



INTISARI

Transportasi menjadi penyumbang terbesar emisi Gas Rumah Kaca (GRK) terbesar kedua (25%), khususnya transportasi darat. Kondisi tersebut diperlukan upaya dari pemerintah untuk peningkatan efisiensi penggunaan energi bahan bakar kendaraan bermotor dengan transisi ke energi alternatif lain untuk mencapai *Net Zero Emissions*. Pemerintah telah mendukung percepatan kendaraan listrik dengan membuat Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019. Dengan kebijakan pemerintah yang pro terhadap kendaraan listrik, menjadikan banyak merek baru yang terus bermunculan, sehingga perlu bagi PT VWX sebagai salah satu *pioneer* motor listrik di Indonesia untuk mengidentifikasi strategi bersaing dengan motor listrik lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi bersaing bagi PT VWX berdasarkan analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui wawancara dan studi literatur. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis lingkungan eksternal menggunakan analisis secara makro (PESTEL), analisis persaingan industri (*Porter's Five Forces*), serta analisis lingkungan internal menggunakan analisis rantai nilai (*Value Chain*) dan analisis sumber daya dan kapabilitas (VRIO), sedangkan untuk ajukan alternatif strategi dikembangkan dari identifikasi *Key Success Factors* (KSF) yang didapatkan dari menganalisis peluang dan ancaman dari eksternal serta kelebihan dan kekurangan dari internal perusahaan. Hasil dari penelitian memfokuskan ajukan strategi alternatif pada inovasi produk, jaringan distribusi dan layanan purna jual, diferensiasi produk, kemitraan dan strategi pemasaran yang efektif.

Kata Kunci: Strategi Bersaing, Motor Listrik, PESTEL, Porter's Five Forces, Value Chain, VRIO, Key Success Factors, PT VWX



ABSTRACT

Transportation is the second largest contributor to Greenhouse Gas (GHG) emissions (25%), especially land transportation. This condition requires efforts from the government to increase the efficiency of motor vehicle fuel energy use by transitioning to other alternative energy to achieve Net Zero Emissions. The government has supported the acceleration of electric vehicles by making Presidential Regulation Number 55 of 2019. With the government's pro-electric vehicle policy, many new brands continue to emerge, so it is necessary for PT VWX as one of the pioneers of electric motors in Indonesia to identify strategies to compete with other electric motors.

This research aims to develop a competitive strategy for PT VWX based on an analysis of the company's external and internal environment. This research uses a qualitative approach. Data collection through interviews and literature studies. The data analysis methods used are external environment analysis using macro analysis (PESTEL), industry competition analysis (Porter's Five Forces), and internal environment analysis using value chain analysis (Value Chain) and resource and capability analysis (VRIO), while for alternative strategy proposals developed from the identification of Key Success Factors (KSF) obtained from analyzing opportunities and threats from external and strengths and weaknesses from internal companies. The results of the study focused the alternative strategy proposals on product innovation, distribution networks and after-sales services, product differentiation, partnerships and effective marketing strategies.

Keywords: *Competitive Strategy, Electric Motorcycle, PESTEL, Porter's Five Forces, Value Chain, VRIO, Key Success Factors, PT VWX*