

**PENGEMBANGAN MODEL BISNIS KONVERSI SEPEDA
MOTOR LISTRIK DI INDONESIA
(STUDI KASUS PT. EKOLEKTRIK KONVERSI MANDIRI)**

Hilmy Muhammad Aqil¹⁾, Wahyudi Sutopo²⁾, Renny Rochani³⁾

Program Studi Teknik Industri Universitas Sebelas Maret

e-mail: ¹⁾hilmymaqil@student.uns.ac.id, ²⁾wahyudisutopo@staff.uns.ac.id, ³⁾rennyrochani@staff.uns.ac.id

ABSTRAK

Program konversi sepeda motor listrik merupakan inisiatif yang diperkenalkan oleh pemerintah Indonesia dengan tujuan mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil dan menurunkan emisi gas rumah kaca. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis yang efektif bagi PT. Ekolektrik Konversi Mandiri dalam menjalankan usaha konversi sepeda motor berbahan bakar minyak menjadi sepeda motor listrik. Metodologi penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif yang mencakup analisis studi kasus, wawancara dengan pemangku kepentingan, dan evaluasi berbagai model bisnis yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis yang mengutamakan kemitraan strategis, efisiensi operasional, serta penawaran nilai yang kuat bagi konsumen, mampu meningkatkan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis konversi sepeda motor listrik. Selain itu, penelitian ini mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi, seperti biaya konversi yang tinggi dan keterbatasan infrastruktur pendukung, serta memberikan rekomendasi untuk mengatasi hambatan tersebut. Dengan model bisnis yang tepat, diharapkan pelaku bisnis konversi sepeda motor listrik seperti PT. Ekolektrik Konversi Mandiri dapat berkontribusi secara signifikan terhadap target pemerintah Indonesia dalam mencapai Net Zero Emission pada tahun 2060.

Kata kunci: *Business Model Canvas, SWOT Analysis, Sepeda Motor Listrik Konversi, Net Zero Emission, IFAS EFAS.*

ABSTRACT

The electric motorcycle conversion program is an initiative introduced by the Indonesian government aimed at reducing dependence on fossil fuels and lowering greenhouse gas emissions. This research aims to develop an effective business model for PT. Ekolektrik Konversi Mandiri in converting gasoline-powered motorcycles into electric motorcycles. The research methodology uses a descriptive qualitative approach, including case study analysis, interviews with stakeholders, and evaluation of various relevant business models. The results show that a business model prioritizing strategic partnerships, operational efficiency, and a strong value proposition for consumers can enhance the success and sustainability of the electric motorcycle conversion business. Additionally, the research identifies key challenges such as high conversion costs and limited supporting infrastructure and provides recommendations to address these barriers. With the right business model, electric motorcycle conversion businesses like PT. Ekolektrik Konversi Mandiri are expected to significantly contribute to the Indonesian government's target of achieving Net Zero Emissions by 2060.

Keywords: *Business Model Canvas, SWOT Analysis, Electric Motorcycle Conversion, Net Zero Emission, IFAS EFAS.*

PENDAHULUAN

Program konversi sepeda motor listrik adalah inisiatif pemerintah Indonesia untuk mengubah kendaraan berbahan bakar minyak (BBM) menjadi sepeda motor listrik. Program ini bertujuan meningkatkan efisiensi energi, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan membantu masyarakat mendapatkan sepeda motor listrik dengan harga lebih terjangkau. Proses konversi dilakukan oleh bengkel yang disertifikasi Kementerian ESDM, menggantikan mesin pembakaran internal dengan motor listrik berbasis baterai. Pada 2023, program ini mengalami keterlambatan. Menurut Kementerian ESDM, hanya 0,2% dari target 50 ribu unit tercapai, yaitu 100 unit hingga pertengahan tahun. Untuk mempercepat penyerapan, pemerintah memberikan subsidi Rp10 juta per unit melalui Peraturan Menteri

ESDM Nomor 13 Tahun 2023. Namun, biaya konversi yang masih tinggi tetap menjadi kendala bagi banyak peminat.

PT. Ekolektrik Konversi Mandiri, startup di sektor energi terbarukan, berperan penting dalam bisnis konversi motor listrik. Penelitian ini bertujuan memahami model bisnis yang efektif bagi perusahaan ini, dengan analisis SWOT dan PEST untuk merancang strategi bisnis yang tepat. Analisis ini mencakup penilaian sumber daya internal serta faktor eksternal seperti kondisi pasar dan regulasi. Langkah selanjutnya adalah perhitungan IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi faktor kunci internal dan eksternal, membantu menentukan strategi bisnis yang efektif. Penelitian ini juga menggunakan wawancara dan FGD untuk menggali informasi mengenai sembilan elemen BMC: Segmentasi Pasar, Proposisi Nilai, Saluran Distribusi, Hubungan Pelanggan, Sumber Pendapatan, Sumber Daya Kunci, Aktivitas Kunci, Mitra Kunci, dan Struktur Biaya. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat menyusun BMC yang memperkuat posisi PT Ekolektrik di pasar dan meningkatkan daya saingnya.

METODE PENELITIAN

Identifikasi Topik Permasalahan

Tahap ini bertujuan untuk mengetahui masalah yang ada berdasarkan kondisi nyata di PT. Ekolektrik Konversi Mandiri melalui observasi awal. Dalam penelitian ini identifikasi masalah dimulai dengan dilakukan dengan observasi awal yang dilakukan di PT. Ekolektrik Konversi Mandiri.

Studi Lapangan

Studi lapangan ini mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis konversi sepeda motor listrik di Indonesia, fokus pada PT. Ekolektrik Konversi Mandiri. Pengumpulan data primer dan sekunder dilakukan untuk menyelidiki aspek eksternal dan internal yang relevan.

Perumusan Masalah

Perumusan masalah dilakukan dengan menetapkan sasaran-sasaran yang akan dibahas untuk kemudian dicari solusi pemecahan masalahnya. Perumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana identifikasi model bisnis pada PT. Ekolektrik berdasarkan analisis internal eksternal (SWOT) beserta analisis PEST. Lalu yang kedua bagaimana BMC usulan yang dapat meningkatkan pengembangan model bisnis konversi motor listrik berdasarkan hasil analisis yang ditemukan.

Penentuan Tujuan

Penetapan tujuan dilakukan untuk mengetahui hal apa saja yang ingin dicapai dalam pembahasan sehingga hasil dari pembahasan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui identifikasi model bisnis yang saat ini dilakukan berdasarkan analisis internal eksternal beserta analisis PEST. Lalu yang kedua memberikan solusi strategis berupa perbaikan berbentuk BMC usulan yang relevan untuk PT. Ekolektrik berdasarkan mempertimbangkan hasil dari analisis internal eksternal dan analisis pest yang telah dilakukan.

Penentuan Manfaat Penelitian

Penetapan manfaat penelitian diharapkan memberikan manfaat yang signifikan dalam memperdalam pemahaman tentang dinamika bisnis sepeda motor listrik di Indonesia, khususnya dengan fokus pada kontribusi PT. Ekolektrik Konversi Mandiri. Dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pasar motor

listrik, penelitian ini akan memberikan wawasan yang berharga bagi pemangku kepentingan industri, pemerintah, dan masyarakat secara umum. Diharapkan hasil penelitian ini akan menghasilkan rekomendasi strategis yang dapat membantu mempercepat adopsi motor listrik, mempromosikan pertumbuhan industri dalam negeri, dan mendukung transisi menuju transportasi yang lebih berkelanjutan dan ramah lingkungan.

Penentuan Batasan Masalah

Penetapan batasan masalah pada penelitian ini mencakup fokus yang terbatas pada studi kasus PT. Ekolektrik Konversi Mandiri sebagai representasi dari industri sepeda motor listrik di Indonesia. Penelitian ini akan mempertimbangkan aspek eksternal dan internal yang memengaruhi proses komersialisasi motor listrik, namun akan membatasi analisis pada faktor-faktor ekonomi, seperti biaya produksi, harga pasar, dan kebijakan fiskal yang relevan. Meskipun upaya akan dilakukan untuk mendapatkan pandangan yang seholistik mungkin, keterbatasan akses dan sumber daya mungkin membatasi kedalaman analisis pada beberapa area tertentu.

Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada subbab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian tahap pengumpulan dan pengolahan data yang meliputi FGD dan studi lapangan. FGD dilakukan dengan melakukan analisis internal dan eksternal. Analisis internal memakai metode analisis SWOT. Analisis eksternal peneliti menyandingkan dengan metode analisis PEST.

Perancangan Pengumpulan Data

Pada tahap ini dilakukan perancangan terkait apa data yang ingin diambil peneliti untuk nantinya diolah. Pengambilan data dengan metode FGD meliputi analisis internal dan analisis eksternal. Analisis internal dilakukan guna mengetahui faktor internal yang berkaitan terhadap komersialisasi motor listrik di PT. Ekolektrik Konversi Mandiri. Lalu analisis eksternal dilakukan guna mengetahui faktor eksternal yang berkaitan terhadap keberjalanan komersialisasi motor Listrik di PT. Ekolektrik Konversi Mandiri.

Focus Group Discussion

Pada tahap ini dilakukan *Focus Group Discussion* guna mendapatkan data berupa analisis terkait analisis internal dengan SWOT dan analisis eksternal dengan campuran dari SWOT & PEST. *Focus Group Discussion* (FGD) merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan diskusi kelompok yang dipandu oleh peneliti untuk menggali analisis internal dan eksternal suatu organisasi. FGD bermanfaat untuk mempersiapkan proposal penelitian, pengembangan, proyek, dan lain-lain, untuk menggali informasi yang mendalam mengenai pengetahuan, sikap, dan persepsi, untuk mengembangkan hipotesis penelitian, serta untuk mengumpulkan data kualitatif [1]. Dalam hal ini, FGD dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan PT. Ekolektrik Konversi Mandiri dalam bentuk analisis SWOT, serta faktor-faktor eksternal melalui analisis PEST terkait dengan bisnis konversi motor listrik. Analisis SWOT serta PEST memiliki beberapa manfaat penting, termasuk membantu dalam mengambil tindakan yang tepat dan sesuai dengan situasi yang ada. Selain itu, analisis ini memungkinkan penyusunan dan penyimpulan rekomendasi dengan informasi yang lebih akurat, mengurangi risiko pengambilan keputusan ganda, serta menjawab pertanyaan-pertanyaan yang bersifat subjektif.

Diskusi kelompok ini diselenggarakan dengan mengundang CEO dari PT. Ekolektrik Konversi Mandiri. Selain itu, juga melibatkan pemangku kepentingan eksternal, seperti pengusaha, peneliti dan mungkin juga pelaku industri terkait. Selama FGD, peserta didorong untuk berbagi pandangan, pengalaman, dan pemahaman mereka tentang kekuatan

(*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh PT. Ekolektrik Konversi Mandiri dalam industri konversi sepeda motor listrik. Diskusi ini dipantik dengan sejumlah pertanyaan terstruktur untuk memastikan topik-topik yang relevan tercakup dalam diskusi, namun tetap memberikan kebebasan kepada peserta untuk mengemukakan ide dan pandangan mereka.

Identifikasi BMC Saat Ini

Pada tahap ini dilakukan identifikasi Business Model Canvas secara existing dengan memanfaatkan hasil wawancara yang dilakukan. Oleh karena itu, wawancara direncanakan untuk menjadi instrumen penelitian yang memadai guna menggali pandangan, strategi, dan implementasi PT. Ekolektrik dalam setiap aspek BMC. Dengan merinci pertanyaan yang terstruktur untuk setiap elemen BMC, diharapkan penelitian ini dapat menyajikan analisis yang komprehensif mengenai strategi bisnis PT. Ekolektrik dalam konteks bisnis konversi motor listrik. Penerapan BMC dalam suatu perusahaan membuat pergerakan bisnis berjalan dengan lebih cepat karena semua aktivitas perusahaan telah disusun secara sistematis sehingga perusahaan dapat berjalan dengan efisien [2]. BMC mengidentifikasi hubungan antara pemilik bisnis, mitra, dan pelanggan [2]. Dalam BMC, terdapat sembilan elemen kunci yang saling berkaitan, yaitu segmen pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya [3]. Usaha dapat dikatakan baik jika kondisi internal dan eksternal seimbang [4].

Matriks SWOT

Faktor internal dan eksternal menentukan setiap keputusan strategis yang akan diambil oleh suatu perusahaan atau organisasi [5]. Faktor internal dan eksternal merupakan bagian dari komponen analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT didasari pada unsur-unsur internal, yaitu berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) terhadap unsur-unsur eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) [6]. Analisis internal eksternal juga dapat membantu organisasi untuk memahami bagaimana mereka dapat meningkatkan kualitas produk dan jasa, serta memahami bagaimana mereka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan [7]. Model analisis PEST memberikan pemahaman komprehensif mengenai lingkungan eksternal, membantu organisasi atau perusahaan untuk memprediksi dan merespon perubahan, membantu dalam pengambilan Keputusan strategis, serta meningkatkan manajemen risiko dengan mengidentifikasi potensi ancaman maupun peluang [8].

Matriks ini dapat menciptakan empat strategi alternatif [9]. Pertama strategi Strength-Opportunities (S-O) yaitu perusahaan sudah memiliki kekuatan dan peluang yang kuat untuk dapat mendukung bisnis mereka. Kedua strategi Strength-Threats (S-T) yaitu perusahaan sudah memiliki kekuatan namun masih ada ancaman, diharapkan perusahaan dapat meminimalisir ancaman nya dengan kekuatan yang dimiliki. Ketiga strategi *Weakness-Opportunities* (W-O) yaitu perusahaan dapat memanfaatkan peluang yang dimiliki untuk meminimalisir kelemahan yang dimiliki. Keempat strategi *Weakness-Threats* (W-T) yaitu perusahaan berada pada posisi lemah dan harus segera mengatasi ancaman dan kelemahan yang dimiliki. Pada tahap ini dilakukan penjabaran dari analisis internal eksternal berdasarkan hasil dari FGD beserta wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti.

Perhitungan IFAS & EFAS

Subbab ini bertujuan untuk menjelaskan manfaat penting dari perhitungan IFAS dan EFAS dalam konteks metodologi analisis strategis. Manfaat dari perhitungan IFAS dan

EFAS tidak terbatas hanya pada pemahaman tentang situasi saat ini, tetapi juga berdampak pada pengambilan keputusan strategis. Dengan mempertimbangkan temuan dari IFAS dan EFAS, organisasi dapat merumuskan strategi yang lebih adaptif dan responsif terhadap dinamika lingkungan bisnis mereka [10]. Dengan pemahaman yang mendalam tentang manfaat ini, diharapkan pembaca dapat menghargai pentingnya penggunaan IFAS dan EFAS dalam pengambilan keputusan organisasi yang efektif.

Penentuan Kuadran

Dalam subbab ini, akan diuraikan bagaimana penentuan kuadran berdasarkan IFAS dan EFAS memberikan pandangan yang mendalam tentang posisi dan kondisi organisasi, serta membantu dalam pengambilan keputusan strategis. penentuan kuadran berdasarkan IFAS dan EFAS membantu organisasi dalam mengidentifikasi strategi yang sesuai dengan situasi mereka. Dengan memahami posisi mereka dalam matriks analisis, organisasi dapat menentukan apakah mereka harus memanfaatkan kekuatan internal untuk mengambil keuntungan dari peluang eksternal, ataukah mereka perlu mengatasi kelemahan internal untuk mengurangi ancaman eksternal.

Pemilihan Strategi

Subbab ini membahas manfaat penting dari pemilihan strategi berdasarkan kuadran yang telah ditentukan dalam analisis SWOT, yang didasarkan pada hasil perhitungan *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) setelah penyusunan Matriks SWOT. Pemilihan strategi ini nantinya akan jadi dasar bagi peneliti untuk merancang BMC usulan.

Perancangan BMC Usulan

Pada tahap ini dilakukan perancangan *Bussines Model Canvas* usulan dengan mempertimbangkan aspek aspek dari analisis internal eksternal beserta analisis PEST yang dilakukan. Dari perancangan ini selanjutnya akan dipakai untuk tahap selanjutnya. Bagian ini memandangi pentingnya memahami aspek-aspek kunci BMC sebagai landasan utama dalam menggali informasi melalui wawancara. Pada tahap ini, peneliti melakukan persiapan wawancara dengan berfokus pada sembilan elemen BMC, yakni Segmentasi Pasar, Proposisi Nilai, Saluran Distribusi, Hubungan Pelanggan, Sumber Pendapatan, Sumber Daya Kunci, Aktivitas Kunci, Mitra Kunci, dan Struktur Biaya. Pendekatan tinjauan pustaka ini melibatkan pemahaman mendalam terhadap teori-teori terkait BMC.

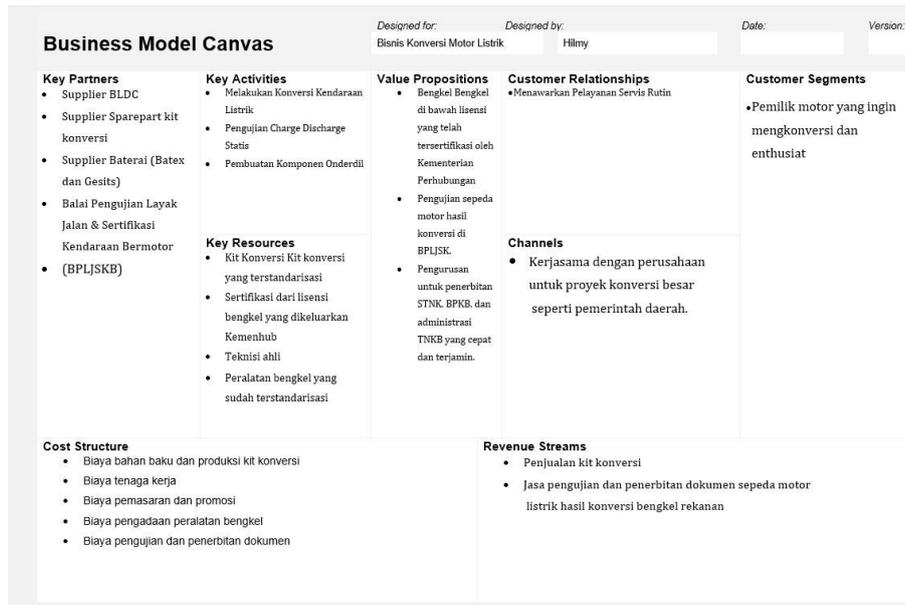
Penentuan Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan disimpulkan hasil dari penelitian tugas akhir. Kesimpulan ini mencakup dari tujuan yang dicapai dari penulisan laporan. Tahap ini juga berisi saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi *Bussines Model Canvas* (Existing)

Subbab ini menyajikan hasil analisis dari *Business Model Canvas* (BMC) yang telah dirancang untuk PT. Ekolektrik Konversi Mandiri. BMC merupakan alat kerangka kerja yang digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen kunci dari model bisnis sebuah organisasi. Dalam konteks penelitian ini, BMC dirancang untuk merepresentasikan model bisnis yang sedang diterapkan oleh PT. Ekolektrik Konversi Mandiri saat ini.

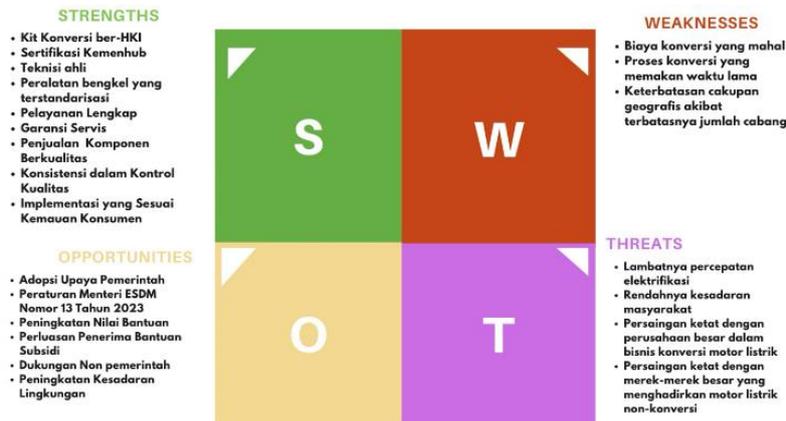


Gambar 1. Business Model Canvas (Existing)

Matriks SWOT

Subbab ini akan menguraikan hasil analisis strategis yang dilakukan terhadap organisasi, dengan fokus utama pada penggunaan matriks SWOT. SWOT adalah singkatan dari *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats*, yang masing-masing mencakup faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan posisi organisasi. Sebelumnya, telah dilakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor internal melalui IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan faktor-faktor eksternal melalui EFAS (*External Factor Analysis Summary*).

Gambar 2 menunjukkan hasil dari analisis IFAS dan EFAS memberikan dasar yang kuat untuk penyusunan matriks SWOT.



Gambar 2. Matriks SWOT
Sumber: Peneliti, 2024

Perhitungan IFAS EFAS

Subbab ini menyajikan hasil perhitungan IFAS EFAS. Berdasarkan hasil observasi, FGD, dan wawancara peneliti, ditemukan hasil perhitungan bobot menggunakan tingkat dari tidak penting (1), cukup penting (2), dan penting (3) hingga sangat penting (4). Didapatkan hasil dari IFAS yakni dengan rumus $\Sigma Strengths - \Sigma weakness (3.62 - 2.57) = 1.05$. Lalu didapatkan hasil dari perhitungan EFAS yakni dengan rumus $\Sigma Opportunities - \Sigma Threats (3.33-3.00) = 0.33$.

IFAS			
Kekuatan (Strengths)			
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kualitas Produk dan Sertifikasi	0.23	4	0.92
Teknisi Ahli dan Peralatan Standar	0.15	4	0.62
Pelayanan Komprehensif dan <i>After-Sales</i>	0.23	3	0.69
Kualitas Pelayanan dan Kontrol Kualitas	0.23	4	0.92
Ekspansi dan Kualitas Pelayanan Produk Berkualitas	0.15	3	0.46
TOTAL	1.00		3.62
Kekurangan (Weakness)			
Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Biaya konversi yang relatif tidak murah	0.21	3	0.64
Proses konversi yang memakan waktu lama	0.21	3	0.64
Fleksibilitas secara berlebihan dalam konversi berbagai jenis motor sehingga target pasar tidak spesifik	0.14	3	0.43
Upaya pemasaran yang minim	0.21	2	0.43
Keterbatasan cakupan geografis akibat terbatasnya jumlah cabang	0.21	2	0.43
TOTAL	1.00		2.57
SUBTOTAL			6.19

Gambar 3. Perhitungan IFAS

Sumber: Peneliti, 2024

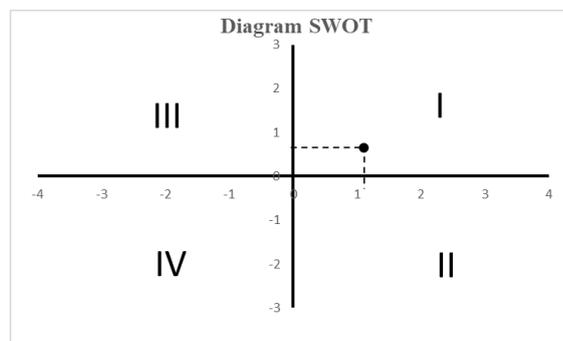
EFAS			
Peluang			
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Dukungan Pemerintah untuk Program Lingkungan dan NZE	0.33	4	1.33
Regulasi dan Subsidi Pemerintah	0.22	3	0.67
Perluasan Jangkauan Program Subsidi	0.22	3	0.67
Peningkatan Kesmemberiran dan Dukungan Lingkungan	0.22	3	0.67
TOTAL	1.00		3.33
Ancaman			
Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Lambatnya percepatan elektrifikasi	0.25	3	0.75
Rendahnya kesmemberiran masyarakat	0.25	2	0.50
Persaingan ketat dengan perusahaan besar dalam bisnis konversi motor listrik	0.25	3	0.75
Persaingan ketat dengan merek-merek besar yang menghadirkan motor listrik non-konversi	0.25	4	1.00
TOTAL	1.00		3.00
SUBTOTAL			6.33

Gambar 4. Perhitungan EFAS

Sumber: Peneliti, 2024

Kuadran SWOT

Subbab ini membahas kuadran dalam matriks SWOT yang telah disusun berdasarkan hasil analisis IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*). Di bawah nanti merupakan kuadran SWOT untuk penelitian ini berdasarkan analisis SWOT, EFAS dan IFAS, serta matriks swot, dengan mendapatkan nilai sumbu X dari hasil selisih total skor faktor kekuatan dan kelemahan IFAS yaitu X adalah 1.05 dan nilai sumbu Y dari hasil selisih total skor faktor peluang dan ancaman EFAS yaitu Y adalah 0.33.



Gambar 5. Diagram Kuadran SWOT

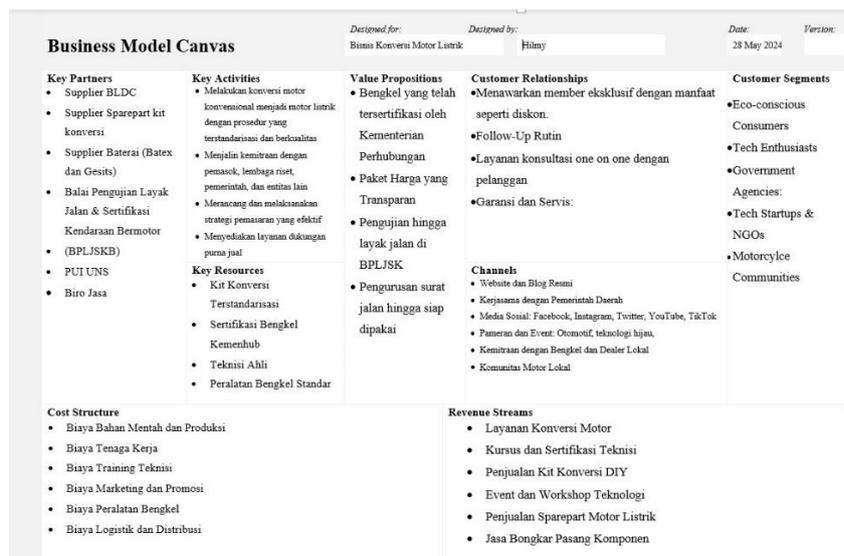
Sumber: Peneliti, 2024

Output Strategi

Subbab ini akan membahas strategi-strategi yang akan dipilih berdasarkan hasil analisis kuadran dalam matriks SWOT. Pada diagram SWOT di atas, dihasilkan perusahaan berada pada posisi kuadran 1 yang artinya perusahaan dapat menerapkan strategi SO (*Strength Opportunities*) yang menjadi acuan untuk megembangkan solusi strategis dengan menggunakan BMC. Rumusan strategi SO (*Strength Opportunities*) tersebut antara lain adalah memanfaatkan sertifikasi yang sudah dipunya dan kualitas produk yang sudah memiliki hki sebagai added value bagi masyarakat yang tertarik konversi karena subsidi yang makin besar. Lalu menggunakan dukungan pemerintah dan peraturan permenterian yang baru untuk memantik serta menjadi semangat perluasan cabang. Dan terakhir yakni memasifkan pemasaran menggunakan strategi peningkatan kesadaran lingkungan dengan mempromosikan keunggulan motor konversi yang ramah lingkungan serta pelayanan yang lengkap dan jaminan after-sales yang baik.

Bussiness Model Canvas (Usulan)

Subbab ini menyajikan hasil analisis dari *Business Model Canvas* (BMC) yang telah dirancang untuk PT. Ekolektrik Konversi Mandiri. BMC merupakan alat kerangka kerja yang digunakan untuk menggambarkan elemen-elemen kunci dari model bisnis sebuah organisasi. Dalam ini, BMC dirancang untuk merepresentasikan model bisnis yang diusulkan oleh peneliti kepada PT. Ekolektrik Konversi Mandiri saat ini.



Gambar 6. *Business Model Canvas* yang Diusulkan

PT. Ekolektrik Konversi Mandiri bekerja sama dengan berbagai mitra, seperti supplier BLDC, sparepart kit konversi, dan baterai dari Batex dan Gesits, serta institusi seperti BPJKSB yang memastikan standar keselamatan dan kinerja motor yang dikonversi. Lembaga penelitian seperti PUI UNS mendukung penelitian dan pengembangan. Aktivitas utama mencakup konversi motor BBM ke motor listrik dengan prosedur standar, menjalin kerjasama dengan pemasok dan pemerintah, serta menyusun strategi pemasaran efektif dan layanan purna jual. Sumber daya utama adalah kit konversi bersertifikasi, teknisi terlatih, dan peralatan bengkel yang memenuhi standar. Nilai tambah yang ditawarkan meliputi layanan konversi yang memenuhi standar keselamatan dan kinerja, harga transparan, serta layanan pengujian dan pengurusan surat jalan di BPJKSB. Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui program member eksklusif dan layanan personalisasi, serta menjangkau pelanggan melalui saluran online dan pameran teknologi. Segmen pelanggan utama adalah konsumen peduli lingkungan dan instansi pemerintah. Struktur biaya mencakup

pengelolaan biaya bahan dan produksi, investasi pelatihan teknisi, dan strategi pemasaran efektif. Sumber pendapatan berasal dari layanan konversi, penjualan kit konversi DIY, pelatihan teknisi, *event* teknologi, dan penjualan sparepart motor listrik. Dengan dukungan pemerintah, inovasi teknologi, dan kesadaran masyarakat yang semakin tinggi, PT. Ekolektrik Konversi Mandiri yakin dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang untuk mengembangkan bisnis konversi motor listrik di Indonesia.

KESIMPULAN

Bisnis konversi sepeda motor listrik memiliki sejumlah kekuatan yang signifikan. Pertama, mereka menawarkan kit konversi ber-HKI yang menunjukkan kepemilikan hak kekayaan intelektual yang diakui. Ini didukung oleh sertifikasi dari Kementerian Perhubungan yang memberikan kepercayaan tambahan bagi pelanggan mengenai keamanan dan legalitas konversi. Selain itu, perusahaan memiliki teknisi ahli dan peralatan bengkel yang sudah terstandarisasi, memastikan bahwa proses konversi dilakukan dengan kualitas tinggi. Pelayanan yang lengkap dan garansi servis juga merupakan kekuatan penting, memberikan kepuasan dan kepercayaan bagi pelanggan. Penjualan komponen berkualitas tinggi serta konsistensi dalam kontrol kualitas menjadikan produk konversi mereka handal dan dipercaya. Implementasi yang sesuai dengan keinginan konsumen menunjukkan fleksibilitas dan orientasi terhadap kebutuhan pelanggan. Namun, ada beberapa kelemahan yang perlu diatasi. Biaya konversi yang mahal menjadi hambatan utama, membuat layanan ini kurang terjangkau bagi sebagian besar konsumen. Proses konversi yang memakan waktu lama juga dapat mengurangi minat pelanggan. Selain itu, keterbatasan cakupan geografis akibat terbatasnya jumlah cabang menghambat ekspansi bisnis ini ke wilayah yang lebih luas. Peluang yang ada untuk bisnis konversi sepeda motor listrik sangat menjanjikan. Adopsi upaya pemerintah dalam mendukung kendaraan listrik melalui Peraturan Menteri ESDM Nomor 13 Tahun 2023 membuka jalan bagi peningkatan permintaan. Peningkatan nilai bantuan subsidi dan perluasan penerima bantuan subsidi juga memperkuat potensi pasar. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan non-pemerintah, serta peningkatan kesadaran lingkungan di kalangan masyarakat, menciptakan kondisi yang menguntungkan untuk pertumbuhan bisnis ini. Meskipun begitu, terdapat beberapa ancaman yang harus diwaspadai. Lambatnya percepatan elektrifikasi dan rendahnya kesadaran masyarakat mengenai manfaat motor listrik dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Persaingan ketat dengan perusahaan besar dalam bisnis konversi motor listrik dan dengan merek-merek besar yang menghadirkan motor listrik non-konversi juga menjadi tantangan yang signifikan.

Berdasarkan pemilihan strategi yang telah didapatkan yakni SO (*Strength-Opportunities*) dapat dirumuskan BMC usulan untuk bisnis konversi sepeda motor listrik yaitu dengan memanfaatkan *Business Model Canvas* ini dirancang untuk bisnis konversi motor listrik, menyoroti berbagai elemen penting yang membentuk model bisnis ini. Bisnis ini memiliki beberapa mitra utama yang sangat penting, termasuk pemasok BLDC, pemasok sparepart kit konversi, dan pemasok baterai seperti Batex dan Gesits. Mereka menyediakan komponen vital yang diperlukan untuk konversi motor konvensional menjadi motor listrik. Selain itu, Balai Pengujian Layak Jalan & Sertifikasi Kendaraan Bermotor (BPLJSKB) berperan penting dalam memberikan sertifikasi bahwa motor yang telah dikonversi aman dan layak jalan. Kemitraan dengan PUI UNS juga mendukung aspek penelitian dan pengembangan teknologi, sementara Biro Jasa membantu dalam pengurusan surat jalan dan dokumen legal lainnya. Aktivitas utama dalam bisnis ini meliputi konversi motor konvensional menjadi motor listrik dengan prosedur yang terstandarisasi dan berkualitas. Bisnis ini juga menjalin kemitraan dengan pemasok, lembaga riset, pemerintah, dan entitas lainnya untuk memastikan keberhasilan operasional. Perencanaan

dan pelaksanaan strategi pemasaran yang efektif serta penyediaan layanan dukungan purna jual merupakan bagian penting dari aktivitas bisnis ini. Sumber daya utama yang dimiliki meliputi kit konversi terstandarisasi, sertifikasi bengkel dari Kementerian Perhubungan, teknisi ahli, dan peralatan bengkel standar. Semua sumber daya ini memastikan bahwa proses konversi dilakukan dengan standar tinggi dan hasil yang memuaskan. Bisnis ini menawarkan bengkel yang telah tersertifikasi oleh Kementerian Perhubungan, paket harga yang transparan, dan pengujian hingga layak jalan di BPLJSKB. Mereka juga menawarkan pengurusan surat jalan hingga siap dipakai, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan. Hubungan dengan pelanggan dibangun melalui penawaran member eksklusif dengan manfaat seperti diskon, follow-up rutin, layanan konsultasi one-on-one, serta garansi dan servis yang menjamin kepuasan pelanggan. Kanal distribusi dan komunikasi bisnis ini meliputi website dan blog resmi, kerjasama dengan pemerintah daerah, media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok, serta partisipasi dalam pameran dan event otomotif, teknologi hijau, dan kemitraan dengan bengkel serta dealer lokal. Komunitas motor lokal juga menjadi kanal penting untuk menjangkau pelanggan. Segmen pelanggan yang ditargetkan mencakup konsumen yang peduli lingkungan, penggemar teknologi, instansi pemerintah, startup teknologi, LSM, serta komunitas motor. Struktur biaya mencakup biaya bahan mentah dan produksi, tenaga kerja, training teknisi, marketing dan promosi, peralatan bengkel, serta logistik dan distribusi. Sumber pendapatan bisnis ini berasal dari layanan konversi motor, kursus dan sertifikasi teknisi, penjualan kit konversi DIY, *event* dan *workshop* teknologi, penjualan sparepart motor listrik, serta jasa bongkar pasang komponen. Secara keseluruhan, *Business Model Canvas* ini menunjukkan pendekatan yang komprehensif untuk menjalankan bisnis konversi motor listrik, dengan fokus pada kemitraan strategis, aktivitas yang terstandarisasi, dan penawaran nilai yang jelas bagi pelanggan.

Penelitian ini berpotensi bisa lebih dikembangkan dengan lebih lanjut yakni menganalisis peran kebijakan dan regulasi pemerintah dalam mendukung bisnis konversi sepeda motor listrik. Analisis kebijakan ini akan memberikan wawasan tentang bagaimana kebijakan dan regulasi dapat dioptimalkan untuk mendorong adopsi yang lebih luas dari sepeda motor listrik di Indonesia. Penelitian lanjutan dapat fokus pada perluasan cakupan objek pada penelitian untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam serta komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Zulkarnain, and R. Gusti, "Implementasi Teknik Forum Group Discussion (FGD) Dalam Meningkatkan Kualitas Hasil Belajar Melalui Mata Kuliah Seminar Proposal Skripsi," *Jurnal Obor Penmas: Pendidikan Luar Sekolah*, vol. 3, no. 2, pp. 293-299, 2020, DOI: <https://doi.org/10.32832/oborpenmas.v3i2.3613> [diakses pada 1 Maret 2024].
- [2] A. Umar, A.H. Sasongko, G. Aguzman, and Sugiharto, "Business Model Canvas As A Solution For Competing Strategy Of Small Business In Indonesia," *International Journal of Entrepreneurship*, vol. 22, no. 1, pp. 1–9, 2018. Available: <https://rb.gy/hqf6i8> . [diakses pada 5 mei 2024]
- [3] A. Osterwalder, and Y. Pigneur, "Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers," *African Journal of Business Management*, vol. 5, no. 7, 2011.
- [4] A.K. Hendrawan, S.F. Wachidah, and A. Restuningsih, "Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC)," *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, vol. 5, no. 1, pp. 32-37, 2023. Available: [597c99dd1789badfca3092c24a18fa8778f8.pdf](https://www.semanticscholar.org/597c99dd1789badfca3092c24a18fa8778f8.pdf) (semanticscholar.org) [diakses pada 1 Februari 2024]

- [5] B. Gunawan, M.S. Mubarak, N. Anbar, and R. Sanjaya, “Strategi Pengembangan Teknologi E-Commerce UMKM Rumah Sayur Lembang Menggunakan Metode Analisis SWOT,” *Jurnal Teknologi dan Open Source*, vol. 3, no. 1, pp. 1-13, 2020. Available:439415-strategi-pengembangan-teknologi-e-commer-00570572.pdf (neliti.com) [diakses pada 25 Mei 2024]
- [6] D.S. Purba, R. Purba, T. Sipayung, R.M. Girsang, dan M. Saragih, “Pelatihan Analisis SWOT Untuk Memahami Kondisi Internal dan Eksternal,” *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 117-128, 2022. [diakses pada 20 mei 2024]
- [7] I.F. Alfiani, M. Maula, R.L. Lu’lu’a, and G. Aji, “Analisis Lingkungan Internal dalam Pencapaian Tujuan dan Penyusunan Strategi Perusahaan,” *Jurnal Manajemen Kreatif dan Inovasi*, vol. 1, no. 2, pp. 59-69, 2023. Available: <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v1i2.188> [diakses pada 25 mei 2024]
- [8] R. Rosani, I. Iqbal, D. Purwanti, and A.A.W. Putra, “Analisis PESTEL pada LAZISMU Kalimantan Barat,” *Journal of Islamic Economic*, vol. 2, no. 2, pp. 29-37, 2021. Available: <https://rb.gy/nac0se> [diakses pada 3 mei 2024]
- [9] F. Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- [10]. B. Nugrahadi, N.V. Amalia, I. Nugraha, and E. Indriastiningsih, “Penggunaan Analisis SWOT pada Skenario Baru Pengisian Daya untuk Kendaraan Listrik,” *Jurnal Ilmiah Teknik Industri dan Informasi*, vol. 11, no. 2, pp. 133-138, 2023. Available: <https://doi.org/10.31001/tekinfo.v11i2.1823> [diakses pada 1 Februari 2024]