

Analisis Ekonomi Terhadap Produk Aki Bekas Merek GS

Aldy Prasetyo Utomo¹, Araf², Syamsul Hidayat³

¹⁻³Universitas Bina Bangsa

Alamat: JL Raya Serang – Jakarta, KM. 03 No. 1B, Panancangan, Kec. Cipocok Jaya, Kota Serang

*korespondensi penulis: alprass99422@gmail.com

Abstract. GS (Gelora Sinar) brand batteries are one of the superior products in the vehicle battery industry in Indonesia. Known for its high quality and durability, GS batteries have become the main choice for motor vehicle users. This product is designed with the latest technology that supports optimal performance and energy efficiency. In addition, GS is committed to sustainable practices by implementing a used battery recycling program, which aims to reduce the environmental impact of hazardous waste. In facing intense competition in the market, GS is also active in conducting outreach and education to consumers regarding the importance of battery maintenance and waste management. With a strong reputation and continuous innovation, GS batteries continue to adapt to market needs, making it one of the leading brands in the battery industry in Indonesia.

Keywords: used product, economic analysis, GS accu

Abstrak. Aki merek GS (Gelora Sinar) merupakan salah satu produk unggulan dalam industri aki kendaraan di Indonesia. Dikenal akan kualitas dan daya tahan yang tinggi, aki GS telah menjadi pilihan utama bagi pengguna kendaraan bermotor. Produk ini dirancang dengan teknologi terkini yang mendukung performa optimal dan efisiensi energi. Selain itu, GS berkomitmen terhadap praktik keberlanjutan dengan mengimplementasikan program daur ulang aki bekas, yang bertujuan mengurangi dampak lingkungan akibat limbah berbahaya. Dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar, GS juga aktif dalam melakukan sosialisasi dan edukasi kepada konsumen mengenai pentingnya pemeliharaan aki dan pengelolaan limbah. Dengan reputasi yang kuat dan inovasi berkelanjutan, aki GS terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar, menjadikannya salah satu merek terdepan dalam industri aki di Indonesia.

Kata kunci: produk bekas, analisis ekonomi, aki GS

1. LATAR BELAKANG

Aki merek GS (Gelar Sukses) merupakan salah satu produk terkemuka dalam industri aki otomotif di Indonesia. Dikenal karena kualitas dan daya tahannya, GS Battery telah beroperasi sejak tahun 1970 dan menjadi pilihan utama bagi banyak pengguna kendaraan. Dengan inovasi teknologi yang terus berkembang, GS menawarkan berbagai jenis aki, termasuk aki basah, aki kering, dan aki AGM (Absorbent Glass Mat), yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam pengguna.

Menurut seorang ahli otomotif dan pengamat industri, Ir. Budi Santoso (2008) mengatakan, "Aki GS memiliki reputasi yang solid di kalangan pengguna kendaraan di Indonesia. Kualitas produk dan layanan purna jual yang baik membuat merek ini tetap menjadi pilihan utama selama beberapa dekade." Dengan fokus pada penelitian dan pengembangan, GS Battery terus meningkatkan performa produknya, menjadikannya salah satu pemain utama di pasar aki otomotif. Keunggulan aki GS tidak hanya terletak pada daya

tahan dan efisiensi, tetapi juga pada kemampuan untuk beradaptasi dengan berbagai kondisi cuaca dan penggunaan. (Zainul Arifin Imam Supardi, 2020)

Seorang peneliti di bidang energi dan teknologi otomotif Dr. Maria Lestari (2010) menambahkan, "Inovasi dalam teknologi aki yang diterapkan oleh GS sangat penting untuk mendukung perkembangan kendaraan modern, terutama dalam hal efisiensi energi dan keberlanjutan." Dengan reputasi yang kuat, GS Battery terus berkomitmen untuk memberikan produk berkualitas tinggi dan solusi terbaik bagi konsumen, menjadikannya pilihan yang tepat bagi pengguna kendaraan di Indonesia. Dalam dunia otomotif, aki berfungsi sebagai sumber energi untuk menghidupkan mesin dan mendukung berbagai sistem kelistrikan pada kendaraan. Oleh karena itu, pemilihan aki yang tepat sangat penting untuk memastikan kinerja kendaraan yang optimal. (Yohana Artha, 2020)

Dengan dukungan dari tokoh-tokoh terkemuka di bidang otomotif, seperti Prof. Soebroto (2015) yang sering menekankan pentingnya memilih aki berkualitas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam pemahaman pasar aki dan membantu konsumen dalam memilih produk yang terbaik untuk kebutuhan mereka. (Dinar Fitri, 2018).

2. KAJIAN TEORITIS

2.1. Persepsi

Persepsi adalah proses psikologis di mana individu mengorganisir, menginterpretasikan, dan memberi makna pada informasi yang diterima melalui indera. Ini melibatkan bagaimana seseorang melihat, mendengar, merasakan, atau mengalami sesuatu dan bagaimana pengalaman tersebut dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pengalaman sebelumnya, konteks, dan kepercayaan.

Menurut (Gestalt Psychology, 2000) Persepsi tidak hanya melibatkan pengenalan stimulus, tetapi juga bagaimana informasi tersebut diproses oleh otak, yang dapat dipengaruhi oleh emosi, motivasi, dan latar belakang budaya. Dengan kata lain, persepsi adalah cara individu memahami dan menafsirkan dunia di sekitar mereka.

2.2. Indikator Persepsi

Menurut (David A. Aaker, 2003) Beberapa indikator umum yang sering digunakan untuk mengukur persepsi meliputi:

1. Persepsi tentang kualitas suatu produk atau layanan, apakah dianggap baik, memuaskan, atau tidak.

2. Se jauh mana konsumen merasa produk atau layanan dapat diandalkan dan memenuhi harapan.
3. Persepsi mengenai nilai atau manfaat yang diperoleh dari produk atau layanan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.
4. Bagaimana konsumen melihat dan menginterpretasikan citra merek, termasuk asosiasi positif atau negatif yang ada.
5. Persepsi berdasarkan pengalaman langsung pengguna terhadap produk atau layanan.

2.3. Persepsi Masyarakat terhadap Kualitas Aki Mobil Merek GS

Aki mobil merek GS (Gelora Sinar) telah lama dikenal di Indonesia sebagai salah satu produk yang menawarkan kualitas dan keandalan tinggi. Persepsi masyarakat terhadap kualitas aki GS dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

1. GS memiliki sejarah panjang dalam industri aki, yang memberikan kepercayaan kepada konsumen. Banyak pengguna yang telah merasakan performa baik dari aki ini selama bertahun-tahun.
2. Banyak pengguna melaporkan bahwa aki GS memiliki daya tahan yang lebih lama dibandingkan merek lain. Kualitas material dan teknologi yang digunakan dalam produksi menjadi alasan utama mengapa konsumen memilih GS.
3. Inovasi Teknologi : GS terus berinovasi dengan mengimplementasikan teknologi terbaru dalam produknya, seperti aki bebas perawatan dan desain yang lebih ramah lingkungan. Hal ini meningkatkan persepsi positif di kalangan konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan.

2.4. Faktor - faktor yang mempengaruhi konsumen

Keputusan pembelian konsumen terhadap aki mobil merek GS dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain:

1. Daya tahan dan keandalan aki GS menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk yang terbukti memiliki performa yang baik dan tahan lama.
2. Reputasi GS sebagai salah satu merek terkemuka di industri aki memberikan kepercayaan kepada konsumen. Pengalaman positif dari pengguna sebelumnya juga berkontribusi pada persepsi positif.

3. Penerapan teknologi terbaru dalam produksi, seperti aki bebas perawatan atau desain yang efisien, menarik perhatian konsumen yang menginginkan produk modern dan praktis.
4. Harga aki GS dibandingkan dengan merek lain juga berpengaruh. Konsumen biasanya mencari nilai terbaik untuk uang mereka, sehingga harga yang kompetitif dapat menarik lebih banyak pembeli.

Ketersediaan layanan purna jual, termasuk garansi dan dukungan teknis, meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap produk. Layanan yang baik dapat menjadi faktor penentu dalam pemilihan merek.

3. METODE PENELITIAN

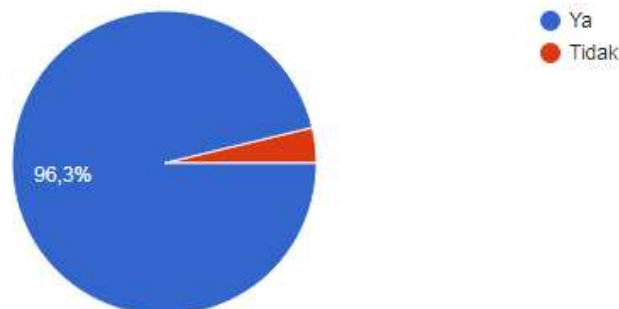
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis kepuasan pengguna terhadap produk aki bekas merk GS populasi dalam penelitian ini yg ada dikota cilegon yg berjumlah 455,62 jumlah sampel minimal dari 455,62 populasi dengan margin eror 10% adalah 82 orang. (Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach)

Penelitian ini dilakukan melalui survei online dengan mengirimkan kuisisioner kepada 82 responden yg berusia <20 - >40 tahun di wilayah kota cilegon. Variabel penelitian meliputi demografi responden, persepsi terhadap kualitas, harga, daya tahan aki bekas merk GS, dan kepuasan pengguna. Data dianalisis secara deskriptif menggunakan software statistik seperti SPSS atau Microsoft Excel untuk memahami tren umum dari responden. (Israel, G. D. (1992). Determining Sample Size. Gainesville: University of Florida)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Apakah anda pernah menggunakan aki mobil merek GS?

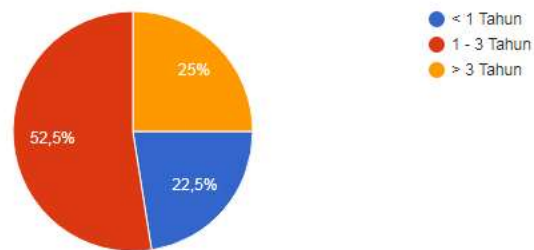
80 jawaban



Analisis Ekonomi Terhadap Produk Aki Bekas Merek GS

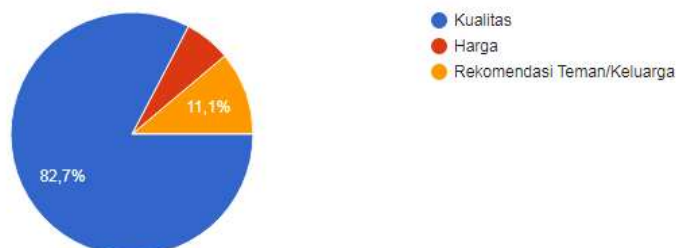
Berdasarkan data yang diberikan mengenai pernahkah responden menggunakan aki mobil merek GS, mayoritas responden mengaku pernah menggunakan aki mobil merek GS, dengan persentase sebesar 96,3%. Ini merupakan interval yang umum dianjurkan oleh pabrikan mobil untuk memahami faktor-faktor yang mendorong penggunaan aki GS dan meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan. Selain itu, ada juga 3,7% responden yang mengaku tidak pernah menggunakan aki mobil merek GS. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa kebanyakan pengguna mobil memilih interval pernah menggunakan aki mobil merek GS, meskipun ada juga yang lebih memilih tidak/belum pernah menggunakan aki mobil merek GS.

2. Jika Ya, sudah berapa lama anda menggunakan aki mobil merek GS tersebut?
80 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai usia pemakaian aki mobil merek GS, mayoritas responden 52,5% responden yang mengaku sudah menggunakan aki mobil merek GS selama 1 – 3 Tahun. Selain itu, ada juga 25% responden yang mengaku sudah menggunakan aki mobil merek GS selama lebih dari 3 Tahun, dan 22,5% lainnya yang mengaku sudah menggunakan aki mobil merek GS selama kurang dari 1 Tahun. Hasil ini dapat menjadi indikasi positif bagi merek GS, menunjukkan bahwa produk ini dapat diandalkan dan memiliki daya tahan yang baik di mata konsumen.

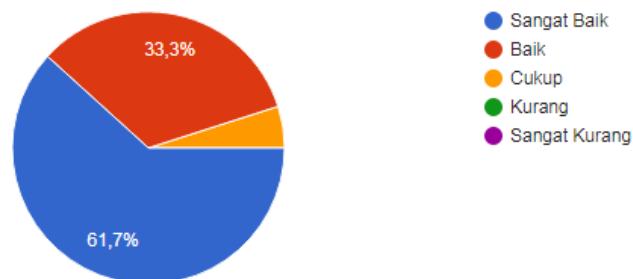
3. Apa alasan utama anda memilih menggunakan aki mobil merek GS?
81 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai alasan utama memilih menggunakan aki mobil merek GS, mayoritas responden 82,7%, memilih alasan kualitas sebagai faktor utama dalam memilih aki merek GS. Ini menunjukkan bahwa konsumen sangat menghargai kualitas produk, yang mungkin mencakup daya tahan, performa, dan keandalan aki tersebut. Selain itu 11,1% responden yang memilih harga sebagai alasan utama dan 6,2% responden yang memilih rekomendasi dari teman atau keluarga sebagai alasan utama. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun harga merupakan faktor penting, kualitas lebih dominan dalam pengambilan keputusan pembelian dan juga menunjukkan bahwa keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan penilaian kualitas daripada pengaruh eksternal. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa kualitas menjadi faktor utama yang mendorong pengguna untuk memilih aki mobil merek GS, menunjukkan bahwa merek ini mungkin memiliki reputasi yang kuat dalam hal performa dan keandalan.

4. Bagaimana anda menilai kualitas dari aki mobil merek GS?

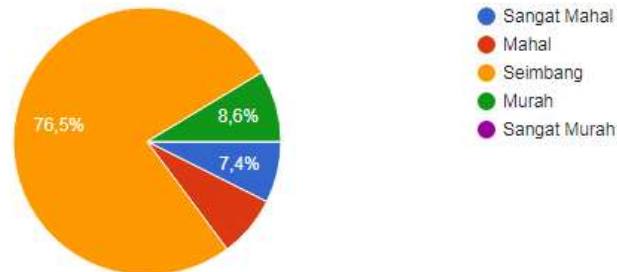
81 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai penilaian kualitas dari aki mobil merek GS, Sebagian besar responden, yaitu 61,7%, menilai kualitas aki merek GS sebagai "**sangat baik.**" Ini menunjukkan bahwa banyak pengguna merasa puas dan memiliki pengalaman positif dengan produk ini. Sekitar 34,6% responden memberikan penilaian "**baik.**" Ini menandakan bahwa meskipun tidak sekuat kategori "sangat baik," masih ada banyak pengguna yang merasa bahwa aki tersebut memenuhi harapan mereka. Hanya 4,9% responden yang menilai kualitasnya sebagai "**cukup.**" Ini menunjukkan bahwa sangat sedikit pengguna yang merasa kualitasnya kurang memuaskan. Tidak ada responden yang menilai kualitas aki merek GS sebagai "**kurang**" ataupun "**sangat kurang**" yang menandakan bahwa semua pengguna setidaknya merasa puas dengan produk ini. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kualitas aki mobil merek GS dengan sangat positif, dengan lebih dari 96% memberikan penilaian baik atau sangat baik.

5. Bagaimana anda menilai harga aki mobil merek GS jika dibandingkan dengan merek lain?

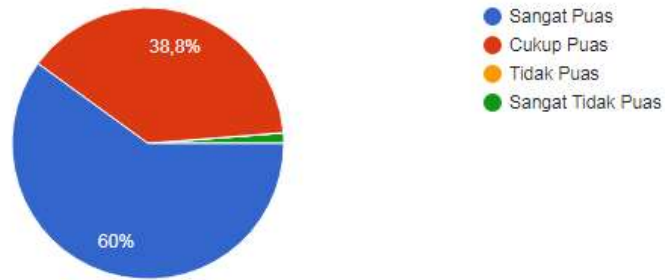
81 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai penilaian harga dari aki mobil merek GS, Mayoritas responden (76,5%) menilai harga aki merek GS sebagai "**murah.**" Ini menunjukkan bahwa banyak pengguna merasa harga yang ditawarkan cukup kompetitif dan sesuai dengan kualitas produk. Jumlah responden yang menilai harga sebagai "**mahal**" juga relatif kecil, yaitu (8,6%). Ini mengindikasikan bahwa meskipun ada beberapa yang merasa harga tinggi, mayoritas tidak melihatnya sebagai masalah besar. Sekitar (7,4%) responden memberikan penilaian "**sangat murah,**" menandakan bahwa mereka merasa harga tersebut sangat terjangkau. Sebagian kecil responden (7,4%) menganggap harga aki merek GS sebagai "**sangat mahal.**" Ini menunjukkan bahwa ada beberapa pengguna yang merasa harga tersebut tidak sebanding dengan nilai yang diberikan. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap harga aki merek GS cukup rendah jika dibandingkan dengan merek lain, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap harga aki merek GS cukup rendah jika dibandingkan dengan merek lain, yang dapat menarik lebih banyak pelanggan.

6. Seberapa puas anda dengan performa aki merek GS?

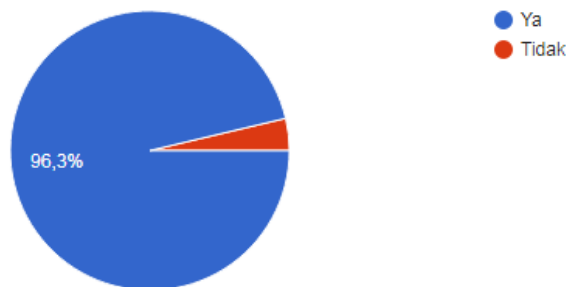
80 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai kepuasan pelanggan terhadap performa dari aki mobil merek GS, Mayoritas responden (60%) merasa “**Sangat Puas**” dengan performa aki tersebut. Sekitar (38,8%) responden merasa “**Cukup Puas**” dan hanya (1,2%) responden saja yang merasa “**Tidak Puas**” atau “**Sangat Tidak Puas**”. Secara keseluruhan, mayoritas responden menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap produk aki merek GS, dengan total 98,8% merasa puas. Ini menunjukkan bahwa produk ini memiliki reputasi yang baik di kalangan pengguna.

7. Apakah anda akan merekomendasikan aki mobil merek GS kepada orang lain?

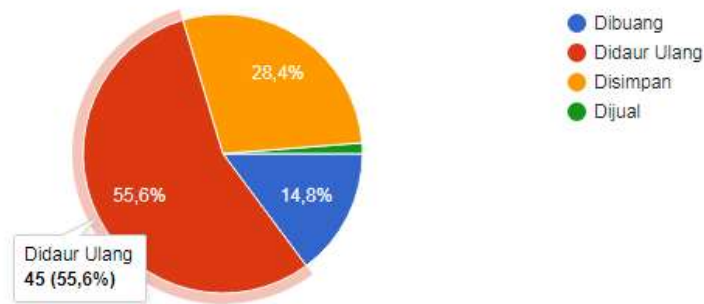
81 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai merekomendasikan aki mobil merek GS, Mayoritas responden (96,3%) menjawab “**Ya**” mereka akan merekomendasikan aki tersebut kepada orang lain. Hanya (3,7%) responden yang menjawab “**Tidak**”. Hasil ini menunjukkan bahwa hampir seluruh responden memiliki kepercayaan tinggi terhadap produk aki merek GS dan bersedia merekomendasikannya. Angka yang sangat tinggi ini mencerminkan kepuasan pelanggan yang baik, yang berpotensi meningkatkan reputasi dan penjualan produk tersebut.

8. Apa yang akan anda lakukan dengan aki bekas merek GS setelah tidak terpakai?

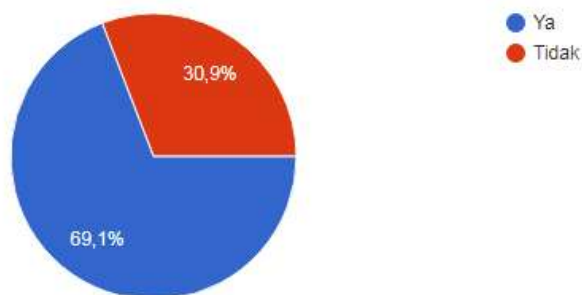
81 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai tindakan yang akan diambil responden terhadap aki merek GS setelah tidak terpakai, Mayoritas responden (55,6%) memilih untuk “**Dibuang**” ini dapat menunjukkan bahwa mereka tidak merasa ada nilai lebih atau kebermanfaatannya dari aki bekas tersebut. Dan sebagian (28,4%) responden memilih untuk “**Didaur Ulang**” yang mungkin menunjukkan kesadaran akan pentingnya daur ulang dan pengelolaan limbah. Hanya (14,8%) responden yang memilih “**Dijual**” yang bisa berarti kurangnya pasar atau minat untuk aki bekas. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan perlunya edukasi lebih lanjut mengenai pengelolaan aki bekas dan kemungkinan daur ulang yang ramah lingkungan.

9. Apakah anda mengetahui program daur ulang aki bekas dari GS?

81 jawaban

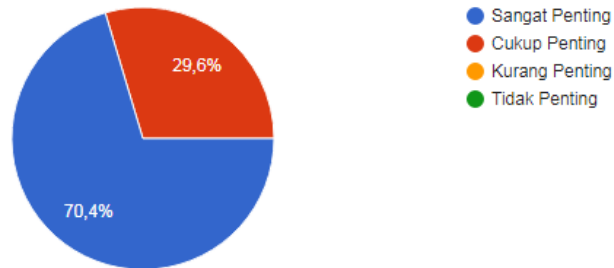


Berdasarkan data yang diberikan mengenai pengetahuan program daur ulang terhadap aki bekas merek GS, Mayoritas responden (69,1%) menjawab “**Tidak**”, ini menunjukkan kurangnya informasi atau sosialisasi mengenai inisiatif tersebut. Hanya (30,9%) responden yang menjawab “**Ya**” yang menunjukkan potensi untuk meningkatkan komunikasi dan edukasi tentang program daur ulang untuk meningkatkan kesadaran dan partisipasi. Secara

keseluruhan, hasil ini menunjukkan perlunya peningkatan komunikasi dan informasi mengenai program daur ulang aki bekas dari GS.

10. Seberapa penting bagi anda untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan, termasuk dalam hal pengelolaan aki bekas?

81 jawaban



Berdasarkan data yang diberikan mengenai pentingnya untuk menggunakan produk yang ramah lingkungan terhadap aki bekas merek GS, Mayoritas responden (70,4%) menilai “**Sangat Penting**”, ini menunjukkan adanya kesadaran yang tinggi mengenai isu lingkungan di kalangan konsumen. Hanya (29,6%) responden yang menilai “**Cukup Penting**”. Secara keseluruhan, hasil dari data tersebut. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kesadaran yang tinggi terhadap pentingnya produk ramah lingkungan, termasuk dalam pengelolaan aki bekas.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Aki mobil merek GS (Gelora Sinar) telah membangun reputasi yang kuat di pasar Indonesia berkat kualitas, daya tahan, dan inovasi teknologinya. Mayoritas konsumen memiliki persepsi positif terhadap produk ini, yang didukung oleh sejarah panjang dan pengalaman pengguna yang memuaskan. Faktor-faktor seperti layanan purna jual yang baik, harga yang kompetitif, serta upaya edukasi mengenai pemeliharaan dan daur ulang limbah turut mempengaruhi keputusan konsumen. Meskipun demikian, perusahaan perlu terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar dan memperhatikan tren serta preferensi konsumen yang terus berubah.

Secara keseluruhan, persepsi masyarakat terhadap kualitas aki mobil merek GS juga cenderung positif. Konsumen menghargai daya tahan, keandalan, dan inovasi yang ditawarkan oleh produk ini. Dengan terus meningkatkan kualitas aki mobil Indonesia. dan layanan, GS dapat mempertahankan posisinya sebagai salah satu merek terkemuka di pasar.

Saran

1. GS sebaiknya terus berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk memperkenalkan teknologi baru yang dapat meningkatkan performa dan efisiensi aki, seperti produk yang lebih ramah lingkungan.
2. Melanjutkan dan memperluas program sosialisasi mengenai pentingnya pemeliharaan aki dan daur ulang limbah. Ini dapat dilakukan melalui kampanye digital, seminar, atau kerja sama dengan bengkel resmi.
3. Memperkenalkan variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan spesifik berbagai jenis kendaraan dan preferensi konsumen, termasuk aki dengan fitur tambahan.
4. Memastikan layanan purna jual yang lebih responsif dan efektif, termasuk sistem garansi yang jelas dan dukungan teknis yang mudah diakses oleh konsumen.
5. Meningkatkan upaya pemasaran untuk memperkuat citra merek GS sebagai produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

Dengan menerapkan saran-saran ini, GS dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan posisinya sebagai salah satu pemimpin pasar dalam industri aki mobil di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad Fuazin, Zikry (2021). Strategi bisnis PT. Gelora Sinar : Usaha yang dipenuhi tantangan
- David A. Aaker (2003). Marketing Management. 14th edition. Pearson
- Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Penjualan, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Gelora Sinar (GS)
- Israel, G. D. (1992). Determining Sample Size. Gainesville: University of Florida.
- Muchlis Hidayat (2019). Strategi pemasaran yang baik
- Sekaran, Uma & Bougie, Roger. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. Wiley.
- Yohana Artha (2020). Peran aki sebagai sumber energi
- Zainul Arifin Imam Supardi (2020). Reputasi aki GS di kalangan pengguna kendaraan di Indonesia.