

## INTISARI

Industri kendaraan listrik secara umum menjadi salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia. Industri ini banyak mendapatkan perhatian dan dukungan dari pemerintah karena merupakan inovasi teknologi yang dapat mengatasi permasalahan polusi udara akibat emisi gas buang. Selain itu, kendaraan listrik dianggap dapat menjadi kendaraan yang ramah lingkungan, hemat biaya, dan efisien. Salah satu jenis dari kendaraan listrik adalah *Neighborhood Electric Vehicle (NEV)* yakni kendaraan penumpang jarak pendek dengan kecepatan rendah yang dapat digunakan di dalam ruangan maupun luar ruangan. Namun NEV bukanlah produk umum yang dapat digunakan oleh masyarakat mana saja. Hal ini tentu berdampak pada pemasaran karena pasar dari produk NEV yang terbatas. Maka perlu untuk mengenalkan produk dan memperluas pasar untuk kinerja jangka panjang perusahaan.

Penelitian ini dilakukan di PT Garuda Adi Tekno Elektrik (GATE). Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi kondisi bisnis NEV pada perusahaan saat ini dan merancang model bisnis pengembangan serta menyusun strategi pemasaran produk *NEV GATE*. Pengidentifikasi kondisi perusahaan dilakukan dengan wawancara Direktur Utama PT. GATE. Kemudian dilakukan analisis dengan *Business Model Canvas (BMC)* untuk mengetahui kondisi bisnis yang sedang berlangsung. Selain itu, dilanjutkan dengan identifikasi faktor lingkungan eksternal menggunakan analisis *PESTEL*, mengidentifikasi kondisi persaingan dengan menggunakan *Porter's Five Forces*, dan menentukan kelemahan, kelebihan serta peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan menggunakan analisis *SWOT*. Selanjutnya adalah tahap perumusan strategi menggunakan perhitungan *IFAS-EFAS* dan dianalisis dengan *matrix TOWS*, perumusan model bisnis pengembangan dengan *BMC*, serta strategi pemasaran dengan *Marketing Mix 4P*. PT. GATE memiliki dua target utama yakni *Business to Business (B2B)* dan *Business to Government (B2G)*. Namun perusahaan juga menargetkan pada *Business to Consumer (B2C)*. PT GATE memposisikan dirinya sebagai perusahaan kendaraan listrik khususnya *NEV* karya anak bangsa pertama di Indonesia, dengan kualitas tinggi dan dengan harga kompetitif.

Model bisnis usulan yang telah dirancang kemudian dianalisis kelayakan ekonominya dengan menghitung *Net Present Value (NPV)*, *Internal Rate of Return (IRR)*, dan *Payback Period (PBP)*. Hasil analisis menunjukkan bahwa NPV, IRR dan PBP bernilai positif sehingga model bisnis usulan untuk PT. Garuda Adi Tekno Elektrik layak untuk dijalankan.

**Kata kunci:** Model Bisnis, *NEV*, PT. GATE, *BMC*, *PESTEL*, *Porter Five Forces*, *SWOT*, *IFAS-EFAS*, Matriks *TOWS*, Bauran Pemasaran, Analisis Kelayakan Ekonomi

## ABSTRACT

*The electrical vehicle industry is currently a developing business trend in Indonesia. This industry has gained the acknowledgement and support of the Indonesian government, since the electric vehicle is a technological innovation that aids in handling air pollution caused by excreted gas emissions. In addition, electric vehicles are considered to be environmentally friendly, cost-effective and efficient. One of the types of electric vehicle products is the Neighborhood Electric Vehicle (NEV), which is a short ranged, low-speed vehicle that can be used both indoors and outdoors. However, the NEV is not a general product that can be used by civilians in the mass community. This certainly creates a challenge for the product's marketing teams, due to the limited market capacity for the NEV. Hence, it is necessary to introduce the product further and expand the market for the NEV companies' long-term performance.*

*This research was conducted at PT Garuda Adi Tekno Elektrik (GATE). The aim of this research is to identify the current condition and progress of the NEV business in the company and design a business development model and implement a marketing strategy for GATE's NEV product. Identification of the company's condition was carried out by interviewing the President Director of PT. GATE, followed by an analysis that is carried out by using the Business Model Canvas (BMC) to determine the ongoing business conditions. The next step is followed by identifying external environmental factors using PESTEL analysis, identifying competitive conditions using Porter's Five Forces, and determining the company's weaknesses, strengths and opportunities and threats using the SWOT analysis. Next, is the strategy formulation stage that utilises IFAS-EFAS calculations and analysed with the TOWS matrix, developing business model formulation with BMC, and marketing strategy with 4P Marketing Mix.*

*PT. GATE has two main targets, namely Business to Business (B2B) and Business to Government (B2G). However, the company also targets Business to Consumer (B2C) consumers. PT GATE positions itself as the first electric vehicle company, specialising on NEVs made by the nation's brightest minds, with high quality and competitive prices in the market. The proposed business model that has been designed is then analysed for its economic feasibility by calculating the Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period (PBP). The analysis results indicate that NPV, IRR and PBP are positive, proving that the proposed business model for PT. Garuda Adi Tekno Elektrik is worth running.*

**Keywords:** *Business Model, NEV, PT. GATE, BMC, PESTEL, Porter Five Forces, SWOT, IFAS-EFAS, Matrix TOWS, Marketing Mix 4P, Economic Feasibility Study*