

BAB I

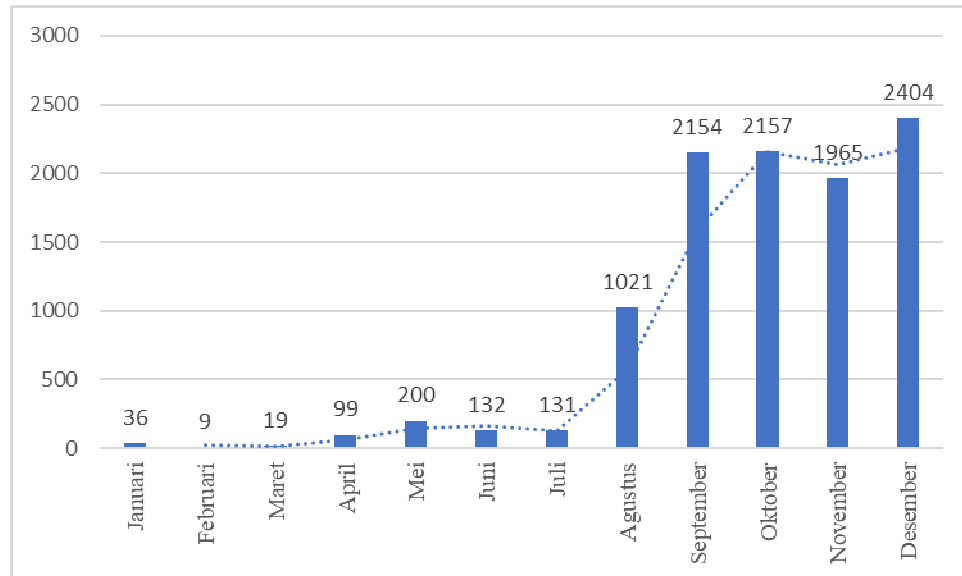
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pasar otomotif di Indonesia semakin meningkat dan persaingan yang semakin kompetitif. Berbagai macam produk kendaraan bermotor dihadirkan ke masyarakat guna mempermudah mobilitas masyarakat sehari-hari. Mobil merupakan salah satu kendaraan yang digemari oleh banyak konsumen karena selain fungsinya sebagai alat transportasi, tetapi juga dapat melindungi diri dari panas maupun hujan serta memberi kenyamanan. Banyaknya merek dan tipe mobil yang bermunculan saat ini membuat konsumen semakin kritis dalam memilih merek mobil yang akan dibeli, oleh karena itu perusahaan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan penjual. Salah satu industri otomotif yang sedang berkembang adalah mobil listrik.

Mobil listrik adalah kendaraan yang menggunakan energi listrik sebagai tenaga utama untuk menggerakkan motor listrik. Energi listrik yang disimpan dalam baterai atau tempat penyimpanan energi lainnya. Mobil listrik menjadi tren kendaraan masa depan menuju konsep yang hemat energi dan *green product*. Pemerintah Indonesia konsisten melakukan pergerakan menuju era kendaraan listrik dengan berbagai macam persiapan, seperti melalui penerbitan Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle/BEV*). Seiring dengan tren kendaraan hemat energi dan *green product* serta dukungan pemerintah terkait dengan penggunaan mobil listrik Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle/BEV*), Penjualan mengalami peningkatan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle/BEV*). Berikut grafik peningkatan volume

penjualan Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehicle/BEV*) di Indonesia periode tahun 2022 :



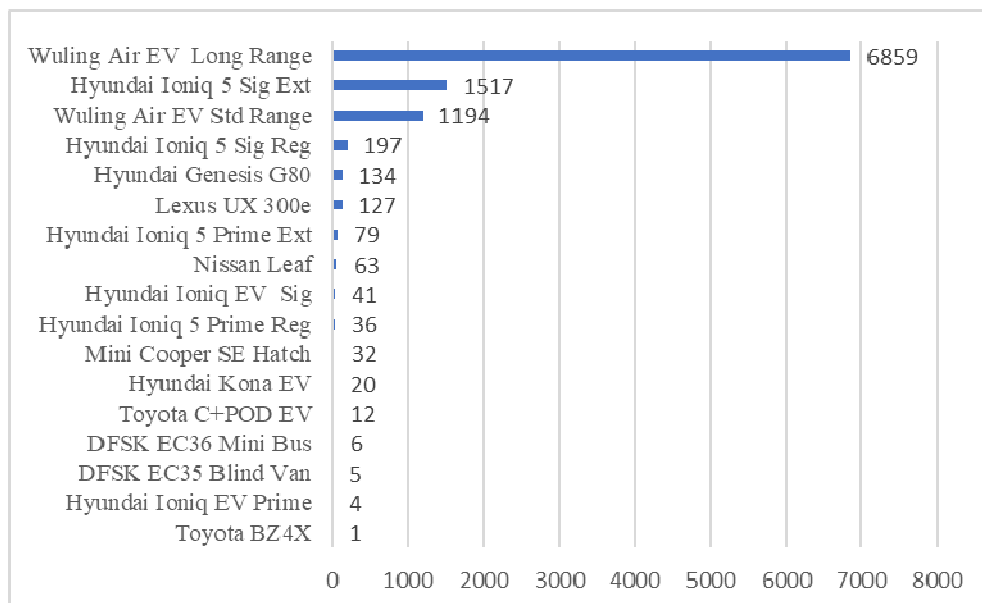
Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/27/penjualan-mobil-listrik-di-indonesia-tembus-10-ribu-unit-pada-2022>, diakses 13:00 WIB, 4 Juni 2023

Gambar 1.1 Penjualan Mobil Listrik Indonesia

Berdasarkan data diatas, penjualan listrik di Indonesia terus meningkat sepanjang tahun 2022. Sudah banyak masyarakat Indonesia yang membeli mobil listrik. Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), volume penjualan wholesale mobil listrik berbasis baterai atau battery electric vehicle (BEV) di pasar domestik pada Desember 2022 berjumlah 2.404 unit, capaian tertinggi sepanjang tahun. Jika diakumulasikan, total volume penjualan wholesale mobil listrik BEV di Indonesia periode Januari-Desember 2022 mencapai 10.327 unit

Wuling dalam mengembangkan ekosistem dan industri kendaraan bermotor listrik berbasis baterai dari hulu hingga hilir. Lokalisasi baterai kendaraan listrik ini merupakan wujud kerja sama strategis antara Wuling dan PT Gotion Green Energy Solutions Indonesia yang sebelumnya diresmikan pada November 2022 lalu. Adapun Gotion Hi-Tech merupakan perusahaan global yang berinvestasi di Indonesia untuk bidang pembuatan baterai kendaraan

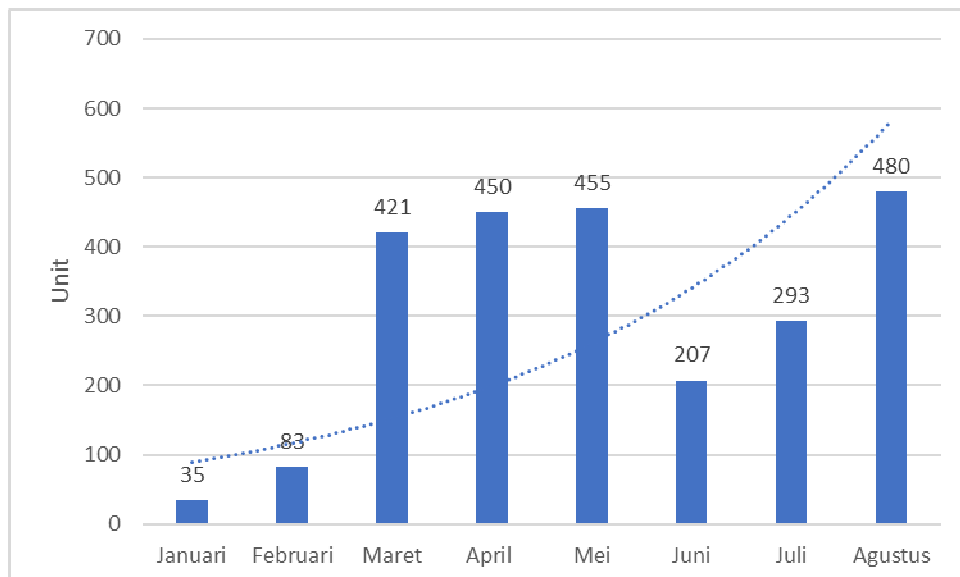
listrik. Melalui kemitraan ini, komitmen Wuling dalam memproduksi kendaraan listrik dengan pasokan lokal berkualitas dapat terwujud. Wuling Motors meluncurkan mobil listrik, yaitu Wuling Air ev yang resmi dipasarkan di Indonesia oleh PT SGMW Motor Indonesia pada tahun 2022. Wuling Air EV merupakan mobil listrik yang dirancang untuk menjadi solusi transportasi *green product* dan efisien di kota-kota besar. Mobil ini memiliki desain yang ramping dan modern serta dilengkapi dengan teknologi canggih yang membuat pengalaman mengemudi semakin menyenangkan. Wuling Air EV merupakan mobil listrik pertama keluaran Wuling Motors Indonesia yang *green product*, tidak meninggalkan emisi dan polusi, dilengkapi dengan fitur *easy home charging system, futuristic center console, integrated floating widescreen & smart start system*. Berdasarkan data penjualan mobil listrik, merek perusahaan wuling mendominasi penjualan produk kendaraan mobil listrik dibandingkan pesaingnya terbukti, volume penjualan keseluruhan mobil listrik di Indonesia menunjukkan bahwa Wuling Air Ev Std Range masuk ke dalam produk penjualan terbananyak mobil listrik. Berikut data penjualan mobil listrik di Indonesia.



Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/27/wuling-air-ev-kuasai-pasar-mobil-listrik-indonesia-pada-2022>, diakses 16:15 WIB, 5 Juni 2023

Gambar 1.2 Pasar Mobil Listrik Indonesia

Berdasarkan data diatas, Wuling Air EV menjadi Mobil listrik terlaris pada 2022 karena memiliki penjualan tertinggi pada Wuling Air EV Long Range: 6.859 unit dan Wuling Air EV Standard Range: 1.194 unit, kemudian diikuti oleh penjualan mobil listrik lainnya, yaitu Hyundai Ioniq 5 Signature Extended sebanyak 1.517 unit, Hyundai Ioniq 5 Signature Reguler sebanyak 197 unit, Hyundai Genesis G80 EV sebanyak 134 unit, Lexus UX 300e sebanyak 127 unit, Hyundai Ioniq 5 Prime Extended sebanyak 79 unit, Nissan Leaf sebanyak 63 unit, Hyundai Ioniq EV Signature sebanyak 41 unit, Hyundai Ioniq 5 Prime Reguler sebanyak 36 unit, Hyundai Ioniq 5 Prime Reguler sebanyak 36 unit, Hyundai Kona EV sebanyak 20 unit, Toyota C+POD EV sebanyak 12 unit, DFSK EC36 Mini Bus sebanyak 6 unit, DFSK EC36 Blind Van sebanyak 5 unit, Hyundai Ioniq EV Prime sebanyak 4 unit dan Toyota BZ4X EV sebanyak 1 unit. Berdasarkan data tingginya penjualan mobil listrik merek Wuling dibandingkan dengan pesaingnya Berikut ini gambar 1.3 penjualan mobil Wuling Air EV Januari-Agustus 2023.



Sumber: Data Diolah, Tahun 2023

Gambar 1.3 Penjualan Mobil Wuling Air EV Januari-Agustus 2023

Berdasarkan data diatas, menjelasakna bahwa mobil Wuling Air EV mengalami peningkatan pada bulan Agustus sebesar 480 Unit, hal ini menunjukkan bahwa

konsumen semakin tertarik melakukan keputusan pembelian pada Wuling Air EV. Adonis dan Silintowe (2021) keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli produk. Pradnyana dan Susila (2022) mendefinisikan bahwa keputusan pembelian yakni sebuah fase penyelesaian persoalan mengenai produk yang akan dibeli dimana tersusun dari Analisa, pencarian suatu informasi, seleksi produk, keputusan pembelian, dan terakhir perilaku setelah melaksanakana pembelian. Bimantara (2022) keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Kemudian guna mengidentifikasi sebuah fenomena tersebut. Peneliti melakukan prasurvey dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 Responden konsumen terkait dengan alasan konsumen melakukan pembelian mobil listrik merek wuling. Berikut hasil prasurvey indentifikasi awal alasan responden melakukan pembelian produk mobil listik merek wulling :

Tabel 1.1 Hasil Prasurvey Alasan Konsumen Melakukan Pembelian Mobil Listrik Merek Wuling

Faktor	Jumlah	Persentase
Desain Produk	23	77%
<i>Green product</i>	17	57%
Harga Terjangkau	10	33%
Hemat Bahan Bakar	7	23%
Negara Asal	3	10%
Kualitas Prodk	2	7%
Fitur	2	7%
Dapat Dicas Dimana Saja	1	3%

Sumber: Hasil Prasurvey, 2023

Berdasarkan tabel 1.1, menjelaskna bahwa reponden memiliki alasan tertinggi melakukan pembelian mobil listrik merek wulinga adalah desain produk, yang berjumlah 77%, kemudian *green product* 57%, harga terjangkau, 33%, hemat bahan bakar, 23%, Negara asal 10%, kualitas produk, 7%, Fitur, 7% dan dapat dicas dimana saja, 3%.

Suari, Telagawathi, dan Yulianthini (2019) Desain produk merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk. Desain yang unik dan mampu memberikan daya pikat pada konsumen tentu akan menciptakan kesan yang baik pada suatu produk. Seiring dengan berkembangnya jaman yang semakin modern, desain produk menjadi pusat perhatian konsumen sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian. Adonis dan Silintowe (2021) desain merupakan sebuah kesempurnaan yang sangat mempengaruhi manfaat dan kegunaan suatu produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Pradnyana dan Susila (2022) desain ialah semua fitur yang berperan dalam sebuah produk yang ada, nyata, dan berfungsi pada pembeli. Penelitian yang dilakukan oleh Adonis dan Silintowe (2021) menyatakan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Wuling Air EV merupakan mobil listrik berbasis GSEV dengan tampilan *versatile compact design* yang membuat mobil ini mudah untuk dikendarai. Tidak hanya itu, bentuknya yang ramping juga memudahkan pengguna untuk memarkir kendaraan dalam berbagai kondisi. Wuling Air ev mengusung *desain future-tech* yang tampak *smart* dan begitu futuristic. Sedangkan pada interiornya, mobil listrik ini mengedepankan desain minimalis tetapi tetap lega dan nyaman di dalamnya. Wuling Air ev interior mengusung desain interior yang minimalis namun futuristic untuk mengimbangi desain eksterior yang *future-tech*. Tidak hanya itu, Wuling Air ev juga akan memiliki desain interior yang mengusung konsep *Intelligent & Comfortable Experience*. Menampilkan sentuhan modern dan *stylish* sehingga sesuai dengan gaya urban anak muda masa kini sebagaimana *market* utama dari mobil listrik ini yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian mobil Wuling Air EV.

Kepedulian dan kesadaran terhadap lingkungan telah merubah mindset dan pola hidup manusia dan para pelaku usaha. Hal ini ditunjukkan pada perubahan pola pendekatan bisnis yang mulai mengarahkan usaha dengan

pendekatan aktivitas-aktivitas bisnis berwawasan lingkungan, yaitu *green product*. Hanifa (2019) *green product* merupakan suatu produk yang ramah atau tidak berbahaya terhadap lingkungan, baik pada saat proses produksinya atau saat mengkonsumsinya. Widodo (2020) mendefinisikan *green product* adalah produk yang biasanya tahan lama, tidak berbahaya bagi kesehatan, pengemasan terbuat dari bahan daur ulang. *Green product* membantu menghemat energi, mengurangi penggunaan zat-zat beracun, polusi dan limbah Penelitian yang dilakukan oleh Syamsuddin, N., & Nawir, M. (2021) menyatakan bahwa *green product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Wuling Air EV menjadi pemain baru di pasar mobil listrik di Indonesia. Kehadiran Wuling Air EV menjadi jawaban kebutuhan masyarakat Indonesia akan mobil berdaya listrik yang inovatif dan ramah lingkungan. Menurut hasil survei KIC tentang Wuling Air EV, sebesar 30,4 persen responden setuju Wuling Air EV ramah lingkungan. Sementara 24,9 persen responden menyatakan bahwa Wuling Air EV inovatif, lalu 19 persen responden menyatakan Air EV unik, dan 9,1 persen responden mengatakan Air EV memiliki desain yang *compact* (katadata.co.id, 2023). Hal ini munjukan bahwa konsep mobil ramah lingkungan pada Wuling Air EV dapat diterima baik oleh masyarakat Indonesia yang diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian mobil Wuling Air EV.

Harga dapat mempengaruhi kinerja finansial dan memiliki pengaruh penting terhadap persepsi pembeli. Kuengo, Taan, dan Radji (2022) harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Rooroh, dan Manengkey (2022) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atas jasa. Penelitian yang

dilakukan oleh Samudra dan Wijayanto (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berikut ini Tabel 1.2 perbandingan harga mobil listrik di Indonesia

Tabel 1.2
Perbandingan Harga Mobil Listrik Di Indonesia

No	Merek Mobil Listrik	Harga	
		Tipe Terendah	Tipe Tertinggi
1	Wuling	243Juta	438 Juta
2	Hyundai	750 Juta	1.19 Miliar
3	Lexus	1.08 Miliar	1.95 Miliar
4	Nissan	519 Juta	738 Juta
5	Mini Cooper	1.05 Miliar	1.1 Miliar
6	Toyota	1.00 Miliar	1.19 Miliar
7	DFSK	399 Juta	582 Juta

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 1.2 menjelaskan bahwa Wuling menawarkan harga mobil listrik dengan tipe terendah sebesar 243 Juta dan tipe tertinggi 438 juta. Data tersebut menunjukkan bahwa Wuling memiliki harga yang lebih terjangkau jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Harga Wuling Air EV di Indonesia dimulai dari Rp 243 Juta untuk varian dasar Lite dan naik hingga Rp 299,5 Juta untuk varian tertinggi. Survei Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan harga menjadi alasan penggunaan kendaraan listrik masih rendah di dalam negeri. Mayoritas atau 73,8% responden menganggap harga mobil listrik terlalu tinggi. Namun adanya dukungan dari pemerintah melalui kebijakan insentif berupa Pajak Pertambahan Nilai Ditanggung Pemerintah (PPN DTP) untuk konsumen mobil listrik. Mulai 1 April 2023, pemerintah memberi potongan PPN sebesar 10% untuk pembelian mobil listrik. Artinya, pembeli hanya dikenakan sisa PPN 1 %. Hal ini diharapkan dapat menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli Wuling Air EV. Berdasarkan pembahasan di atas, maka penelitian ini mencoba mengkaji mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan menguji dengan variabel desain produk *green product* dan harga, melihat fenomena yang terjadi di atas maka penting untuk meneliti lebih jauh mengenai

“Pengaruh Desain Produk, *Green Product* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mobil Listrik Merek Wuling”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas. maka perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling ?
2. Apakah *green product* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling ?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling ?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek penelitian ini adalah konsumen mobil listrik merek Wuling di Indonesia

1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah desain produk *green product*, harga dan keputusan pembelian

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Penelitian dilaksanakan di Indonesia

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Waktu yang di tentukan pada penelitian ini adalah waktu yang didasarkan berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2023 sampai September 2023

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah ilmu manajemen sumber daya manusia yang meliputi dimensi desain produk *green product*, harga dan keputusan pembelian

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas. maka tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling
2. Untuk mengetahui pengaruh *green product* terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Wuling

Perusahaan dapat memperoleh sumbangan pemikiran tentang peran produk, *green product* dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling

1.5.2 Bagi IIB Darmajaya

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut guna untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh desain produk *green product* dan harga terhadap keputusan pembelian produk mobil listrik merek Wuling dan menambah referensi perpustakaan jurusan manajemen sumber daya manusia IIB Darmajaya.

1.5.3 Bagi Peneliti Berikutnya

Diharapkan dapat menambah masukan atau informasi bagi penelitian sejenis berikutnya

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori dalam penelitian ini membahas tentang desain produk *green product*, harga dan keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup Metode Penelitian, Sumber Data, Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel, Uji Persyaratan Instrumen, Uji Persyaratan Analisis Data, Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisis terhadap data yang telah diperoleh dari pelaksanaan penelitian, berupa pengujian model dan pengujian hipotesis.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil pembahasan dan saran kepada pihak-pihak yang berkaitan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**