Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Polusi udara merupakan salah satu hal yang menjadi konsen tertinggi bagi semua orang baik dari masyarakat hingga pemerintah pusat, contoh bentuk dari polusi udara berupa kegiatan pembakaran bahan bakar fosil, industri, rumah tangga, pembakaran sampah, dan rokok. Dampak dari polusi udara adalah oksigen yang kurang bersih untuk makhluk hidup (Devana, 2019). Menurut Greenpeace Indonesia (2017) mengatakan kualitas udara yang ada di Jakarta sudah memasuki pada tingkatan yang tidak sehat dan jika dihirup dalam waktu yang panjang dapat menyebabkan Infeksi Saluran Pernafasan Akut (ISPA) terutama anak-anak sampai kanker paru-paru. Berikut merupakan data *Air Quality Index* (AQI) yang ada di DKI Jakarta selama bulan Agustus hingga September 2021:

Tanggal	AQI
25 Agustus	115
26 Agustus	133
27 Agustus	152
28 Agustus	151
29 Agustus	168
30 Agustus	155
31 Agustus	152
1 September	140
2 September	136
3 September	132
4 September	130

5 September	153
6 September	124
7 September	121
8 September	103
9 September	77
10 September	119
11 September	134
12 September	108
13 September	68
14 September	93
15 September	90
16 September	72
17 September	103
18 September	97
19 September	107
20 September	103
21 September	121
22 September	102

Tabel 1.1. Data Air Quality Index di DKI Jakarta

Sumber: https://www.iqair.com/id/indonesia/jakarta dan diolah sendiri

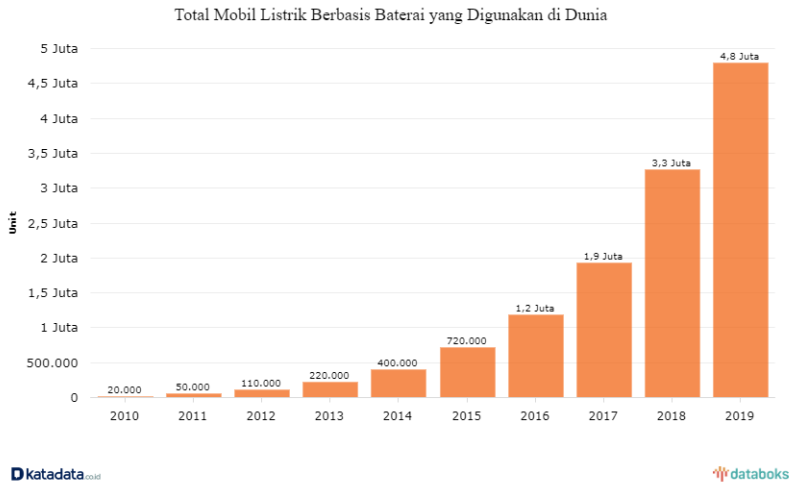
Pada tabel diatas, keterangan angka yang dapat dikatakan bahaya atau tidaknya menurut Kementerian Lingkungan Hidup Republik Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1 – 50 : Sehat
- 51 – 100 : Sedang
- 101 – 199 : Tidak sehat

- 200 – 299 : Sangat tidak sehat
- 300> : Berbahaya

Maka dari itu, hampir seluruh perusahaan otomotif sedang berlomba-lomba menciptakan kendaraan pengganti untuk melestarikan lingkungan terutama pada udara agar dapat menjaga kelangsungan hidup di bumi ini, yaitu dengan kendaraan listrik.

Pada pasar global, kepemilikan mobil listrik varian BEV dalam kurun waktu 10 tahun dari 2010 hingga 2019 memiliki tren yang signifikan per tahunnya, berikut merupakan tabel pemakaian mobil listrik BEV yang ada di dunia:



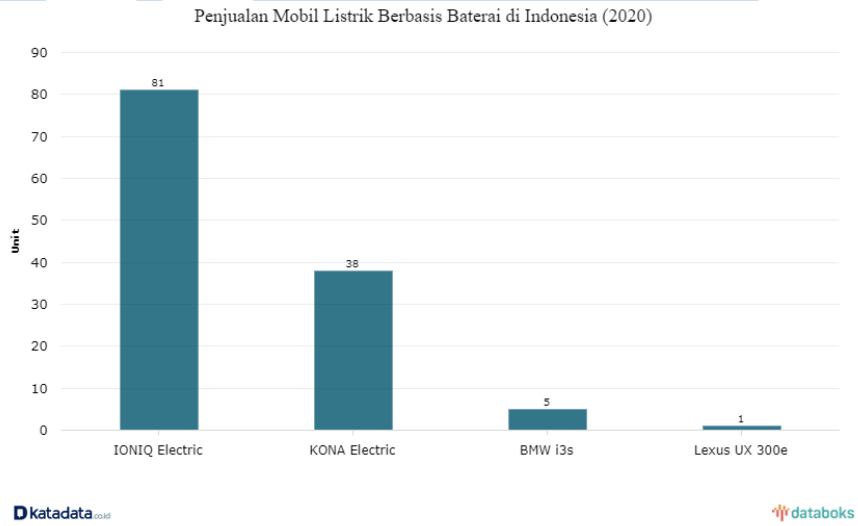
Gambar 1.1. Total Mobil Listrik BEV yang Ada di Dunia.

Sumber: databoks.katadata.co.id

Sejak tahun 2019 kemarin, Indonesia ini sedang bersiap untuk memunculkan varian kendaraan baru untuk dijadikan kendaraan pengganti Bahan Bakar Minyak (BBM), yaitu mobil berbasis listrik setelah Presiden Republik Indonesia ke 7 (tujuh) Joko Widodo menandatangani peraturan presiden (perpres) tentang mobil ramah lingkungan. Menurut artikel dari bisnis.com mengatakan penjualan mobil listrik di Indonesia mengalami

peningkatan yang signifikan pada tahun 2019 yang menyentuh angka 685 unit sampai tahun 2020 yang terjual 1.108 unit mobil listrik sehingga peningkatannya sebesar 61,75%. Hal ini membuktikan bahwa tren penjualan mobil listrik di pasar Indonesia akan meningkat di tahun-tahun berikutnya.

Dari data tahun 2020 rincian jumlah penjualan mobil listrik BEV di Indonesia lebih dominan oleh merek Hyundai, diikuti oleh BMW dan Lexus. Berikut gambar penjualan mobil listrik BEV yang ada di Indonesia:



Gambar 1.2. Merek Penjualan Mobil Listrik BEV Berdominan di Indonesia tahun 2020

Sumber: databoks.katadata.co.id

Minat warga Republik Indonesia dalam pembelian mobil listrik baterai termasuk diatas rata-rata ASEAN. Menurut CNBC Indonesia rata-rata keinginan membeli mobil listrik Baterai di Indonesia berada pada peringkat ketiga mencapai 41% dibawah dari Filipina sebesar 46%, dan Thailand sebesar 44%, dan mengungguli Malaysia sebesar 37% dan Vietnam sebesar 33% dalam minat pembelian mobil listrik berbasis baterai. Gaya hidup masyarakat muda di Indonesia kian sadar bahwa lingkungan menjadi potensi

penjualan mobil listrik di Indonesia karena tidak adanya emisi gas buang yang dihasilkan oleh kendaraan listrik (Supriyanto, 2019), pada saat ini masyarakat dalam negeri memiliki daya beli pembelian mobil listrik BEV. Sehingga kendaraan ini akan menjadi sebuah tren kendaraan terbaru untuk penjualan mobil listrik sekaligus menjaga lingkungan udara agar dapat sehat dalam jangka waktu yang panjang mengingat tingkat polusi udara masih sangat tinggi di seluruh dunia, dan masyarakat semakin sadar dengan membeli mobil listrik secara tidak langsung berkontribusi pada kelestarian lingkungan.

Menurut Sukandar (2019) Mobil listrik adalah kendaraan yang penggeraknya menggunakan motor yang ditenagai oleh listrik. Terdapat 3 jenis mobil listrik yaitu *Hybrid, Plug-in Hybrid* dan *Battery Electric Vehicle*. *Hybrid* adalah jenis kendaraan yang menggabungkan dua sumber daya yaitu menggunakan mesin Bahan Bakar Minyak (BBM) dan listrik sebagai cadangan yang diisi melalui putaran mesin mobil, *Plug-in Hybrid* adalah jenis kendaraan yang menggunakan teknologi yang sama dengan *Hybrid*, tetapi menggunakan sambungan listrik yang tersalurkan langsung dari sumber listrik. (Febriansyah, 2020) Sedangkan untuk *Battery Electric Vehicle* adalah jenis kendaraan listrik yang menggunakan baterai sebagai penggerak utamanya, sehingga tidak memerlukan BBM untuk menggerakannya dan tanpa emisi pembakaran internal. (Sukandar, 2019)

Hampir seluruh perusahaan otomotif yang ada di dunia sudah mengkaji dalam pengembangan mobil listrik terutama BEV yang diprakarsai oleh merek Tesla. Namun harga mobil listrik berjenis BEV untuk di pasar Indonesia masih tergolong cukup mahal, pada umumnya persepsi harga sangat berpengaruh pada pengambilan keputusan konsumen dalam memilih barang, tak terkecuali mobil. Mobil termasuk jenis barang yang memiliki keterikatan pengambilan keputusan konsumen yang tinggi (*High*

Involvement), persepsi harga menjelaskan informasi tentang suatu produk dan menyediakan arti yang mendalam untuk konsumen. (Kotler dan Keller, 2016).

Dilansir dari otosia.com, yang menjadi pertimbangan konsumen Indonesia membeli mobil listrik yang studinya dilakukan oleh Frost & Sullivan didukung oleh Nissan tersebut berjudul Future of Electric Vehicles in Southeast Asia yang dirilis pada Februari tahun 2018 di Singapura dalam acara Nissan Futures menyatakan 37% pembeli prospektif siap mempertimbangkan pembelian mobil listrik sebagai kendaraan mereka yang berikutnya. Konsumen di Filipina, Thailand dan Indonesia menjadi segmen yang menunjukkan ketertarikan tertinggi pada mobil listrik. Faktor-faktor dari Asia Tenggara adalah sebanyak 2 dari 3 konsumen menekankan keamanan sebagai faktor penting dalam membeli mobil listrik, pada faktor biaya, sebanyak 3 dari 4 konsumen menyatakan siap bermigrasi ke mobil listrik jika pajak kendaraan ditiadakan, dan faktor lainnya yang dapat mendorong keputusan pembelian mobil listrik adalah pemasangan fasilitas isi ulang di beberapa tempat seperti apartemen (70%), Jalur prioritas kendaraan listrik (56%), dan parkir gratis (53%). (Dhimas, 2018)

Menurut ketua umum *Gaikindo Indonesia International Auto Show* (GIIAS) Yohannes Nangoi mengatakan ditengah wabah COVID-19, trend penjualan mobil listrik BEV meningkat. Selama bulan Januari hingga Juni 2021 lalu penjualannya sebesar 306% atau sebesar 488 unit dari tahun 2020 lalu hanya 120 unit saja. Namun berbeda terhadap penjualan mobil konvensional selama bulan Januari hingga Juni 2021 yang lalu sebesar 50,8 % saja atau sebesar 500 ribu unit.

Menurut Priyanto (2019) harga mobil BEV berkisar antara Rp 600.000.000 (enam ratus juta Rupiah) hingga Rp 2.400.000.000 (dua milyar

empat ratus juta Rupiah). Sedangkan menurut ketua umum Gaikindo, harga mobil konvensional yang paling laku di pasar Indonesia seperti Avanza, Xenia, dan Ayla berkisar antara Rp 120.000.000 (seratus dua puluh juta Rupiah) hingga Rp 300.000.000 (tiga ratus juta Rupiah), sehingga konsumen yang ingin membeli mobil baru atau mengganti kendaraan menjadi mobil listrik harus berpikir panjang manfaat apa yang dapat diberikan untuk pengguna. Maka dari itu, Peneliti melakukan penelitian dengan judul "FAKTOR KEPEDULIAN LINGKUNGAN, PERSEPSI MANFAAT MONETER, PERSEPSI SIMBOLIK, PERSEPSI LINGKUNGAN, NORMA SUBJEKTIF, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP MINAT PEMBELIAN MOBIL LISTRIK BERBASIS BATERAI (BEV)."

1.2. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Mobil konvensional yang masih menggunakan BBM dapat menimbulkan polusi, sementara pemerintah pusat sudah membuka peluang untuk setiap merek kendaraan BEV untuk menjual kendaraanya di pasar Indonesia. Akan tetapi, pembelian kendaraan BEV masih sangat rendah akibat terganjal harga dan infrastrukturnya, selain itu gaya hidup masyarakat muda semakin sadar akan bahwa lingkungan menjadi konsen terpenting dimasa saat ini yang dimana penjualan mobil listrik baterai diatas rata-rata ASEAN. Sehingga perlu diteliti faktor-faktor apa yang orang akan membeli mobil BEV. Untuk itu pada penelitian ini akan dikaji pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah kepedulian lingkungan berpengaruh terhadap minat pembelian mobil BEV ?
2. Apakah persepsi manfaat moneter berpengaruh pada minat pembelian mobil BEV?

3. Apakah persepsi simbolik berpengaruh pada minat pembelian mobil BEV?
4. Apakah persepsi lingkungan berpengaruh pada minat pembelian mobil BEV?
5. Apakah norma subjektif mempengaruhi minat pembelian mobil BEV?
6. Apakah sikap konsumen mempengaruhi minat pembelian mobil BEV?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan Peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat pembelian mobil BEV.
2. Perpengaruh persepsi manfaat moneter terhadap minat pembelian mobil BEV.
3. Pengaruh persepsi simbolik terhadap minat pembelian mobil BEV.
4. Pengaruh persepsi lingkungan terhadap minat pembelian mobil BEV.
5. Pengaruh norma subjektif terhadap minat pembelian mobil BEV.
6. Pengaruh sikap konsumen terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang Peneliti lakukan adalah bertujuan untuk:

1.4.1. Bagi Peneliti

1.4.1.1. Peneliti dapat mengetahui pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.1.2. Peneliti dapat mengetahui pengaruh persepsi manfaat moneter terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.1.3. Peneliti dapat mengetahui pengaruh persepsi simbolik terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.1.4. Peneliti dapat mengetahui pengaruh persepsi lingkungan terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.1.5. Peneliti dapat mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.1.6. Peneliti dapat mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.2. Bagi masyarakat

1.4.2.1. Masyarakat mempunyai kesadaran dalam menjaga lingkungan.

1.4.2.2. Masyarakat mengetahui adanya mobil listrik yang dapat menjaga lingkungan.

1.4.2.3. Masyarakat dapat mengambil keputusan pada pembelian mobil.

1.4.3. Bagi perusahaan kendaraan mobil listrik

1.4.3.1. Perusahaan dapat mengambil keputusan berdasarkan implikasi manajerial pada penelitian ini.

1.4.3.2. Perusahaan dapat memberikan edukasi kepada masyarakat terkait mobil listrik adalah mobil ramah lingkungan.

1.4.3.3. Perusahaan dapat meningkatkan penjualan mobil listrik BEV di Indonesia.

1.4.4. Bagi peneliti selanjutnya

1.4.4.1. Peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh kepedulian lingkungan terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.4.2. Peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh persepsi manfaat moneter terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.4.3. Peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh persepsi simbolik terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.4.4. Peneliti peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh persepsi lingkungan terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.4.5. Peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh norma subjektif terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.4.4.6. Peneliti selanjutnya dapat mengetahui pengaruh sikap konsumen terhadap minat pembelian mobil BEV.

1.5. Batasan Penelitian

Batasan permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini menitikberatkan pada kendaraan listrik berbasis baterai (BEV).
2. Populasi pada penelitian ini ditargetkan ke wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi (JABODETABEK).

3. Faktor persepsi positif berdasarkan dari manfaat keuangan (*Perceived Monetary benefit*), simbol (*Perceived Symbol*), dan lingkungan (*Perceived Environment*).
4. Teori Perilaku Berencana berdasarkan pada faktor *Subjective Norm*, dan *Consumer Attitude.*
5. Kurun waktu penjualan mobil listrik diantara tahun 2018 hingga 2021.

1.6. Sistematika Penelitian

Dalam sistematika Penelitian pada penelitian ini, pembahasan yang dilakukan harus secara runtut agar dapat memberikan gambaran tentang alur yang tertuang dalam Penelitian penelitian. Sistematika Penelitian penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini Peneliti menguraikan 6 (enam) sub-bab yang terdiri dari Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB II : KERANGKA KONSEPTUAL

Pada bab ini Peneliti menguraikan konsep-konsep teori yang berkaitan dengan penelitian ini. Isi dari bab ini terdiri dari Tinjauan Teori, Model Penelitian, Hipotesis, dan Peneliti Terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini Peneliti menguraikan cara-cara dan metodologi dalam penelitian. Isi dari bab ini terdiri dari Gambaran Umum Objek Penelitian, Desain Penelitian, Populasi dan Sampel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, Operasionalisasi Variabel, Teknik Analisis Data, dan Uji Hipotesis.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini Peneliti membeberkan hasil dari analisa penelitian ini yang bersifat kuantitatif dan membahas data yang sudah diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Isi dari bab ini terdiri dari Karakteristik Responden, Analisis Statistik, Uji Hipotesis, dan Pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN

Pada bab terakhir ini terdiri dari kesimpulan dari penelitian ini dan saran-saran yang Peneliti buat dan berikan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA