

# TRIK BERWIRAUSAHA DI BIDANG OTOMOTIF MEMBANGUN BISNIS SERVIS MOBIL LISTRIK YANG RAMAH LINGKUNGAN

**Author:**

Supriono

**Afiliation:**

Universitas Alwashliyah

**Corresponding email**

supryon34@gmail.com



*This is an Creative Commons  
License This work is licensed under  
a Creative Commons Attribution-  
NonCommercial 4.0 International  
License*

**Abstrak:**

Transformasi sektor otomotif menuju keberlanjutan menciptakan peluang besar bagi pengembangan bisnis servis mobil listrik yang ramah lingkungan. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi wirausaha untuk membangun bisnis tersebut dengan mengintegrasikan prinsip green business, teknologi modern, dan kebutuhan pasar. Metode penelitian deskriptif kualitatif digunakan dengan teknik pengumpulan data berupa studi literatur, observasi lapangan, dan wawancara semi-terstruktur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain infrastruktur bengkel berbasis green design berperan penting dalam efisiensi energi dan pengelolaan limbah. Pemahaman profil konsumen mengungkap potensi pasar dari kelompok yang peduli lingkungan dan mengutamakan efisiensi energi. Strategi promosi berbasis media sosial, seperti kampanye melalui YouTube, terbukti efektif dalam membangun kesadaran merek. Dukungan kebijakan pemerintah, termasuk insentif pajak dan regulasi pro-lingkungan, mendorong percepatan adopsi teknologi ramah lingkungan. Selain itu, model bisnis inovatif yang mengintegrasikan aspek keberlanjutan dan efisiensi operasional menjadi keunggulan kompetitif. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi wirausaha dalam membangun bisnis servis mobil listrik yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan

**Kata kunci:** Bisnis otomotif, mobil listrik, green business, strategi wirausaha, keberlanjutan

## Pendahuluan

Transformasi sektor otomotif menuju keberlanjutan telah menjadi agenda global, sejalan dengan kebutuhan untuk mengurangi dampak lingkungan. Inisiatif ini menempatkan kendaraan listrik sebagai solusi utama, menggantikan kendaraan berbahan bakar fosil yang menghasilkan emisi karbon tinggi. Dalam konteks ini, peluang untuk berwirausaha di bidang servis mobil listrik semakin relevan, mengingat pertumbuhan pasar kendaraan listrik yang pesat di Indonesia (Lobis & Indrawan, 2023). Konsumen Indonesia mulai menunjukkan minat yang signifikan terhadap kendaraan listrik. Sebagai contoh, profil konsumen Wuling Air EV di Kota Bandung mencerminkan peningkatan kesadaran terhadap efisiensi energi dan pengurangan emisi karbon (Manaf & Sisilia, 2023). Tren ini juga didorong oleh persepsi positif terhadap teknologi ramah lingkungan yang semakin meluas di masyarakat (Moestopo & Prihanto, 2023).

Kendaraan listrik seperti Mercedes-Benz EQS, yang dipasarkan dengan strategi eksklusivitas dan teknologi canggih, menunjukkan potensi besar bagi pengembangan bisnis terkait, termasuk servis dan perawatan. Dengan desain yang mewah dan fitur-fitur inovatif, EQS tidak hanya menarik perhatian konsumen yang mencari kendaraan ramah lingkungan tetapi juga mereka yang menginginkan pengalaman berkendara premium. Strategi pemasaran Mercedes-

Benz yang menekankan pada pengalaman pelanggan, seperti melalui acara VIP Circuit Experience di Jakarta E-Prix, memberikan kesempatan bagi konsumen untuk merasakan langsung performa kendaraan listrik ini dalam suasana yang eksklusif. Hal ini menciptakan hubungan emosional yang kuat antara merek dan pelanggan, serta meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap produk Mercedes-EQ. Selain itu, dengan semakin banyaknya konsumen yang beralih ke kendaraan listrik, kebutuhan akan layanan servis dan perawatan khusus untuk model-model seperti EQS akan meningkat. Bisnis servis mobil listrik dapat memanfaatkan peluang ini dengan menyediakan layanan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan teknis dan pemeliharaan kendaraan listrik, termasuk pelatihan untuk teknisi dalam menangani teknologi baru. Dengan demikian, pengembangan bisnis servis dan perawatan mobil listrik tidak hanya akan mendukung pertumbuhan penjualan kendaraan listrik tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan industri otomotif secara keseluruhan, sejalan dengan komitmen Mercedes-Benz untuk mencapai netralitas karbon pada tahun 2039 (Ramadhani & Yuliana, 2023).

Untuk memaksimalkan potensi kendaraan ramah lingkungan di Indonesia, diperlukan pendekatan inovatif yang mengintegrasikan teknologi modern dengan prinsip-prinsip keberlanjutan. Upaya ini didukung oleh kebijakan pemerintah yang mendorong pengembangan transportasi berbasis energi terbarukan, seperti kebijakan transportasi umum berbasis energi hijau di Denpasar, yang telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya keberlanjutan dalam transportasi dan menciptakan lingkungan yang lebih kondusif untuk adopsi kendaraan listrik. Dengan adanya insentif pajak dan regulasi yang mendukung, konsumen semakin termotivasi untuk beralih dari kendaraan berbahan bakar fosil ke kendaraan listrik, yang tidak hanya lebih efisien tetapi juga lebih ramah lingkungan. Selain itu, kemajuan teknologi dalam pengembangan baterai dan infrastruktur pengisian daya semakin memperkuat posisi kendaraan listrik sebagai solusi transportasi masa depan. Pendekatan inovatif ini tidak hanya mencakup aspek teknis tetapi juga melibatkan edukasi masyarakat mengenai manfaat dan keunggulan kendaraan ramah lingkungan, sehingga dapat mendorong perubahan perilaku konsumen. Di tengah meningkatnya kesadaran akan isu-isu lingkungan, banyak produsen otomotif baik lokal maupun internasional berlomba-lomba untuk menghadirkan produk kendaraan listrik yang kompetitif, didukung oleh kebijakan pemerintah seperti Peraturan Presiden No 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai. Hal ini menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri kendaraan listrik di Indonesia, termasuk pembangunan infrastruktur pengisian daya yang memadai dan kampanye edukasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya beralih ke transportasi yang lebih berkelanjutan. Dengan semua langkah ini, Indonesia berpotensi untuk tidak hanya mengurangi ketergantungan pada bahan bakar fosil tetapi juga untuk mencapai ketahanan energi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui sistem transportasi yang lebih bersih dan efisien (Jamal et al., 2024).

## **Studi Literatur**

Dari perspektif kewirausahaan, bisnis yang mengadopsi prinsip-prinsip ramah lingkungan memiliki daya tarik tersendiri di pasar. Studi tentang promosi produk ramah lingkungan menunjukkan bahwa konsumen lebih cenderung memilih produk yang mendukung keberlanjutan (Wulandari et al., 2024). Oleh karena itu, bisnis servis mobil listrik yang ramah lingkungan tidak hanya relevan, tetapi juga memiliki peluang pasar yang kuat. Dalam hal strategi bisnis, pendekatan promosi berbasis media sosial telah terbukti efektif. Kampanye promosi mobil listrik

seperti Hyundai Ioniq 5 melalui YouTube adalah contoh bagaimana media digital dapat dimanfaatkan untuk membangun kesadaran merek dan menarik minat konsumen (Hadiwinata et al., 2023). Strategi ini dapat diterapkan oleh wirausaha di bidang servis mobil listrik untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, model bisnis ramah lingkungan yang berfokus pada efisiensi dan keberlanjutan, sebagaimana dijelaskan oleh Wibowo (2022), menjadi kerangka kerja yang relevan untuk mengembangkan usaha servis mobil listrik. Integrasi aspek sosial, seperti pelibatan komunitas lokal, juga dapat meningkatkan daya tarik bisnis, sebagaimana ditunjukkan oleh model bisnis sosial di Yogyakarta (Purnomo & Munggaran, 2023).

Dari sudut pandang teknis, servis mobil listrik memerlukan keahlian khusus untuk Penerapan metode yang efektif untuk mengidentifikasi kerusakan komponen kendaraan sangat penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kepercayaan pelanggan, terutama dalam konteks servis mobil listrik. Penggunaan Failure Modes and Effects Analysis (FMEA) dalam identifikasi kerusakan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai potensi masalah yang mungkin terjadi pada berbagai komponen kendaraan, seperti yang dijelaskan oleh Ferdianto & Prastawa (2023). Dengan menerapkan FMEA, bisnis dapat secara sistematis menganalisis mode kegagalan, menentukan penyebab dan dampaknya, serta memprioritaskan tindakan perbaikan berdasarkan Risk Priority Number (RPN). Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam mengurangi waktu dan biaya perbaikan tetapi juga meningkatkan keandalan kendaraan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Selain aspek teknis, desain bengkel yang mendukung prinsip green design juga menjadi faktor penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang efisien dan ramah lingkungan. Lobis & Indrawan (2023) menekankan bahwa penerapan konsep green design dalam bengkel tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional melalui pengelolaan limbah dan penggunaan energi terbarukan tetapi juga memperkuat citra bisnis yang peduli lingkungan. Dengan mengintegrasikan kedua pendekatan ini metode analisis kerusakan yang sistematis dan desain ramah lingkungan bisnis servis mobil listrik dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan, menarik lebih banyak pelanggan yang sadar akan isu lingkungan, serta berkontribusi pada keberlanjutan industri otomotif secara keseluruhan.

Pentingnya aspek pemasaran dalam bisnis servis mobil listrik tidak dapat diabaikan, terutama dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Studi tentang promosi produk motor listrik di Denpasar menunjukkan bahwa strategi harga dan promosi yang tepat dapat secara signifikan meningkatkan ketertarikan konsumen. Dalam konteks ini, penerapan strategi pemasaran yang efektif, seperti penentuan harga yang kompetitif dan kampanye promosi yang menarik, dapat membantu bisnis servis mobil listrik untuk menjangkau lebih banyak pelanggan dan memaksimalkan penetrasi pasar. Misalnya, menawarkan diskon atau paket layanan khusus bagi pelanggan baru dapat menjadi insentif yang kuat untuk menarik perhatian konsumen yang mungkin masih ragu untuk beralih ke kendaraan listrik. Selain itu, penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk menyebarkan informasi tentang manfaat kendaraan ramah lingkungan juga sangat penting dalam membangun kesadaran dan minat. Dengan demikian, pendekatan pemasaran yang terencana dan terarah tidak hanya akan meningkatkan visibilitas produk tetapi juga menciptakan hubungan yang lebih kuat antara bisnis dan pelanggan, sehingga mendukung pertumbuhan jangka panjang dalam industri otomotif yang semakin berfokus pada keberlanjutan (Anggreni, 2023).

Dukungan terhadap wirausaha ramah lingkungan juga mencakup inovasi dalam memanfaatkan limbah sebagai sumber daya, yang semakin relevan dalam konteks keberlanjutan. Produksi ferro sulfat dari limbah besi, misalnya, menunjukkan bahwa konsep ramah lingkungan dapat diterapkan dalam berbagai sektor, termasuk otomotif. Inovasi semacam ini tidak hanya memberikan solusi bagi masalah limbah tetapi juga memperkuat posisi bisnis servis mobil listrik sebagai bagian dari ekosistem berkelanjutan. Dengan mengadopsi praktik-praktik inovatif yang berfokus pada pemanfaatan kembali sumber daya, bisnis dapat mengurangi biaya operasional sekaligus meningkatkan citra merek di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan. Selain itu, integrasi teknologi hijau dalam proses produksi dan layanan juga dapat menarik perhatian investor dan mitra bisnis yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan. Dengan demikian, inovasi dalam pengelolaan limbah dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi sirkular akan menjadi kunci bagi bisnis servis mobil listrik untuk tidak hanya bertahan tetapi juga berkembang di pasar yang semakin kompetitif dan sadar lingkungan (Sunardi et al., 2022). Inovasi semacam ini dapat memperkuat posisi bisnis servis mobil listrik sebagai bagian dari ekosistem berkelanjutan.

Secara keseluruhan, peluang untuk berwirausaha di bidang servis mobil listrik yang ramah lingkungan tidak hanya menjawab kebutuhan pasar tetapi juga mendukung agenda global untuk keberlanjutan yang semakin mendesak. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu-isu lingkungan dan perubahan iklim, permintaan terhadap kendaraan ramah lingkungan, termasuk mobil listrik, terus meningkat. Wirausaha yang cerdas dapat memanfaatkan tren ini dengan mengembangkan layanan yang memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari pilihan transportasi mereka. Selain itu, dukungan dari kebijakan pemerintah, seperti insentif pajak dan regulasi pro-lingkungan, menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan bisnis ini. Dengan memanfaatkan teknologi terkini, seperti sistem manajemen energi dan analisis data untuk meningkatkan efisiensi operasional, wirausaha dapat menciptakan model bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pengurangan emisi karbon dan peningkatan kualitas udara. Selain itu, inovasi dalam desain bengkel dan penggunaan bahan baku ramah lingkungan akan semakin memperkuat posisi bisnis dalam pasar yang kompetitif ini.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis strategi wirausaha di bidang otomotif, khususnya pada bisnis servis mobil listrik yang ramah lingkungan. Rancangan penelitian mencakup studi literatur untuk mengidentifikasi konsep-konsep utama, observasi lapangan untuk memahami kebutuhan pasar, dan wawancara semi-terstruktur dengan para pelaku industri. Instrumen penelitian meliputi panduan wawancara, lembar observasi, dan catatan lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen, wawancara mendalam, dan analisis data sekunder dari laporan dan publikasi terkait. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan strategi yang relevan. Rancangan sistem bisnis dikembangkan berdasarkan integrasi temuan penelitian dengan prinsip-prinsip green business dan teknologi ramah lingkungan. Penelitian ini juga memanfaatkan teknik triangulasi untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas hasil analisis, sehingga menghasilkan rekomendasi yang aplikatif dalam mendukung keberlanjutan bisnis servis mobil listrik.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Desain dan Infrastruktur Bisnis Ramah Lingkungan

Desain infrastruktur yang ramah lingkungan merupakan langkah krusial dalam pengembangan bisnis servis mobil listrik, di mana pendekatan green design menjadi sangat penting untuk mendukung keberlanjutan lingkungan. Dalam konteks ini, Lobis dan Indrawan (2023) menekankan bahwa perancangan bengkel yang mempertimbangkan aspek lingkungan tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada pengelolaan limbah dan efisiensi energi melalui desain yang terintegrasi. Dengan demikian, bengkel mobil listrik dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan melalui praktik-praktik seperti daur ulang material dan penggunaan teknologi hemat energi. Selain itu, temuan dari Sunardi et al. (2022) menunjukkan bahwa wirausaha berbasis lingkungan harus mengutamakan efisiensi dalam penggunaan sumber daya, termasuk pemanfaatan limbah sebagai bahan baku untuk produksi material baru. Hal ini tidak hanya mendukung keberlanjutan tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru dan inovasi dalam industri. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip ini, bisnis servis mobil listrik tidak hanya berkontribusi pada pengurangan emisi karbon tetapi juga membangun citra positif sebagai pelopor dalam industri yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Pendekatan ini sejalan dengan tren global menuju pembangunan berkelanjutan, di mana setiap elemen infrastruktur harus dirancang untuk meminimalkan dampak ekologis dan memaksimalkan efisiensi sumber daya, sehingga menciptakan ekosistem yang lebih sehat dan berkelanjutan bagi generasi mendatang.

### 2. Analisis Pasar dan Profil Konsumen

Pemahaman tentang profil konsumen menjadi kunci dalam mengembangkan bisnis servis mobil listrik, terutama di kota-kota besar seperti Bandung yang menunjukkan potensi pasar yang signifikan. Manaf dan Sisilia (2023) menemukan bahwa konsumen mobil listrik di Bandung umumnya berasal dari kalangan menengah ke atas yang memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan. Karakteristik ini menunjukkan bahwa mereka tidak hanya memilih mobil listrik sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai pernyataan nilai dan komitmen terhadap keberlanjutan. Konsumen dalam segmen ini cenderung mencari produk yang tidak hanya efisien tetapi juga ramah lingkungan, mencerminkan gaya hidup mereka yang peduli terhadap dampak lingkungan. Dengan meningkatnya kesadaran akan perubahan iklim dan dampak negatif dari kendaraan berbahan bakar fosil, konsumen ini lebih memilih untuk berinvestasi dalam teknologi yang mendukung keberlanjutan. Oleh karena itu, para pelaku bisnis perlu memahami bahwa strategi pemasaran dan pengembangan produk harus disesuaikan dengan nilai-nilai dan preferensi konsumen ini, untuk menarik dan mempertahankan pelanggan yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi. Hal ini termasuk penyampaian informasi yang jelas tentang manfaat lingkungan dari penggunaan mobil listrik serta penawaran layanan purna jual yang mendukung penggunaan kendaraan ramah lingkungan.

Selain itu, Ramadhani dan Yuliana (2023) menyoroti bahwa persepsi konsumen terhadap teknologi mobil listrik, seperti efisiensi energi dan inovasi, secara signifikan memengaruhi minat beli mereka. Dalam konteks ini, penting bagi produsen dan penyedia layanan untuk tidak hanya menawarkan produk yang memenuhi kebutuhan dasar tetapi juga untuk mendemonstrasikan keunggulan teknologi yang dimiliki oleh mobil listrik. Persepsi positif mengenai efisiensi energi dapat meningkatkan minat beli, sehingga segmentasi pasar berdasarkan kebutuhan dan preferensi konsumen menjadi sangat penting. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, bisnis dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, seperti

edukasi tentang manfaat penggunaan mobil listrik dan inovasi terbaru dalam teknologi kendaraan. Misalnya, informasi mengenai penghematan biaya operasional dan pengurangan emisi karbon dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hal ini akan membantu dalam menciptakan hubungan yang lebih kuat antara merek dan konsumen serta mendorong pertumbuhan pasar mobil listrik di masa depan.

### 3. Strategi Promosi dan Branding

Strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan daya saing bisnis servis mobil listrik, terutama dalam konteks pasar yang semakin kompetitif. Hadiwinata et al. (2023) mengungkapkan bahwa media sosial, terutama platform seperti YouTube, sangat efektif dalam memperkenalkan produk ramah lingkungan kepada konsumen. Dengan semakin banyaknya pengguna internet dan peningkatan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat, platform ini menawarkan jangkauan yang luas dan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan interaktif. Konten video yang diunggah di YouTube, seperti ulasan produk, tutorial penggunaan, dan testimoni pelanggan, dapat memberikan informasi yang mendalam dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Selain itu, media sosial memungkinkan interaksi langsung antara produsen dan konsumen, sehingga menciptakan hubungan yang lebih personal dan membangun kepercayaan terhadap merek. Oleh karena itu, bisnis servis mobil listrik perlu memanfaatkan kekuatan media sosial dengan strategi konten yang kreatif dan informatif untuk menarik perhatian konsumen serta meningkatkan kesadaran tentang pentingnya kendaraan ramah lingkungan. Dalam hal ini, penting bagi perusahaan untuk secara aktif berkomunikasi dengan audiens mereka, menjawab pertanyaan, dan merespons umpan balik untuk menciptakan komunitas yang mendukung dan loyal terhadap merek. Dengan pendekatan ini, bisnis tidak hanya meningkatkan visibilitas produk mereka tetapi juga membangun citra positif yang dapat mendorong pertumbuhan jangka panjang.

Sementara itu, Wulandari et al. (2024) menekankan pentingnya promosi berbasis perilaku konsumen untuk menarik perhatian pasar global. Pendekatan ini melibatkan penggunaan strategi komunikasi yang menonjolkan manfaat lingkungan dan nilai ekonomi produk, sehingga relevan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen saat ini. Dalam era di mana konsumen semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan dan keberlanjutan, promosi yang menekankan dampak positif dari penggunaan mobil listrik tidak hanya akan menarik perhatian tetapi juga dapat membangun loyalitas merek. Misalnya, kampanye yang menunjukkan penghematan biaya operasional serta kontribusi terhadap pengurangan emisi karbon dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang sadar lingkungan. Dengan menganalisis perilaku dan preferensi konsumen secara mendalam, bisnis dapat merancang pesan promosi yang lebih tepat sasaran dan efektif dalam menjangkau audiens global. Hal ini mencakup pemanfaatan data analitik untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen serta mengadaptasi strategi pemasaran sesuai dengan perubahan tersebut. Dengan demikian, pendekatan promosi berbasis perilaku tidak hanya meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran tetapi juga membantu dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara merek dan konsumen, mendorong pertumbuhan penjualan dalam pasar mobil listrik yang semakin berkembang.

### 4. Kebijakan dan Dukungan Pemerintah

Kebijakan transportasi berbasis energi ramah lingkungan memainkan peran penting dalam pengembangan bisnis ini, di mana dukungan pemerintah sangat krusial untuk mendorong adopsi teknologi hijau. Jamal et al. (2024) menggarisbawahi bahwa insentif pajak dan regulasi pro-lingkungan dapat menjadi pendorong utama bagi konsumen dan pelaku industri untuk beralih ke kendaraan yang lebih ramah lingkungan. Dengan adanya insentif pajak, misalnya,

biaya awal untuk membeli kendaraan listrik dapat berkurang, sehingga membuatnya lebih terjangkau bagi masyarakat. Selain itu, regulasi yang mendukung seperti standar emisi yang ketat dan kewajiban penggunaan kendaraan ramah lingkungan dalam proyek pemerintah akan memberikan sinyal positif kepada pasar bahwa transisi menuju energi bersih adalah prioritas nasional. Kebijakan-kebijakan ini juga dapat menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan investasi dalam teknologi hijau, termasuk pengembangan infrastruktur pengisian daya yang diperlukan untuk kendaraan listrik. Dengan demikian, dukungan pemerintah tidak hanya berfungsi sebagai stimulus ekonomi tetapi juga sebagai katalisator untuk perubahan perilaku masyarakat dalam memilih transportasi yang lebih berkelanjutan. Dalam konteks ini, Kementerian Perhubungan telah mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan peran angkutan umum dan mempromosikan penggunaan transportasi massal yang lebih efisien dan ramah lingkungan, seperti Bus Rapid Transit (BRT) dan sistem kereta api listrik. Langkah-langkah ini diharapkan dapat mengurangi ketergantungan pada kendaraan pribadi berbahan bakar fosil, sekaligus meningkatkan kualitas udara dan mengurangi emisi gas rumah kaca. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil sangat penting untuk menciptakan kesadaran kolektif dan mendorong adopsi teknologi ramah lingkungan secara luas.

Moestopo dan Prihanto (2023) juga menemukan bahwa keberhasilan adopsi kendaraan ramah lingkungan sangat bergantung pada edukasi masyarakat dan insentif pemerintah. Edukasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat penggunaan kendaraan ramah lingkungan, baik dari segi ekonomi maupun lingkungan. Misalnya, kampanye informasi yang menyoroti penghematan biaya operasional dan dampak positif terhadap kualitas udara dapat membantu mengubah persepsi masyarakat mengenai kendaraan listrik. Selain itu, insentif pemerintah, seperti subsidi untuk pembelian kendaraan listrik atau program konversi dari kendaraan berbahan bakar fosil ke listrik, akan lebih efektif jika disertai dengan upaya edukasi yang komprehensif. Ini mencakup penyuluhan di tingkat komunitas mengenai cara kerja kendaraan listrik dan manfaatnya bagi lingkungan serta kesehatan masyarakat. Dengan pendekatan yang holistik ini, diharapkan masyarakat tidak hanya akan lebih menerima tetapi juga aktif berpartisipasi dalam transisi menuju sistem transportasi yang lebih berkelanjutan. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil sangat penting untuk menciptakan kesadaran kolektif dan mendorong adopsi teknologi ramah lingkungan secara luas. Selain itu, penting juga untuk melibatkan berbagai pemangku kepentingan dalam merumuskan kebijakan yang inklusif sehingga semua lapisan masyarakat merasa terlibat dalam proses transisi ini, menciptakan rasa kepemilikan terhadap perubahan yang sedang berlangsung demi masa depan yang lebih bersih dan berkelanjutan.

#### 5. Model Bisnis Ramah Lingkungan

Penerapan model bisnis yang inovatif dan ramah lingkungan menjadi keunggulan kompetitif di era saat ini, di mana konsumen semakin memilih produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan mereka tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Purnomo dan Munggaran (2023) mencatat bahwa model bisnis sosial yang mengintegrasikan nilai lingkungan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, karena konsumen merasa terhubung dengan misi dan nilai-nilai yang diusung oleh perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengkomunikasikan dampak positif dari produk atau layanan mereka terhadap lingkungan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Misalnya, bisnis yang menerapkan praktik berkelanjutan dalam operasional mereka, seperti pengurangan limbah atau penggunaan sumber daya terbarukan, tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga menciptakan citra merek yang positif. Selain itu, dengan memanfaatkan teknologi dan inovasi

dalam proses produksi, perusahaan dapat menawarkan produk yang lebih efisien dan ramah lingkungan, sehingga meningkatkan daya saing di pasar. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai lingkungan dalam model bisnis tidak hanya bermanfaat bagi planet ini tetapi juga dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan yang semakin sadar akan isu-isu keberlanjutan.

Sebaliknya, Wibowo (2022) menyoroti bahwa green business model harus mencakup efisiensi operasional, inovasi produk, dan komitmen terhadap keberlanjutan lingkungan untuk mencapai kesuksesan jangka panjang. Dalam konteks servis mobil listrik, pendekatan ini dapat diterapkan melalui penggunaan teknologi hemat energi dan layanan berbasis kebutuhan konsumen. Misalnya, perusahaan dapat mengadopsi sistem manajemen energi yang canggih untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya dan mengurangi biaya operasional. Selain itu, inovasi produk dalam bentuk layanan purna jual yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan juga sangat penting; misalnya, menyediakan layanan pengisian daya cepat atau program pemeliharaan berkala yang dirancang untuk meningkatkan kinerja kendaraan listrik. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen tetapi juga berkontribusi pada pengurangan jejak karbon. Komitmen terhadap keberlanjutan harus terlihat dalam setiap aspek operasi bisnis, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses distribusi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini secara konsisten, bisnis servis mobil listrik dapat membedakan diri dari kompetitor dan menarik segmen pasar yang semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari pilihan transportasi mereka.

## **Kesimpulan**

Keberhasilan membangun bisnis servis mobil listrik yang ramah lingkungan bergantung pada integrasi berbagai faktor strategis yang saling mendukung. Dari desain infrastruktur hingga pemahaman pasar, penelitian ini menegaskan pentingnya pendekatan holistik dalam menciptakan usaha yang berkelanjutan sekaligus kompetitif di pasar modern.

Pertama, desain dan infrastruktur yang mendukung prinsip ramah lingkungan merupakan landasan utama dalam operasional bisnis ini. Dengan mengadopsi konsep green design, usaha dapat memastikan efisiensi dalam penggunaan sumber daya, mengelola limbah secara bertanggung jawab, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung keberlanjutan. Hal ini tidak hanya memberikan dampak positif bagi lingkungan, tetapi juga memperkuat citra bisnis di mata konsumen yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan.

Kedua, memahami profil dan preferensi konsumen menjadi kunci keberhasilan dalam strategi pemasaran. Konsumen kendaraan listrik, yang cenderung berasal dari kalangan menengah ke atas dengan kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan, mencari solusi yang sejalan dengan nilai-nilai keberlanjutan. Oleh karena itu, bisnis servis mobil listrik harus mampu menawarkan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan teknis, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap pengurangan emisi karbon dan inovasi teknologi.

Ketiga, strategi promosi yang efektif memainkan peran penting dalam membangun daya tarik dan daya saing bisnis. Pemanfaatan media sosial sebagai platform komunikasi dan pemasaran telah terbukti mampu menjangkau audiens yang luas dan beragam. Promosi yang menekankan manfaat ramah lingkungan, efisiensi energi, dan nilai ekonomi produk dapat memperkuat kesadaran merek sekaligus menarik konsumen potensial yang peduli terhadap keberlanjutan.

Keempat, dukungan pemerintah dalam bentuk kebijakan dan insentif sangat membantu pengembangan bisnis ramah lingkungan. Kebijakan transportasi berbasis energi hijau, regulasi pro-lingkungan, serta insentif pajak dapat meningkatkan daya tarik investasi dalam sektor ini.

Selain itu, edukasi publik mengenai manfaat kendaraan listrik dan pentingnya keberlanjutan dalam transportasi turut mendorong adopsi teknologi ini di masyarakat.

Kelima, penerapan model bisnis inovatif yang mengintegrasikan prinsip keberlanjutan menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Model bisnis sosial yang melibatkan komunitas lokal, efisiensi operasional melalui teknologi modern, dan komitmen terhadap inovasi produk memberikan nilai tambah yang diakui oleh konsumen. Pendekatan ini juga memungkinkan bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal sekaligus mendukung agenda global untuk keberlanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa bisnis servis mobil listrik yang ramah lingkungan memiliki prospek yang cerah, asalkan mampu mengelola berbagai aspek strategis tersebut secara terpadu. Keberhasilan bisnis ini tidak hanya memberikan manfaat finansial bagi pengusaha, tetapi juga mendukung transformasi sektor otomotif menuju keberlanjutan, yang pada akhirnya berdampak positif bagi lingkungan dan masyarakat luas. Kombinasi antara desain berkelanjutan, pemahaman pasar yang mendalam, strategi pemasaran yang kreatif, dukungan kebijakan pemerintah, serta model bisnis inovatif akan menciptakan ekosistem usaha yang solid dan berkelanjutan dalam jangka panjang. Dengan demikian, usaha servis mobil listrik tidak hanya menjawab kebutuhan konsumen, tetapi juga berkontribusi pada solusi lingkungan global.

## Referensi

Anggreni, N. P. M. (2023). Feasibility Studi Harga Dan Promosi Penjualan Motor Listrik Di Denpasar (Studi Pada Pt. Sentrik Persada Nusantara Denpasar). *Media Bina Ilmiah*, 18(2), 435-446. <https://doi.org/10.33758/mbi.v18i2.381>

Ferdianto, I. A., & Prastawa, H. (2023). Identifikasi Kerusakan Komponen Kendaraan Roda Empat Dengan Menggunakan Metode Failure Modes And Effects Analysis Pada PT. XYZ. *Industrial Engineering Online Journal*, 12(1).

Hadiwinata, L. N., Murtiningsih, B. S. E., & Berto, A. R. (2023). Analisis Teks Dan Jaringan Promosi Media Sosial Youtube Mobil Listrik Ioniq 5 Menggunakan Metode Sna. *Perspektif Komunikasi: Jurnal Ilmu Komunikasi Politik dan Komunikasi Bisnis*, 7(1), 1-18. <https://doi.org/10.24853/pk.7.1.1-18>

Jamal, I., Widanti, N. P. T., Widnyani, I. A. P. S., & BIDul, S. (2024). Kebijakan Transportasi Umum Berbasis Energi Ramah Lingkungan Di Kota Denpasar. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 3220-3234. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10223>

Lobis, R. A., & Indrawan, S. E. (2023). Perancangan Bengkel Sporing Dan Balancing Oleh Archimono Dengan Pendekatan Green Design. *Kreasi: Journal Of Design And Creative Industry*, 8(2), 109-123. <https://doi.org/10.37715/kreasi.v8i2.4498>

Manaf, M. R., & Sisilia, K. (2023). Analisis Profil Konsumen Mobil Listrik Wuling Air Ev Di Kota Bandung. *Jmbi Unsrat (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan*

*Inovasi Universitas Sam Ratulangi*., 10(3), 2133-2147.

<https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.48610>

Moestopo, H. J., & Prihanto, H. (2023). Analisis Masyarakat Untuk Menggunakan Kendaraan Ramah Lingkungan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 165-175.

<https://doi.org/10.32509/jmb.v3i2.3415>

Purnomo, B. R., & Munggaran, M. W. (2023). Model Bisnis Sosial Kedai Kopi Ramah Lingkungan di Yogyakarta. *Jurnal Kawistara*, 13(2), 202-221.

<https://doi.org/10.22146/kawistara.79087>

Ramadhani, S., & Yuliana, L. (2023). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Minat Beli Mobil Listrik Mercedes-Benz EQS. *Jurnal Orientasi Bisnis dan*

*Entrepreneurship (JOBS)*, 4(1), 35-44. <https://doi.org/10.33476/jobs.v4i1.3614>

Sunardi, S., Dzakwan, M., Sugiyarmasto, S., Mahayana, A., & Sumardiyono, S. (2022). Wirausaha Ramah Lingkungan Berbasis Produksi Ferro Sulfat dari Limbah Besi. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 70-77.

<https://doi.org/10.33061/awpm.v6i1.6939>

Wibowo, A. (2022). Model Bisnis Ramah Lingkungan (Green Business). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1-120.

Wulandari, R., Rahmad, K. B., & Sari, A. (2024). Strategi Promosi Produk Ramah Lingkungan Berdasarkan Perilaku Konsumen Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Milik WNI di Penang, Malaysia. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1724-1732. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.9106>