



.....  
**FEASIBILITY STUDI HARGA DAN PROMOSI PENJUALAN MOTOR LISTRIK  
DI DENPASAR**  
**(STUDI PADA PT. SENTRIK PERSADA NUSANTARA DENPASAR)**

Oleh

Ni Putu Mita Anggreni\*<sup>1</sup>, Ni Wayan Ari Sudiartini<sup>2</sup>, Anak Agung Elik Astari<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahendradatta

e-mail: <sup>1</sup>[mita@gmail.com](mailto:mita@gmail.com), <sup>2</sup>[wayan.ari1987@gmail.com](mailto:wayan.ari1987@gmail.com), <sup>3</sup>[suksmajaya@gmail.com](mailto:suksmajaya@gmail.com)

**Abstrak**

Transportasi memerlukan sumber energi, saat ini Energi fosil masih mendominasi pemenuhan kebutuhan energi untuk transportasi. Namun, transportasi yang menggunakan bahan bakar fosil memiliki efek negatif bagi kehidupan yang berupa polusi udara. Salah satu cara untuk mengurangi penggunaan bahan bakar fosil adalah dengan mengganti kendaraan berbahan bakar fosil dengan listrik. Perusahaan yang bergerak di bidang otomotif mulai berinovasi dari kendaraan yang awalnya berbahan bakar minyak menjadi berbahan bakar listrik. PT. Sentrik Persada Nusantara selaku distributor resmi motor listrik yang memiliki 1 dealer resmi serta 2 showroom di daerah Bali yang bertujuan membantu masyarakat untuk kemudahan dalam membeli motor listrik. Selain itu, penggunaan motor listrik dapat mengurangi angka polusi udara yang diakibatkan oleh kendaraan berbahan bakar fosil. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif, data yang diperoleh melalui studi pustaka, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan pada PT. Sentrik Persada Nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh studi harga dan promosi terhadap penjualan motor listrik pada PT. Sentrik Persada Nusantara. Adapun analisis kelayakan menggunakan analisis aspek non-keuangan dengan menganalisis aspek pasar dan pemasaran, aspek ekonomi, aspek lingkungan dan analisis SWOT yang terdiri dari strength (kekuatan), weakness (kelemahan), opportunities (peluang) dan yang terakhir threats (ancaman), serta menganalisis dari studi harga dan promosi penjualan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari aspek dan analisis yang dilakukan pada perusahaan PT. Sentrik Persada Nusantara sudah memenuhi kriteria usaha dan layak untuk dijalankan. Penelitian ini bermanfaat sebagai informasi usaha PT. Sentrik Persada Nusantara untuk meningkatkan kualitas perusahaan secara berkelanjutan.

**Kata Kunci: Feasibility Studi Harga, Promosi Penjualan, Motor Listrik**

**PENDAHULUAN**

Pencemaran udara merupakan masalah serius di beberapa negara, termasuk Indonesia. Pada pertengahan tahun 2019, isu buruknya kualitas udara di negara ini menjadi semakin serius. Sebagian besar pencemaran udara disumbang oleh kendaraan bermotor. Menurut data Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 75% penyumbang pencemaran udara adalah kendaraan bermotor dan dari jumlah tersebut 75%, 44,53% disumbangkan oleh sepeda motor. Ketersediaan cadangan

bahan bakar minyak merupakan salah satu masalah global yang menimpa banyak negara di dunia saat ini. Jika dilihat dari waktu ke waktu harga minyak mentah dunia mengalami kenaikan dan dengan tingginya harga minyak mentah dunia berpotensi menimbulkan gejolak sosial dan ekonomi yang signifikan. (Dimitri, 2021)

Tidak dapat dipungkiri bahwa di Indonesia kebutuhan masyarakat akan bahan bakar minyak dari tahun ke tahun semakin



meningkat. Hal ini terlihat dari besarnya konsumsi bahan bakar bensin motor atau biasa disebut bensin yang digunakan untuk transportasi pribadi. Kebutuhan masyarakat di Indonesia akan bahan bakar minyak sudah menjadi kebutuhan primer. Hal ini terlihat dari kebiasaan masyarakat menggunakan kendaraan berbahan bakar minyak untuk keperluan transportasi jarak dekat. Konsumsi bahan bakar minyak tentunya tidak lepas dari permintaan pasar, dimana jumlah kendaraan pada periode tersebut juga meningkat. Jenis kendaraan bermotor yang mengalami peningkatan adalah sepeda motor. Sepeda motor menjadi favorit di kalangan masyarakat karena mudah digunakan dan merupakan sarana penunjang aktivitas yang memadai.

Keadaan ini menyebabkan keengganan masyarakat untuk meninggalkan penggunaan kendaraan berbahan bakar minyak untuk kebutuhan transportasi jarak dekat, sehingga mengakibatkan ketergantungan terhadap bahan bakar minyak. Dampak lingkungan yang dapat terjadi adalah pencemaran udara, sedangkan di perkotaan adalah kemacetan dan tidak berfungsinya tata kota karena digunakan untuk parkir kendaraan. Salah satu cara untuk mengurangi penggunaan bahan bakar fosil adalah dengan mengganti kendaraan berbahan bakar fosil dengan listrik, listrik yang tersimpan di baterai, dimana energi listrik yang ada di baterai digunakan sebagai sumber energi listrik pada motor listrik. Dengan kemajuan teknologi saat ini, perusahaan yang bergerak di bidang otomotif mulai berinovasi dari kendaraan yang awalnya berbahan bakar minyak menjadi berbahan bakar listrik. Sepeda motor listrik sebagai kendaraan hybrid yang bertenaga listrik.

Kendaraan listrik semakin berkembang pesat, berbagai upaya dilakukan untuk mengikuti trend global ini, disertai dukungan pemerintah dari membangun pabrik baterai lithium di Sulawesi Selatan, pengurangan biaya masuk kendaraan hingga pengurangan

pajak kendaraan listrik. Pada tahun 2025 pemerintah menargetkan 20% kendaraan yang diproduksi Indonesia sudah bertenaga listrik yang arti jika produksi kendaraan 2 juta pertahun maka 400 ribu nya adalah kendaraan listrik. Di Indonesia motor listrik belum sepopuler mobil listrik. Tercatat pada tahun 2020 berbagai brand mobil seperti BMW, Mercedes Benz, Mitsubishi, dan Hyundai mengeluarkan mobil listrik terbarunya di Indonesia. Artinya peminat kendaraan listrik di Indonesia sangat luas. Mengingat penjualan motor di Indonesia semakin meningkat tidak menuntut kemungkinan peluang motor listrik berkembang sangat besar terutama didaerah perkotaan. Masyarakat urban biasanya lebih mengikuti perkembangan teknologi dan peduli akan keramahan lingkungan sehingga motor listrik lebih bisa diterima.

## METODE PENELITIAN

### A. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah proses pengumpulan dan analisis data penelitian. Tujuan adanya desain penelitian yaitu untuk memberikan rancangan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Desain penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dan kualitatif. Kelayakan usaha ditinjau dari aspek-aspek yang diteliti dan analisis SWOT.

### B. Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara, diantaranya:

1. Observasi (Pengamatan)  
Observasi yang dilakukan peneliti adalah observasi tidak berstruktur. Menurut Sugiyono (2018:104) Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang tidak dipersiapkan secara sistematis tentang apa yang diobservasi. Hal ini dilakukan karena peneliti tidak tahu secara pasti tentang apa yang akan diamati. Dalam



melakukan pengamatan peneliti tidak menggunakan instrumen yang telah baku, tetapi hanya berupa rambu-rambu pengamatan. Peneliti dapat melakukan pengamatan bebas, mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis dan kemudian dibuat kesimpulan. Observasi ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang harga dan promosi penjualan motor listrik di PT. Sentrik Persada Nusantara Denpasar. Prosedur rencana observasi yaitu mengetahui topik dari observasi, mencatat hal-hal penting dan mencari data yang akan dibutuhkan berupa daftar harga motor listrik, promosi yang dilakukan oleh perusahaan dan data penjualan motor listrik.

## 2. Wawancara

Menurut Sugiono (2018:103) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Peneliti melakukan wawancara tidak terstruktur, yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dan pengembangan media tematik ular tangga berbagai pekerjaan. Teknik pengumpulan data berupa wawancara dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian dan

pengembangan media pembelajaran tematik berbagai pekerjaan.

## 3. Dokumentasi

Menurut Sukmadinata (2015:221) Dokumen merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik. Dokumentasi yang diambil dalam penelitian ini adalah gambaran pada saat proses pembelajaran menggunakan media pembelajaran tematik ular tangga berbagai pekerjaan. Studi dokumentasinya berupa foto media, foto pada saat penggunaan dan pelaksanaan media.

## C. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengolah data yang telah diperoleh mengenai objek yang diteliti. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Pengolahan data kualitatif digunakan untuk menganalisis aspek nonfinansial yang meliputi aspek hukum, aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis dan teknologi, serta aspek lingkungan hidup.

### 1. Analisis Studi Kelayakan Bisnis

#### a. Aspek Pasar

Dalam aspek ini menganalisa bagaimana kondisi PT. Sentrik Persada Nusantara Denpasar dalam memperhatikan segmentasi pasar dan melihat peluang pasar kedepannya.

#### b. Aspek Teknis

Dalam aspek teknis hanya membahas bagaimana teknis yang dilakukan dalam promosi serta alat dan teknis dalam melakukan *service* rutin maupun apabila ada kerusakan yang terjadi pada motor listrik milik konsumen.



c. Aspek Hukum

Dalam aspek hukum akan dianalisis kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi ketentuan hukum dan perizinan yang diperlukan dalam menjalankan bisnis di wilayah tertentu. Kelengkapan dokumen terkait dengan aspek hukum sangat diperlukan oleh PT. Sentrik Persada Nusantara Denpasar sebagai dasar hukum apabila terjadi masalah di kemudian hari.

d. Aspek Lingkungan

Dalam aspek lingkungan ini membahas bagaimana dampak yang dihasilkan oleh perusahaan untuk lingkungan sekitar.

2. Analisis SWOT

SWOT merupakan akronim dari *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) internal dari suatu perusahaan serta *Opportunities* (peluang) dan *Threat* (ancaman) lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT (*SWOT analysis*) merupakan teknik historis yang terkenal di mana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dan strategi yang berhasil (Pearce, 2018:156).

Menurut Rangkuti (2019:19) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk

merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Hal ini disebut dengan Analisis Situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah Analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi organisasi.

*Strengths* (kekuatan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang berjalan dengan baik atau sumber daya yang dapat dikendalikan. *Weaknesses* (kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi. *Opportunities* (peluang / kesempatan) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif. *Threats* (ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang negatif.

Matrik SWOT adalah alat untuk menyusun faktor-faktor strategis organisasi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi organisasi dapat disesuaikan dengan



kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. *IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary)* adalah ringkasan atau rumusan faktor-faktor strategis internal dalam kerangka kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weaknesses*).

- a) Kekuatan (*Strength*) adalah situasi internal organisasi yang berupa kompetensi/kapabilitas/sumber daya yang dimiliki organisasi, yang dapat digunakan sebagai alternatif untuk menangani dan ancaman.
- b) Kelemahan (*Weakness*) adalah situasi internal organisasi dimana kompetensi/kapabilitas/sumber daya organisasi sulit digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman.
- c) Peluang (*Opportunity*) adalah situasi eksternal organisasi yang berpotensi menguntungkan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri 51 yang sama secara umum akan merasa diuntungkan bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Misal, ada segmen pasar tertentu yang belum dimasuki pemain lain, secara umum akan menjadi peluang bagi organisasi manapun yang berhasil melihat pasar tersebut.
- d) Ancaman (*Threat*) adalah suatu keadaan eksternal yang berpotensi menimbulkan kesulitan. Organisasi-organisasi yang berada dalam satu industri yang sama secara umum akan merasa dirugikan/ dipersulit/terancam bila dihadapkan pada kondisi eksternal tersebut. Contoh: dua tahun yang akan datang akan masuk “pemain baru” dari luar negeri yang memiliki teknologi dan modal kuat. Secara umum kondisi

tersebut akan menjadi ancaman bagi semua organisasi yang saat ini berada dalam industri yang sama.

Metode analisis SWOT bisa dianggap sebagai metode analisis yang paling dasar, yang berguna untuk melihat suatu topik atau permasalahan dari empat sisi yang berbeda. Hasil analisis adalah arahan/rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan menambah keuntungan dari peluang yang ada, dengan mengurangi kekurangan dan menghindari ancaman. Jika digunakan dengan benar, analisis SWOT akan membantu untuk melihat sisi-sisi yang terlupakan atau tidak terlihat.

Berdasarkan ukuran di atas, ada hal yang perlu diperhatikan dalam pembuatan analisis SWOT, yaitu :

- a) Analisis SWOT bisa sangat subjektif, oleh karena itu dua orang menganalisis sebuah perusahaan yang sama, tetapi menghasilkan SWOT yang berbeda.
- b) Pembuat analisis harus realistis dalam menjabarkan kekuatan dan kelemahan internal. Kelemahan yang disembunyikan atau kekuatan yang tidak terjabarkan akan membuat arahan strategi menjadi tidak bisa digunakan.
- c) Analisis harus didasarkan atas kondisi yang sedang terjadi, bukan situasi yang seharusnya terjadi.
- d) Hindari “grey areas”. Hindari kerumitan yang tidak perlu dan analisis yang berlebihan.

## HASIL DAN PEMBEHASAN

Deskripsi Objek Penelitian



a. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan PT. Sentrik Persada Nusantara  
PT Sentrik Persada Nusantara yang berpusat di Jl. Gatot Subroto Barat No.500, Padangsambian Kaja, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali 80117 merupakan distributor resmi kendaraan bermotor listrik (KBL) untuk wilayah Bali dan Indonesia timur, memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam melakukan transaksi penjualan kepada para pelanggan. PT sentrik Persada Nusantara saat ini juga telah memiliki beberapa showroom yakni di Jl. Gunung Sanghyang No.17R, Padangsambian, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali 80361 Bali serta Showroom Kapal di Jl. Raya Kapal No.18, Kapal, Kec. Mengwi, Kabupaten Badung, Bali 80351 tepatnya di depan Rumah Sakit Mangusada Kapal Kabupaten Badung. Meskipun dalam kondisi perekonomian makin lesu akibat pandemi Covid-19, namun tidak mematahkan semangat PT Sentrik Persada Nusantara membuka resmi sekaligus melaunching showroom dan dealer utama kendaraan listrik terbesar di Bali. Dibukanya showroom ketiga tersebut, sebagai bentuk komitmen Sentrik untuk ikut mendukung program pemerintah pusat dan daerah Bali Go Green atau menuju bebas polusi. Apalagi di masa pandemi saat ini, kendaraan listrik bisa juga menjadi solusi hidup sehat dan hemat. Peralnya, kendaraan listrik tidak memerlukan biaya perawatan dan pergantian minyak pelumas seperti kendaraan konvensional, bahkan biaya operasionalnya jauh lebih murah daripada menggunakan BBM (bahan bakar minyak). I Made Sudiana, SH., M.Si., selaku CEO PT. Sentrik Persada Nusantara sangat optimis dengan dibukanya Showroom dan Main Dealer Sentrik, karena sudah muncul trend perubahan lifestyle baru kendaraan yang hemat, praktis dan bebas polusi, khususnya di Bali. I Made Sudiana, SH., M.Si., juga sangat yakin masyarakat Bali akan tereduksi dengan terus bermunculan model dan tipe kendaraan listrik yang lebih berkualitas, namun harganya

sangat terjangkau dipasarkan oleh Showroom dan Dealer Sentrik.

PT. Sentrik Persada Nusantara didirikan dengan ketentuan berlaku berdasarkan akte pendirian Perseroan Terbatas oleh notaris I Gusti Ngurah Kornea Anggadinata.,S.H.Mkn dengan nomor 45 tanggal 30 Jan 2020 di Kabupaten Tabanan Bali. Pendirian PT Sentrik Persada Nusantara bertujuan untuk mendukung Peraturan Presiden nomor 55 tahun 2019 tentang percepatan program kendaraan bermotor listrik berbasis baterai untuk transportasi jalan serta Peraturan Gubernur Bali nomor 48 tahun 2019 tentang penggunaan kendaraan bermotor listrik berbasis baterai dan Pergub nomor 45 tahun 2019 tentang Bali energi bersih. PT. Sentrik Persada Nusantara merupakan salah satu unit usaha di bawah naungan Raditya Holding Company dalam bidang kendaraan listrik yang dipersiapkan secara profesional dengan didukung tenaga ahli yang mampu memberikan kualitas produk dan layanan terbaik mendukung program pemerintah untuk mengembangkan penggunaan kendaraan listrik guna terwujudnya energi bersih kualitas udara bersih dan ramah lingkungan. PT Sentrik Persada Nusantara mengembangkan bidang usaha meliputi penjualan kendaraan bermotor listrik dari segala merek, penjualan perlengkapan kendaraan motor listrik seperti baterai, aki, controller, ban, charger, kampas rem, bohlam dan berbagai aksesoris lainnya serta penyedia jasa service dan Home Service kendaraan bermotor listrik di Bali. Untuk memberikan pelayanan terbaik dan terlengkap kepada masyarakat PT Sentrik Persada Nusantara telah bekerjasama dengan beberapa produsen kendaraan listrik terbaik di Indonesia seperti PT. Roda Jaya Makmur dengan brand Sunrise yang berlokasi di Surabaya, PT. Uwinfly Indonesia Industries dengan brand Yubin Fly yang berlokasi di Semarang, PT. Volta Indonesia semesta dengan brand volta yang berlokasi di Semarang, PT. Wika Industri Manufaktur dengan brand Gesits yang



berlokasi di Jakarta Timur serta beberapa produsen kendaraan listrik lainnya dari dalam maupun luar negeri sehingga semakin memanjakan para pelanggan untuk memilih berbagai produk kendaraan listrik yang berkualitas dengan berbagai keunggulan yang dimiliki. PT Sentra Persada Nusantara berkomitmen memberikan produk dan layanan terbaik dan terlengkap di bidang kendaraan listrik dengan konsep ramah lingkungan atau go green mudah digunakan dan murah dalam perawatannya kendaraan listrik menjadi solusi hemat berkendara masa kini dan bebas dari polusi udara Sentrik solusi tanpa polusi

b. Produk PT. Sentrik Persada Nusantara  
PT. Sentrik Perasada Nusantara menawarkan berbagai macam kendaraan motor listrik dari berbagai merk motor listrik yang ada di Indonesia, bukan hanya menjual motor listrik Sentrik juga menyediakan mekanik untuk perbaikan motor listrik apabila terjadi kerusakan atau problem pada motor listrik dan juga menjual spepart dari motor listrik tersebut.

## 2. Analisis Kelayakan Usaha

Aspek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah aspek pasar pemasaran, aspek ekonomi, dan aspek hukum.

### a. Aspek Pasar dan Pemasaran

Aspek pasar dan pemasaran sangat penting untuk dianalisis karena dengan adanya aspek pasar dan pemasaran pemilik usaha dapat menentukan segmen pasar yang akan dituju. Dilihat dari segi geografis Sentrik Pusat terletak di Kota Denpasar dan showroom ada di berbagai kaputen di Bali. Strategi pemilihan pasar PT. Sentrik Persada Abadi pada semua level dimana kendaraan bermotor merupakan alat transportasi yang dibutuhkan masyarakat setiap harinya.

Adapun aspek pemasaran terdiri dari strategi pemasaran 7p yaitu terdiri dari (product) produk, (price) harga, (promotion) promosi, (place) tempat, (people) orang atau SDM,

(physical evidence) tampilan fisik, dan (process) proses:

### 1) Product (Produk)

Sebuah produk sangat mudah dipasarkan apabila produk tersebut unik, terobosan baru dan sesuai dengan permintaan konsumen. Dengan adanya hal tersebut Sentrik yang merupakan perusahaan motor listrik yang terbesar di Indonesia untuk saat ini, hal ini membuat Sentrik sangat selektif untuk memilih perusahaan atau brand yang akan dipasarkan oleh Sentrik. Dalam memilih partner bisnis ini Sentrik selalu memperhatikan produk yang diproduksi oleh brand tersebut, dimana produk yang akan dijual oleh Sentrik apabila brand tersebut memiliki produksi dan suku cadang di Indonesia. Perusahaan Sentrik berdiri mulai dari tahun 2019 dimana sudah banyak brand motor listrik yang pernah bekerjasama dengan perusahaan ini. Sentrik bukan hanya menjual motor listrik saja, tetapi juga menyediakan mekanik yang terampil, peralatan yang mumpuni dan suku cadang dari motor listrik apabila konsumen memiliki masalah pada motor listriknya sehingga konsumen tidak bingung untuk mengatasi masalah tersebut, hal ini merupakan suatu nilai plus yang dimiliki perusahaan ini dimana perusahaan motor listrik di Bali khususnya masih jarang yang menjual suku cadang dari produknya sehingga konsumen yang memiliki masalah pada motor listriknya harus menunggu suku cadang dari perusahaan pusat terlebih dahulu apabila ada pergantian suku cadang.

### 2) Price (Harga)

Harga merupakan bagian selanjutnya dari pemasaran, dimana salah satu faktor konsumen memilih produk yang kita tawarkan yaitu dilihat dari harga. Semakin rendah harga yang diberikan maka semakin banyak konsumen yang berminat dan tentunya tetap memperhatikan kualitas pelayanan dan produk. Pemberian harga promo atau diskon di hari-hari tertentu atau pada saat hari-hari besar



.....  
 dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli.

### 3) Promotion (Promosi)

Promosi adalah cara untuk mempromosikan produk dan jasa agar dapat dikenal masyarakat luas. Cara yang dilakukan PT. Sentrik Persada Nusantara dalam memasarkan produknya yaitu dengan mempromosikan via media sosial, dimana Sentrik aktif dalam menggunakan Instagram, Facebook, dan website. Selain itu, Sentrik memasarkan produknya melalui media cetak dengan bekerjasama di beberapa perusahaan majalah dan koran serta menyebarkan brosur ke masyarakat dan mengadakan pameran di tempat yang ramai dan pada event tertentu yang memiliki peluang besar untuk mempromosikan produknya.

### 4) Place (Tempat)

Calon pembeli akan mudah mengenali apabila tempat usaha mudah dijangkau dan memiliki lokasi yang strategis. Lokasi yang strategis merupakan lokasi yang terletak di pinggir jalan yang ramai atau menggunakan Google Maps untuk lebih mudah bagi para calon pembeli mengetahui lokasi secara langsung. PT. Sentrik Persada Nusantara memiliki 3 showroom yang terletak di kabupaten Badung, Gianyar dan Kota Denpasar, Sentrik pusat berada di Kota Denpasar. Sentrik memiliki tujuan untuk menjangkau seluruh kabupaten yang ada di Bali dengan tujuan mempermudah masyarakat untuk mencari informasi dan pembelian produk motor listrik.

### 5) People (orang atau SDM)

SDM adalah salah satu yang terpenting dalam strategi pemasaran. SDM yang unggul tentu menjadi salah satu aset terpenting dalam perusahaan maka skill dan kesejahteraan SDM harus diperhatikan dengan baik. Jumlah SDM akan mempengaruhi kinerja perusahaan karena dengan SDM yang cukup maka semua dapat diprioritaskan sesuai dengan bidang dan keahlian. Saat ini PT. Sentrik Persada Nusantara mempunyai 53 karyawan yang

memiliki divisi dan keahlian masing – masing. Seluruh karyawan memiliki tanggung jawab dan tugas sesuai dengan kontrak perekrutan karyawan. Dari seluruh karyawan yang bekerja di Sentrik memiliki latar pendidikan dari SMA/SMK sampai lulusan sarjana, dan karyawan memiliki umur dari 21 tahun sampai 43 tahun.

### 6) Physical Evidence (tampilan fisik)

Physical Evidence adalah semua yang berbentuk peralatan atau perangkat yang digunakan untuk mendukung jalannya suatu bisnis. Biasanya bukti fisik ini hadir untuk bisnis skala besar yang membutuhkan banyak peralatan dalam kegiatan operasional-nya. Bukti fisik yang telah dimiliki PT. Sentrik Persada Nusantara berupa bangunan yang difungsikan sebagai sebuah dealer dimana berfungsi untuk memamerkan produk ke konsumen serta tempat transaksi untuk konsumen.

### 7) Process (proses)

Proses bisnis merupakan rangkaian aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Umumnya berhubungan dengan produk atau jasa yang dihasilkan. Aktivitas tersebut akan diatur sedemikian rupa sehingga bisa mewujudkan tujuan usaha secara nyata. Pada bagian ini PT. Sentrik Persada Nusantara mendapatkan produk yang dijual dari perusahaan yang bekerjasama dengan Sentrik agar produknya dapat dijual di dealer Sentrik. Dalam transaksi dengan konsumen, konsumen dapat memilih berbagai jenis motor listrik yang ada pada dealer Sentrik, dan konsumen dapat melakukan test drive untuk mencoba motor listrik yang diinginkan konsumen. Apabila konsumen ingin membeli produk Sentrik, konsumen diwajibkan melakukan transaksi sesuai dengan harga produk yang dibeli dan memberikan berkas – berkas yang diperlukan untuk pembuatan STNK dan BPKB motor listrik. Jika transaksi sudah selesai produk akan diantar oleh pihak Sentrik ke alamat dari konsumen ataupun





konsumen langsung membawa produk tersebut.

b. Aspek Lingkungan

Pertumbuhan dan perkembangan perusahaan berpengaruh terhadap lingkungan sekitar apakah membawa dampak negatif atau positif terhadap masyarakat sekitar atau sebaliknya apakah masyarakat sekitar membawa dampak positif atau negative terhadap perusahaan. PT. Sentrik Persada Nusantara memberikan kontribusi positif untuk masyarakat sekitar dengan mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat Bali khususnya Denpasar dengan mampu menampung karyawan saat ini sebanyak 85 orang karyawan. Selain itu produk yang ditawarkan Sentrik yang berupa motor listrik adalah suatu terobosan untuk mengurangi polusi udara yang diakibatkan oleh kendaraan bermotor berbahan bakar fosil, dimana motor listrik sangat ramah lingkungan. Motor listrik tidak memiliki gas buang layaknya motor berbahan bakar fosil sehingga motor listrik tidak menimbulkan polusi udara. Hal ini membuat motor listrik menjadi upaya pemerintah dalam melakukan Go Green atau bebas polusi untuk mengurangi polusi udara yang terjadi.

c. Aspek Teknis dan Teknologi

Aspek teknik dan teknologi merupakan aspek yang menyangkut dengan lokasi usaha yang ditentukan sehingga mendapat denah dan gambaran tempat usaha yang diterapkan pada lokasi PT. Sentrik Persada Nusantara. Selain itu dalam aspek ini pula membahas mengenai sumber bahan produk dimana ketersediaan produk mudah didapatkan dan penjadwalan kelengkapan stok yang efektif sehingga mengurangi adanya masalah dalam proses penjualan.

PT. Sentrik Persada Nusantara yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto Barat No.500, Padangsambian Kaja, Kec. Denpasar Bar., Kota Denpasar, Bali 80117 merupakan perusahaan pusat di Bali. PT. Sentrik Persada Nusantara juga memiliki 2 showroom motor yang berlokasi di Denpasar dan Badung. Hal

ini dapat memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi, pemesan unit motor listrik, dan mengatasi problem yang terjadi pada motor listrik milik konsumen.

Selain menjual produk berupa motor listrik Sentrik juga menyediakan jasa service di Sentrik pusat dan jasa Home Service yang bisa datang ke rumah atau tempat konsumen saat mengalami masalah pada motor listriknya. Dengan didukung oleh peralatan dan teknologi yang memadai serta mekanik yang terampil dan cekatan dalam memperbaiki masalah yang dialami oleh konsumen pada motor listriknya. Bukan hanya itu Sentrik juga menyediakan berbagai macam aksesoris motor listrik apabila konsumen ingin melakukan pergantian pada aksesoris kendaraan mereka. PT. Sentrik Persada Nusantara juga memberikan garansi yang bervariasi tergantung tipe dan jenis kendaraan yang dibeli oleh konsumen. Garansi ini meliputi seluruh komponen yang ada pada motor listrik.

3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis kondisi internal dan eksternal suatu organisasi yang selanjutnya nanti akan digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi dan program kerja perusahaan. Analisis Internal meliputi penilaian terhadap faktor kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness) dan analisis eksternal meliputi faktor peluang (opportunity) dan ancaman (threats). Adapun analisis SWOT dari PT. Sentrik Persada Nusantara antara lain:

a. Strength (Kekuatan)

- 1) Sentrik merupakan perusahaan distributor motor listrik yang bekerjasama dengan beberapa perusahaan otomotif yang memproduksi motor listrik sehingga konsumen memiliki banyak opsi untuk memilih produk yang diinginkan.
- 2) Sentrik memiliki teknologi dan teknisi yang memadai apabila konsumen memiliki keluhan pada motor listriknya.



- 3) Sentrik mempunyai showroom di beberapa kabupaten sehingga memudahkan konsumen untuk mencari informasi dan menyampaikan keluhan apabila lokasi konsumen jauh dari Sentrik pusat.
  - 4) Motor listrik tidak memerlukan perawatan rutin.
  - 5) Biaya bahan bakar dan pajak motor listrik yang lebih murah dari motor bahan bakar fosil.
  - 6) Ramah lingkungan
- b. Weakness (Kelemahan)
- 1) Sentrik merupakan perusahaan distributor sehingga harga yang ditawarkan lebih tinggi dari perusahaan memiliki produk utama.
  - 2) Tempat pengisian baterai yang hanya baru 1 ada di Bali.
  - 3) Jarak tempuh motor listrik yang masih kurang jauh.
  - 4) Kekuatan motor listrik dalam medan tanjakan yang masih kurang.
- c. Oppurtunity (Peluang)
- 1) Motor adalah kendaraan pribadi yang dibutuhkan masyarakat setiap harinya.
  - 2) Program pemerintah yang mulai meminimalisir penggunaan bahan bakar fosil.
  - 3) Harga bahan bakar fosil terus meningkat.
- d. Threat (Ancaman)
- 1) Banyaknya muncul perusahaan dengan produk yang sama.
  - 2) Harga listrik yang naik dratis kedepannya.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan studi harga PT. Sentrik Persada Nusantara yang merupakan sebuah

perusahaan distributor motor listrik tentu memiliki harga jual produk yang lebih tinggi dari dealer resmi produk yang dijual, namun Sentrik mengatasi hal tersebut dengan menyediakan suku cadang yang lengkap untuk kendaraan motor listrik dan layanan perbaikan di dealer pusat serta jasa home service bagi konsumen apabila terjadi kendala pada motor listriknya.

2. Berdasarkan promosi penjualan yang dilakukan oleh perusahaan PT. Sentrik Persada Nusantara merupakan cara promosi yang umum dilakukan oleh perusahaan- perusahaan lainnya seperti melakukan pameran, melalui media andem, diskon harga, iklan, dan melalui salesman, namun dengan SDM yang memadai andemic tetap ampuh untuk menarik minat konsumen membeli produk dari perusahaan ini.

3. Berdasarkan aspek pasar dan pemasaran, aspek lingkungan, aspek teknis dan teknologi, studi harga, promosi penjualan serta analisis SWOT yang diteliti PT. Sentrik Persada Nusantara sangat mampu bersaing dengan perusahaan lain yang memiliki produk yang sama. Meskipun Sentrik merupakan perusahaan distributor, Sentrik memiliki pasar yang lebih luas dikarenakan memiliki 1 dealer pusat dan 2 showroom sehingga konsumen lebih mudah mendapatkan akses ke Sentrik.

### **Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian maka saran yang dapat diberikan untuk PT. Sentrik Persada Nusantara meliputi :

1. Dengan berbagai aspek yang telah diteliti, PT. Sentrik Persada Nusantara telah memenuhi kriteria sebagai perusahaan yang layak untuk dikembangkan namun semakin berkembangnya zaman tentu perubahan-perubahan akan timbul dan mendorong perusahaan ini kedepannya lebih siap untuk menghadapinya. Dengan demikian PT. Sentrik Persada Nusantara diharapkan dapat bekerjasama dengan pemerintah dalam membangun SPKL (stasiun pengisian kendaraan listrik) dimana energi dari baterai



motor listrik yang hanya rata-rata dapat berkendara dengan jarak 50km masih menjadi masalah utama yang dirasakan konsumen.

2. Pemahaman masyarakat yang masih awam tentang kendaraan listrik perlu dilakukan sosialisasi atau memberikan perhatian lebih agar masyarakat lebih mengerti kinerja dan kelebihan dari motor listrik tersebut. Dimana motor listrik merupakan inovasi yang baru dalam transportasi, sehingga tidak ada keraguan dari masyarakat untuk membeli motor listrik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andriani, W., & Sari, P. R. K. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- [2] Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18-32.
- [3] Astari, A. A. E., Sudiartini, N. W. A., & Sari, N. L. P. R. (2021). Studi Kelayakan Inovasi Produk Pada Arimasta Silver di Desa Celuk, Kecamatan Sukawati, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI)*, 6(2), 153-170.
- [4] Asti, M., Supriyadi, I., & Yusgiantoro, P. (2020). Analisa Penggunaan Sepeda Motor Listrik Bagi Transportasi Online Terhadap Ketahanan Energi (Studi pada Gojek). *Ketahanan Energi*, 6(1).
- [5] Astuti, S. (2015). Analisis Bauran Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Di FKIP UHAMKA Jakarta. *Jurnal Utilitas*, 1(1), 78-91.
- [6] Beutari, D. R., & Laelisneni, L. (2018). Analisis Penetapan Harga Jual Dalam Perencanaan Laba Pada Home Industri Tempe Setia Budi Medan. *Jurnal Bis-A: Jurnal Bisnis Administrasi*, 6(1), 52-60.
- [7] Candra, T. A. M., Pawenang, S., & Djumali, D. (2020). Analisis Harga, Promosi, Salesman, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 (Pt. Naga Mas Motor Pos Cemani). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 4(01).
- [8] Dhanny, O., & Kadafi, M. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Merek Honda di Samarinda tahun 2019. *Jurnal Eksis*, 15(1).
- [9] Dimitri, Bahalwan. (2021). Desain Sepeda Motor Listrik Untuk Mobilitas Masyarakat di Perkotaan (Seminar Teknologi Perencanaan, Perancangan, Lingkungan dan Infrastruktur).
- [10] FAUZI, A. (2020). Analisa Konsumsi Daya Motor Listrik pada Sepeda Motor Hybrid dengan Variasi Laju Kecepatan Berbasis Microcontroller (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal).
- [11] Febriyanti, G. A. (2020). Dampak 445andemic Covid-19 terhadap harga saham dan aktivitas volume perdagangan (Studi kasus saham LQ-45 di Bursa Efek Indonesia). *Indonesia Accounting Journal*, 2(2), 204-214.
- [12] Freddy Rangkuti (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta. Gramedia Pustaka
- [13] Utama, 1977. 200 hal: 23 cm.
- [14] Ganyang, M. T. (2019). Pengaruh promosi penjualan dan brand knowledge terhadap minat beli sepeda motor Yamaha. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(1), 71-80.
- [15] Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa



- Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363-382.
- [16] Khamaludin, Sutresna, Juhara, Sodikin (2019). Studi Kelayakan Bisnis Bengkel Bubut Cipta Teknik Mandiri (Studi Kasus di Perumnas Tangerang Banten). *Jurnal Keilmuwan Dan Aplikasi Teknik UNISTEK*, 2019. Vol 6, No.1, Hal 3-5.
- [17] Kurniawan, A. D., & Astuti, S. R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 1(4), 282-289.
- [18] Manalu, J. B. (2017). Rancang Bangun Sepeda Motor Listrik.
- [19] Masudi, Nanang. 2014. "Desain Controller Motor Bldc Untuk Meningkatkan Performa (Daya Output) Sepeda Motor Listrik.": 1-65.
- [20] Putri, R. S., & Safri, I. (2015). Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitsubishi Pada Pt. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru. *Valuta*, 1(2), 298-321.
- [21] Pramono, W. B., Pratama, H. P., & Warindi, W. (2016). Perancangan Motor Listrik Bldc 10 Kw Untuk Sepeda Motor Listrik. *Prosiding Snatif*, 113-120. Said, F. A., Adiluhung, H., & Pujiraharjo, Y. (2022). Perancangan Sepeda Motor Listrik Untuk Masyarakat Urban Diperkotaan. *EProceedings of Art & Design*, 9(1).
- [22] Sari, I. R., & Harti, H. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(3), 444-451.
- [23] Yanuar, D. (2018). Analisis kelayakan bisnis ditinjau dari aspek pasar, aspek pemasaran dan aspek keuangan pada UMKM makanan khas Bangka di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ekombis*, 2(1).