

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

GESITS (*Garansindo Electric Scooter ITS*) adalah sepeda motor listrik nasional hasil karya anak bangsa mahasiswa ITS yang diproduksi oleh PT Wijaya Manufakturing. GESITS merupakan produk berwawasan lingkungan karena tidak menggunakan BBM dan tidak mengeluarkan gas emisi buangan dalam penggunaannya. GESITS bertujuan untuk mendorong konsumen dalam penggunaan kendaraan ramah lingkungan terkait isu lingkungan yang terjadi yaitu global warming yang diakibatkan oleh polusi kendaraan bermotor dan krisis BBM di Indonesia dan diperkirakan akan habis dalam 12 tahun mendatang. (WIKON, 2018). Dengan *green product* yang ditawarkan, diharapkan konsumen akan memiliki penilaian tersendiri terhadap GESITS melalui beberapa indikator pertimbangan yang memicu pada minat beli. Tahun 2018 GESITS masih dalam tahap pengenalan sebelum di produksi secara massal. GESITS baru akan diedarkan secara massal di Indonesia pada tahun 2019 mendatang. Keberadaan motor listrik di Indonesia yang masih terbilang belum terlalu eksis menyebabkan GESITS harus mampu memposisikan green brand nya secara maksimal di benak masyarakat Indonesia (CNN, 2018). Maka dari itu, hal tersebut menjadi sebuah tantangan bagi GESITS agar dapat memicu minat beli konsumen terhadap motor ramah lingkungan.

1.1.1 Profil Umum Perusahaan

PT Wijaya Manufakturing (WIMA) merupakan sebuah perusahaan baru hasil patungan PT WIKON dan PT GTI yang akan memproduksi GESITS (*Garansindo Electric Scooter ITS*) di pabrik yang berada di kawasan industri PT. WIKON di Cileungsi, Bogor, Jawa Barat. PT WIMA resmi menjadi anak perusahaan PT Wijaya karya Industri & Konstruksi dan di sahkan oleh Kementrian Hukum dan HAM dengan akta nomor 12 tertanggal 28 Juni 2018. Tidak sebatas memproduksi, PT WIMA bertekad terus mengembangkan GESITS agar mampu bersaing dan selaras

dengan kebutuhan konsumen di masa-masa mendatang. Sebuah usaha tanpa batas untuk menjadikan GESITS sebagai produk berkualitas kebanggaan bangsa Indonesia. Sebuah produk berwawasan teknologi modern yang siap bersaing di mancanegara untuk mendukung pergerakan masyarakat di berbagai lapisan (GESITS,2018).

GESITS teretus dari sebuah mimpi anak bangsa Indonesia yang ingin mewujudkan Indonesia mandiri dalam sektor transportasi, teknologi dan industri. Dimulai dengan kerjasama Garansindo dan Institut Teknologi Sepuluh November (ITS) di 2015 dengan semangat dan tekad "Merah Putih" yang besar. Dan kemudian, tepatnya pada 2016, GESITS lahir sebagai purwarupa kendaraan roda dua berpengerak listrik. Inilah sepeda motor hasil kerja keras penuh kedisiplinan anak bangsa yang akan membawa Indonesia ke masa depan lebih baik. GESITS sekaligus menjadi tonggak evolusi bersejarah bagi Indonesia. Sepeda motor ramah lingkungan ini membuktikan bahwa tingkat pemikiran dan karya Indonesia sanggup bersaing dalam kompetisi inovasi dan teknologi tinggi global yang ketat. *Sumber* (GESITS,2018).

Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi (Kemristekdikti) sangat mengapresiasi keberhasilan Garansindo dan ITS dalam menciptakan produk berteknologi tinggi. Kementerian Energi Sumber Daya Mineral (ESDM) bahkan menyebut GESITS sebagai solusi transportasi sepeda motor yang sangat di harapkan Pemerintah dalam menyambut era masa depan dan globalisasi. *Sumber* (GESITS,2018).

Dukungan dari dua Kementerian tersebut mendorong munculnya respon positif dari badan-badan Pemerintah lainnya. Sejalan dengan riset dan pengembangan GESITS yang terus berlanjut, sebuah kesepakatan kerja sama produksi, pemasaran, dan operasional model Triple helix yang dimediasi Kemristekdikti antara Akademisi-Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dan swasta ikut terjalin (GESITS,2018).

Dalam hal tersebut pihak-pihak Akademisi diwakili; Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS), Institut Teknologi Bandung (ITB), dan Universitas Sebelas Maret (UNS), sedangkan dari pemerintah/BUMN merupakan BUMN yang

memiliki keahlian dibidangnya, antara lain PT Wijaya Karya Industri dan Konstruksi (WIKON), PT. Pindad (Persero), PT. Len Industri (Persero), PT. Pertamina (Persero), PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) yang diwakili PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel), serta PT. Gesits Technologies Indo (GTI) dari pihak swasta (GESITS, 2018).

GESITS yang lahir dari keringat perjuangan anak-anak bangsa yang tidak mengenal lelah merupakan produk nasional yang membanggakan. GESITS adalah tonggak bersejarah Indonesia dalam mewujudkan inovasi berteknologi yang mandiri (GESITS, 2018).

1.1.2 Bidang Usaha

PT Wijaya Manufakturing bergerak di bidang usaha otomotif sebagai produsen motor listrik dengan merek GESITS yang merupakan hasil karya anak bangsa Mahasiswa ITS berkolaborasi dengan PT Garasindo dan PT Wijaya Karya Industri & Konstruksi (GESITS, 2018).

1.1.3 Logo GESITS

Logo dari motor GESITS di gambarkan pada Gambar 1.1:



Gambar 1.1 Logo GESITS

Sumber : GESITS, 2018

1.2 Latar Belakang Penelitian

Pemanasan Global akhir-akhir ini menjadi isu yang dihadapi oleh masyarakat dunia terkait permasalahan yang terjadi di Lingkungan Hidup sekitar. Pemanasan Global adalah peristiwa meningkatnya suhu bumi sebagai dampak dari efek rumah kaca. Efek rumah kaca diakibatkan oleh pantulan sinar matahari yang terperangkap di atmosfer karena adanya penumpukan gas *Karbon dioksida (CO₂)*, *Nitrogen oksida (N₂O)*, *Metana (CH₄)*, *sulfurheksaflorida (SF₆)*, *perflorokarbon (PFCs)*, dan *hidroflorokarbon (HFCs)*. Ketimpangan terjadi antara laju peningkatan jumlah gas rumah kaca dengan tumbuhan-tumbuhan sebagai penyerap karbon dioksida tidak mampu berimbang sehingga menyebabkan suhu bumi semakin panas. (WWF, 2017)

Suhu bumi mencapai angka tertinggi selama 3 tahun terakhir. Tahun 2015, 2016 dan 2017 merupakan trio tahun dengan suhu bumi terpanas yang pernah tercatat. Berikut merupakan tabel urutan tahun dengan suhu terpanas yang dilansir dari *Annual Report National Centers for Environmental Information NOAA* digambarkan pada Tabel 1.1:

Tabel 1.1 Urutan Tahun dengan Suhu Terpanas Periode 1880-2017

<i>Periode of Record</i> <i>1880-2017</i>	<i>Year</i>	<i>Anomaly (C°)</i>
1	2016	0.94
2	2015	0.90
3	2017	0.84
4	2014	0.74
5	2010	0.70
6	2013	0.67
7	2005	0.66
8	2009	0.64
9	1998	0.63
10	2012	0.62

Sumber: NOAA, 2017

Berdasarkan data yang didapat dari *annual report* NOAA tahun 2017, tahun 2015-2017 merupakan tahun terpanas yang pernah terjadi. Tahun 2016 dicatat sebagai suhu bumi paling panas dengan anomali mencapai 0.94 C; Tahun 2015 dengan anomali mencapai 0.90 ; Tahun 2017 dengan anomali mencapai 0,84.

NOOA menyatakan tahun 2017 adalah tahun terpanas sejak rekor global dimulai tanpa adanya dorongan tambahan oleh siklus iklim alami *El Niño*. Tanpa dorongan *El Niño*, suhu bumi di tahun 2017 sudah sangat panas dan masuk dalam 3 tahun dengan rekor tahun terpanas yang dicatat oleh NOAA. (Climate, 2018)

Salah satu faktor utama yang menyebabkan terjadinya kenaikan suhu bumi adalah gas karbondioksida (*CO2*). Dilansir dari laporan WMO *Greenhouse Gas Bulletin (GHG Bulletin)* , gas *CO2* menyumbang sekitar 80% dalam proses efek rumah kaca (WMO, 2018). Pada tahun 2017 tingkat gas *CO2* di atmosfer global adalah 405,0 ppm, dengan kisaran ketidakpastian plus atau minus 0,1 ppm. Tingkat karbon dioksida tahun 2017 lebih tinggi daripada setidaknya dalam 800.000 tahun terakhir. (Climate, 2018)

Emisi bahan bakar fosil adalah penyumbang terbesar konsentrasi *CO2* sejak era pra-industri. Manusia menggunakan bahan bakar fosil dalam kegiatan aktivitasnya. Salah satunya adalah penggunaan bahan bakar untuk kendaraan. (WWF, 2017)

Masyarakat dinilai mulai peka terhadap kondisi lingkungan dengan membangun kepedulian terhadap lingkungan. Salah satunya dibuktikan dengan banyaknya organisasi lingkungan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran khalayak akan kelestarian lingkungan. *Greenpeace* adalah salah satu organisasi pecinta alam global yang tersebar di 40 negara salah satunya Indonesia. *Greenpeace* berperan aktif dalam pelestarian lingkungan khususnya pada isu kerusakan lingkungan yang diakibatkan oleh polusi. Di tahun 2018 *Greenpeace* memiliki 72 juta *volunteer* yang tersebar di seluruh dunia (Greenpeace, 2017). Selain *Greenpeace* terdapat banyak komunitas pecinta lingkungan dengan jumlah *volunteer* yang jumlahnya tidaklah sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat mulai memberi perhatian terhadap isu lingkungan yang terjadi dan kesadaran untuk hidup dengan cara yang lebih sehat.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh WWF Indonesia dan Nielsen survey pada tahun 2017 menunjukkan sebanyak 63% konsumen Indonesia bersedia mengkonsumsi produk ramah lingkungan dengan harga yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan peningkatan kesadaran konsumen yang signifikan terhadap konsumsi produk ramah lingkungan dan mengindikasikan kesiapan pasar domestik menyerap produk-produk yang diproduksi secara berkelanjutan. Survei persepsi konsumen dilakukan WWF dan Nielsen terhadap 916 responden di Jakarta, Medan, Surabaya, Denpasar, dan Makassar yang mewakili konsumen kelas menengah ke atas berusia 15-45 tahun. Survei dilakukan di bulan Juni hingga Juli 2017. Alasan dominan yang melatarbelakangi persepsi konsumen ini adalah efek pemanasan global yang langsung dirasakan, rasa tanggung jawab atas dampak lingkungan yang dihasilkan dari aktivitas konsumsi sehari-hari (61%) serta perasaan bahagia karena telah berkontribusi pada upaya pelestarian lingkungan (52%). (WWF, 2017)

Perusahaan mulai melakukan upaya untuk turut serta meminimalisir faktor penyebab pemanasan global. *Trend going green* yang mulai menarik perhatian masyarakat dimanfaatkan produsen untuk menciptakan inovasi produk yang ramah lingkungan. Perusahaan menawarkan produk hijau untuk mengindikasikan perusahaan tersebut menuju kelestarian lingkungan. Perusahaan mencari cara baru untuk memposisikan *green brand* ke dalam benak konsumen untuk dapat berkompetisi di suatu pasar. Menurut Marcus dan Freneth (2009); Oliver dan Lee (2010) dalam Suki (2016) di industri otomotif, Honda, Toyota, GM dan lain-lain memperlihatkan dukungan mereka terhadap lingkungan melalui green brand dengan mengadopsi teknologi hijau pada manufaktur kendaraan listrik dengan memanfaatkan bahan baku ramah lingkungan untuk mengurangi gas emisi rumah kaca yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan.

Tahun 2018, Kementerian Perindustrian menyerahkan Penghargaan Industri Hijau Tahun 2018 kepada 143 perusahaan yang terdiri dari 87 perusahaan mendapat level 5 dan 56 perusahaan dengan level 4. Klasifikasi penghargaan industri hijau dimulai dari level 1 sampai 5, di mana level 5 merupakan peringkat tertinggi sebagai bentuk apresiasi kepada perusahaan yang telah menerapkan prinsip-prinsip industri hijau, Peserta Penghargaan Industri Hijau tahun 2018 terdiri dari berbagai sektor,

antara lain industri semen, petrokimia, gula, karet remah, kelapa sawit, oleo kimia, pupuk, kertas, tekstil, garmen, besi dan baja, pestisida, otomotif, keramik, kaca, refinery dan hydrogenasi, Makanan, serta jamu dan farmasi. Selanjutnya, industri penyedap rasa nukleotide dan glutamate, pembersih dan pengemasan benih, air minum dalam kemasan (AMDK), minyak goreng, komponen otomotif, penyamakan kulit, pulp, minyak goreng, minyak pelumas bekas, daur ulang plastik, carbon black, minuman ringan kopi, susu, kembang gula, peleburan tembaga, sarung tangan sintetis, cat, serta kakao. Tujuannya adalah untuk mendorong pelaku industri hijau agar dapat bersaing secara global dan membantu pelestarian lingkungan dari efek rumah kaca. (SWA, 2018)

Indonesia merupakan negara berkembang dengan jumlah penduduk terpadat ke- 4 sedunia pada tahun 2018 yaitu 265 juta jiwa dilansir dari data *The Spectator Index*. (Okezone, 2018)

Terdapat 111 juta kendaraan bermotor yang terdaftar di tahun 2018 dilansir dari Korlantas (2018). Angka tersebut didominasi oleh jumlah kendaraan motor yang berkontribusi sebesar 82% atau berjumlah 91.085.532 unit kendaraan-sepeda motor. Jumlah kendaraan terdaftar di Korlantas Mabes Polri tertanggal 1 Januari 2018 di jabarkan pada Gambar 1.2:

NO	NAMA PULAU	MP	BUS	MB	SPD MOTOR	RANSUS	TOTAL	%
1	Jawa	9,494,410	88,524	2,141,465	56,153,859	41,674	70,078,792	62.81%
2	Sumatera	2,257,408	24,411	1,054,711	20,045,216	17,502	23,925,407	21.44%
3	Kalimantan	472,065	7,732	324,097	5,568,617	2,677	6,376,694	5.72%
4	Sulawesi	473,755	3,793	184,435	3,368,624	1,235	4,397,268	3.94%
5	Bali	373,658	7,481	137,861	3,210,911	722	3,730,636	3.34%
6	Nusa Tenggara	117,344	3,418	88,730	1,941,485	638	2,152,081	1.93%
7	Papua	48,632	832	30,052	558,337	348	646,090	0.58%
8	Maluku	15,870	184	9,526	238,483	176	264,271	0.24%
TOTAL		13,253,142	136,375	3,970,877	91,085,532	64,972	111,571,239	

Gambar 1.2 Data Jumlah Kendaraan Terdaftar di Indonesia Tahun 2018

Sumber: Korlantas, 2018

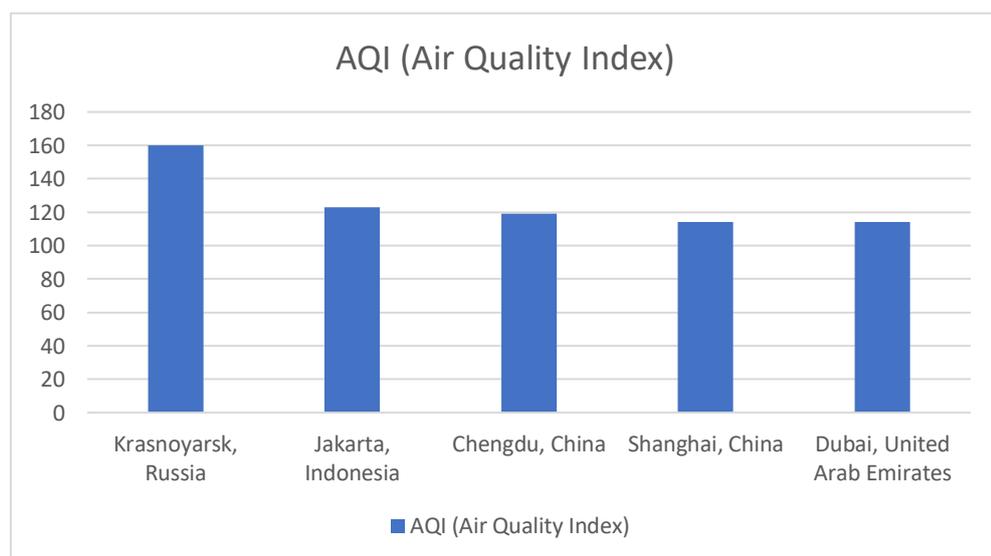
Jumlah kendaraan sepeda motor di Pulau Jawa mencapai 56.153.859 unit atau berkontribusi sebesar 62% dari total keseluruhan jumlah unit kendaraan sepeda

motor di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah unit kendaraan tersebut maka tingkat gas emisi yang dihasilkan dapat dikatakan tidaklah rendah.

Jakarta adalah ibu kota dari negara Indonesia. Menurut Direktur Eksekutif Perhimpunan Studi Pengembangan Wilayah Syahrial Loetan, terdapat sebanyak 18 juta kendaraan bermotor yang beredar di jalanan Jakarta. (*Sumber: Detik, 2018*)

Jakarta menyandang predikat kota dengan tingkat polusi tertinggi kedua di dunia. Hal tersebut didukung oleh data *AirVisual* mengenai peringkat kota dengan tingkat polusi terburuk di dunia (Merdeka, 2018). Peringkat kota dengan tingkat polusi terburuk di dunia di gambarkan pada Grafik 1.1:

Peringkat Kota dengan Polusi Terburuk di Dunia



Grafik 1.1 Peringkat Kota dengan Tingkat Polusi Terburuk di Dunia

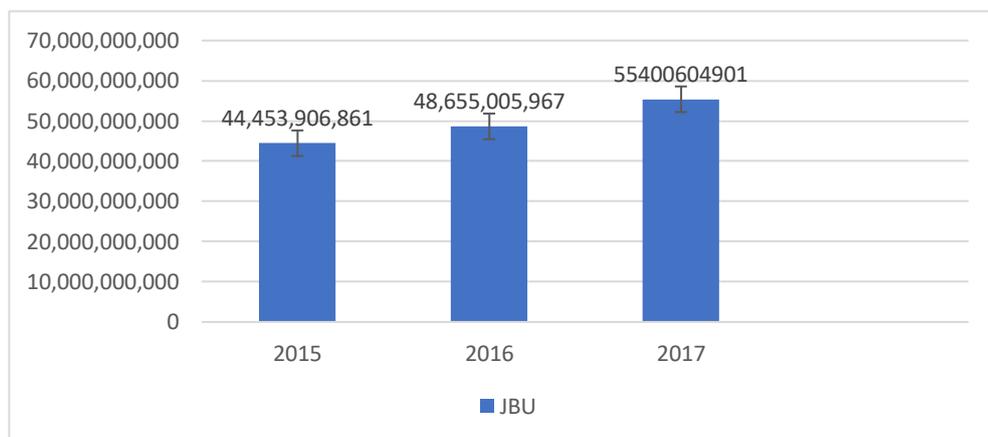
Sumber: Merdeka, 2018

Grafik 1.1 merupakan grafik peringkat kota dengan tingkat polusi terburuk di dunia menunjukkan Kota Krasnoyarsk, Russia berada di peringkat pertama dengan tingkat AQI 160 sedangkan Kota Jakarta berada di peringkat kedua dengan tingkat AQI 123. Kemudian di peringkat ketiga Chengdu, China dengan tingkat AQI 119; peringkat keempat Shanghai, China, dengan tingkat AQI 114 dan peringkat kelima Dubai, Uni Emirat Arab dengan tingkat AQI 114.

Tingkat polusi yang beredar disebabkan oleh gas emisi yang dihasilkan kendaraan dari penggunaan Bahan Bakar Minyak Umum (*Premium, Peralite, Pertamax*). Tingkat konsumsi akan Bahan Bakar Minyak Umum di Indonesia cenderung naik. (CNN, 2018)

Data BPH Migas terkait tingkat konsumsi BBM jenis umum dalam negeri selama 3 tahun terakhir yaitu 2015, 2016 dan 2017 yang di gambarkan dalam Grafik 1.2:

**Tingkat Konsumsi Bahan Bakar Minyak Umum
Tahun 2015-2017**



Grafik 1.2 Tingkat Konsumsi BBM Jenis Umum 2015-2017

Sumber: Migas, 2017

Grafik 1.2 merupakan grafik tingkat konsumsi BBM tahun 2015-2017 menunjukkan terjadi peningkatan volume Jenis Bahan Bakar Umum (JBU) yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia selama 3 tahun terakhir. Tahun 2015 volume JBU yang dikonsumsi sebesar 44,4 juta Kl ; Tahun 2016 volume JBU yang dikonsumsi sebesar 48,6 juta Kl ; Tahun 2017 volume JBU yang dikonsumsi sebesar 55,4 juta Kl.

Tahun 2018 diperkirakan oleh Kepala BPH Migas Fanshurulloh bahwa asumsi Bahan Bakar Minyak Umum sebanyak 51,3 Kilo Liter. (CNN, 2018)

Banyaknya jumlah kendaraan bermotor yang beredar dan peningkatan volume konsumsi BBM masyarakat Indonesia tiap tahunnya mengakibatkan cadangan BBM yang dimiliki Indonesia berkurang tiap tahunnya. Indonesia dianggap rakus akan BBM karena tingkat konsumsinya melebihi kemampuan

produksi BBM itu sendiri. Hal tersebut didukung oleh pernyataan Humas SKK Migas Dian Sulistiawan yaitu, *“Tingkat konsumsi bahan bakar minyak secara nasional mencapai 1,6 juta barel per hari, sedangkan kemampuan produksi hanya 834 ribu barel per hari dan industri hulu migas sedang mengalami krisis kesulitan untuk produksi yang disebabkan oleh kurang baiknya investasi pada sektor migas.”* Ungkap Dian Sulistiawan saat membuka media gathering, seminar hulu migas dan media kompetisi 2017 di Belitung. (Ekonomi, 2018).

Ketidakseimbangan yang terjadi antara konsumsi dan produksi BBM menjadi suatu tantangan bagi sektor migas untuk mencari sumber minyak dan gas bumi baru dalam kondisi krisis yang terjadi sehingga menyebabkan jumlah produksi BBM dalam negeri kesulitan mengimbangi tingkat konsumsi masyarakat yang trennya terus naik. (CNN, 2018)

Tidak imbangnya produksi dan konsumsi BBM membuat Indonesia ketergantungan minyak impor. Berdasarkan data wordtopexports (2017), sepanjang tahun 2017 nilai impor minyak mentah Indonesia mencapai US\$ 8,2 miliar atau setara Rp 117,2 triliun (dengan kurs Rp 14.300). Nilai ini menjadikan Indonesia sebagai importir crude (minyak mentah) terbanyak kedua di Asia Tenggara. Peringkat 1 dan 2 masing-masing diduduki oleh Singapura sebanyak US\$ 21,4 miliar dan Thailand US\$ 20,1 miliar. Adapun rincian peringkatnya adalah sebagai berikut:

1. Singapura US\$ 21,4 miliar
2. Thailand US\$ 20,1 miliar
3. Indonesia US\$ 8,1 miliar
4. Malaysia US\$ 3,9 miliar
5. Filipina US\$ 3,5 miliar
6. Brunei Darussalam US\$ 1,6 miliar
7. Vietnam US\$ 93,2 juta

Indonesia berada pada posisi ke-3 (tiga), bukan berarti Indonesia lebih baik ketimbang Singapura atau Thailand. Indonesia masih mengimpor BBM dengan skala besar karena keterbatasan kapasitas kilang dan jenis bensin yang dikonsumsi.

Data terakhir Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan Indonesia impor hasil minyak sebanyak 10 juta ton untuk Januari-Mei 2018 (CNBC, 2018).

Wakil Menteri Energi Sumber Daya Mineral (ESDM), Arcandra Tahar menegaskan bahwa di tahun 2018 Indonesia memiliki cadangan minyak bumi sekitar 3,3 miliar barel. Dengan asumsi produksi konstan 800.000 per hari tanpa adanya temuan cadangan baru, maka dalam 11 hingga 12 tahun ke depan Indonesia tidak mampu memproduksi minyak bumi lagi. (CNN, 2018).

Teknologi yang ramah terhadap lingkungan dianggap dapat memberikan solusi terhadap isu lingkungan yang terjadi. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Staff Ahli Menteri Perhubungan Bidang Teknologi, Lingkungan, dan Energi, Prasetyo Boeditjahjono yaitu bahwa Indonesia sudah tidak memiliki pilihan lain dan sudah seharusnya mobilisasi di Indonesia menggunakan pemanfaatan tenaga listrik. Prasetyo Boeditjahjono juga mengatakan bahwa Presiden Joko Widodo kerap menyinggung soal pemanfaatan tenaga listrik untuk transportasi di Indonesia. (Tirto, 2017)

GESITS (Garansindo Electric Scooter ITS) adalah sepeda motor listrik nasional hasil karya anak bangsa mahasiswa ITS yang berkolaborasi dengan PT. Garasindo dan PT. Wijaya Karya Industri & Konstruksi dalam produksinya. (GESITS, 2018)

GESITS memosisikan mereknya sebagai motor listrik nasional ramah lingkungan tanpa mengeluarkan gas emisi buangan. Walaupun GESITS belum beredar di pasaran, popularitas GESITS sudah terdengar sejak tahun 2014. Hal ini dipertegas dengan ungkapan Harun Sjech yang merupakan CEO PT Gesits Technologies Indo bahwa terdapat jutaan artikel mengenai GESITS yang beredar sejak tahun 2014. (Grid, 2018)

GESITS masih dalam tahap penyempurnaan produk kepada publik sebelum di produksi secara massal di Indonesia dengan harga Rp. 20.000.000 per unit. (Merdeka, 2018)

GESITS sudah memperkenalkan produknya ke khalayak sejak beberapa tahun silam. GESITS pertama kali diperkenalkan dalam bentuk purwarupa di pameran Indonesia International Motor Show (IIMS) 2015. (Kumparan, 2018)

Tahun 2016, GESITS secara resmi diperkenalkan pada 4 Mei 2016 di Gedung Riset Mobil Listrik ITS, Surabaya. (*Sumber*: Detik, 2016). GESITS dipamerkan di acara Ritech Expo 2016 yang berlangsung pada 10-13 Agustus 2016 di Pusat unggulan Iptek (PUI), Solo. (*Sumber*: Risetdikti, 2016). GESITS melakukan uji coba kendaraan 1.200 km dengan tajuk *Tour de Java Bali* pada tanggal 7-13 November 2016 yang dilepas oleh Presiden Joko Widodo di Jakarta dan berakhir di Gedung DPRD Kota Bali disambut oleh Menteri Riset Teknologi dan Pendidikan Tinggi Muhammad Nasir serta Gubernur Bali, Made Mangku Pastika dan Presiden Indonesia Automotive Institute Made Tangkas. (CNN, 2016).

Tahun 2017, GESITS ditampilkan di acara Musyawarah Nasional (MUNAS) Himpunan Pengusaha Alumni (HIPA) ITS 2017 di Nifarro park, Jakarta Selatan. (*Sumber*: Tribun, 2017). GESITS dipamerkan di Gedung Kementrian Energi Sumber Daya Mineral (ESDM) pada tahun 2017. (Today, 2018).

Tahun 2018, GESITS ditampilkan di Pameran Hartekna Ritech Expo 2018 di Pekanbaru, Riau. (*Sumber*: Tribun, 2018). GESITS dijajalkan oleh Presiden Joko Widodo pada Rabu, 7 November 2018 di Komplek Istana Kemerdekaan. (Tribun, 2018).

Berbagai acara telah GESITS ikuti dan berbagai media yang telah menulis berita mengenai GESITS membuat brand dari GESITS sudah santer terdengar bagi beberapa khayalak. GESITS dianggap dapat membawa *trend* baru dalam teknologi kendaraan berbahan bakar listrik dan mejadi pendobrak bagi perusahaan otomotif lainnya untuk turut serta menggunakan bahan bakar listrik terkait isu lingkungan yang sudah santer terdengar di mana-mana. Muhammad Al Abdullah, CEO Garansindo Group menyatakan bahwa GESITS menjadi solusi kendaraan alternatif untuk menuju kemandirian ekonomi dan mendukung *Go Green*. Hal ini menjadi tantangan bagi GESITS sendiri untuk dapat memberikan hasil yang maksimal untuk calon konsumen terhadap spesifikasi dari motor GESITS. (Liputan6, 2017)

Berbeda dengan motor konvensional yang menggunakan Bahan Bakar Minyak (BBM) sebagai bahan bakarnya, GESITS menggunakan listrik sebagai bahan bakar utamanya. Spesifikasi utama motor GESITS digambarkan pada Gambar 1.3:



Gambar 1.3 Spesifikasi utama motor GESITS

Sumber: WIKON, 2018

Gambar 1.3 merupakan spesifikasi utama motor GESITS. GESITS menggunakan Baterai *Lithium-ion* sebesar 5 Kwh sebagai bahan bakar listriknya. Pengisian baterai memakan waktu 3-4 jam. Untuk sekali pengisian, Motor GESITS dapat menempuh jarak 60-70 Km dengan kecepatan maksimum 100 Km/jam setara dengan 125 cc motor yang menggunakan BBM. GESITS menggunakan teknologi smart phone yang berfungsi sebagai monitor indikator bensin dan *speedometer*. Sehingga performa dari baterai dapat dilihat dimanapun dan kapanpun. Selain itu GESITS memberikan kemudahan penggantian baterai dengan *system swap* (tukar tambah). Dengan sistem ini, para konsumen dapat melakukan penggantian baterai di tempat fasilitas umum termasuk SPBU maupun minimarket. Kemitraan dilakukan GESITS bersama Perusahaan Listrik Nasional (PLN) dan PT Pertamina (Persero) dalam penyediaan stasiun penggantian baterai isi ulang di setiap SPBU. (WIKON, 2018). Dalam segi efisien, antara motor GESITS dengan motor konvensional BBM digambarkan dalam Tabel 1.2:

Tabel 1.2 Perbandingan Motor GESITS dengan Motor Konvensional

Honda Vario	Item/ Description	GESITS Motor
125cc		
15.600 km	Typical Odo/Year	15.600 km

47.6 km/L	Fuel/ Electricity Consumption	18 km/kWh
7.500 Rp/L	Fuel/ Electricity price	1.458 Rp/kWh
Rp. 2.457.983	Running Cost/ Year	Rp. 1.263.600
Rp. 174.000	Service Cost/ Year	Rp.82.000
6.3 Kw/10.8 Nm	Power/ Torque	5 kW/ 15 Nm
109 kg	Weight	105 kg (include battery)
2 Persons	Passenger Capacity	2 Persons

Sumber: WIKON, 2018

Tabel 1.2 merupakan perbandingan antara motor GESITS dengan Honda Vario 125 cc sebagai motor konvensional. Untuk odometer, GESITS dan Vario memiliki angka jarak tempuh yang sama yaitu sejauh 15.600 Km/ Tahun. Untuk konsumsi bahan bakar, Vario dapat menempuh 47,6 Km/L dengan harga Rp. 7.500/L Bahan Bakar Umum sedangkan GESITS dapat menempuh 18 Km/Kwh dengan harga Rp.1.458/kWh. Perawatan kendaraan merupakan suatu hal penting untuk dilakukan agar kendaraan selalu terjaga performanya dan perawatan kendaraan menimbulkan beban biaya yang harus dikeluarkan tiap tahunnya. Biaya service yang dibebani Vario adalah senilai Rp.172.000 per tahunnya. Sedangkan biaya *service* GESITS adalah Rp. 82.000 per tahunnya. Biaya service GESITS lebih murah dibandingkan motor konvensional karena motor listrik tidak memerlukan banyak perawatan karena tidak perlu ganti oli dan cek kondisi mesin. Perawatan dilakukan hanya pada kaki-kaki motor, penggantian ban dan kampas rem. Vario menggunakan mesin berkekuatan 8,3 KW dengan torsi yang dihasilkan yaitu 10.8 Nm. Sedangkan GESITS menggunakan mesin berkekuatan 5 KW dengan torsi yang dihasilkan yaitu 15 Nm. Vario memiliki berat 109 Kg sedangkan GESITS memiliki berat 105 Kg termasuk baterai yang terpasang. Hal ini membuktikan

bahwa motor GESITS lebih ringan dibandingkan motor konvensional pada umumnya. Dan untuk kapasitas, Vario dan GESITS sama-sama berkapasitas dua orang. Maka berdasarkan data tersebut GESITS dinilai lebih efisien dalam penggunaannya dibandingkan motor konvensional pada umumnya. Motor listrik menjadi alternatif pilihan bagi kendaraan roda dua yang ekonomis.

Menjelang peluncuran GESITS pada bulan November 2018 mendatang, melalui website resmi GESITS, PT WIMA mulai memberikan gambaran penampakan dari motor listriknya yang tertutup oleh kain merah putih seperti Gambar 1.4:



Gambar 1.4 Penampakan motor GESITS menjelang launching

Sumber: GESITS, 2018

Gambar 1.4 merupakan penampakan motor GESITS yang ditutupi kain merah putih. Hal ini dilakukan PT WIMA sebagai pertanda bahwa GESITS akan diluncurkan dalam waktu dekat ini. Selain dalam website resmi, penampakan motor GESITS juga mulai di pamerkan PT WIMA melalui platform media social instagram gesits yang semakin aktif dalam memberikan info seputar GESITS. Berikut merupakan tampilan akun resmi instagram GESITS yang digambarkan pada gambar 1.5:



Gambar 1.5 Timeline Instagram dan foto motor GESITS

Sumber: Instagram, 2018

Gambar 1.5 merupakan tampilan dari timeline akun resmi GESITS dengan nama gesits_indonesia. Menjelang peluncurannya, akun instagram GESITS semakin aktif untuk mengirim konten terkait info yang berkaitan dengan GESITS. Selain itu GESITS juga telah memposting gambaran dari motor GESITS yang ditutupi dengan kain merah putih seperti gambar yang terdapat di website resminya menjelang peluncuran GESITS yang rencananya akan dilakukan pada Tahun 2019 mendatang.

Dukungan pemerintah dianggap sangat berpengaruh terhadap eksistensi motor listrik di Indonesia. Pemerintah mendorong pengembangan mobil dan motor listrik di Indonesia dan menargetkan pada tahun 2025 mendatang porsi produksi kendaraan roda empat berbasis listrik mencapai 20 persen. Hal ini didukung adanya Perpres No.22 tahun 2017 tentang kebijakan energi nasional Mengenai rencana pengembangan kendaraan bertenaga listrik/hybrid pada tahun 2025 sebesar 2200 unit untuk roda 4 dan 2.1 juta unit untuk kendaraan roda 2 dan Penyusunan

kebijakan insentif fiskal untuk produksi mobil/motor listrik bagi pabrikan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. (WIKON, 2018)

Pemerintah di tahun 2018 saat ini masih dalam proses pembuatan regulasi yang cocok untuk motor listrik agar dapat beredar di jalan raya secara legal dan aman. Regulasi baru terkait penggunaan motor listrik adalah Peraturan Menteri Perhubungan Nomor 33/2018 tentang Pengujian Tipe Kendaraan Bermotor yang baru, diundangkan pada 24 April 2018. Aturan tersebut menggantikan peraturan sebelumnya yang tertera pada Keputusan Menteri Nomor KM. 9 tahun 2004 tentang Pengujian Tipe Kendaraan Bermotor. Lebih gamblang pada Permenhub 33/2018 tersebut, menyertakan Persyaratan Teknis dan Laik Jalan Kendaraan Bermotor dengan Motor Listrik. Definisi kendaraan listrik sudah tercantum Pada BAB I terkait dengan ketentuan umum pasal 1 nomor 30. Pada pasal 9 ayat 5 juga disebutkan lima kategori kendaraan listrik yang wajib memenuhi persyaratan teknis dan lain jalan, seperti sepeda motor listrik, mobil penumpang listrik, mobil bus listrik, mobil barang listrik dan kendaraan khusus listrik (MENHUB, 2018).

Terdapat juga dukungan dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi di dukung dengan adanya Surat dari Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi No. 160/F3/TU/2017 perihal Dukungan Ristekdikti Terhadap Sepeda Motor Listrik. (WIKON, 2018)

1.3 Perumusan Masalah

Perusahaan selain berfokus kepada profit, mulai mencari cara baru untuk mengembangkan ide baru dan merencanakan strategi baru untuk memposisikan *green brand* di benak konsumen untuk terus berkompetisi di *marketplace* dan mengindikasikan perusahaan tersebut menuju kelestarian lingkungan (Suki, 2016). Konsumen dinilai mulai memberi perhatian kepada isu lingkungan dengan adanya permintaan terhadap produk hijau dan *trend going green* yang mendunia menyebabkan peningkatan kesadaran masyarakat untuk hidup yang lebih sehat (Norazah, 2013; Soyez, 2012; Thogersen *et al.*, 2015). *Green Brand* merupakan seperangkat atribut dan manfaat merek yang terkait guna untuk mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan menciptakan kesan positif konsumen dengan meningkatkan perhatian konsumen terhadap lingkungan (Hartmann dan

Ibanez, 2006). Menurut Suki (2016) perusahaan kini mencari cara baru untuk memposisikan merek hijau di benak konsumen. Di industri otomotif, Honda, Toyota, GM dan lain-lain memperlihatkan dukungan mereka terhadap lingkungan melalui *green brand* dengan mengadopsi teknologi hijau pada manufaktur kendaraan listrik dengan memanfaatkan bahan baku ramah lingkungan untuk mengurangi gas emisi rumah kaca yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan (Marcus dan Fremeth, 2009; Oliver dan Lee, 2010). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *green brand positioning* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *green purchase intention* (Mostafa, 2009). Berdasarkan penelitian mengenai *green marketing* sebelumnya menyatakan bahwa sikap konsumen terhadap suatu merek berpengaruh secara signifikan terhadap *green product purchase intention* (Yadav dan Pathak, 2016). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Paul *et al.*, (2016) sikap konsumen di India memprediksi secara signifikan niat beli konsumen terhadap *green product*. Mostafa (2009) menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki sikap positif terhadap *green brand*, lebih mungkin untuk membentuk kecenderungan berniat membeli produk hijau dengan didasari oleh *green brand* dan melalui *green brand positioning* yang sukses. Beberapa penelitian terdahulu seperti Hartmann dan Ibanez (2006); Juwaheer *et al.*, (2012); Konuk (2015); Yadav dan Pathak (2016) mencatat bahwa studi yang membahas mengenai *green marketing* sudah banyak dilakukan di negara barat sedangkan penelitian terhadap *green branding* dan *green buying behaviour* telah dilakukan di negara-negara berkembang. Penelitian Joshi dan Rahman (2015) merekomendasikan penelitian selanjutnya untuk menerapkan penelitian di negara berkembang untuk mengetahui pengaruh dari *environmental knowledge* terhadap *green purchase intention*. Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa *green brand knowledge* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *green purchase intention* (Chen dan Chang, 2012; Eze dan Ndubisi, 2013; Mostafa, 2009; Norazah, 2013a, 2013b; 2013c; Pagiaslis dan Krontalis, 2014; Peattie, 2010; Yadav dan Pathak, 2016). *Green brand knowledge* memberikan efek terhadap sikap konsumen terhadap merek hijau. Konsumen yang memiliki pengetahuan terhadap lingkungan membentuk sikap positif konsumen dan memiliki niat pembelian produk hijau yang

tinggi (Martinez, 2007). Dengan demikian penelitian ini dilakukan untuk menilai seberapa besar pengaruh dari *green brand positioning*, *attitude towards green brands* dan *green brand knowledge* terhadap *green product purchase intention* dan untuk melihat efek moderasi dari *green brand knowledge* terhadap hubungan antara *green brand positioning* dan *green purchase intention* (Suki, 2016). Model penelitian ini ditujukan untuk membantu pemasar dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap *green purchase intention*.

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana pengaruh *green brand positioning* terhadap *green purchase intention* pada motor GESITS?
2. Bagaimana pengaruh *attitude towards green brand* terhadap *green purchase intention* pada motor GESITS?
3. Bagaimana pengaruh *green brand knowledge* terhadap *green purchase intention* pada motor GESITS?
4. Bagaimanakah pengaruh *green brand knowledge* terhadap *attitude toward green brand* pada motor GESITS?
5. Bagaimanakah pengaruh *green brand knowledge* yang memoderasi antara *green brand positioning* dan *green purchase intention* pada motor GESITS?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh *green brand positioning* terhadap *purchase intention* konsumen pada motor GESITS
2. Mengetahui pengaruh *attitude toward green brand* konsumen terhadap *purchase intention* konsumen pada motor GESITS
3. Mengetahui pengaruh *green brand knowledge* terhadap *purchase intention* konsumen pada motor GESITS
4. Mengetahui pengaruh *green brand knowledge* terhadap *attitude towards green brand* konsumen pada motor GESITS
5. Mengetahui pengaruh *green brand knowledge* sebagai moderasi antara *green brand positioning* dan *purchase intention* pada motor GESITS

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Kegunaan teoritis yang ingin dicapai dari pengembangan pengetahuan dalam penelitian ini, antara lain:

a) Bagi Penulis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dari proses pembelajaran dalam mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

b) Bagi Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan

1.6.2 Aspek Praktis

Bagi PT WIMA, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk menelaah kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memicu minat beli dari konsumen.

1.7 Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya difokuskan untuk membahas tentang Pengaruh *Green Brand Positioning, Attitude Toward Green Brand dan Green Brand Knowledge* terhadap *Green Product Purchase Intention* Pada Motor Listrik GESITS di Kota Jakarta.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub-bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi tentang Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Rumusan Penelitian, Pertanyaan Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Batasan Penelitian, Sistematika Penelitian Tugas.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab II berisi tentang Kajian Teoritis yang memuat tentang Tinjauan Pustaka, Penelitian Terdahulu, Kerangka Pemikiran, dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III berisi tentang Metode Penelitian yang memuat jenis penelitian, variable operasional, tahapan penelitian populasi dan sampel, pengumpulan data, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi tentang Hasil Penelitian dan Pembahasan yang memuat deskriptif variabel, analisis statistik dan analisis pengaruh variabel.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi tentang keseluruhan laporan observasi dan memberikan saran-saran yang berhubungan dengan kesimpulan.