

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penduduk Indonesia setiap tahunnya mengalami peningkatan, sehingga kebutuhan akan transportasi menjadi meningkat khususnya sepeda motor, karena sepeda motor mempermudah kegiatan masyarakat sehari – hari dan harga sepeda motor lebih murah dibandingkan kendaraan lain.

Tabel 1.1 Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor di Indonesia (bps.go.id)

Jenis Kendaraan Bermotor	Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Pertahun di Indonesia		
	2018	2019	2020
Sepeda Motor	106.657.951	112.771.136	115.023.039
Mobil Penumpang	14.830.698	15.592.419	15.797.746
Mobil Bis	222.872	231.569	233.261
Mobil Barang	4.797.254	5.021.888	5.083.405
Jumlah	126.508.775	133.617.012	136.137.451

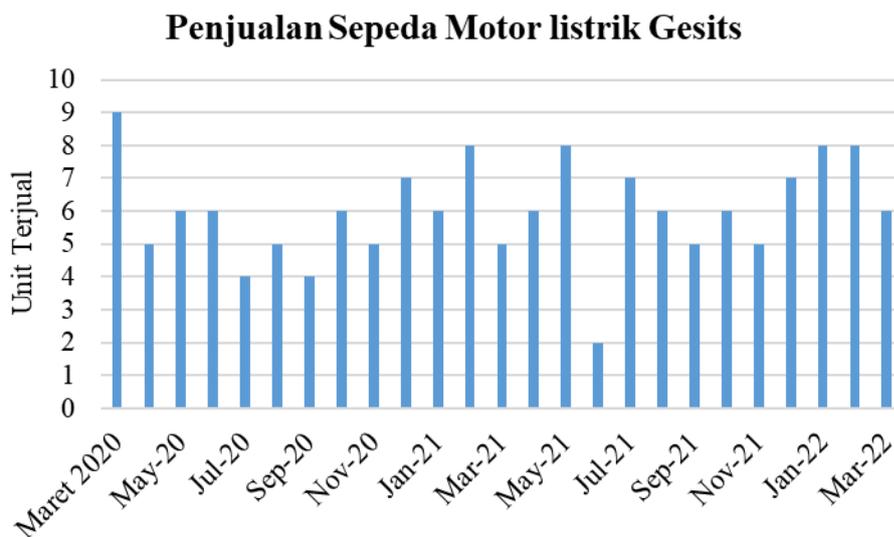
Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) sepeda motor setiap tahunnya mengalami peningkatan. Pada tahun 2018 jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia berjumlah 106.657.952 unit dan pada tahun 2020 mencapai 115.023.039 unit [1].

Akibat dari meningkatnya pengguna sepeda motor, cadangan energi fosil kian berkurang, sehingga harga bahan bakar bensin mengalami peningkatan dan mengalami kelangkaan. Maka peralihan motor konvensional ke motor listrik adalah salah satu cara untuk menangani polusi udara yang meningkat dan cadangan energi fosil yang kian berkurang.

Pada tahun 2019 Presiden mengeluarkan PEPRES Nomor 55 tahun 2019 tentang Percepatan Program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (*Battery Electric Vehivle*) untuk transportasi darat. Data Kementerian Perindustrian RI menunjukkan Pemerintah membuat program Kendaraan Bermotor Listrik Berbasis Baterai (KBLBB) dengan estimasi target 1,76 Juta unit motor dan target produksi ini akan terus di tingkatkan hingga 2,45 Juta unit motor pada 2030 [2].

Sepeda motor listrik adalah sebuah kendaraan inovatif yang pengisian dayanya tidak menggunakan minyak bumi sehingga ramah terhadap lingkungan, biaya pengisian daya lebih hemat, dan *maintenance* lebih murah dapat menjadi solusi dari pencemaran udara dan kelangkaan energi yang ada di dunia [3]. Dilansir dari CNN Indonesia, jumlah penjualan kendaraan Sepeda Motor Listrik hingga pertengahan November tahun 2021 di Indonesia berjumlah 12.464 unit [4], sedangkan motor bensin menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) pada bulan Januari tahun 2022 tercatat 443.890 unit motor bensin terjual [5]. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya minat beli masyarakat terhadap motor listrik. Saat ini banyak produsen motor listrik yang menawarkan berbagai harga dan fitur untuk menunjang kebutuhan masyarakat, sehingga perkembangan industri sepeda motor listrik semakin meningkat.

Salah satu perusahaan motor listrik di Indonesia adalah Gesits. Gesits merupakan sepeda motor listrik *matic* buatan indonesia yang diproduksi oleh PT. Wijaya Manufakturing (WIMA). Gesits menjadi pelopor motor listrik di Indonesia, dan diresmikan oleh Presiden pada 7 November tahun 2018 di Istana Kepresidenan [6]. Berdasarkan hasil wawancara pada salah satu gerai Gesits di Kota Bandung, penjualan motor listrik Gesits mencapai 150 unit di Jawa Barat dari Oktober tahun 2020 Gesits Bandung diresmikan hingga Maret tahun 2022.



Gambar 1. 1 Data Penjualan Sepeda motor listrik Gesits

Penjualan tersebut jika dibandingkan dengan penjualan sepeda motor bensin sangat rendah. Selain persaingan dengan sepeda motor bensin, motor listrik

Gesits juga bersaing dengan motor listrik lainnya seperti buatan cina yang relatif lebih murah harganya. Dengan demikian Gesits membutuhkan pendekatan untuk mendapatkan perhatian calon konsumen sehingga dapat mempengaruhi Niat Beli konsumen. Niat Beli memiliki kaitan dengan karakter, perilaku, persepsi dan sikap dari konsumen [7].

Menurut survei awal yang peneliti lakukan berdasarkan wawancara kepada 5 orang yang berada disekitar Gesits Bandung, bahwa promosi yang dilakukan Gesits kurang menarik. Peneliti juga melakukan wawancara terhadap 30 orang masyarakat pengguna sepeda motor di Bandung, 15 orang menyatakan tertarik dengan adanya motor listrik tetapi belum mengetahui lebih spesifik mengenai motor listrik khususnya merek Gesits, dan memiliki ketakutan karena tidak mengetahui tempat pengisian batrenya jika habis sehingga niat untuk membeli motor listrik masih di khawatirkan. 5 orang menyatakan belum mengetahui motor listrik seperti Gesits dan mengatakan bahwa keberadaan motor listrik dilihat dari fasilitas belum memadai dan 10 orang menyatakan belum mengetahui mengenai motor listrik terutama motor listrik Gesits.

Dalam penelitian ini akan dianalisis bagaimana Pengaruh Promosi, Gaya hidup, dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Motor Listrik. Penelitian ini penting dilakukan di Kota Bandung, karena Kota Bandung memiliki potensi pasar yang baik untuk perkembangan industri otomotif dan *lifestyle* masyarakat Kota Bandung tidak lepas dari sepeda motor sehingga penelitian ini dapat membantu *skateholder* dalam menentukan strategi penjualan untuk kedepannya.

Berdasarkan penelitian [8] dinyatakan Promosi memiliki pengaruh positif terhadap Niat Beli *Fashion Brand Local* Giyomi pada generasi Y dan Z. Gaya hidup menunjukkan pola hidup seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup dapat diukur dengan berbagai cara, salah satunya dengan pendekatan *Activity, Interest, Opinion (AIO) statement*. Pada penelitian sebelumnya, Gaya hidup dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat Beli pembelian sepeda motor sport honda yang dimediasi oleh sikap [9].

Selain itu Motor listrik merupakan kendaraan yang masih baru di Indonesia sehingga terdapat faktor yang dapat membuat ragu konsumen untuk menggunakan motor listrik, salah satunya adalah Persepsi Risiko. Persepsi

Risiko memiliki pengaruh negatif terhadap kepercayaan konsumen untuk bertransaksi. Persepsi risiko merupakan hal yang menyangga pikiran konsumen untuk melakukan transaksi atau tidak [10]. Akan tetapi Persepsi Risiko dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Niat Beli [11].

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner dan analisis *Structural Equation Modelling Partial Least Square* SEM - PLS. Penelitian ini menggunakan SEM – PLS karena penelitian ini merupakan bidang pemasaran sehingga akan sulit untuk mendapatkan data yang berdistribusi normal untuk menggunakan persamaan regresi yang *Best linier unbiased Estimate* (BLUE). SEM-PLS digunakan dalam penelitian ini karena dapat memprediksi serta menjelaskan variabel laten dari pengujian pada teori, dapat mengetahui pengaruh dari bermacam variabel terhadap suatu objek secara bersamaan dengan minimal satu variabel terikat dan satu variabel bebas. Tujuan dari penggunaan SEM – PLS karena untuk mengetahui adanya hubungan antara variabel laten dan memprediksi Pengaruh Promosi, Gaya hidup, dan Persepsi Risiko terhadap Niat Beli Motor Listrik.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Promosi terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung?
2. Bagaimana pengaruh Gaya Hidup terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung?
4. Bagaimana pengaruh Promosi, Gaya Hidup dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap Niat Beli Motor Listrik di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh Promosi terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung?

2. Mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung?
3. Mengetahui pengaruh Persepsi Risiko terhadap Niat Beli motor listrik di Kota Bandung?
4. Mengetahui pengaruh Promosi, Gaya Hidup dan Persepsi Risiko secara simultan terhadap Niat Beli Motor Listrik di Kota Bandung?

1.4 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Responden merupakan masyarakat Kota Bandung pengguna sepeda motor yang merupakan angkatan kerja (Berusia 15 – 65 tahun), dan belum memiliki motor listrik.
2. Jenis penelitian yang dipakai menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dan skala likert.
3. Penelitian ini berfokus pada variabel laten Promosi, Gaya hidup dan Persepsi risiko terhadap Niat Beli.
4. Penelitian ini menggunakan pada uji instrumen terlebih dahulu dan metode analisis menggunakan SEM-PLS dengan *software* SmartPLS 3.0 *Free trial*.
5. Objek penelitian ini sepeda motor listrik Gesits.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini yaitu:

1. Kegunaan secara teoritis: penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai Perilaku konsumen terutama dalam bisnis sepeda motor listrik agar mengetahui strategi pemasaran. Selain itu, diharapkan bisa menjadi sarana pengembangan ilmu pengetahuan secara teoritis untuk dipelajari terutama perilaku konsumen di bidang ilmu manajemen.
2. Kegunaan Praktis:
 - a. Bagi penulis :

Penelitian ini berguna untuk menyelesaikan tugas akhir untuk meraih gelar sarjana S.T dan menjalankan Tri darma perguruan tinggi.

Diharapkan dapat menganalisis Pengaruh Promosi, Gaya Hidup dan Persepsi Risiko Terhadap Niat Beli motor listrik dan dapat memberikan saran serta solusi dalam menyelesaikan permasalahan yang ada pada motor listrik Gesits.

b. Bagi umum :

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk mengetahui perilaku konsumen untuk membeli motor listrik, agar dapat menerapkan strategi yang tepat untuk meningkat Niat Beli terhadap motor listrik, dan dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai efisiensi penggunaan sepeda motor listrik dan dampaknya terhadap lingkungan.

c. Bagi perusahaan:

Diharapkan dapat menambah perspektif baru untuk para pembaca dan perusahaan PT. Gesits Technologies Indo khususnya Gerai Gesits yang ada di Bandung sebagai saran, solusi dan evaluasi. Diharapkan penelitian ini menjadi hasil yang aktual dari teori yang telah dipelajari di perkuliahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam tugas akhir (skripsi) ini yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi mengenai pendahuluan penelitian dimulai dari latar belakang permasalahan, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan..

BAB II LANDASAN TEORI

Bab II menguraikan teori yang berkaitan dengan penelitian ini sebagai pendukung dalam memecahkan permasalahan penelitian ini. Seperti rangkuman teori penelitian variabel eksogen dan endogen, dan penelitian terdahulu yang relevan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III berisi kerangka pemecahan masalah (*flowchart*), kerangka pengolahan data dan metode penelitian yang digunakan .

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab IV berisi mengenai instrumen pengolahan, pengumpulan data dan pengolahan data dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab V berisi analisis dan pembahasan berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan dan menjawab Koefisienan permasalahan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

BAB VI berisi kesimpulan dan saran dari hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian.