

BAB I

PENDAHULUAN

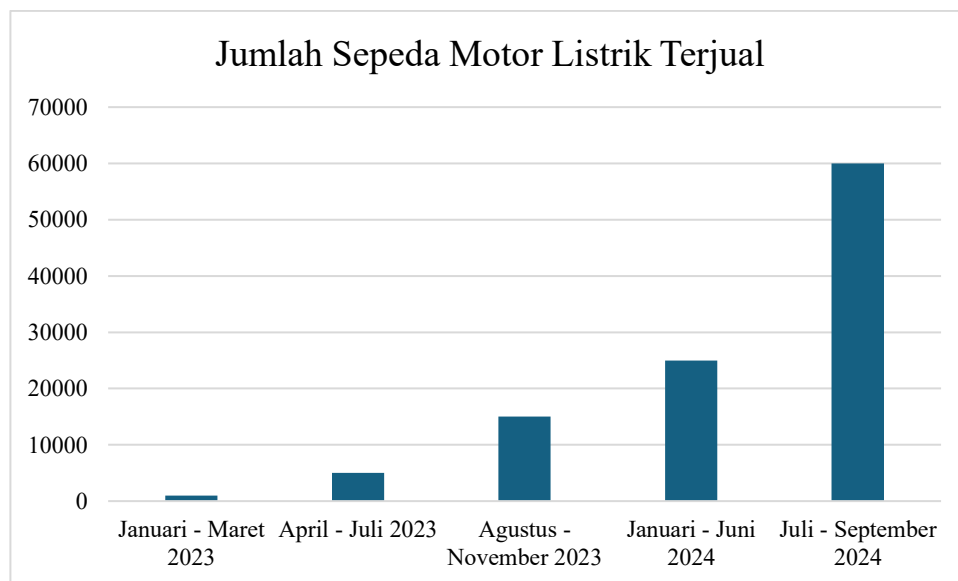
Bab ini menguraikan konteks penelitian, identifikasi masalah, tujuan yang ingin dicapai, batasan dan asumsi yang diterapkan, manfaat dari penelitian, serta sistematika penulisan yang dijadikan pedoman dalam pelaksanaan dan penyusunan penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran akan dampak negatif yang ditimbulkan oleh kendaraan bermesin pembakaran internal terhadap lingkungan semakin meningkat. Emisi gas buang dan ketergantungan pada bahan bakar fosil menjadi tantangan utama dalam upaya untuk mewujudkan sistem transportasi yang lebih bersih dan berkelanjutan (Ansah & Susilawati, 2023). Indonesia, sebagai salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi yang pesat, mengalami lonjakan yang signifikan dalam emisi karbon (Karunia dkk., 2023). Seiring dengan meningkatnya permintaan energi, Indonesia mengandalkan energi fosil untuk memenuhi kebutuhan tersebut, yang mengakibatkan emisi karbon dari sektor energi meningkat pesat, bahkan lebih dari dua kali lipat dalam dua dekade terakhir (IEA, 2022). Pada tahun 2021, emisi yang dihasilkan oleh sektor energi Indonesia mencapai sekitar 600 juta ton CO₂, menjadikannya salah satu negara dengan tingkat emisi tertinggi di dunia. Meskipun demikian, angka emisi CO₂ per kapita di Indonesia masih berada di angka setengah dari rata-rata global. (IEA, 2022). Emisi CO₂ per kapita di Indonesia dari bahan bakar fosil dan industri menunjukkan tren peningkatan sejak tahun 2017 hingga 2022, meskipun mengalami sedikit penurunan pada tahun 2020 (Ritchie dkk., 2023).

Sektor transportasi di Indonesia, khususnya kendaraan bermotor roda dua, menjadi kontributor utama emisi karbon yang terus meningkat (Adi, 2024). Sistem transportasi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan sangat krusial untuk mengurangi dampak lingkungan yang besar yang ditimbulkan oleh sektor transportasi (Aji dkk., 2024). Menurut data dari Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral, konsumsi bahan bakar fosil di Indonesia sebagian besar diserap oleh transportasi darat, yang meliputi

sekitar 48% dari total emisi CO₂ di Indonesia (Adi, 2024). Peningkatan emisi menjadi tantangan mitigasi iklim di Indonesia, sehingga diperlukan insentif untuk mendorong adopsi kendaraan listrik guna menekan emisi gas rumah kaca. (Aji dkk., 2024). Pemerintah berusaha untuk mempercepat pengembangan ekosistem kendaraan listrik di Indonesia guna mencapai target *Net Zero Emission* (NZE) tahun 2060 (Meilani, 2023). Saat ini, banyak masyarakat yang khawatir dengan kinerja dan daya tahan sepeda motor listrik, banyak yang beranggapan bahwa sepeda motor listrik saat ini belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi dalam hal jarak tempuh dan keandalan (Swastika, 2024). Akan tetapi, kehadiran sepeda motor listrik dapat menjadi alternatif transportasi yang lebih ramah lingkungan, efisien dalam penggunaan energi, serta memiliki biaya operasional dan perawatan yang lebih rendah (Ahmadi dkk., 2024). Kebijakan insentif diperkenalkan untuk mempercepat transisi dari penggunaan energi fosil ke energi listrik, dengan harapan dapat mempercepat pengurangan emisi serta meningkatkan efisiensi subsidi energi. (Humas, 2023).



Gambar I.1 Jumlah Sepeda Motor Listrik Terjual Tahun 2023 – 2024

Sumber: CNN Indonesia

Dalam Gambar I.1 Dapat disimpulkan bahwa kebijakan subsidi dari pemerintah memberikan dampak yang nyata sejak mulai diterapkan pada tahun 2023. Pada awal tahun, penjualan sepeda motor listrik tercatat sebanyak 1.678 unit. Setelah subsidi

diberikan, angka penjualan meningkat tajam hingga mencapai 15.000 unit pada November 2023. Insentif tersebut kemudian berakhir pada bulan September, dengan total penjualan mencapai 60.440 unit. Meskipun terjadi peningkatan dalam penjualan, minat masyarakat terhadap sepeda motor listrik tidak sepenuhnya terbentuk hanya karena adanya subsidi (Arradian & Ramadan, 2024). Faktor lain yang juga memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah *Financial Incentive Policy*, *Information Provision Policy*, *Convenience Policy*, dan *Psychological Value* yang berperan dalam meningkatkan minat konsumen terhadap keinginan dalam memiliki suatu produk (Ajzen, 1991). Faktor lainnya seperti *Attitude*, *Subjective Norm*, *Perceived Behavior Control* juga memiliki peran penting dalam meningkatkan minat pembelian terhadap suatu produk (Ajzen, 2002). *Product Perception* dan *Cognitive Status* yang positif secara signifikan memengaruhi minat pembelian konsumen dengan membentuk keyakinan terhadap nilai dan manfaat produk (Fischer, 2017). Karena itu, memahami secara menyeluruh bagaimana insentif pemerintah berinteraksi dengan berbagai faktor lain menjadi hal krusial dalam mendorong tumbuhnya minat konsumen terhadap pembelian sepeda motor listrik.

Beragam faktor memengaruhi keputusan untuk membeli sepeda motor listrik, seperti peran penyedia informasi yang mengedukasi mengenai manfaat dan spesifikasi produk, kenyamanan yang mencakup kemudahan akses, fitur, dan pengalaman saat berkendara, serta sikap konsumen yang menunjukkan pandangan positif maupun negatif terhadap kendaraan tersebut. (Ajzen, 1991). Dukungan atau pengaruh dari lingkungan sosial, yang tercermin dalam norma subjektif, turut memengaruhi keputusan konsumen, disertai dengan persepsi terhadap produk yang mencakup nilai fungsi, kualitas, dan daya tariknya dibandingkan dengan kendaraan bermesin konvensional. (Ajzen, 2002). Faktor penting lainnya adalah status kognitif, yang mencerminkan sejauh mana konsumen memahami teknologi kendaraan listrik, serta persepsi kontrol perilaku, yaitu keyakinan mereka terhadap kemampuan membeli dan menggunakan sepeda motor listrik, termasuk dari sisi keuangan dan akses terhadap infrastruktur pendukung. (Ahmadi dkk., 2024).

Penelitian tentang dampak insentif sudah dilakukan di beberapa negara di dunia, dalam penelitian oleh (Xue dkk., 2023), kebijakan insentif di China, baik berupa finansial, informasi, maupun kenyamanan, terbukti berdampak positif terhadap niat beli kendaraan listrik konsumen. Di Indonesia, minat masyarakat terhadap pembelian kendaraan listrik menunjukkan tren peningkatan. Hal ini didorong oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga keberlanjutan lingkungan serta peran kendaraan listrik dalam mengurangi emisi karbon (Permana dkk., 2023). Selain itu, minat tersebut juga terbentuk dari beberapa faktor penting, seperti sikap positif terhadap manfaat kendaraan listrik seperti hemat energi dan lebih ramah lingkungan, keyakinan konsumen terhadap kemudahan penggunaan, serta tingginya kepedulian terhadap isu lingkungan. (Ahmadi dkk., 2024). Jurnal lain juga menyimpulkan bahwa sejumlah faktor yang memengaruhi niat konsumen untuk membeli sepeda motor listrik meliputi promosi, gaya hidup, dan persepsi risiko. Di antara faktor-faktor tersebut, gaya hidup terbukti memiliki pengaruh yang paling signifikan dalam mendorong niat beli konsumen. (Yusuf, 2022).

Setelah memahami berbagai faktor yang mempengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik, langkah selanjutnya adalah menentukan metode analisis yang tepat untuk menguji hubungan antar variabel tersebut. Beberapa metode yang dapat digunakan antara lain regresi linier dan *Structural Equation Modeling* (SEM) (Yusuf, 2022). Penggunaan regresi linier dinilai kurang tepat untuk mengukur minat beli konsumen karena metode ini tidak mampu menangani hubungan antar variabel yang bersifat kompleks. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) yang lebih sesuai, karena dapat menganalisis keterkaitan antar variabel laten secara menyeluruh dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam terhadap struktur hubungan tersebut. (Yusuf, 2022). *Structural Equation Modeling* (SEM) memungkinkan kita untuk memetakan dan menguji model hubungan antara variabel, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung (Surayya Lubis dkk., 2019).

Penelitian ini bertujuan menganalisis secara mendalam berbagai faktor yang memengaruhi minat beli sepeda motor listrik di Jawa Timur, yang dipilih karena karakteristik demografis dan transportasinya yang strategis. Sebagai provinsi berpenduduk besar dan urbanisasi tinggi, Jawa Timur menghadapi tantangan emisi kendaraan, namun juga memiliki potensi besar dalam adopsi kendaraan listrik seiring meningkatnya kesadaran lingkungan dan infrastruktur yang mulai berkembang. Minimnya studi terkait minat beli di wilayah ini memperkuat urgensi penelitian. Minat beli dipahami sebagai hasil interaksi kompleks berbagai variabel, baik eksternal seperti kebijakan insentif finansial, informasi, dan kemudahan akses, maupun internal seperti nilai psikologis, sikap, norma subjektif, persepsi produk, status kognitif, dan persepsi kendali perilaku. Dengan pendekatan SEM, penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan hubungan antar variabel secara komprehensif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai apa saja faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik di Indonesia, baik dari perspektif konsumen maupun dari sisi faktor eksternal.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka dapat diketahui tujuan penelitian yang akan dilakukan yaitu untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik di Indonesia, baik dari perspektif konsumen maupun faktor eksternal.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini tidak hanya berkontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga memiliki berbagai manfaat praktis yang dapat mendukung upaya peningkatan adopsi kendaraan listrik, khususnya di Jawa Timur. Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Memberikan wawasan tentang pengaruh kebijakan insentif pemerintah terhadap pilihan kendaraan listrik, yang berpotensi mendorong masyarakat untuk bertransisi ke kendaraan yang lebih ramah lingkungan.

- b. Menyediakan informasi mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi minat masyarakat terhadap sepeda motor listrik, yang dapat mendukung perencanaan pemasaran dan pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

1.5 Batasan Penelitian

Untuk memastikan penelitian ini terfokus dan mencapai tujuan yang diharapkan, diperlukan batasan yang jelas dalam ruang lingkup pembahasannya. Batasan penelitian ini dirancang agar analisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik di Jawa Timur dapat dilakukan secara spesifik dan terarah. Beberapa batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Kuesioner diberikan kepada masyarakat yang memiliki ketertarikan untuk menggunakan sepeda motor listrik di Jawa Timur.
- b. Responden berusia 18 tahun keatas dan sudah memiliki penghasilan tetap.
- c. Penelitian ini berfokus pada sepeda motor listrik *mid-range* dengan harga 15 juta – 30 juta.
- d. Periode pengumpulan data dilakukan mulai bulan Januari hingga Februari 2025.

1.6 Asumsi Penelitian

Dalam penelitian ini, asumsi-asumsi tertentu digunakan sebagai dasar untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik di Jawa Timur. Asumsi tersebut bertujuan untuk memberikan kerangka berpikir yang jelas dan terarah selama proses penelitian. Berikut adalah asumsi yang digunakan:

- a. Data yang digunakan adalah data yang terdistribusi normal, sehingga memungkinkan penerapan uji parametrik.
- b. Data yang digunakan bersifat *Cross-sectional*, di mana pengamatan dilakukan pada satu titik waktu tertentu.

1.7 Sistematika Penulisan

Sub bab ini menyajikan sistematika penulisan penelitian yang dirancang secara terstruktur untuk memberikan gambaran jelas mengenai alur pembahasan dalam penelitian ini. Penelitian ini disajikan dalam struktur penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah, tujuan penelitian, perumusan masalah, batasan ruang lingkup, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan yang diterapkan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Berisi kajian literatur dan teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, termasuk konsep dan metode yang digunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat pembelian sepeda motor listrik di Indonesia.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tahapan-tahapan penelitian, termasuk strategi, metode, dan teknik yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Selain itu, bab ini juga menguraikan cara pengumpulan dan analisis data, serta metode yang diterapkan untuk menguji dan menganalisis data.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Menjelaskan metode yang diterapkan untuk mengumpulkan dan mengolah data dalam penelitian ini, serta proses yang digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian sepeda motor listrik.

Bab V Analisis dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data dan membahas pengaruh faktor konsumen, kebijakan pemerintah, teknologi, harga, infrastruktur, dan aspek sosial-lingkungan terhadap minat pembelian sepeda motor listrik di Indonesia.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan jawaban atas masalah yang dirumuskan, serta menyajikan saran untuk penelitian selanjutnya dan implementasi yang relevan bagi pengembangan adopsi sepeda motor listrik di Indonesia.