagaimana pengalaman pak dadang waktu memilih dan membeli gesits sebagai pilihan kendaraan pak dadang?"

Responden 5 : " beberapa tahun lalu saya berkunjung ke acara IMOS (Indonesia Motorcycle Show) yang di selenggarakan di Jakarta Convention Center, disana saya main ke stand motor Gesits, disana saya mencoba motor tersebut dan mulai tertarik dengan motor listrik."

Penulis : " saya ingin bertanya apa alasan pak dadang dengan memilih kendaraan listrik gesits? Padahal yang sudah kita tahu banyak merk motor konvensional yang memiliki harga yang jauh lebih murah dan memiliki spesifikasi yang lebih baik?"

Responden 5: " yang saya sukai dari motor ini yaitu Untuk sekelas motor listrik, Gesits memiliki fitur yang lengkap di kelas harganya, maka dari itu Gesits menjadi pilihan utama saya. "

Penulis : " apakah motor listrik gesits ini pak dadang jadikan sebagai kendaraan utama sehari hari? Atau mas memiliki motor konvensional lain yang digunakan? "

Responden 5: " motor gesits ini bisa dibilang menjadi kendaraan sehari hari saya, tetapi juga saya memiliki motor bensin yang juga saya gunakan untuk kemana mana, ya jika sedang bosan menggunakan motor bensin, lalu saya menggunakan motor gesits, bergantian saja mas arga. "

Penulis : " boleh saya tahu darimana pak dadang mengetahui merk motor listrik Gesits ini, dan apakah dulu sebelum membeli Gesits pak dadang memiliki opsi merk motor listrik lain? "

Responden 5 : " seperti yang tadi saya ceritakan mas, saya mengetahui brand gesits ini dari pameran tersebut, booth mereka saat itu sangat menarik perhatian saya dibanding booth motor listrik yang lain, dan setelah berkunjung ke semua booth motor listrik di pameran tersebut, motor gesits lah yang menurut saya terbaik. "

Penulis :” boleh diceritakan keunggulan dalam memiliki motor listrik gesits dibanding motor konvensional?”

Responden 5:” berdasarkan survei saya dengan motor listrik gesits dan merek lainnya, keunggulan motor gesits adalah motor listrik di kelas harga 29 jutaan yang memiliki fitur yang lengkap serta model motor yang keren, tidak seperti merk lainnya yang model motornya seperti skutik murah. Jika dibanding dengan motor konvensional, motor listrik memberikan beberapa manfaat bagi penggunaanya, jelas lebih hemat untuk kedepannya karena tidak perlu lagi kita mengeluarkan uang untuk service berkala. Dan kita hanya perlu mengisi bahan bakar hanya dari rumah.”

Penulis :” motor listrik kan merupakan inovasi terbaru dalam otomotive industry, pengalaman pak dadang dalam menggunakan motor listrik apakah ada keluhan yang dirasakan?”

Responden 5 :”untuk keluhan spesifik dengan kesehatan motor sejauh ini tidak pernah ada masalah berarti. Hanya saja pernah waktu itu display lcd motor ini sempat error, tetapi langsung saya perbaiki dan sekarang sudah tidak ada masalah.”

Penulis :” menurut pak dadang apakah motor gesits dan motor listrik lainnya worth it untuk dibeli, kita tahu harganya tidak relative murah, dan apakah konsumen akan puas jika memiliki motor listrik gesits?”

Responden 5 :” menurut pengalaman saya jelas worth it dong mas arga, memang untuk di awal kita perlu untuk mengeluarkan uang yang banyak untuk membeli motor listrik dengan kualitas yang bagus, sebenarnya kan banyak mas arga, motor listrik lain dengan harga belasan juta saja, tetapi build quality jelas kurang meyakinkan. Jadi untuk motor gesits sangat wajar untuk kita spend uang segitu, tetapi kan untuk kedepannya kita tidak perlu isi BBM dengan harga yang naik turun tidak jelas, service berkala, belum lagi perawatan yang lainnya.”

Penulis :”bagaimana pengalaman pak dadang terhadap pelayanan customer care dari Gesits? Apakah keluhan yang bapak sampaikan teratasi dengan baik?”

Responden 5 :”pengalaman saya cukup baik ya mas, pelayanan mereka pada saat saya komplain ditangani dengan cepat juga kok, setelah komplain saya langsung membawa motor ini ke dealer mereka untuk di diperbaiki, kurang lebih satu jam, motor saya selesai diperbaiki.”

Penulis : "Apakah pak dadang puas dengan menggunakan Gesits, dan jika bersedia apakah boleh memberikan pendapat bagaimana menurut Anda, strategi untuk meningkatkan penjualan motor Gesits. kritik atau saran terhadap Gesits dan industri motor listrik kedepannya?"

Responden 5 : "iya mas arga, selama ini menggunakan motor gesits saya sangat puas, saya suka build quality motor ini, kokoh seperti motor konvensional mahal. Jika ditanya pendapat saya tentang strategi kedepan untuk meningkatkan penjualan motor ini adalah mungkin jika mereka bisa terus berinovasi akan motornya, misal menciptakan motor gesits yang lain, dengan Bahasa desain motor yang baru, fitur baru, atau mungkin menciptakan seri motor sportnya. Saya yakin bisa menambah minat konsumen kedepannya. Jadi maksud saya adalah untuk gesits teruslah berinovasi akan produk produk kedepannya."

- **Transkrip Responden Motor Konvensional :**

6. RESPONDEN 6, Ahmad Ripanna Elsandi (Honda Blade 125 FI 2015)

Penulis : " halo selamat pagi mas Pana, izin meminta waktunya sebentar ya mas pana untuk saya wawancarai berkaitan dengan kendaraan yang mas miliki, motor apa saja ya mas yang bapak pernah miliki dan sedang mas pana gunakan untuk sehari hari?"

Responden 6 : “selamat pagi mas arga, jadi dulu motor pertama say itu Honda Beat karbu, kalau gasalah tahun 2012 itu saya beli 12 jutaan. Sekarang sudah saya jual dan saya berganti ke Honda Blade ini, yang sampai sekarang masih saya gunakan untuk pergi ke kantor mas.”

Penulis : “boleh saya bertanya apakah alasan mas pana dalam memilih motor Honda Blade sebagai pilihan utama waktu membeli?”

Responden 6 : “motor bebek menurut saya motor yang nyaman untuk berkendara di kemacetan dan jarak jauh, apalagi desain motor ini saya suka, versi repsol edition yang menurut saya terbaik.”

Penulis :”apa yang mas pana sukai dari motor Blade ini, boleh diceritakan pengalamannya selama menggunakan dan memiliki motor ini?”

Responden 6 :” motor Blade ini pastinya sangat irit itu alasan pertama, sudah sekitar 8 tahunan, motor ini masih enak digunakan dan belum pernah ada masalah berarti. Hanya service rutin yang saya lakukan. Lalu suspensi Blade ini sangatlah nyaman untuk harian saya.”

Penulis :“ saya ingin bertanya mengenai awal kali mas pana berencana membeli sebuah motor untuk kendaraan sehari hari, apakah motor berbahan bakar bensin menjadi pilihan satu satunya saat itu, ataukah motor listrik masuk dalam opsi pilihan bapak dalam membeli kendaraan?”

Responden 6 :”jujur ya mas, dulu saya sama sekali tidak ada pikiran untuk membeli motor listrik dan juga ya pada tahun 2015, keberadaan motor listrik mungkin belum se terkenal sekarang ya menurut saya, maka dari itu saya jelas memilih motor dengan bahan bakar bensin ini.”

Penulis :“apa saja kriteria mas pana dalam memilih merk kendaraan motor?”

Responden 6 :”dulu yang pertama adalah saya memang meminati motor bebek, maka dari itu opsi pilihan saya tidak banyak, lalu yang kedua adalah kenyamanan berkendara, sebelum saya membeli Blade, saya melakukan test drive di Showroom Honda waktu itu, dan ketiga yang tidak kalah pentingnya desain motor nya.”

Penulis :”saya ingin mengetahui pendapat mas pana kenapa motor bensin masih menjadi pilihan utama kendaraan sehari hari dibandingkan dengan motor listrik?”

Responden 6 :”menurut saya, memilih kendaraan sebagai kebutuhan harian pastinya memilih merk motor yang sudah jelas kualitasnya, karena saya tahu honda sudah berpengalaman berjualan di Indonesia, contohnya seperti service yang mudah jika kita sebagai pemilik motor mengalami kendala, dan juga Honda memberikan layanan yang menyenangkan bagi konsumen.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat mas pana dalam perkembangan inovasi terhadap motor listrik yang beredar di pasaran saat ini?”

Responden 6 :”untuk saat ini perkembangan motor listrik sudah ada kemajuan ya mas arga dibanding beberapa tahun lalu, saya seringkali melihat beberapa brand motor listrik di jalan. Menurut saya desainnya yang unik jadinya menarik perhatian mata saya.”

Penulis :“bagaimana pengalaman dengan pelayanan yang di berikan oleh Honda selama mas pana menggunakan produk motornya?”

Responden 6 :” pengalaman saya dengan AHHAS sangatlah menyenangkan dan memudahkan, kemudahan yang paling saya sukai adalah jika saya tidak memiliki waktu ke bengkel, kita bisa memanggil

teknisi kerumah. Layanan ini yang membuat saya masih setia dengan Honda.”

Penulis :“ untuk kedepannya apakah ada pikiran bapak untuk menggunakan motor listrik untuk menggantikan motor berbahan bakar bensin dikemudian hari?”

Responden 6 :“ untuk saat ini saya belum berminat mas arga untuk beralih menggunakan motor listrik, karena jujur saya belum yakin akan kualitas motornya, apa nantinya saya mendapatkan kemudahan dari segi berkendara maupun layanannya. Tetapi jika ada kesempatan saya ingin mencoba menggunakan motor listrik, karena saya belum pernah mencoba.”

7. RESPONDEN 7, Farhan Muhammad Fatirafif (Yamaha R15 V3 2020)

Penulis : “ halo selamat sore mas farhan, izin meminta waktunya sebentar ya mas farhan untuk saya wawancarai berkaitan dengan kendaraan yang mas miliki, motor apa saja ya pak yang mas pernah miliki dan sedang mas gunakan untuk sehari hari?”

Responden 7 :” iya halo mas arga, okee boleh, motor yang saya miliki dirumah ada Yamaha Aerox dan Yamaha R15 v3 mas, tetapi motor harian saya itu R15 mas, itu yang rutin saya pakai untuk kuliah.”

Penulis : “boleh saya bertanya apakah alasan mas farhan dalam memilih motor Yamaha R15 V3 sebagai pilihan utama waktu membeli?”

Responden 7 :”motor ini saya beli pada saat kuliah, waktu itu saya ingin motor sport yang masih nyaman digunakan untuk sehari hari, mesinnya kencang dan r15 bisa sangat irit hanya 48km/liter, tangka dari motor ini juga besar dengan kapasitas 11 liter, r15 salah satu pilihan saya saat itu. Dibanding honda CBR 150, menurut saya Yamaha r15 lebih unggul.”

Penulis :”apa yang mas farhan sukai dari motor r15 ini, boleh diceritakan pengalamannya selama menggunakan dan memiliki motor ini?”

Responden 7 :” yang saya sukai dari r15 adalah bentuknya dan stripingannya, dibanding CBR yang terlalu biasa, apalagi masalah kenyamanan berkendaranya, yang saya rasakan seperti membawa motor matic, maksudnya adalah tidak terlalu pegal walaupun ini motor sport.”

Penulis : “ saya ingin bertanya mengenai awal kali mas farhan berencana membeli sebuah motor untuk kendaraan sehari hari, apakah motor berbahan bakar bensin menjadi pilihan satu satunya saat itu, ataukah motor listrik masuk dalam opsi pilihan mas farhan dalam membeli kendaraan?”

Responden 7 :”Pada waktu itu memang saya sudah menginginkan memiliki motor sport, makanya aerox saya jarang terpakai, karena bosan dengan mengendarai motor matic. Untuk motor listrik, saya sama sekali tidak menjadikan itu pilihan saya, karena saya tidak tertarik mas.”

Penulis : “apa saja kriteria mas farhan dalam memilih merk kendaraan motor?”

Responden 7 :”kriteria pada saat itu jelas motor sport 150cc, karena budget juga, jadinya saya memilih 150cc. selain itu menurut saya pelayanan Yamaha yang terbaik diantara yang lain. Dan juga bengkel resmi nya dekat dengan rumah saya.”

Penulis “ saya ingin mengetahui pendapat mas farhan kenapa motor bensin masih menjadi pilihan utama kendaraan sehari hari dibandingkan dengan motor listrik?”

Responden 7 :”menurut pandangan saya ya mas, motor bensin itu lebih cocok digunakan dalam berbagai macam kondisi, seperti misalnya ingin perjalanan jauh, karena tenaga motor r15 lebih besar dibanding motor listrik terutama Gesits. Dan beragam pilihan merk motor bensin yang membuat banyak calon konsumen memilih motor bensin dibanding listrik.”

Penulis :“ saya ingin bertanya kenapa motor listrik tidak menjadi opsi pilihan mas Farhan dalam memilih kendaraan sebagai kebutuhan sehari hari?”

Responden 7 :”saya rasa motor listrik masih kurang efisien ya mas, dengan baterai yang harus isi ulang, apalagi saat kondisi darurat dan sedikitnya SPBU GES membuat kesan yang ribet jika dibanding motor bensin yang yang SPBU nya banyak.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat mas farhan dalam perkembangan inovasi terhadap motor listrik yang beredar di pasaran saat ini?”

Responden 7 :” dasarnya saya menyukai dunia otomotif, jadi sedikitnya saya mengetahui bahwa sekarang ini perkembangan motor listrik sudah

jauh sangat baik, banyaknya kemunculan brand motor listrik dengan harga yang mulai terjangkau dengan desain motor yang tidak kalah bagus dibanding motor bensin.”

Penulis :“bagaimana pengalaman dengan pelayanan yang di berikan oleh Yamaha selama menggunakan produk motornya?”

Responden 7 :”pelayanan Yamaha tiap harinya semakin baik, dan sangat memudahkan para pemilik motor Yamaha, Yamaha memiliki sebuah aplikasi My Yamaha untuk memberikan kemudahan akses info yang lengkap.”

Penulis :“ untuk kedepannya apakah ada pikiran mas farhan untuk menggunakan motor listrik untuk menggantikan motor berbahan bakar bensin dikemudian hari?”

Responden 7 :” saya pernah mencoba motor listrik Gesits milik teman saya, dan saya merasa kurang nyaman pada saat saya mengendarainya mas, saya tidak merasakan tenaga yang besar pada saat berkendara, jadi, untuk saat ini saya belum tertarik memiliki motor listrik tersebut.”

8. RESPONDEN 9, Hiziam Gusrifaiq (Yamaha R15 V3 2018)

Penulis : “ halo selamat pagi mas hiziam, izin meminta waktunya sebentar ya mas hiziam untuk saya wawancarai berkaitan dengan kendaraan yang mas miliki, motor apa saja ya mas yang mas pernah miliki dan yang sedang mas gunakan untuk sehari hari?”

Responden 9 :”pagi mas arga, saya dulu pernah punya Honda Vario, lalu pada saat sekolah saya menggunakan Suzuki Satria FU, tetapi sekarang saya sedang menggunakan Yamaha R15 V3.”

Penulis :“boleh saya bertanya apakah alasan hiziam dalam memilih motor Yamaha r15 v3 sebagai pilihan utama waktu membeli?”

Responden 9 :” Opsi awal saya sebenarnya adalah Honda CBR, tetapi menurut saya Yamaha R15 menawarkan hal yang lebih seperti model yang lebih sporty, lebih irit dan nyaman digunakan di jalanan yang macet.”

Penulis :“apa yang mas sukai dari produk motor Yamaha r15, boleh diceritakan pengalamannya selama menggunakan dan memiliki motor Yamaha r15?”

Responden 9 :” yang saya sukai dari Yamaha r15 adalah motor sport 150cc dengan model yang keren, pada saat saya gunakan motor ini sangat stabil di

jalan dan juga suhu mesin tetap dingin walau saya gunakan lama dan jauh.

Dan yang terpenting bobot dari motor ini yang ringan, jadi enak dikendarai.”

Penulis :“ saya ingin bertanya mengenai awal kali mas hiziam berencana membeli sebuah motor untuk kendaraan sehari hari, apakah motor berbahan bakar bensin menjadi pilihan satu satunya saat itu, atautkah motor listrik masuk dalam opsi pilihan bapak dalam membeli kendaraan?”

Responden 9 :”saya tidak memiliki niat pada saat itu untuk membeli motor listrik, karena saya menginginkan motor yang bertenaga besar di harga yang terjangkau juga. Dan Yamaha r15 sangat cocok untuk saya mas arga.”

Penulis :“apa saja kriteria bapak dalam memilih merk kendaraan motor?”

Responden 9 :” kriteria saya jelas yaitu motor sport 150cc, pilihannya juga tidak banyak, sehingga memudahkan saya dalam memilih motor mana yang saya inginkan.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat mas hiziam kenapa motor bensin masih menjadi pilihan utama kendaraan sehari hari dibandingkan dengan motor listrik?”

Responden 9 :”menurut saya pabrikan motor listrik saat ini belum mampu untuk meyakinkan masyarakat bahwa motor mereka mampu bersaing dengan motor bensin, mulai dari efektifitas berkendara maupun perawatan, menurut saya motor bensin lebih mudah karena banyak bengkel yang tersebar di seluruh Kawasan.”

Penulis :“ saya ingin bertanya kenapa motor listrik tidak menjadi opsi pilihan mas hiziam dalam memilih kendaraan sebagai kebutuhan sehari hari?”

Responden 9 :” saya merasa motor listrik masih banyak memiliki kekurangan, yang saya tahu jarak tempuh rata rata motor listrik saat ini masih terbatas jika dibandingkan dengan motor konvensional, sparepart dan bengkel yang masih sulit didapatkan membuat saya tidak menjadikan motor listrik sebagai pilihan saya.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat mas hiziam dalam perkembangan inovasi terhadap motor listrik yang beredar di pasaran saat ini?”

Responden 9 :”saya sudah sering melihat motor motor listrik di jalanan, dan saya cukup senang dan berharap motor listrik ini suatu saat mampu menyamai kualitas dari motor konvensional.”

Penulis : “bagaimana pengalaman dengan pelayanan yang di berikan oleh Yamaha selama mas hiziasm menggunakan produk motornya?”

Responden 9 :” saya rutin melakukan service di bengkel resmi Yamaha, dan bengkel Yamaha memiliki fasilitas yang lengkap, dan membuat nyaman saya sebagai konsumen. Dan mekanik dari Yamaha sangat terlatih dan cepat.”

Penulis : “ untuk kedepannya apakah ada pikiran bapak untuk menggunakan motor listrik untuk menggantikan motor berbahan bakar bensin dikemudian hari?”

Responden 9 :”jika nantinya Brand motor listrik misalnya Gesits, mampu untuk menciptakan motor yang sesuai dengan tipe saya dan layanan nya mudah diakses oleh konsumen, kemungkinan saya tertarik untuk mencoba dan membeli motor listrik nantinya.”

9. RESPONDEN 8, Tsaqib Raihan (Yamaha Mio M3 2020)

Penulis : “ halo selamat sore mas raihan, izin meminta waktunya sebentar ya mas raihan untuk saya wawancarai berkaitan dengan kendaraan yang mas miliki, motor apa saja ya mas yang mas pernah miliki dan sedang mas gunakan untuk sehari hari?”

Responden 8 : “selamat sore juga mas arga, baik mas arga jadi dulu motor pertama yang saya beli itu motor Honda Vario Hiu 150, kalau tidak salah itu sekitar tahun 2018 waktu saya masih sekolah. setelah itu saya berganti ke pabrikan sebelah yaitu Yamaha mio m3.”

Penulis : “boleh saya bertanya apakah alasan mas raihan dalam memilih motor Yamaha mio m3 sebagai pilihan utama waktu membeli?”

Responden 8 :” mungkin pertanyaannya bisa melenceng seperti mengapa saya berganti dari honda vario ke Yamaha mio m3, jadi alasan saya memilih mio m3 yaitu karena mio m3 lebih hemat dibanding vario saya dulu, ditambah lagi ada fitur penghemat bahan bakar yang ada di mio m3.”

Penulis : “apa yang Raihan sukai dari produk motor Yamaha mio m3, boleh diceritakan pengalamannya selama menggunakan dan memiliki motor ini?”

Responden 8 :” dulu saya membeli motor ini dengan harga sekitar 16 jutaan, untuk motor matic kecil 125cc ini motor yang terbaik dibanding rivalnya. Motor ini sangatlah nyaman, saya tidak pernah merasakan pegal saat mengendarai motor ini, dan ya dengan adanya fitur yang saya jelaskan tadi, motor ini semakin irit untuk saya yang orang kantoran, sangat membantu.”

Penulis :“ saya ingin bertanya mengenai awal kali mas raihan berencana membeli sebuah motor untuk kendaraan sehari hari, apakah motor berbahan bakar bensin menjadi pilihan satu satunya saat itu, ataukah motor listrik masuk dalam opsi pilihan mas raihan dalam membeli kendaraan?”

Responden 8 :” iya benar mas arga, motor berbahan bakar bensin atau yang kita sebut motor konvensional menjadi satu satunya opsi pilihan saya pada saat itu, opsi saya pada saat ini hanya suzuki nex dan Yamaha mio m3 saja, tidak ada opsi beralih ke kendaraan motor listrik.”

Penulis :“apa saja kriteria mas Raihan dalam memilih merk kendaraan motor?”

Responden 8 :”kriteria saya harus motor matic, karena motor seperti itu sangatlah nyaman dan tidak pegal, apalagi saya setiap hari harus menggunakan motor, maka motor seperti mio m3 sangatlah membantu, lalu yang kedua adalah tempat service resmi yang mudah di temukan, di tempat tinggal saya bengkel Yamaha sangatlah dekat, dan hal ini memudahkan saya sebagai konsumen motor Yamaha.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat mas raihan kenapa motor bensin masih menjadi pilihan utama kendaraan sehari hari dibandingkan dengan motor listrik?”

Responden 8 :”menurut saya produsen motor listrik kurang luas dalam memasarkan produk mereka ke masyarakat, saya tahu produk Gesits saja dari pameran di PRJ tahun lalu, hal inilah yang membuat motor konvensional masih laku di pasaran, karena hampir setiap hari di televisi atau di sosial media manapun produsen motor konvensional aktif memasarkan setiap produk mereka.”

Penulis :“ saya ingin bertanya kenapa motor listrik tidak menjadi opsi pilihan mas Raihan dalam memilih kendaraan sebagai kebutuhan sehari hari?”

Responden 8 :”alasan saya tidak menjadikan motor listrik sebagai pilihan adalah karena saya tidak begitu mengetahui apa saja speknya, kualitasnya, bentuk pelayanan gesits terhadap konsumen, kalau Yamaha kan saya sudah paham, bertahun tahun mereka terbukti memuaskan para konsumennya.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat mas raihan dalam perkembangan inovasi terhadap motor listrik yang beredar di pasaran saat ini?”

Responden 8 :” yang saya rasakan perkembangan motor listrik di Indonesia agak lambat ya mas arga, yang saya tahu sekarang kualitasnya lumayan bagus ya hanya Gesits dan gogoro, tetapi gogoro kan produk luar. Saya harap Gesits mampu lebih aktif dalam memasarkan produknya.”

Penulis :“bagaimana pengalaman mas raihan dengan pelayanan yang di berikan oleh Yamaha selama menggunakan produk motornya?”

Responden 8 :” yang saya suka dari Yamaha adalah pelayanan yang super ramah, tidak hanya pada saat saya ingin membeli, tetapi setelah bertahun tahun ini, jika saya dan motor mengalami kendala mereka sigap dalam membantu, dan proses service di bengkelnya juga dikerjakan secara cepat, dan tidak menyita waktu saya mas arga.”

Penulis :“ untuk kedepannya apakah ada pikiran mas raihan untuk menggunakan motor listrik untuk menggantikan motor berbahan bakar bensin dikemudian hari?”

Responden 8 :” harga motor listrik saat ini menurut saya masih sangat mahal ya mas, apalagi dengan kualitas body motornya, saya sangat kecewa. Di harga 29 jutaan, banyak motor konvensional yang lebih bagus

lagi. Jadi untuk sekarang dan nanti saya belum ingin beralih ke motor listrik seperti Gesits ini.”

10. RESPONDEN 10, Gelam Alfariisi (Honda Vario sporty 150 2020)

Penulis : “ halo selamat sore, izin meminta waktunya sebentar ya pak Aris untuk saya wawancarai berkaitan dengan kendaraan yang bapak miliki, motor apa saja ya pak yang bapak pernah miliki dan sedang bapak gunakan untuk sehari-hari?”

Responden 10 :”sore mas arga, silahkan mas. Oke kalau motor yang pernah saya miliki sebenarnya agak banyak ya mas dan saya juga lupa, tetapi yang paling berkesan adalah Kawasaki klx 150, sebenarnya motor itu hanya dijadikan sebagai koleksi saja. Karena tidak nyaman digunakan di jalan. Lalu pada tahun 2020 an saya membeli motor matic dari Honda yaitu Honda vario 150 sporty, yang sampai saat ini masih saya gunakan.”

Penulis “boleh saya bertanya apakah alasan bapak dalam memilih motor honda vario sebagai pilihan utama waktu membeli?”

Responden 10 :”alasan saya memilih honda vario 150 ini adalah karena vario memiliki harga yang murah dibanding dengan Yamaha Aerox dan juga Vario memiliki kapasitas tangki bensin yang besar.”

Penulis : “apa yang bapak sukai dari produk motor honda vario 150, boleh diceritakan pengalamannya selama menggunakan dan memiliki motor vario ini pak?”

Responden 10 :” yang saya sukai dari honda vario 150 ini adalah vario ini adalah sporty edition, yang menurut saya warna dari motor ini sangatlah keren dibanding dengan aerox yang terkesan terlalu biasa, lalu motor ini memiliki fitur Idling Stop System yang tidak dimiliki oleh aerox.”

Penulis “ saya ingin bertanya mengenai awal kali bapak berencana membeli sebuah motor untuk kendaraan sehari hari, apakah motor berbahan bakar bensin menjadi pilihan satu satunya saat itu, ataukah motor listrik masuk dalam opsi pilihan bapak dalam membeli kendaraan?”

Responden 10 :” sebenarnya pada tahun 2020 saat saya ingin membeli motor, saya sempat memikirkan beberapa opsi pilihan. Mulai dari motor sport, matic dan motor listrik, tetapi begitu saya mengetahui bahwa motor listrik seperti Gesits, Niu dan Gogoro hanya mampu berjalan sekitar 80km an, dan build quality dari motor gesits yang jelek, saya langsung beralih minat saya kepada motor matic konvensional, dan akhirnya Honda Vario lah yang saya pilih.”

Penulis : “apa saja kriteria bapak dalam memilih merk kendaraan motor?”

Responden 10 :” jadi mas arga, saya kalau memilih motor itu bagian terpentingnya adalah seberapa nyaman motor ini saat digunakan, lalu yang kedua adalah pelayanan dari produsen motor tersebut lalu desain motor nya.”

Penulis : “ saya ingin mengetahui pendapat bapak kenapa motor bensin masih menjadi pilihan utama kendaraan sehari hari dibandingkan dengan motor listrik?”

Responden 10 :”menurut pendapat saya ya mas arga, motor bensin itu masih menawarkan efisien dan kemudahan dalam berkendara serta perawatan, iya mungkin motor listrik lebih minim dalam perawatan, tetapi jika ada sesuatu masalah di motornya, maka hal inilah yang menyulitkan konsumen, saya tahu masalah ini, karena saudara saya pernah memiliki salah satu merk motor listrik.”

Penulis : “ saya ingin bertanya kenapa motor listrik tidak menjadi opsi pilihan bapak dalam memilih kendaraan sebagai kebutuhan sehari hari?”

Responden 10 :” sebenarnya saya mulai naksir dengan beberapa motor listrik yang ada di pasaran, saya juga pernah langsung melihat di dealer motor listrik

tersebut, tetapi pada saat saya tahu berapa jarak tempuh maksimal, kualitas body motornya, saya mengurungkan niat untuk membeli motor listrik.”

Penulis :“ saya ingin mengetahui pendapat bapak dalam perkembangan inovasi terhadap motor listrik yang beredar di pasaran saat ini?”

Responden 10 :”saya sudah sering melihat beberapa produsen motor listrik memamerkan produknya di acara pameran yang di selenggarakan di indonesia, dan menurut saya sampai saat ini perkembangannya sudah lumayan maju dibanding dulu, ya Cuma, masih banyak pr yang harus mampu diselesaikan oleh mereka.”

Penulis :“bagaimana pengalaman dengan pelayanan yang di berikan oleh Honda selama menggunakan produk motornya?”

Responden 10 :” jelas menyenangkan, honda melalui ahass mampu untuk menangani berbagai macam masalah, sejauh ini pelayanan mereka adalah yang terbaik selama ini menurut saya pribadi.”

Penulis :“ untuk kedepannya apakah ada pikiran bapak untuk menggunakan motor listrik untuk menggantikan motor berbahan bakar bensin dikemudian hari?”

Responden 10 :”motor listrik yang saya sukai desainnya sebenarnya adalah Gesits, mirip dengan vario, saya tertarik untuk beralih ke motor listrik jika produsen mereka mampu untuk memberikan pelayanan yang selama ini saya sudah dapatkan Bersama honda, dan menurut saya sampai saat ini, pelayanan mereka belum sebaik honda.”



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2023/2024, hari Senin, tanggal 06 November 2023, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama : Arga Bayu Perwita
No. Mahasiswa : 19311242
Judul Tugas Akhir : STRATEGI PEMASARAN HIJAU PT. WIJAYA KARYA
INDUSTRI DAN MANUFAKTUR UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN MOTOR LISTRIK GESITS
Pembimbing : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai : A
Referensi : Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji:

Ketua Tim : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.
Anggota Tim : Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.

Yogyakarta, 10 November 2023
Ketua Program Studi Manajemen,



Abdur Rafik, SE., M.Sc.
NIK. 133110105

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

**STRATEGI PEMASARAN HIJAU PT. WJAYA KARYA INDUSTRI DAN MANUFAKTUR UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN MOTOR LISTRIK GESITS**

Disusun oleh : Arga Bayu Perwita

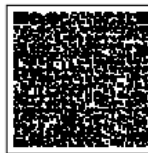
Nomor Mahasiswa : 19311242

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Senin, 06 November 2023

Penguji/Pembimbing TA : Arif Hartono, S.E., M.Ec., Ph.D.

Penguji : Murwanto Sigit, Drs., M.B.A.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D.