

BAB II

PROMOSI PENJUALAN DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* WULING AIR EV

2.1 Wuling Air EV sebagai Produk Kendaraan Elektrik

2.1.1 Sejarah dan Perkembangan Wuling Air EV

Wuling Air EV merupakan salah satu produk kendaraan listrik unggulan yang diluncurkan oleh Wuling Motors, sebuah perusahaan otomotif asal Tiongkok yang terus berinovasi dalam menghadirkan solusi mobilitas berkelanjutan. Kehadiran Wuling Air EV di pasar otomotif Indonesia menjadi salah satu tonggak penting dalam upaya mendukung transisi ke era kendaraan listrik, yang semakin relevan dengan meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan dan kebutuhan akan kendaraan ramah lingkungan. Kendaraan ini dirancang sebagai jawaban terhadap tantangan global, seperti pengurangan emisi karbon, efisiensi energi, dan kebutuhan mobilitas perkotaan yang lebih praktis dan hemat biaya.

Sejarah Wuling Air EV bermula dari visi Wuling Motors untuk menghadirkan kendaraan listrik yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga dapat diakses oleh masyarakat luas. Wuling melihat potensi besar pasar kendaraan listrik, khususnya di negara-negara berkembang seperti Indonesia, di mana isu polusi udara dan kemacetan perkotaan menjadi masalah yang signifikan (Wuling, 2022). Diluncurkan pertama kali di Indonesia pada Tahun 2022, Wuling Air EV berhasil menarik perhatian masyarakat dengan konsep kendaraan listrik yang terjangkau namun tetap modern dan stylish (Liputan 6, 2024).

Dari segi inovasi teknologi, Wuling Air EV menawarkan sejumlah fitur canggih yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Kendaraan ini dilengkapi dengan teknologi baterai lithium iron phosphate (LiFePO₄), yang dikenal lebih aman, tahan lama, dan efisien dibandingkan baterai konvensional. Dengan kapasitas baterai yang mumpuni, Wuling Air EV mampu menempuh jarak hingga 300 kilometer dalam sekali pengisian penuh, menjadikannya solusi ideal untuk kebutuhan perjalanan sehari-hari di perkotaan. Selain itu, teknologi pengisian daya cepat yang dimiliki oleh Wuling Air EV memungkinkan pengguna untuk mengisi daya kendaraan dengan lebih efisien, sehingga mengurangi waktu tunggu yang biasanya menjadi salah satu kendala kendaraan listrik (Wuling, 2023b).

Dari sisi desain, Wuling Air EV mengusung konsep futuristik yang sesuai dengan karakteristik mobilitas modern. Dengan dimensi yang kompak, kendaraan ini dirancang untuk memudahkan pengemudi dalam bermanuver di jalanan sempit atau area parkir perkotaan yang terbatas. Meskipun ukurannya kecil, Wuling Air EV tetap menghadirkan ruang interior yang nyaman dan fungsional, dengan tata letak kursi yang dirancang untuk memaksimalkan ruang bagi penumpang. Penggunaan material berkualitas tinggi di bagian interior memberikan kesan mewah sekaligus modern, sehingga kendaraan ini tidak hanya menjadi alat transportasi tetapi juga simbol gaya hidup (Verianty, 2024).

Wuling Air EV menawarkan sejumlah fitur canggih yang meningkatkan pengalaman berkendara, mulai dari *Internet of Vehicle* (IoV), yang memungkinkan pengguna mengontrol kendaraan melalui aplikasi *MyWuling+*, seperti mengunci pintu, menyalakan mesin, hingga mengatur AC langsung dari smartphone (Wuling, 2023a). Selain itu, *Intelligent Tech Dashboard* dengan layar sentuh beresolusi tinggi memberikan

tampilan modern dan kemudahan navigasi, sementara *Multifunction Steering Wheel* memungkinkan pengguna mengontrol audio dan menu langsung dari setir (Wuling, 2024). Tak ketinggalan, sistem infotainment berbasis layar sentuh terintegrasi dengan ponsel pintar, memberikan akses praktis ke musik, navigasi, dan berbagai fitur multimedia lainnya (Wuling, 2022).

Wuling Air EV mencerminkan perpaduan sempurna antara teknologi canggih dan desain visioner, yang tidak hanya relevan dengan tuntutan zaman tetapi juga mampu memberikan nilai tambah bagi penggunanya. Kehadirannya sebagai kendaraan listrik yang terjangkau di Indonesia menandai langkah maju dalam perkembangan industri otomotif tanah air, sekaligus menjadi simbol perubahan menuju masa depan yang lebih berkelanjutan.

2.1.2 Keunggulan dan Fitur Utama Wuling Air EV

Wuling Air EV hadir sebagai solusi mobilitas modern yang menggabungkan teknologi ramah lingkungan dengan efisiensi tinggi, menjadikannya pilihan unggul dalam kategori kendaraan listrik kompak. Dengan fokus pada efisiensi energi, Wuling Air EV dilengkapi dengan sistem baterai lithium iron phosphate ($LiFePO_4$), yang dikenal tahan lama, stabil, dan mampu menyimpan daya lebih efisien dibandingkan teknologi baterai lainnya. Dengan kapasitas baterai yang memungkinkan jarak tempuh hingga 300 kilometer dalam sekali pengisian penuh, kendaraan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan harian pengguna, terutama di kawasan perkotaan (Wuling, 2023b). Teknologi canggih menjadi salah satu keunggulan utama Wuling Air EV. Sistem kendali pintar yang terintegrasi memungkinkan pengguna memonitor kondisi baterai, mengakses lokasi

pengisian daya terdekat, dan mengontrol berbagai fitur kendaraan melalui aplikasi ponsel pintar. Selain itu, kendaraan ini menawarkan pengalaman berkendara yang mulus dengan motor listrik bertenaga tinggi yang memastikan performa optimal tanpa mengorbankan kenyamanan atau efisiensi energi.

Dari sisi pasar, Wuling Air EV menyasar konsumen urban yang peduli terhadap lingkungan sekaligus membutuhkan kendaraan praktis dan hemat biaya. Segmentasi ini mencakup generasi muda, keluarga kecil, serta profesional yang mencari kendaraan modern dengan desain futuristik dan fitur lengkap (Basudewa, 2024). Dengan harga yang kompetitif, Wuling Air EV tidak hanya menjadi simbol gaya hidup modern tetapi juga solusi mobilitas yang terjangkau, menjadikannya pilihan menarik dalam kategori kendaraan listrik di Indonesia.

2.2 Promosi Penjualan pada Wuling Air EV

2.2.1 Strategi Promosi Penjualan Wuling Air EV

Wuling Air EV mengadopsi strategi promosi penjualan yang inovatif untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar kendaraan listrik Indonesia. Salah satu program promosi utama yang dihadirkan adalah pemberian diskon khusus dan cashback untuk konsumen, yang bertujuan untuk menjadikan kendaraan ini lebih terjangkau bagi berbagai kalangan. Selain itu, pemerintah Indonesia juga memberikan subsidi kendaraan listrik sebagai bagian dari upaya mendukung transisi menuju mobilitas ramah lingkungan, dan Wuling Air EV secara aktif memanfaatkan program ini untuk menawarkan harga yang lebih kompetitif kepada pembeli. Program promosi lainnya termasuk paket cicilan

dengan bunga rendah, yang dirancang untuk menarik konsumen yang ingin memiliki kendaraan listrik tanpa beban finansial yang berat (Ferdian & Kurniawan, 2024).

Dari segi saluran promosi, Wuling memanfaatkan berbagai platform untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Media digital menjadi salah satu saluran utama, dengan kampanye pemasaran yang agresif melalui media sosial, situs web resmi, dan iklan digital. Konten-konten kreatif yang menonjolkan keunggulan Wuling Air EV sering kali disebarluaskan untuk meningkatkan kesadaran merek dan mempengaruhi keputusan konsumen. Selain itu, Wuling secara rutin berpartisipasi dalam pameran otomotif, di mana calon pembeli dapat melihat dan mencoba langsung kendaraan ini. Dealer resmi Wuling juga menjadi saluran penting dalam strategi promosi, dengan menawarkan program test drive dan konsultasi langsung untuk memberikan pengalaman personal kepada konsumen. Strategi promosi yang terintegrasi ini telah membantu Wuling Air EV membangun kehadiran yang kuat di pasar kendaraan listrik Indonesia (Firdausya, 2023).

2.3 Keputusan Pembelian Konsumen pada Kendaraan Elektrik

2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen terhadap kendaraan listrik, termasuk Wuling Air EV, dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mencerminkan kebutuhan dan preferensi individu dalam memilih produk. Harga menjadi salah satu pertimbangan utama, terutama di pasar negara berkembang seperti Indonesia. Kendaraan listrik yang ditawarkan dengan harga kompetitif, seperti Wuling Air EV, memiliki peluang lebih besar untuk menarik minat konsumen. Selain itu, kualitas produk memainkan peran penting. Konsumen cenderung mencari kendaraan yang tidak hanya tahan lama, tetapi juga memiliki

performa yang dapat diandalkan, terutama dalam hal efisiensi energi dan jarak tempuh baterai (Erwin Permana et al., 2024)

Promosi penjualan dan ulasan konsumen juga memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Program promosi seperti diskon dan cashback memberikan insentif tambahan yang mendorong konsumen untuk segera membeli. Sementara itu, ulasan online dari pengguna sebelumnya membentuk persepsi positif tentang keunggulan produk, menciptakan rasa percaya yang kuat di kalangan calon pembeli. Kombinasi faktor-faktor ini memainkan peran kunci dalam membentuk keputusan pembelian konsumen terhadap kendaraan listrik.

2.3.2 Tren Pembelian Kendaraan Elektrik di Indonesia

Tren pembelian kendaraan listrik di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa Tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya mobilitas ramah lingkungan dan dorongan pemerintah untuk mempercepat transisi menuju energi bersih. Pasar kendaraan listrik berkembang pesat, didukung oleh kebijakan seperti pemberian insentif fiskal, pembebasan pajak, dan subsidi untuk pembelian kendaraan listrik. Upaya ini tidak hanya menarik perhatian konsumen, tetapi juga meningkatkan kepercayaan terhadap keberlanjutan pasar kendaraan listrik di Indonesia.

Respons konsumen terhadap kendaraan listrik sangat beragam, mencerminkan preferensi yang dipengaruhi oleh persepsi terhadap produk lokal dan global. Produk-produk lokal seperti Gesits, yang memproduksi sepeda motor listrik, mulai mendapatkan tempat di pasar, terutama di kalangan konsumen yang ingin mendukung industri

domestik. Namun, dalam kategori mobil listrik, konsumen cenderung lebih tertarik pada produk global, seperti Wuling Air EV, yang menawarkan teknologi canggih, desain modern, dan harga kompetitif. Konsumen melihat produk global sebagai pilihan yang lebih matang secara teknologi, meskipun produk lokal tetap memiliki daya tarik tersendiri, khususnya dalam aspek keberpihakan terhadap produksi dalam negeri. Perkembangan ini menunjukkan bahwa pasar kendaraan listrik di Indonesia terus bergerak menuju kematangan, dengan konsumen yang semakin teredukasi dan terbuka terhadap berbagai pilihan. Tren ini tidak hanya mendorong pertumbuhan industri otomotif, tetapi juga menciptakan peluang baru bagi produsen lokal dan global untuk berinovasi dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam.

Menurut Naurah (2024) dilansir dari situs *GoodStats.id*, tren mobil listrik kini tidak hanya menjadi perhatian di negara maju tetapi juga semakin diminati di negara berkembang seperti Indonesia. Kendaraan listrik banyak dilirik karena dianggap lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan kendaraan berbahan bakar minyak. Upaya pemerintah Indonesia untuk mempercepat adopsi kendaraan listrik terlihat dari berbagai insentif yang diberikan, termasuk penghapusan pajak penjualan barang mewah (PPnBM) dan pengurangan pajak pertambahan nilai (PPN) dari 11% menjadi 1%. Langkah ini dirancang untuk membuat kendaraan listrik lebih terjangkau bagi masyarakat.

Komitmen pemerintah dalam mengembangkan ekosistem kendaraan listrik telah menghasilkan peningkatan penggunaan mobil listrik, yang terlihat dari data penjualan Tahun 2023. Berdasarkan laporan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), penjualan mobil listrik berbasis baterai (BEV) mencapai 17.062 unit, mengalami lonjakan sebesar 65,2% dibandingkan Tahun sebelumnya. Ini menjadi

pencapaian tertinggi baru dalam sejarah pasar kendaraan listrik Indonesia. Hyundai Ioniq 5 memimpin penjualan dengan 7.176 unit, diikuti oleh Wuling Air EV dengan 5.575 unit.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa, penjualan mobil listrik masih tertinggal dibandingkan mobil konvensional dan hybrid. Pada Tahun 2023, penjualan mobil hybrid mencapai 54.656 unit, menunjukkan bahwa mobil konvensional masih menjadi pilihan utama masyarakat. Meski demikian, pengembangan ekosistem kendaraan listrik terus didorong untuk mendukung mobilitas berkelanjutan. Pemerintah bahkan memberikan insentif bea masuk impor kendaraan listrik hingga 0% dan terus mendorong investasi di sektor ini. Salah satu langkah strategis adalah masuknya perusahaan asal Tiongkok, BYD, ke pasar Indonesia dengan investasi sebesar USD 1,3 miliar, yang diharapkan dapat memperkuat ekosistem kendaraan listrik di tanah air (Naurah, 2024).