

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Transportasi merupakan suatu hal yang dibutuhkan bagi mobilitas manusia dan barang pada era modern ini. Menurut Salim (2000) dalam Putri et al., (2022) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi terdapat dua unsur penting yaitu pemindahan/pergerakan dan secara fisik mengubah tempat dari barang (komoditi) dan penumpang ke tempat lain. Alat transportasi yang paling populer di seluruh kalangan masyarakat saat ini adalah transportasi darat. Alat transportasi darat mengalami perkembangan yang sangat pesat. Perkembangan tersebut terlihat jelas dari transportasi seperti mobil, motor, truk, kereta, dan bus. Kemajuan teknologi dengan adanya bantuan pemerintah menjadi kekuatan bagi kemajuan inovasi yang mulanya mobil konvensional menjadi mobil listrik.

Menurut Kompas (2019), pertumbuhan mobil tidak lepas dari gaya hidup masyarakat modern dengan mobilitas yang tinggi. Melakukan aktivitas dari satu tempat ke tempat lain merupakan aktivitas rutin yang dilakukan oleh masyarakat modern. Fenomena ini terjadi hampir pada semua kalangan masyarakat modern yang memiliki pola gaya hidup seperti ini. Mobilitas yang tinggi pada masyarakat menyebabkan mobil dan gaya hidup menjadi suatu hal yang tidak terpisahkan. Mobilitas yang tinggi pastinya membutuhkan kendaraan yang dapat diandalkan dan ekonomis. Melihat ketersediaan kendaraan umum yang belum menjawab kebutuhan tersebut, maka kendaraan pribadi pun masih menjadi solusi utama akan fenomena ini.

Kegunaan akan transportasi mobil bukan hanya sekedar alat mobilitas saja. Menurut Putri et al., (2022) pada saat ini, kegunaan mobil lebih dari sekedar sarana transportasi melainkan sudah menjadi tren gaya hidup yang harus mendukung penampilan. Memilih mobil sangat penting bagi masyarakat modern agar tetap mengikuti tren terbaru. Berbagai macam jenis model mobil yang ditawarkan di pasar dari mobil *convertible*, mobil *coupe*, mobil *hatchback*, mobil MPV, mobil SUV, mobil sedan, mobil *station wagon*, mobil *sport*, mobil *double cabin*, mobil listrik, serta mobil *off road*. Apalagi di Indonesia, permintaan mobil cenderung tinggi terutama mobil listrik.

Perkembangan mobil listrik telah melalui perjalanan yang cukup lama. Menurut Nissan (2021), sejarah mobil listrik berawal dari abad ke-18 saat banyak ilmuwan dari Hungaria, Belanda, dan Amerika Serikat yang berfokus pada konsep kendaraan bertenaga baterai dan mulai membuat mobil listrik dalam skala kecil. William Morrison berhasil menciptakan mobil bertenaga listrik yang mampu memuat enam orang penumpang dengan kecepatan rata-rata 22 km/jam. Mobil bertenaga listrik ini kemudian mulai muncul di New York, tercatat 60 armada taksi yang menggunakan mobil listrik di masa itu. Di sisi lain, pada tahun 1898, Ferdinand Porsche juga menciptakan mobil hybrid yang menggunakan sistem penggerak dengan dua sumber energi, yaitu bahan bakar fosil yang diolah pada mesin pembakaran dan energi listrik yang bersumber dari kinetik motor listrik

Kemudian, pada awal abad ke-20 perkembangan mobil listrik. Menurut Garasi.id (2024), mobil listrik mencapai puncak popularitasnya. Tepatnya pada tahun 1900, sekitar sepertiga dari seluruh kendaraan bermotor di Amerika Serikat adalah mobil listrik. Namun, kejayaan mobil listrik tidak bertahan lama. Mobil berbahan bensin yang diciptakan Henry Ford justru lebih dilirik karena harganya bisa setengah dari mobil bertenaga listrik. Faktor ekonomi masyarakat yang lebih mampu membeli mobil berbahan bakar bensin menjadi penyebab mengapa permintaan akan mobil berbahan bakar fosil lebih tinggi dibandingkan yang bertenaga listrik. Akhirnya, mobil listrik semakin dikesampingkan dari pasaran. Sebagian besar abad ke-20 didominasi oleh kendaraan bermesin pembakaran dalam. Namun, minat terhadap mobil listrik kembali bangkit pada tahun 2000-an karena kekhawatiran akan polusi dan perubahan iklim. Perusahaan seperti Tesla Motors memainkan peran penting dalam menaikkan popularitas mobil listrik dengan model-modelnya yang menarik dan jangkauan yang lebih baik. Melihat perkembangan teknologi mobil tenaga listrik di Benua Eropa, produsen mobil asal Jepang yaitu Toyota memperkenalkan mobil hybrid pertama mereka yaitu Toyota Prius. Mobil yang diproduksi massal tersebut berhasil terjual hingga 18.000 unit kendaraan dan masih digunakan sebagai mobil operasional perusahaan taxi di beberapa negara hingga saat ini.

Perkembangan mobil listrik juga terjadi di Indonesia. Menurut Anisatul Umah (2021), dalam CNBCIndonesia (2021), pemerintah Indonesia mulai menunjukkan minat dalam pengembangan mobil listrik. Pada tahun 2012, Presiden Susilo Bambang

Yudhoyono mengumumkan rencana untuk mengurangi impor bahan bakar fosil dan mendorong produksi mobil listrik di dalam negeri. Saat itu Dahlan Iskan selaku Menteri BUMN meminta kepada Ricky Elson, seorang anak muda Indonesia yang ahli dibidang motor listrik untuk mengembangkan mobil listrik buatan Indonesia. Hasil kerjanya menghasilkan mobil tenaga listrik bernama Selo yang dipamerkan saat acara KTT APEC di Bali pada tahun 2013. Namun, tidak lama setelah itu pengembangan mobil tenaga listrik di Indonesia mengalami masalah dan terhenti karena dibidang dapat merugikan negara selain itu mobil listrik dianggap tidak lolos uji emisi.

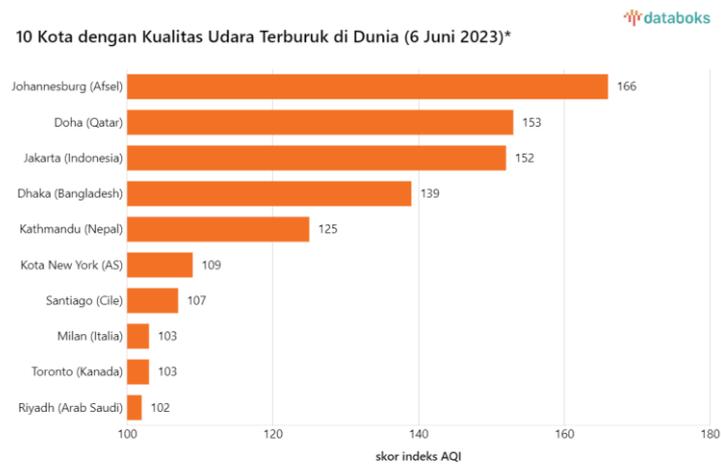
Menurut Astradigital (2022), perkembangan teknologi baterai dan dorongan untuk mobil ramah lingkungan telah menghidupkan kembali minat dan inovasi dalam mobil listrik. Permintaan terhadap mobil listrik terus meningkat secara global. Kesadaran akan lingkungan, efisiensi bahan bakar, dan kecanggihan teknologi menjadi faktor yang mendorong adopsi kendaraan mobil listrik.

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan industri otomotif telah mengalami perubahan yang cukup signifikan. Menurut Ardiyanti et al., (2023) meningkatnya permintaan akan kemudahan mobilitas manusia menyebabkan industri otomotif di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat cepat, hal ini terlihat dari mobilitas kendaraan di jalan raya yang semakin ramai dan padat serta banyaknya jenis kendaraan yang tersedia bagi masyarakat Indonesia. Hal ini menunjukkan persaingan yang ketat dalam industri otomotif.

Seiring perkembangan otomotif dan minat masyarakat terhadap otomotif yang terus meningkat ini dapat menimbulkan resiko polusi udara. Dalam beberapa dekade terakhir perubahan iklim dan pemanasan global merupakan permasalahan yang menjadi perhatian banyak negara terutama Indonesia. Dapat dilihat dari Gambar 1.1, menurut Databoks.Katadata (2023), Kota Jakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang berada di urutan ketiga dan masuk kedalam 10 besar kota yang memiliki kualitas udara terburuk di dunia. Kualitas udara yang buruk tersebut dapat terjadi karena tingginya penggunaan Bahan Bakar Minyak (BBM) pada kendaraan. Pembakaran dari Bahan Bakar Minyak (BBM) tersebut menghasilkan emisi gas yang memberikan dampak pada lingkungan seperti pemanasan global dan pencemaran

udara. Oleh karena itu, diperlukan adanya energi alternatif yang lebih ramah lingkungan (*green energy*) sehingga tidak mengakibatkan kerusakan lingkungan.



**Gambar 1. 1 Kualitas Udara Terburuk di Dunia (6 Juni 2023)**

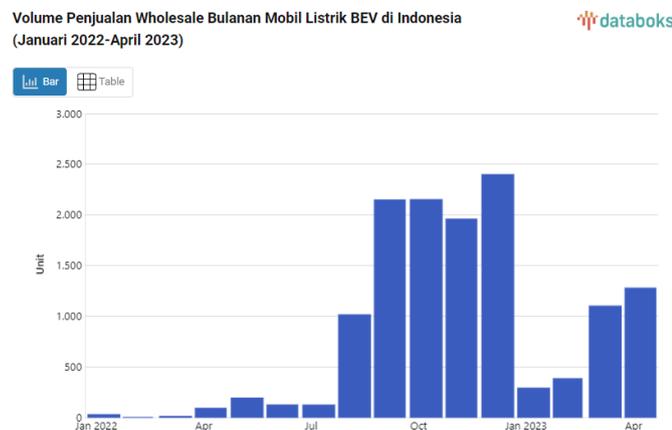
Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Pada beberapa dekade terakhir, energi alternatif telah menjadi fokus utama dalam upaya mengurangi ketergantungan kita pada bahan bakar fosil. Menurut Kompas (2021), mobil listrik telah muncul sebagai solusi yang menjanjikan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan mengurangi polusi udara. Saat ini telah berkembang kendaraan tenaga listrik yang biasa disebut dengan *Electric Vehicle (EV)* atau campuran motor listrik dengan mesin bahan bakar konvensional yang biasa disebut dengan *Hybrid Electric Vehicle (HEV)*. Kepedulian pada lingkungan menjadi salah satu faktor para pelaku industri otomotif menghasilkan produk mobil berbahan bakar alternatif tersebut. Harapan yang ingin dicapai adalah mengurangi pemakaian Bahan Bakar Minyak (BBM) sekaligus mengurangi dampak emisi karbon yang dihasilkan dari pembakaran mobil mesin konvensional.

Saat ini pemerintah telah menargetkan peningkatan produksi kendaraan listrik di Indonesia. Menurut Kemenperin (2021), dengan menerbitkan Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai. Perpres No. 55/2019 mengamanatkan pengaturan penggunaan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) Kendaraan Bermotor Listrik (KBL) Berbasis Baterai termasuk mobil listrik guna meningkatkan nilai tambah industri dalam negeri.

Beberapa waktu belakangan ini popularitas mobil listrik memang semakin pesat. Hal ini menunjukkan bahwa *Purchase Intention for EV* di Indonesia menunjukkan potensi untuk terus meningkat. Menurut Chaturvedi et al., (2023), *Purchase Intention for EV* adalah minat beli yang ditunjukkan dengan pengalaman yang menyenangkan dalam menggunakan *Electric Vehicle (EV)* serta rasa kepedulian terhadap lingkungan. *Purchase Intention for EV* yang meningkat di Indonesia disebabkan oleh keunggulan dari mobil listrik, dimana mobil listrik dianggap lebih ramah lingkungan dan efisien. Selain itu, menurut Detik (2021), pesatnya perkembangan mobil listrik di dunia dapat menjadi peluang bisnis yang baik bagi Molina (Mobil Listrik Nasional) di Indonesia.

Peluang tersebut memberikan hasil yang positif, menurut Gaikindo (2023), dalam Databoks.Katadata (2023), pada bulan April tahun 2023 penjualan *wholesale* mobil listrik di pasar domestik meningkat 15% dibandingkan bulan Maret tahun 2023 dengan 1.285 unit terjual. Peningkatan penjualan ini terjadi akibat terbitnya kebijakan insentif berupa pemberian potongan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10% oleh Pemerintah Indonesia untuk pembelian mobil listrik. Dapat dilihat pada Gambar 1.2 data penjualan *wholesale* mobil listrik pada bulan Januari 2022 - April 2023.

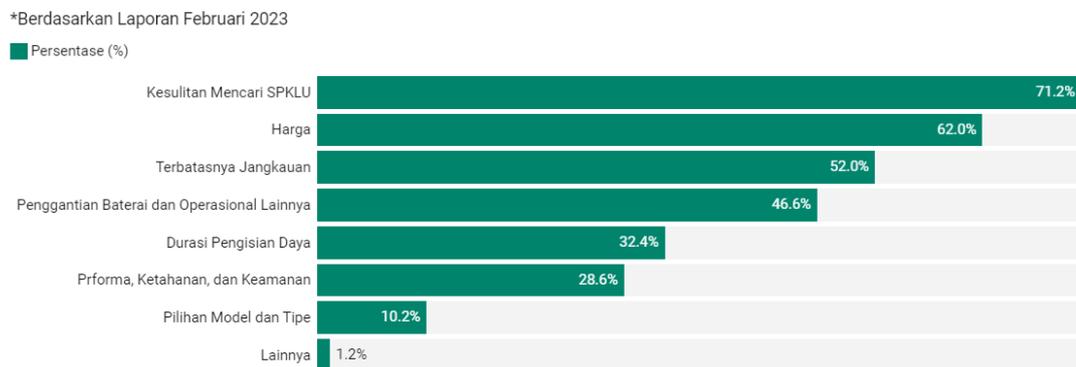


**Gambar 1. 2 Penjualan Wholesale Mobil Listrik (Januari 2022-April 2023)**

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Namun, peningkatan *Purchase Intention for EV* juga masih berpotensi terkendala di masa yang akan datang, karena terdapat beberapa kendala dalam penggunaan mobil listrik di Indonesia, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.3.

Menurut CNBCIndonesia (2023), kendala yang paling utama dialami adalah infrastruktur pengisian daya mobil listrik (SPKLU) yang masih terbatas di Indonesia. Harga mobil listrik yang terbilang cukup mahal dibandingkan mobil bahan bakar konvensional juga membuat konsumen mempertimbangkan kembali untuk membeli mobil listrik. Selain itu, keterbatasan akan daya tahan baterai dan jarak tempuh menjadi kekhawatiran konsumen dalam menggunakan mobil listrik di Indonesia yang dimana produksinya belum sebanding dengan infrastruktur pengisian mobil listrik.



**Gambar 1. 3 Kendala Mobil Listrik di Indonesia (Februari 2023)**

Sumber : <https://www.cnbcindonesia.com>

Dapat dilihat pada gambar 1.4, bulan Januari 2024 volume penjualan *wholesale* mobil listrik berbasis baterai atau *Battery Electric Vehicle* (BEV) di Indonesia mencapai 2,3 ribu unit. Menurut Kurniawan (2023) dalam Kompas (2023), penjualan mobil listrik *Battery Electric Vehicle* (BEV) dari produsen ke distributor (*wholesale*) tersebut turun 27% dibanding Desember 2023. CEO & Founder of PT Chakra Giri Energi Indonesia Herman Huang berpendapat bahwa berdasarkan hasil survei Charta Politica pada 2022, tercatat 61 persen masyarakat tidak berminat menggunakan kendaraan listrik. Menurut Herman Huang beberapa masyarakat kurang berminat untuk menggunakan kendaraan listrik karena infrastruktur pengisian daya yang masih terbatas, kemampuan listrik di daerah terbatas, dan harga kendaraan yang mahal. Pada Januari 2024, penjualan *wholesale* mobil listrik *Battery Electric Vehicle* (BEV) tertinggi diraih Wuling Binguo varian 410 Km dan 333 Km. Selain Wuling, ada pula merek mobil listrik asal China lainnya yang masuk jajaran top 10, yakni Neta dan Seres. Berikut daftar 10 model mobil listrik dengan penjualan *wholesale* tertinggi di Indonesia pada Januari 2024:

1. Wuling Binguo 410 Km: 1.556 unit
2. Wuling Binguo 333 Km: 320 unit
3. Hyundai Ioniq 5 Signature Extended: 246 unit
4. Morris Garage 4 EV Ignite: 39 unit
5. Neta V: 39 unit
6. Seres E502: 27 unit
7. KIA EV9: 26 unit
8. BMW iX xDrive 40: 20 unit
9. Hyundai Ioniq 5 Prime Extended: 11 unit
10. Hyundai Ioniq 6: 7 unit

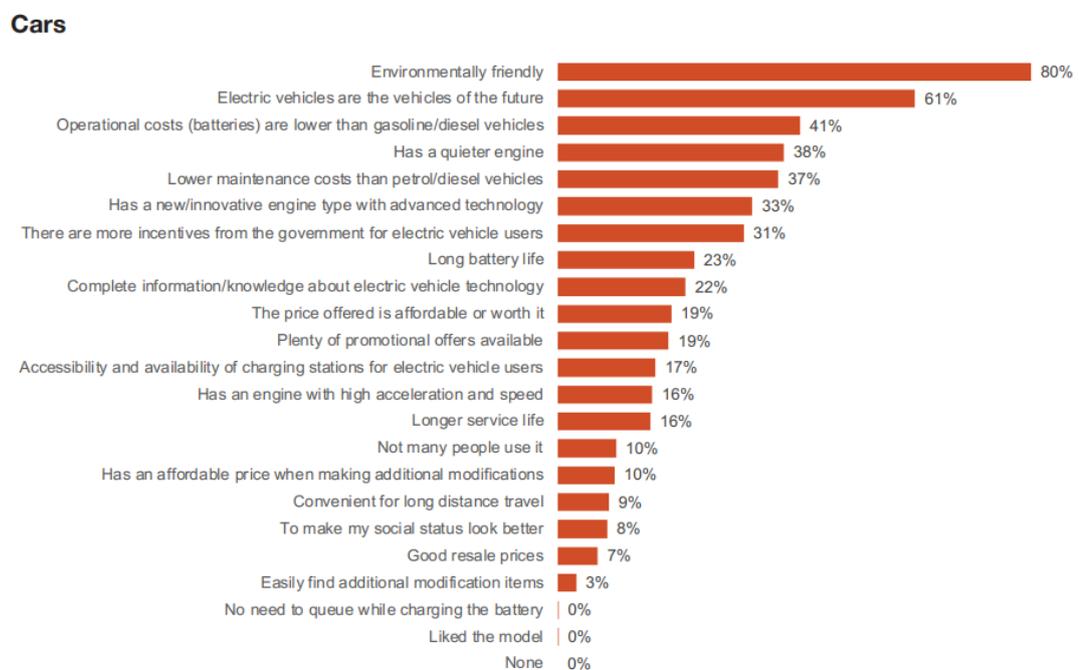


**Gambar 1. 4 Penjualan Wholesale Mobil Listrik di Indonesia  
(Januari 2022 - Januari 2024)**

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/>

Daya minat beli mobil listrik di Indonesia dapat dipengaruhi oleh beberapa motives. Menurut Chaturvedi et al., (2023) *Purchase Intention for EV* dipengaruhi oleh berbagai motives antara lain *Hedonic motives*, *Normative motives*, dan *Gain motives*. Lebih lanjut, Ghasemi Siani et al., (2021) dalam Chaturvedi et al., (2023) berpendapat bahwa *Hedonic motives* adalah sebuah motif yang akan memengaruhi pengalaman yang dipersonifikasikan konsumen saat menggunakannya. *Hedonic motives* juga berperan sebagai mediator antara hubungan *Normative motives*, dan *Gain motives* dengan *Purchase Intention for EV*. Adapun, menurut Choi & Johnson (2019) dalam Chaturvedi et al., (2023) telah menggambarkan hubungan positif antara *Hedonic Motives* dan niat pembelian ramah lingkungan. Misalnya, membeli kendaraan listrik

dapat menyebabkan konsumen tidak hanya menganggap bahwa itu adalah mobil listrik dengan beberapa manfaat seperti pengalaman berkendara yang mulus, efisiensi bahan bakar, dan emisi karbon yang rendah, tetapi juga menghasilkan citra mengenai perasaan dan kesenangan dalam mengendarai mobil yang bertenaga baterai tanpa mesin bahan bakar. Selain itu, menurut Widya Paramita (2024), dalam konde.co (2024), kendaraan mobil listrik juga dapat menunjukkan motivasi untuk mendapatkan status terpandang atau gengsi di mata masyarakat Indonesia terutama generasi muda untuk membeli mobil listrik. Dapat dilihat pada gambar 1.5 yang menunjukkan bahwa orang Indonesia membeli mobil listrik karena motif hedonisme salah satunya ialah meningkatkan status sosial.

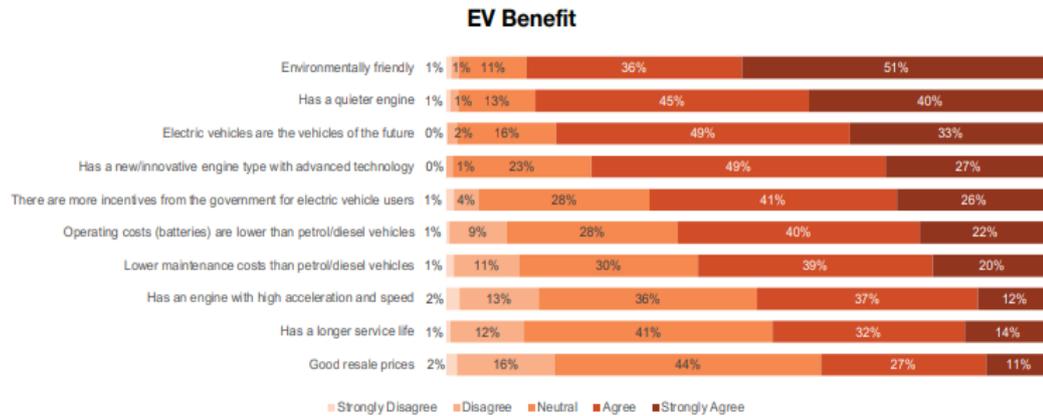


**Gambar 1. 5 Alasan Konsumen di Indonesia Membeli Mobil Listrik  
(September 2023)**

Sumber : <https://www.pwc.com/>

*Motives* berikutnya yang dapat mempengaruhi *Hedonic Motives* dan *Purchase Intention for EV* adalah *Gain Motives*. Menurut Steg (2015) dalam Chaturvedi et al., (2023) *Gain Motives* menunjukkan penilaian konsumen terhadap biaya dan manfaat, sehingga konsumen menjadi sangat sensitif terhadap peluang, sumber daya pribadi, atau pengelolaan sumber daya yang efisien, seperti keamanan finansial dan status sosial. Pada gambar 1.6 telah menunjukkan bahwa terdapat indikator yang berkaitan

dengan *Gain Motives* seperti biaya maintenance yang rendah serta adanya bantuan subsidi pemerintah Indonesia.



**Gambar 1. 6 Manfaat Electric Vehicles (EV) (September 2023)**

Sumber : <https://www.pwc.com/>

Kemudian motives terakhir yang dapat mempengaruhi *Hedonic Motives* dan *Purchase Intention for EV* adalah *Normative Motives*. Menurut Byerly et al., (2018) dalam Chaturvedi et al., (2023) *Normative Motives* adalah motif yang memainkan peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen terhadap produk ramah lingkungan dengan keterlibatan tinggi. *Normative Motives* dianggap sebagai prediktor utama ramah lingkungan. Konsumen dengan tujuan normatif yang kuat lebih mungkin untuk mengkonsumsi secara berkelanjutan meskipun ada biaya dan upaya yang harus dilakukan (Chakraborty et al., 2017) dalam (Chaturvedi et al., 2023). Merujuk pada data di gambar 1.5 yang menunjukkan *Normative Motives* seperti ramah lingkungan dan suara mesin yang senyap.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Chaturvedi et al., (2023) serta fenomena yang sedang terjadi saat ini yaitu pengaruh *Gain Motives*, *Normative Motives* terhadap *Purchase Intention For EV* dengan *Hedonic Motives* sebagai mediator, peneliti perlu melakukan penelitian lebih lanjut dengan operasional variabel, hipotesis, serta objek penelitian yang berbeda dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Chaturvedi et al., (2023). Penelitian ini menggunakan variabel *Gain Motives*, *Hedonic Motives*, *Normative Motives* untuk diuji pengaruhnya terhadap *Purchase Intention* konsumen. Empat faktor tersebut digunakan karena

dianggap sesuai dengan fenomena yang terjadi pada minat beli mobil listrik. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang yang telah di paparkan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH *GAIN MOTIVES* DAN *NORMATIVE MOTIVES* TERHADAP *PURCHASE INTENTION FOR EV* DENGAN *HEDONIC MOTIVES* SEBAGAI *MEDIATOR* (STUDI PADA MINAT MOBIL LISTRIK DI INDONESIA)”.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Gain Motives*, *Hedonic Motives*, *Normative Motives* dan *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia?
2. Seberapa besar pengaruh *Hedonic Motives* terhadap *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *Hedonic Motives* sebagai mediator antara hubungan *Gain Motives* dan *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh *Hedonic Motives* sebagai mediator antara hubungan *Normative Motives* dan *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana *Gain Motives*, *Hedonic Motives*, *Normative Motives* dan *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Hedonic Motives* terhadap *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia
3. Untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Motives* sebagai mediator antara hubungan *Gain Motives* dan *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Motives* sebagai mediator antara hubungan *Normative Motives* dan *Purchase Intention for EV* pada peminat produk mobil listrik di Indonesia.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat membantu memperkaya teori-teori yang ada dan memperluas pemahaman kita tentang bagaimana faktor-faktor tertentu seperti *Gain Motives*, *Hedonic Motives*, *Normative Motives* dan *Purchase Intention*.

### **Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran publik akan manfaat mobil listrik, dengan menekankan aspek-aspek yang paling penting atau menarik.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini akan memaparkan beberapa landasan teori yang berkaitan dengan pembahasan penelitian yang mendukung dalam memecahkan masalah penelitian dan kemudian dilanjutkan dengan penyusunan kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi variabel operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang pemaparan hasil penelitian yang kemudian dilakukan pembahasan mengenai penjelasan dari data-data yang telah diperoleh dan diolah dengan metode yang sudah ditentukan.

### **BAB V : PENUTUP**

Berisi mengenai kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran. Bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran-saran yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.