

## **BAB II**

### **DESKRIPSI PERUSAHAAN BYD**

#### **2.1 Profil Perusahaan BYD**

BYD merupakan perusahaan teknologi dan otomotif yang berbasis di Shenzhen, Tiongkok, dengan reputasi kuat sebagai pemimpin dalam pengembangan kendaraan listrik dan solusi energi ramah lingkungan. Nama BYD yang merupakan singkatan dari Build Your Dreams menggambarkan komitmen perusahaan dalam menghadirkan inovasi yang berorientasi pada masa depan. Dalam perkembangannya, BYD berhasil memposisikan diri sebagai perusahaan global yang menggabungkan teknologi unggul dan prinsip keberlanjutan dalam berbagai lini bisnisnya.

Perusahaan ini mulai beroperasi pada tahun 1995 dengan fokus pada produksi baterai isi ulang untuk kebutuhan perangkat elektronik. Melalui kemampuan manufaktur yang efisien, BYD dengan cepat berkembang menjadi produsen baterai berpengaruh di pasar internasional. Permintaan yang terus meningkat dari industri elektronik membuat BYD mampu memperluas kapasitas produksinya dan membangun fondasi yang kuat untuk ekspansi ke sektor lain.

Langkah penting terjadi pada tahun 2003 saat BYD memasuki industri otomotif melalui akuisisi pabrik kendaraan. Perpindahan ini memungkinkan perusahaan memanfaatkan keahlian dalam teknologi baterai untuk mengembangkan kendaraan listrik dan hybrid. Seiring meningkatnya perhatian

global terhadap isu lingkungan, penguatan posisi BYD dalam kategori *new energy vehicle* (NEV) menjadi salah satu faktor utama yang mendorong pertumbuhan perusahaan di tingkat global.

Pada tahun 2008, BYD memperoleh kepercayaan besar dari investor internasional ketika Berkshire Hathaway membeli sebagian sahamnya. Investasi tersebut memperkuat reputasi BYD sekaligus mendukung percepatan pengembangan produk energi baru dan kendaraan listrik. Di tahun-tahun berikutnya, BYD semakin agresif melakukan inovasi, seperti pengembangan Blade Battery dan bus listrik, serta memperluas operasionalnya ke berbagai wilayah termasuk Amerika, Eropa, dan Asia.

Memasuki 2020-an, BYD mengambil langkah visioner dengan menghentikan produksi kendaraan berbahan bakar fosil dan sepenuhnya beralih pada kendaraan energi baru. Keputusan ini menjadikan BYD sebagai perusahaan otomotif pertama di dunia yang menerapkan strategi penuh NEV. Ekspansinya mencapai Indonesia pada 2023–2024 melalui peluncuran kendaraan listrik seperti Dolphin, Atto 3, dan Seal, disertai pembangunan jaringan layanan purnajual dan penjangkauan investasi untuk mendukung ekosistem kendaraan listrik nasional.

## **2.2 Visi dan Misi Perusahaan**

### **2.2.1 Visi**

” Mewujudkan masa depan yang berkelanjutan melalui inovasi teknologi energi baru yang aman, efisien, dan ramah lingkungan, serta menjadi pemimpin global dalam pengembangan solusi mobilitas listrik.”

### 2.2.2 Misi

” Mengembangkan teknologi kendaraan listrik dan energi baru yang mampu mendukung transisi menuju sistem transportasi yang lebih bersih dan bebas emisi.”

### 2.3 Logo

Wheeler (2013) menyatakan bahwa logo merupakan elemen inti dari identitas merek yang berfungsi sebagai representasi visual paling fundamental. Logo tidak hanya berperan sebagai penanda grafis, tetapi juga sebagai perangkat komunikasi strategis yang menyampaikan nilai, kepribadian, dan positioning sebuah perusahaan. Untuk logo BYD sendiri dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 2. 1 Logo BYD**

Sumber: byd-cibubur.com, 2025

### 2.4 Bisnis BYD

#### 2.4.1 Produk BYD

##### 2.4.1.1 BYD Atto 1 (*Compact Hatchback*)

BYD Atto 1 hadir sebagai varian *compact hatchback* listrik yang dirancang secara taktis untuk mobilitas harian yang lincah di tengah padatnya lalu lintas Jakarta. Dengan dimensi yang lebih ringkas namun tetap mempertahankan efisiensi energi yang tinggi, model ini menawarkan solusi berkendara ramah lingkungan yang praktis, fungsional, dan memiliki aksesibilitas yang sangat baik bagi konsumen

urban yang menginginkan kendaraan utilitas harian dengan durabilitas baterai yang andal.



**Gambar 2. 2 BYD Atto 1**

Sumber: BYD Arista Group, 2025

#### 2.4.1.2 BYD M6 (MPV)

Menjawab karakteristik pasar Indonesia khususnya Jakarta yang memiliki preferensi kuat terhadap kendaraan keluarga, BYD menghadirkan BYD M6 sebagai *Multi-Purpose Vehicle* (MPV) listrik medium pertama di kelasnya. Kendaraan ini mengombinasikan keandalan ruang kabin yang luas (kapasitas 7 penumpang) dengan kenyamanan berkendara berbasis baterai murni. Model ini menjadi pilihan strategis bagi konsumen keluarga di Jakarta yang mengedepankan aspek fungsionalitas, kenyamanan berkendara tanpa emisi, serta efisiensi biaya operasional jangka panjang.



**Gambar 2. 3 BYD M6**

Sumber: BYD Arista Group, 2025

### 2.4.1.3 BYD Seal (Sedan)

BYD Seal merupakan kendaraan listrik berjenis sedan yang menasar segmen pasar menengah hingga premium. Model ini menghadirkan desain yang lebih sporty serta performa yang lebih tinggi dibandingkan model lainnya. BYD Seal dilengkapi dengan teknologi platform e-Platform 3.0 serta baterai *Blade Battery* yang dirancang untuk meningkatkan efisiensi energi, keamanan, dan stabilitas berkendara. Kendaraan ini ditujukan bagi konsumen yang menginginkan mobil listrik dengan performa tinggi, desain modern, serta teknologi yang lebih canggih.



**Gambar 2. 4 BYD Seal**  
Sumber: BYD Arista *Group*, 2025

### 2.4.1.4 BYD Sealion 7 (SUV)

Model ini merupakan *dynamic tech* SUV atau sportback SUV listrik performa tinggi yang memadukan estetika desain modern yang sporty dengan inovasi teknologi berkendara yang mutakhir. BYD Sealion 7 menawarkan konfigurasi interior yang mewah, sistem asisten mengemudi cerdas (ADAS) tingkat lanjut, serta performa motor listrik yang superior. Keberadaan model ini memperkuat posisi BYD dalam memenuhi kebutuhan konsumen Jakarta yang mencari kendaraan utilitas tangguh yang tidak hanya ramah lingkungan, namun juga sarat akan nilai prestise dan teknologi tinggi.



**Gambar 2. 5 BYD Sealion 7**  
Sumber: BYD Arista *Group*, 2025

#### **2.4.1.5 Layanan**

Selain menjual kendaraan listrik, BYD juga menyediakan layanan purnajual, suku cadang, dan fasilitas perawatan resmi untuk memastikan kenyamanan dan keandalan penggunaan mobil listrik oleh konsumen Indonesia. Seluruh model yang dipasarkan telah disesuaikan dengan standar infrastruktur pengisian daya nasional serta kebutuhan iklim dan lalu lintas di Indonesia. Kehadiran lini produk tersebut menjadi bagian dari strategi BYD untuk mendukung percepatan adopsi kendaraan listrik di pasar domestik.

#### **2.4.2 Mitra BYD**

Mitra BYD di Indonesia merupakan pihak yang bekerja sama dalam mendukung kegiatan pemasaran, distribusi, serta layanan purnajual kendaraan listrik BYD. Kemitraan ini bertujuan memperluas jangkauan pasar dan memastikan konsumen mendapatkan layanan yang mudah diakses. Mitra BYD di Indonesia meliputi:

- a. PT BYD Motor Indonesia, sebagai pemegang merek resmi yang mengelola distribusi nasional, pemasaran, dan koordinasi layanan purnajual.
- b. Arista *Group*, yang berperan dalam penyediaan showroom, bengkel resmi, dan fasilitas layanan di sejumlah kota besar.

- c. *MBDI Group*, sebagai mitra dealer yang mendukung penyebaran jaringan penjualan dan fasilitas servis kendaraan BYD.
- d. *Haka Group*, yang menyediakan dealer dan fasilitas purnajual di beberapa wilayah strategis.
- e. Mitra penyedia SPKLU, seperti operator infrastruktur pengisian daya, yang bekerja sama untuk memperluas ketersediaan stasiun pengisian kendaraan listrik bagi konsumen BYD.

### **2.4.3 Inovasi BYD**

Inovasi BYD difokuskan pada pengembangan teknologi kendaraan listrik yang aman, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna di Indonesia. Inovasi tersebut meliputi:

- a. *Blade Battery* (LFP), teknologi baterai yang dirancang lebih aman, tahan panas, dan memiliki umur pakai lebih panjang dibandingkan baterai konvensional.
- b. Sistem keselamatan aktif, seperti sensor penghindar tabrakan, adaptive safety system, dan fitur proteksi baterai.
- c. Integrasi sistem digital, berupa aplikasi pendukung yang memungkinkan pengguna memantau status kendaraan, sisa baterai, dan lokasi pengisian daya.
- d. E-Platform 3.0, platform khusus kendaraan listrik yang meningkatkan efisiensi energi, performa berkendara, dan stabilitas kendaraan.
- e. Fasilitas pelatihan teknisi, yang dikembangkan untuk memastikan layanan purnajual dapat menangani teknologi kendaraan listrik dengan standar yang tepat.

## **2.5 Alamat Perusahaan**

PT BYD Motor Indonesia sebagai perwakilan resmi BYD di pasar domestik beroperasi melalui kantor pusat yang berlokasi di Autograph Tower Thamrin Nine, Lantai 50, Jalan M.H. Thamrin No. 10, Kelurahan Kebon Melati, Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat. Lokasi ini dipilih sebagai pusat koordinasi kegiatan operasional, pemasaran, serta pengelolaan layanan purnajual BYD di Indonesia. Kehadiran kantor pusat tersebut juga menjadi pusat informasi bagi konsumen, yang dapat dihubungi melalui layanan hotline resmi perusahaan di nomor 0800-168-6868.

## **2.6 Identitas Responden**

Identitas responden berkaitan dengan informasi mengenai latar belakang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Penelitian ini ditujukan kepada konsumen mobil listrik BYD yang berdomisili di Jakarta dan bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Data responden dihimpun melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form. Identitas responden dalam penelitian ini terdiri atas jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, alamat domisili, dan ketersediaan uang saku/pendapatan per bulan. Data tersebut digunakan untuk mengetahui karakteristik demografis responden yang menjadi objek penelitian.

### **2.6.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk mengetahui distribusi pengguna mobil listrik BYD di Jakarta berdasarkan gender.

**Tabel 2. 1 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	71	71
2.	Perempuan	29	29
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah, 2026

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki sebanyak 71 orang atau sebesar 71%. Sementara itu, responden perempuan berjumlah 29 orang atau sebesar 29%. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mobil listrik BYD dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden laki-laki.

### 2.6.2 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pengelompokan berdasarkan pendidikan terakhir bertujuan untuk mengetahui tingkat pendidikan responden pengguna mobil listrik BYD.

**Tabel 2. 2 Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenjang Pendidikan**

No	Jenjang Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	SMA/SMK	0	0
2.	D4/S1	71	71
3.	S2	29	29
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan S1/Sarjana yaitu sebanyak 79 orang atau sebesar 79%. Selanjutnya, responden dengan pendidikan S2/Pascasarjana berjumlah 21 orang atau sebesar 21%. Tidak terdapat responden dengan tingkat pendidikan SMA. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mobil listrik BYD dalam penelitian ini didominasi oleh individu dengan tingkat pendidikan tinggi.

### 2.6.3 Responden Berdasarkan Pekerja

Pengelompokan berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk mengetahui latar belakang profesi responden dalam penelitian ini.

**Tabel 2. 3 Hasil Kuesioner Berdasarkan Status Pekerjaan**

No	Status Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	TNI/Polri/PNS/BUMN	39	39
2.	Karyawan Swasta	33	33
3.	Wirausaha	28	28
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, responden paling banyak berasal dari kategori TNI/Polri/PNS/BUMN yaitu sebanyak 39 orang atau sebesar 39%. Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta berjumlah 33 orang atau sebesar 33%, dan responden yang berwirausaha sebanyak 28 orang atau sebesar 28%. Tidak terdapat responden yang berstatus pelajar/mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna mobil listrik BYD dalam penelitian ini mayoritas berasal dari kalangan pekerja aktif dengan tingkat pendapatan yang relatif stabil.

### 2.6.4 Responden Berdasarkan Domisili

Identitas responden berdasarkan domisili menunjukkan bahwa seluruh responden dalam penelitian ini berdomisili di Jakarta. Hal ini sesuai dengan kriteria penelitian yang menetapkan bahwa responden merupakan pengguna mobil listrik BYD yang berada dan tinggal di wilayah Jakarta. Dengan demikian, sebanyak 100 responden atau 100% dari total sampel penelitian merupakan penduduk Jakarta, sehingga penelitian ini secara khusus merepresentasikan karakteristik konsumen mobil listrik BYD di Kota Jakarta.

### 2.6.5 Responden Berdasarkan Pendapatan

**Tabel 2. 4 Hasil Kuesioner Berdasarkan Pendapatan**

No	Range Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1.	Rp 15.000.000 – Rp 20.000.000	20	20
2.	Rp 21.000.000 – Rp 30.000.000	46	46
3.	Rp 31.000.000 – Rp 40.000.000	34	34
Jumlah		100	100

Sumber: Data primer yang diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2.4, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendapatan per bulan berada pada rentang Rp 21.000.000 – Rp 30.000.000, yaitu sebanyak 46 responden (46%). Kelompok responden terbesar kedua berada pada rentang pendapatan Rp 31.000.000 – Rp 40.000.000 sebanyak 34 responden (34%), dan kelompok terkecil berada pada rentang pendapatan Rp 15.000.000 – Rp 20.000.000 yaitu sebanyak 20 responden (20%).

Hal ini menunjukkan bahwa profil konsumen yang memiliki minat beli atau ketertarikan terhadap mobil listrik BYD di Kota Jakarta didominasi oleh kelompok masyarakat berpenghasilan menengah ke atas (*middle-to-upper income*). Tingkat pendapatan yang tinggi ini linier dengan karakteristik produk kendaraan listrik (EV) yang saat ini masih dikategorikan sebagai barang bernilai tinggi (*high-involvement product*), di mana konsumen memerlukan daya beli yang mapan untuk menjangkau harga beli unit serta kesiapan infrastruktur pendukungnya.