

BAB I

PENDAHULUAN

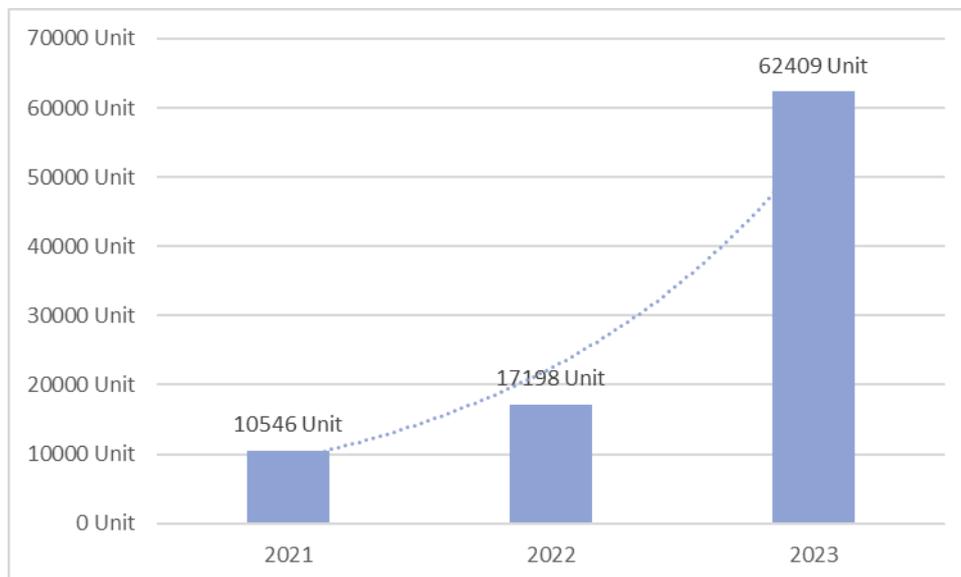
1.1 Latar Belakang

Pentingnya memahami permintaan konsumen terhadap produk yang diinginkan telah menjadi fokus di berbagai industri, termasuk industri otomotif. Saat ini teknologi otomotif berkembang sangat pesat, khususnya sepeda motor. Saat ini, produksi sepeda motor tidak lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan utama perjalanan masyarakat, namun berkembang menuju gaya hidup. Berbagai macam bentuk, aksesoris dan kapasitas mesin sepeda motor dikembangkan untuk menarik minat konsumen. Sepeda motor berbagai merek telah terjual di seluruh Indonesia dan mendapat respon positif dari konsumen. Hal ini terlihat dari terus meningkatnya permintaan sepeda motor di Indonesia setiap tahunnya. Menurut laporan Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI), penjualan sepeda motor domestik mencapai 6.236.992 unit sepanjang 2023, angka tersebut naik 19,44% dibanding tahun sebelumnya pada 2022, penjualan sepeda motor domestik sebanyak 5.221.470 unit (Databoks, 2023).

Penduduk Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan sehingga kebutuhan akan transportasi khususnya sepeda motor juga terus mengalami peningkatan. Peningkatan sepeda motor menyebabkan polusi udara terus meningkat. Sepeda motor menjadi penyumbang emisi gas rumah kaca (GRK) terbesar dari sektor transportasi pada 2022. Temuan tersebut didapatkan dari hasil studi lembaga think tank Institute for Essential Services Reform (IESR), Indonesia Energy Transition Outlook 2024. Pada 2022, total emisi di sektor transportasi Indonesia mencapai 150 juta ton karbon dioksida ekuivalen. Dari jumlah tersebut, sepeda motor menyumbang 36,1 persen atau sekitar 54,1 juta ton karbon dioksida ekuivalen dari total emisi (Kompas.com, 2024). Dengan permasalahan polusi udara tersebut berdampak pada pencemaran udara yang

dapat memicu terjadinya gangguan pernapasan, seperti asma, ISPA, dan kanker paru-paru. Selain itu, pencemaran udara juga bisa berakhir pada berkurangnya kadar oksigen di dalam tubuh manusia, sehingga membahayakan kesehatan salah satu solusinya adalah diperlukan kendaraan yang ramah lingkungan, yaitu sepeda motor listrik.

Sepeda motor listrik merupakan alat transportasi ramah lingkungan yang dirancang untuk mengurangi emisi dari kendaraan bahan bakar minyak. Selain sepeda motor listrik, sepeda motor listrik mendukung tren pengembangan keunggulan energi rendah emisi di masa depan. Sepeda listrik pertama ditemukan oleh orang Amerika Ogden Bolton Jr. pada tanggal 31 Desember 1890. Dikembangkan pada tahun 1895 dan diluncurkan ke publik pada tahun 1897 dengan nama E-bike. Sepeda motor listrik pertama kali di Indonesia diproduksi pada tahun 2018, Sepeda motor listrik terus mengalami peningkatan yang dapat dilihat melalui gambar 1.1.

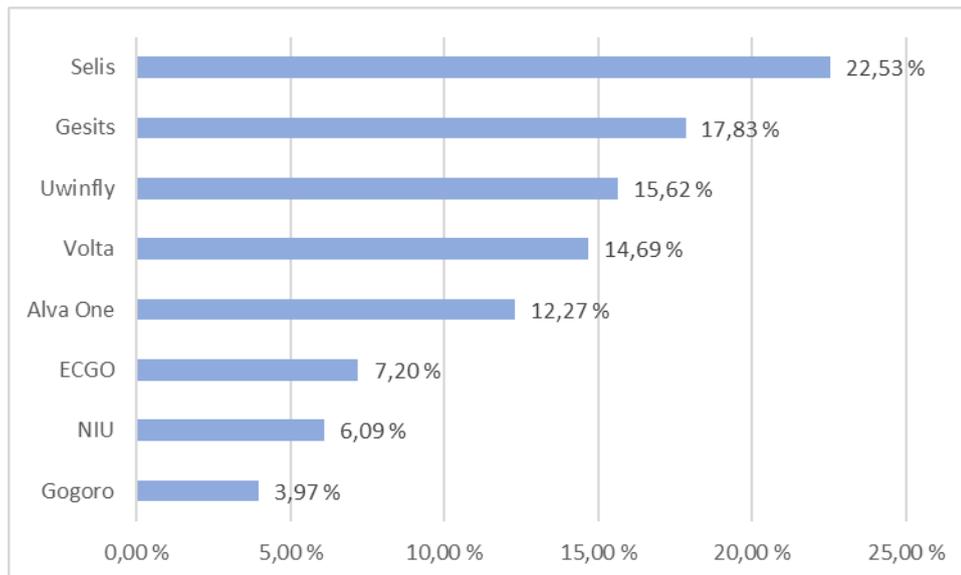


Sumber: <https://www.jawapos.com>, 2024

Gambar 1.1 Jumlah Motor Listrik Di Indonesia

Berdasarkan gambar 1.1 menjelaskan bahwa motor listrik sepanjang tahun 2023 meningkat sebanyak 62.409 unit dibandingkan dengan tahun

sebelumnya yang hanya 17.198 unit dan sebanyak 10.546 unit pada tahun 2021. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia tertarik untuk membeli motor listrik. Adapaun merek motor listrik yang paling banyak dimiliki masyarakat Indonesia yang dapat dilihat melalui gambar 1.2



Sumber: <https://goodstats.id/article/merek-motor-listrik-yang-paling-banyak-dimiliki-masyarakat-IYJNv>, 2023

Gambar 1.2 Merek Motor Listrik Yang Paling Banyak Dimiliki Masyarakat Indonesia

Berdasarkan gambar 1.2 menjelaskan bahwa Selis menduduki peringkat pertama sepeda motor listrik Indonesia dengan pangsa 22,33%. Peringkat kedua ada merek Gesits dengan perolehan 17,83%. Diikuti oleh Uwinfly dan Volta, masing-masing menyumbang 15,62% dan 14,69%. Sepeda motor listrik Alva One dimiliki sebesar 12,27%. Peringkat terbawah adalah merek Gogoro sebesar 3,97%, merek NIU sebesar 6,09%, dan merek ECGO sebesar 7,20%. Hal ini menunjukkan bahwa Selis menjadi merek motor listrik yang paling diminat untuk dibeli konsumen

PT Juara Bike merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan kendaraan ramah lingkungan dengan sumber daya energi listrik (Electric

Vehicle). Berdiri pada tanggal 21-03-2011, PT Juara Bike dengan *brand* Selis telah dikenal sebagai salah satu brand kendaraan listrik terkemuka di Indonesia. Dengan standar kualitas yang tinggi, tenaga ahli yang berpengalaman di bidangnya, disertai dengan pelayanan purna jual yang tersebar di seluruh kota besar di Indonesia menjadikan PT Juara Bike dengan brand SELIS mempunyai peranan besar dalam perkembangan kendaraan listrik di Indonesia perkembangan kendaraan listrik di Indonesia diantaranya E-Moped, E-Bike, E-Motor, PMD dan SPV. Semakin meingkatnya pengguna motor listrik serta banyaknya merek motor listrik di pasar Indonesia, motor listrik Selis harus memperhatikan perilaku keputusan pembelian konsumen, untuk mengetahui perilaku keputusan pembelian konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden. Berikut ini hasil pra survei perilaku keputusan pembelian konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung yang dapat dilihat melalui tabel 1.1

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Keputusan Pembelian Konsumen Pada Motor Listrik Selis Di Bandar Lampung

No	Pernyataan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Yakin membeli motor listrik Selis karena ramah lingkungan	5	25	17%	83%
2	Membeli motor listrik Selis karena sudah banyak yang menggunakan	15	15	50%	50%
3	Memilih motor listrik Selis dibandingkan merek motor listrik lain	10	20	33%	67%
4	Membeli motor listrik Selis karena sesuai kebutuhan	14	16	47%	53%
5	Bersedia membeli motor listrik Selis dimasa yang akan datang	12	18	40%	60%
Rata-Rata		11,2	18,8	37%	63%

Sumber: Hasil Pra Surei, 2024

Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa rata-rata konsumen menjawab ya sebesar 37%, sedangkan 63% menjawab tidak terkait dengan survei perilaku keputusan pembelian konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung. Hasil pra survei menunjukkan bahwa konsumen Bandar Lampung kurang tertarik melakukan pembelian motor listrik Selis.

Keputusan pembelian memegang peranan yang sangat penting karena dapat meningkatkan keuntungan perusahaan dengan meningkatkan pemasaran produk. Konsumen seringkali perlu mempertimbangkan dan mempertimbangkan alternatif terhadap suatu produk sebelum mengambil keputusan pembelian. Menurut Adonis dan Silintowe (2021) keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses pengambilan keputusan pembelian, dimana konsumen benar-benar membeli produk. Nuraisyah dan Nuzil (2023) keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Nuraisyah dan Nuzil (2023) keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk.

Perilaku keputusan pembelian terhadap suatu produk terjadi setelah konsumen mengalami rentetan pemikiran dalam benaknya yang terjadi persepsi konsumen mengenai merek dan lingkungan yang mempengaruhinya, dimana setelahnya akan menghasilkan suatu perilaku atas pemilihan merek. Sebelum seseorang memutuskan untuk melakukan pembelian, maka sebelumnya akan muncul minat beli dalam benak konsumen tersebut (Sari, 2020). Seseorang menunjukkan minat terhadap sesuatu hal yang menarik, maka biasanya langkah selanjutnya adalah pengambilan keputusan. Dapat dikatakan bahwa minat membeli merupakan tahap kecenderungan untuk bertindak sebelum keputusan pembelian benar-benar dilaksanakan (Nuraisyah dan Nuzil, 2023). Gultom dan Widodo (2021) minat beli yaitu kecenderungan pelanggan dalam membeli produk atau melakukan gerakan yang diidentifikasi dengan pembelian yang diperkirakan oleh tingkat probabilitas pembeli untuk melakukan pembelian.

Penggunaannya *green marketing* sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Pertiwi dan Sulistyowati, 2021). Said et al (2020) *green marketing* adalah tanggung jawab yang holistik

dan strategis proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, memuaskan, dan memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan untuk memberikan imbalan tanpa menyebabkan kerugian bagi manusia atau alam. *Green marketing* sebagai upaya-upaya strategik yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyediakan barang-barang dan jasa-jasa yang ramah lingkungan kepada target konsumen, *green marketing* yang diterapkan perusahaan diharapkan akan membentuk sebuah dorongan untuk membeli suatu produk (Tusyaidah et al 2023).

Green marketing dinilai dari produksi sampai dengan cara perusahaan menyediakan produk tanpa merusak lingkungan. Nilai lebih ini diharapkan membentuk ketertarikan calon konsumen sehingga menimbulkan minat konsumen untuk membeli (Nuraisyah dan Nuzil, 2023). Menurut Setiagraha et al (2023) mendefinisikan bahwa *green marketing* sebagai pemasaran produk yang diyakini ramah lingkungan, yang diselenggarakan dalam berbagai kegiatan seperti pengaturan produk, modifikasi proses produksi, pengemasan, pelabelan, strategi periklanan serta meningkatkan kesadaran akan pemasaran di antara berbagai industri. *Green marketing* ini berkaitan tentang menggunakan pemasaran dengan cara yang lebih ramah lingkungan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada saat ini, *green marketing* terdiri dari *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*.

Terdapat beberapa keunggulan yang dimiliki motor listrik Selis yaitu bersuara lebih halus sehingga tidak mengganggu kenyamanan orang lain, Hal ini terjadi karena motor listrik Selis menggunakan dinamo yang menghasilkan minim suara. PT Juara Bike memberikan layanan pembelian secara online melalui *marketplace* dan website online dan secara offline dengan datang ke dealer atau showroom terdekat sehingga mempermudah konsumen memperoleh motor listrik Selis. Sejak tahun 2021 PT Juara Bike melakukan kegiatan *green marketing* untuk menarik minat konsumen yang nantinya akan berdampak

pembelian pada motor listrik Selis. Berikut ini Gambar 1.3 aktivitas *green marketing* motor listrik Selis



Gambar 1.3

Aktivitas *Green Marketing* Motor Listrik Selis

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan adanya subsidi pemerintah sebesar Rp. 7.000.000 setiap pembelian motor listrik Selis membuat calon konsumen semakin tertarik melakukan pembelian adapun kisaran harga motor listrik Selis setelah di subsidi pemerintah sebesar Rp 12.000.000-Rp 22.499.000, bentuk dukungan tersebut membuktikan bahwa motor listrik Selis kendaraan masa depan yang ramah lingkungan karena tidak mengeluarkan emisi gas yang menyebabkan pencemaran udara di jalan dan memberikan *discount* pada hari lingkungan Indonesia. Dengan demikian aktivitas *green marketing* motor listrik Selis diharapkan meningkatkan pembelian motor listrik Selis. Untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai *green marketing* yang dilakukan motor listrik Selis di Bandar Lampung, peneliti melakukan pra survei kepada 30 responden. Berikut ini hasil pra survei tanggapan konsumen mengenai *green marketing* yang dilakukan motor listrik Selis di Bandar Lampung yang dapat dilihat melalui tabel 1.2

Tabel 1.2 Tanggapan Konsumen Mengenai *Green Marketing* Yang Dilakukan Motor Listrik Selis Di Bandar Lampung

No	Pernyataan	Jumlah		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Tertarik membeli karena mengetahui Motor listrik Selis dirakit menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan	13	17	43%	57%
2	Tertarik membeli karena mengetahui Motor listrik Selis memiliki harga yang sesuai kualitas	10	20	33%	67%
3	Tertarik membeli karena mengetahui Motor listrik Selis, kendaraan non emisi	14	16	47%	53%
4	Tertarik membeli karena mengetahui Motor listrik Selis selalu memberikan pesan cinta lingkungan di sosial media	11	19	37%	63%
Rata-Rata		12	18	40%	60%

Sumber: Hasil Pra Surei, 2024

Berdasarkan tabel 1.2 menjelaskan bahwa rata-rata konsumen menjawab ya sebesar 40%, sedangkan 60% menjawab tidak terkait dengan survei tanggapan konsumen mengenai *green marketing* yang dilakukan motor listrik Selis di Bandar Lampung. Hasil pra survei menunjukkan bahwa *green marketing* yang dilakukan oleh PT Juara Bike belum mampu meningkatkan ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian motor listrik Selis di Bandar Lampung. Berdasarkan latar belakang, dan fenomena yang ada, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan keputusan pembelian dengan judul “**Pengaruh *Green Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen Pada Motor Listrik Selis Di Bandar Lampung**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dan uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah *green marketing* berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung?
2. Apakah *green marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada motor listrik Selis di Bandar Lampung?

3. Apakah minat beli konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada motor listrik Selis di Bandar Lampung ?
4. Apakah *green marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1.3.1 Ruang Lingkup Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung

1.3.2 Ruang Lingkup Objek

Ruang lingkup objek penelitian ini adalah *green marketing*, minat beli dan keputusan pembelian

1.3.3 Ruang Lingkup Tempat

Ruang Lingkup Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bandar Lampung.

1.3.4 Ruang Lingkup Waktu

Ruang lingkup waktu yang ditentukan pada penelitian ini adalah waktu yang berdasarkan kebutuhan penelitian yang dilaksanakan pada bulan Maret 2024 sampai selesai.

1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan

Ruang lingkup ilmu pengetahuan adalah Manajemen Pemasaran yang meliputi *green marketing*, minat beli dan keputusan pembelian

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah. maka peneliti menetapkan tujuan penelitian yaitu.

1. Untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap minat beli konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung
2. Untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian pada motor listrik Selis di Bandar Lampung

3. Untuk mengetahui pengaruh minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian pada motor listrik Selis di Bandar Lampung
4. Untuk mengetahui pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen pada motor listrik Selis di Bandar Lampung

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan terutama di bidang pemasaran khususnya mengenai *green marketing*, minat beli dan keputusan pembelian

1.5.2 Bagi Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan bahan kajian yang dijadikan referensi bagi pembaca dan peneliti lain yang melakukan penelitian dengan jenis pembahasan yang sama serta diharapkan dapat menambah wawasan bagi para mahasiswa/mahasiswi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya, terutama bagi mahasiswa/mahasiswi yang mengambil konsentrasi pemasaran

1.5.3 Bagi Perusahaan

Mampu memberikan implikasi bagi para pengelola di perusahaan yang nantinya akan dijadikan strategi pemasaran dalam meningkatkan keputusan pembelian pada motor listrik Selis di Bandar Lampung

1.6 Sistem Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang ada dalam perusahaan dan dirumuskan dalam perumusan masalah. ruang lingkup dari penelitian. tujuan penelitian. manfaat dari penelitian dan sistematika dari penelitian.

Bab II Landasan Teori

Bab ini menguraikan landasan teori dan tinjauan empiris yang relevan dengan permasalahan yang diteliti berdasarkan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian. populasi dan sampel. sumber data. variabel penelitian. operasional variabel. teknik analisis data. uji persyaratan instrumen. metode analisis data. teknik analisis data. dan pengujian hipotesis.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan peneliti dengan berpedoman pada teori dan metode yang dikemukakan pada Bab II dan III.

Bab V Simpulan dan Saran

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV.

Daftar Pustaka**Lampiran**