

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Teknologi kendaraan listrik telah berkembang sejak lebih dari seratus tahun yang silam. Pada permulaan era kendaraan bermotor di Amerika Serikat sekitar tahun 1900-an, kendaraan listrik merupakan kendaraan yang jumlahnya paling banyak dibandingkan dengan kendaraan berbahan bakar minyak atau bertenaga uap. Hal ini disebabkan antara lain karena kendaraan listrik memiliki berbagai kelebihan seperti tidak bergetar, tidak mengeluarkan asap, serta tidak bising seperti halnya kendaraan berbahan bakar minyak.

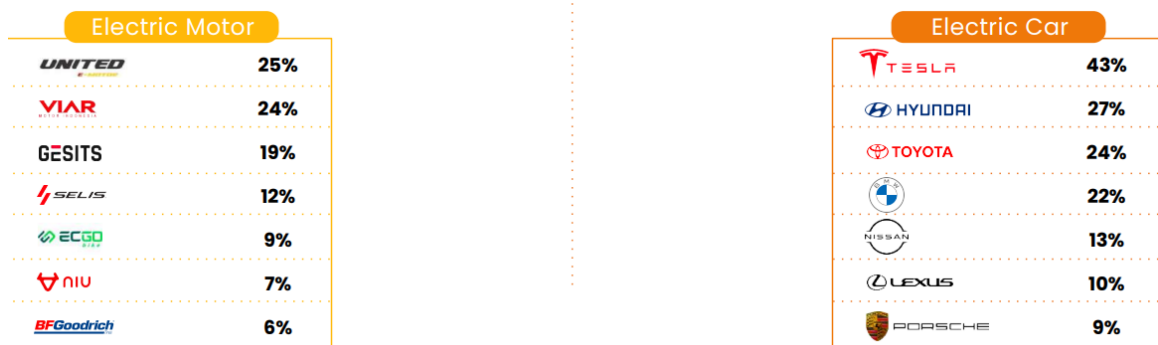
Namun setelah itu, pada periode kedua penghambat perkembangan kendaraan listrik pun muncul, yaitu bertambahnya ruas jalan-jalan di Amerika Serikat seperti menuntut kendaraan berjarak tempuh lama. Lalu, penemuan cadangan minyak di Texas membuat bahan bakar minyak tersedia secara lokal dengan harga yang terjangkau. Sementara, dari sistem kelistrikan, sistem kelistrikan pada masa itu di Amerika Serikat belum diatur sehingga tiap negara mempunyai sistem tegangan listrik yang berbeda dan hanya sedikit rumah tangga yang mampu memiliki listrik di rumah sehingga pengisian di rumah juga sulit. Hal itu yang membuat minat terhadap kendaraan listrik berkurang.

Pada tahun 1970 terjadi krisis minyak di Amerika Serikat. Hal ini memicu kegiatan untuk mengurangi ketergantungan akan minyak dan munculnya pemikiran untuk mendapatkan bahan bakar alternatif untuk mengurangi polusi gas buang. Namun hal itu tidak memunculkan pengaruh terhadap perkembangan kendaraan listrik (Sidabutar, 2020).

Pada periode ketiga, perkembangan dimulai lima belas sampai dua puluh tahun terakhir dipicu juga oleh ketersediaan energi dan dampak

pemakaian terhadap lingkungan. Pada periode ini, teknologi pendukung telah lebih berkembang sehingga dapat tercipta komponen spesifikasi tinggi dengan ukuran dan berat yang lebih kecil. Hal yang paling dipertimbangkan untuk dikembangkan adalah baterai, karena baterai merupakan teknologi kunci dalam meningkatkan kinerja kendaraan listrik, khususnya jarak tempuh (Kumara, 2008).

Di Indonesia, Menko Maritim dan Investasi sudah menugaskan PLN untuk membangun *charging station* agar ketersediaannya semakin mudah dirasakan. Lalu, Menteri Perhubungan juga memerintahkan seluruh terminal tipe A dan stasiun KA untuk menyiapkan *charging station*. Selanjutnya, pemerintah juga mendorong masyarakat untuk mengkonversi kendaraan BBM ke kendaraan listrik. Ketua V Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), Shodiq Wicaksono, menyarankan untuk mengembangkan infrastruktur terlebih dahulu dan memberikan penyuluhan terhadap masyarakat untuk mempercepat perkembangan kendaraan listrik di Indonesia (Kemenperin, 2021).



**Gambar 1.1 Merek Kendaraan Listrik yang Diminati di Indonesia**

Sumber: *Indonesian Modern Consumption* (Populix, 2022)

Menurut survei yang dilakukan Populix, ada beberapa merek kendaraan listrik yang dipertimbangkan untuk dibeli kedepannya oleh masyarakat Indonesia. Dari kendaraan listrik jenis sepeda motor ada

United (25% peminat), Viar (24% peminat), Gesits (19% peminat), Selis (12% peminat), Ecgo (9% peminat), Niu (7% peminat), dan BF Goodrich (6% peminat). Selanjutnya, dari kendaraan listrik jenis mobil ada Tesla (43% peminat), Hyundai (27% peminat), Toyota (24% peminat), BMW (22% peminat), Nissan (13% peminat), Lexus (10% peminat), dan Porsche (9% peminat).

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Dengan kemajuan ekonomi yang sangat pesat mendorong semakin bertambahnya kebutuhan akan transportasi, hal ini menyebabkan perkembangan kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya (Simandjuntak, 2007). Perkembangan ini otomatis akan meningkatkan polusi udara dari pembuangan bahan bakar bensin (Pratiwi et al., 2020). IQAir pada tahun 2021, menyatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan udara terburuk urutan ke-17. Dikutip dari Suara.com, Ketua MPR RI, Bambang Soesatyo, mengatakan bahwa kendaraan bermotor di Indonesia adalah faktor terbesar dalam peningkatan polusi udara di Indonesia.

Sejak tahun 2019, Indonesia sedang bersiap untuk memunculkan varian kendaraan baru untuk dijadikan pengganti Bahan Bakar Minyak (BBM), yaitu kendaraan berbasis listrik (Lim, 2022). Dilansir dari Kompas.com, Kementerian Perhubungan mendata hingga 16 Maret 2022, terdapat 16.060 unit kendaraan bermotor listrik berbasis baterai di Indonesia. Kementerian Perindustrian pada Bisnis.com, menyatakan bahwa mereka menargetkan setidaknya dua juta unit kendaraan listrik berada di Indonesia pada 2025. Oleh sebab itu, perkembangan kendaraan listrik harus segera dipercepat agar angka itu dapat tercapai serta dapat menghemat bahan bakar bensin dan mengurangi polusi udara dengan pesat.

**Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)  
Tahun 2018-2020**

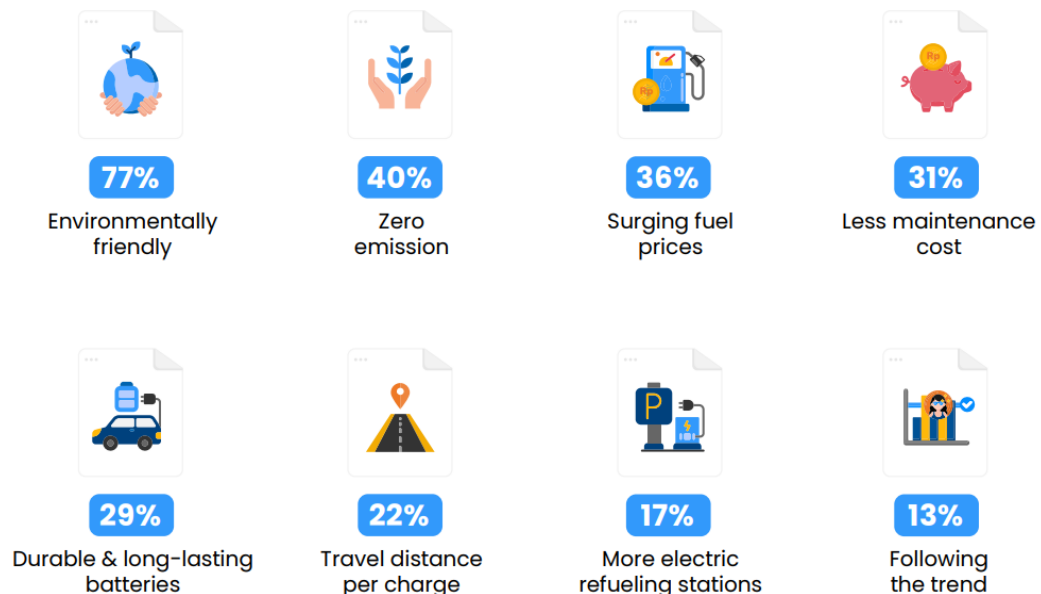
Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)		
	2018	2019	2020
Mobil Bis	222 872	231 569	233 261
Mobil Barang	4 797 254	5 021 888	5 083 405
Mobil Penumpang	14 830 698	15 592 419	15 797 746
Sepeda motor	106 657 952	112 771 136	115 023 039
Jumlah	126 508 776	133 617 012	136 137 451

- Sumber: Kepolisian Republik Indonesia  
- Data tahun 2015-2018 revisi

Sumber: Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor (BPS, 2021)

Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS, menunjukkan bahwa kendaraan bermotor di Indonesia selama periode 2018-2020 terus mengalami peningkatan, dengan jumlah kendaraan paling tinggi adalah sepeda motor, diikuti mobil penumpang, lalu mobil barang, dan terakhir mobil bis. Seperti yang telah dilansir dari Kompas.com telah terdapat 16.060 unit kendaraan listrik di Indonesia yang didata oleh Kemenperin, yang berarti Kendaraan listrik hanya merupakan sebagian kecil dari total kendaraan yang ada di Indonesia, yaitu hanya memegang 1,1% dari keseluruhan kendaraan yang ada di Indonesia. Padahal, penggunaan kendaraan listrik selain untuk mengurangi pencemaran lingkungan dan menghemat energi, juga menghemat biaya operasional. Menurut Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, 60% komponen kendaraan listrik adalah baterainya dan ketersediaan suku cadang baterai melimpah di Indonesia. Oleh karena itu demi mempercepat perkembangan kendaraan listrik di Indonesia, Joko Widodo mendatangi Perpres 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai. Selain itu, sudah ada Permenhub No. 65 Tahun 2020 tentang Konversi Sepeda Motor dengan Penggerak Motor Bakar Menjadi Sepeda Motor Listrik Berbasis Baterai yang diharapkan juga dapat mempercepat perkembangan kendaraan listrik di Indonesia (Kemenperin, 2022).

Dalam penjualan kendaraan listrik, kepribadian konsumen dan persepsi konsumen berperan penting dalam menentukan keputusan membeli atau tidak membeli (Lim, 2022). Stephen P. Robbins dalam Simbolon (2008: 53) menyatakan bahwa persepsi sebagai proses yang dilalui seseorang menggambarkan kesan-kesan indera mereka demi memberi makna bagi lingkungan mereka. Pada penelitian ini, persepsi konsumen mencakup perolehan manfaat dan bayaran atas apa yang telah dikorbankan, serta melihat persepsi dari sisi positif dan negatif. Sedangkan, Simbolon (2008: 62) menjelaskan bahwa kepribadian berhubungan dengan perilaku individu untuk berinteraksi dengan lingkungannya, eksternal maupun internal. Dan menurut Kotler & Keller (2012: 543), *purchase Intention* adalah instruksi mandiri untuk membeli merek atau mengambil tindakan terkait pembelian. Dalam penelitian ini akan membahas bagaimana kedua faktor tersebut dapat mempengaruhi *purchase Intention* konsumen yang ada di Indonesia.

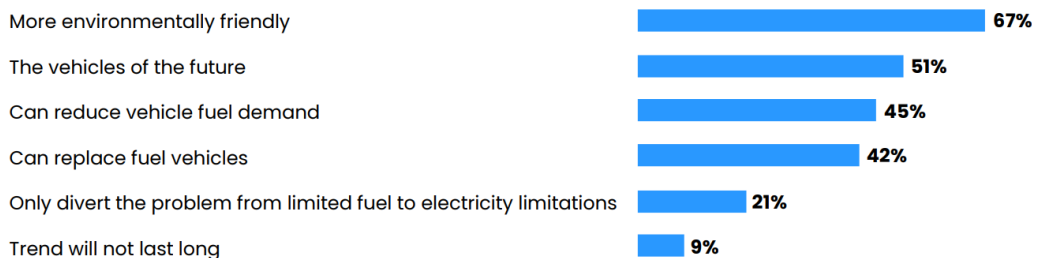


**Gambar 1.2 Alasan Niat Membeli Kendaraan Listrik di Indonesia**

Sumber: *Indonesian Modern Consumption* (Populix, 2022)

Berdasarkan survei yang telah dilakukan Populix tentang kendaraan listrik selama periode 3-9 Januari 2022 kepada 1.002 responden, alasan timbulnya *purchase Intention* adalah dari kepribadian konsumen, karena menurut Simbolon (2008: 63) kepribadian berpengaruh terhadap tingkah laku seseorang. Dapat dilihat dari data di atas kepribadian konsumen terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik didominasi karena konsumen peduli dengan isu lingkungan. Sebanyak 77% responden berminat membeli kendaraan listrik karena ramah lingkungan dan 40% responden ingin mewujudkan nol emisi karbon. Sebanyak 36% responden berminat membeli kendaraan listrik karena kenaikan harga BBM dan 31% responden karena lebih hemat dalam biaya perawatan. Selain itu, ada 29% responden yang berminat membeli kendaraan listrik karena baterainya dinilai kuat dan tahan lama, 22% karena biaya perjalanan lebih irit, 17% karena ingin memanfaatkan stasiun pengisian kendaraan listrik, dan 13% lainnya karena ingin mengikuti tren.

### Future Prospect Toward Electric Vehicles in Indonesia

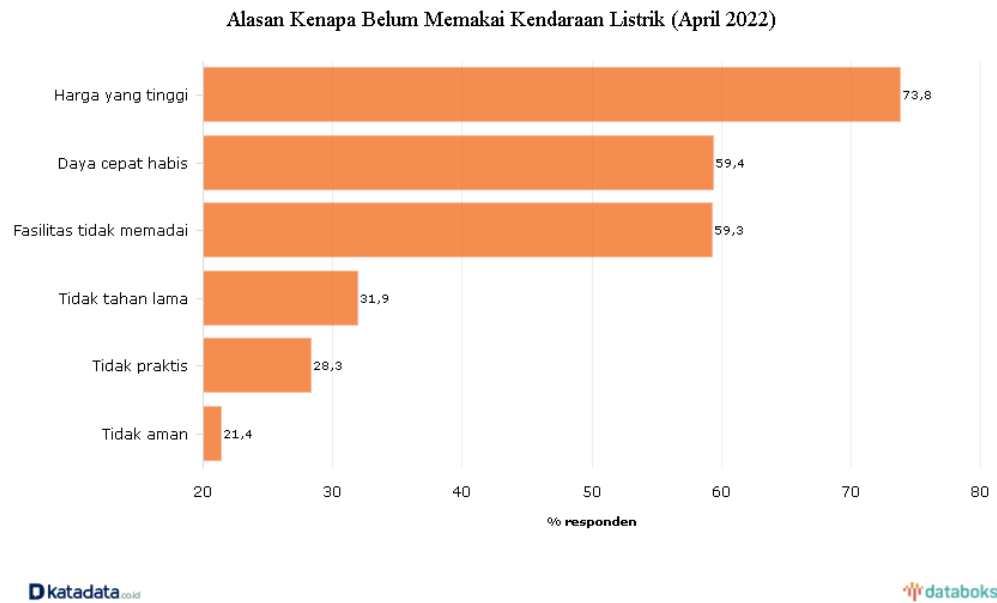


**Gambar 1.3** Prospek Masa Depan Kendaraan Listrik di Indonesia

Sumber: *Indonesian Modern Consumption* (Populix, 2022)

Survei dari Populix juga menguraikan tentang persepsi responden. Persepsi menurut Simbolon (2008: 54) merupakan suatu penafsiran unik terhadap suatu fenomena. Mayoritas responden meyakini bahwa kendaraan listrik adalah kendaraan ramah lingkungan, kendaraan masa depan, dan dapat mengurangi kebutuhan terhadap BBM. Akan tetapi, dari prospek yang telah

tertera masih ada beberapa alasan kenapa masyarakat belum memakai kendaraan listrik, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



**Gambar 1.4 Alasan Kenapa Belum Memakai Kendaraan Listrik**

Sumber: Survei KIC (KIC, 2022)

Survei Katadata Insight Center (KIC) memaparkan beberapa persepsi negatif konsumen, yaitu sebanyak 73,8% responden menganggap harga kendaraan listrik terlalu tinggi. Lalu, 59,4% responden menganggap daya baterai dari kendaraan listrik cepat habis. Selanjutnya, 59,3% responden beranggapan bahwa fasilitas yang mendukung kendaraan listrik masih tidak memadai. Kemudian, 31,9% responden menganggap kualitas produk kendaraan listrik tidak tahan lama, 28,3% responden menganggap kendaraan listrik tidak praktis, dan 21,4% responden menganggap kendaraan listrik tidak aman. Jika Indonesia ingin mengembangkan kendaraan listrik, pemerintah perlu melakukan beberapa hal, seperti menurunkan harga jual, menyiapkan teknologi yang lebih memadai, meningkatkan infrastruktur pendukung (seperti *charging station*), dan membuat regulasi yang jelas tentang kendaraan

listrik. Indonesia juga mempunyai potensi pasar yang baik, sehingga negara ini sangat berpotensi dalam pengembangan kendaraan listrik (Pratiwi et al., 2020).

Dari beberapa survei di atas dapat dilihat bahwa kepribadian dan persepsi berpengaruh terhadap *purchase Intention* konsumen. Pada kasus ini, kepribadian dan persepsi berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik. Manfaat meneliti kepribadian pada penelitian ini adalah untuk mempresentasikan karakteristik dan keunikan dari seorang individu yang mengacu pada lima dimensi, yaitu *conscientiousness* (mendengarkan kata hati), *emotional stability* (kemantapan emosi), *open to experience* (keterbukaan terhadap pengalaman), *agreeableness* (mampu bersepakat), dan *extroversion* (ekstraversi) dan melihat pengaruhnya terhadap *purchase Intention*. Sedangkan, manfaat meneliti persepsi pada penelitian ini adalah untuk mengetahui proses kognitif yang dialami individu dalam memahami informasi dan bagaimana respon *purchase Intention* individu itu (Simbolon, 2008: 65).

Berdasarkan latar belakang tentang persepsi dan kepribadian yang telah peneliti paparkan, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana persepsi dan kepribadian memengaruhi *purchase Intention* konsumen. Maka penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh Persepsi dan Kepribadian Terhadap *Purchase Intention* Kendaraan Listrik di Indonesia**”.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Kendaraan bermotor yang masih menggunakan BBM dapat menimbulkan polusi, juga ketersediaannya pun telah menipis, sehingga pemerintah telah melakukan berbagai cara untuk mempercepat pergantian ke kendaraan listrik di Indonesia. Apalagi dengan kendaraan listrik juga dapat menghemat biaya yang dikeluarkan untuk bahan bakar dan perawatan. Namun, pembelian terhadap kendaraan listrik masih sedikit dikarenakan



kepribadian dan persepsi negatif, yaitu infrastruktur dan sarana yang masih diragukan, harga yang masih tinggi, dan sebagainya.

Walaupun jumlah pembeli kendaraan listrik kian bertambah tiap tahunnya, masih banyak masyarakat yang ragu untuk beralih bahkan enggan hanya untuk mengenal saja. Sehingga, pada penelitian ini, peneliti memilih kepribadian dan persepsi untuk mengetahui pengaruhnya terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik. Untuk itu pada penelitian ini akan dikaji pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah persepsi manfaat moneter berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
2. Apakah lingkungan yang dirasakan berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
3. Apakah persepsi simbolik akan kendaraan listrik berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
4. Apakah persepsi risiko negatif berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
5. Apakah persepsi biaya negatif berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
6. Apakah *personal innovativeness* berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
7. Apakah *personal innovativeness* secara negatif berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
8. Apakah *personal innovativeness* secara positif mempengaruhi manfaat moneter dari membeli kendaraan listrik?
9. Apakah *environmental concern* secara positif berpengaruh terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia?
10. Apakah kepedulian lingkungan secara positif mempengaruhi lingkungan yang dirasakan dari membeli kendaraan listrik?

11. Apakah *environmental concern* secara negatif mempengaruhi biaya yang dirasakan dari membeli kendaraan listrik?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan peneliti adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh persepsi manfaat moneter terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
2. Pengaruh lingkungan yang dirasakan terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
3. Pengaruh persepsi simbolik terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
4. Pengaruh persepsi risiko negatif terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
5. Pengaruh persepsi biaya negatif terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
6. Pengaruh *personal innovativeness* terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
7. Pengaruh *personal innovativeness* secara negatif terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
8. Pengaruh *personal innovativeness* terhadap manfaat moneter dari membeli kendaraan listrik.
9. Pengaruh kepedulian lingkungan secara positif terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia.
10. Pengaruh *environmental concern* secara positif terhadap lingkungan yang dirasakan dari membeli kendaraan listrik.
11. Pengaruh *environmental concern* secara negatif terhadap biaya yang dirasakan dari membeli kendaraan listrik.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

1. Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan membantu merealisasikan ilmu yang telah dipelajari serta meningkatkan pemahaman dan pengetahuan mengenai persepsi dan kepribadian konsumen yang harus dipertimbangkan untuk menarik *purchase Intention* konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

## 2. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan kendaraan listrik dalam melihat persepsi dan kepribadian konsumen untuk mempercepat perkembangan kendaraan listrik di Indonesia.

### 1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk memberi batasan secara jelas yang akan dibahas, maka peneliti akan fokus dalam penelitian peran persepsi dan kepribadian terhadap *purchase Intention* kendaraan listrik di Indonesia saja.

### 1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

#### a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini peneliti akan memberikan penjelasan singkat mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

#### b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori umum sampai ke teori khusus yang digunakan peneliti, disertai dengan kerangka pemikiran penelitian dan diakhiri dengan hipotesis penelitian.

#### c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini peneliti memaparkan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini berisi tentang jenis penelitian,

operasional variabel, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

**d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini mempunyai dua bagian yaitu bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan dari hasil penelitian. Pembahasan diawali dengan hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya ditarik kesimpulan. Dalam pembahasan, peneliti membandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian diikuti saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian