

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pada masa ini teknologi hijau ramah lingkungan sedang berkembang dengan sangat pesat, diketahui dengan banyaknya negara yang mulai memperhatikan keadaan lingkungan dan kesehatan di dunia ini. Era transisi menuju energi listrik pun mulai berjalan dengan mengurangi penggunaan bahan bakar minyak dan digantikan oleh tenaga listrik, terutama pada sektor transportasi. Hal tersebut dikarenakan sektor transportasi telah menyumbang sebagian besar konsumsi energi global dan emisi karbon, yang diperkirakan hampir seperlima dari energi yang dikonsumsi oleh sektor transportasi dan lebih dari seperempat emisi karbon terkait energi dihasilkan dari sektor transportasi (Wang et al., 2020).

Dengan fenomena dan urgensi ini Indonesia juga turut serta untuk menjalankan program transisi era listrik, dikutip dari portal berita dimana 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*) untuk Transportasi Jalan (2019). Dimana dalam peraturan itu dijelaskan bahwa pemerintah telah menetapkan target produksi *battery electric vehicle* pada tahun 2030 mendatang bisa menggapai 600 ribu unit mobil, dan 2,45 juta unit motor. Dengan adanya peningkatan produksi mobil listrik ini diharapkan bisa mengurangi emisi gas buang karbon dioksida sebanyak 2,7 juta ton untuk kendaraan roda empat, dan 1,1 juta ton untuk kendaraan roda dua (Baskoro, 2022).

Kendaraan listrik sendiri merupakan kendaraan yang berjalan secara penuh dan keseluruhan oleh tenaga listrik yang disimpan pada paket baterai yang dapat diisi

ulang kembali. Menurut Dudziak et al. (2022) kendaraan listrik dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yaitu *battery electric vehicle* (BEV) dimana kendaraan berjalan secara penuh oleh tenaga listrik, *hybrid* adalah kendaraan bensin yang dapat mentransfer tenaga pembakarannya menjadi energi listrik, dan *plug-in electric vehicle* (PHEV) merupakan kendaraan yang menggabungkan mesin bensin dan listrik dengan pengisian daya bisa dengan di colokkan pada stop kontak atau stasiun pengisian daya.

Pada penelitian ini akan berfokus pada mobil listrik dari Wuling dengan model Air EVnya, Wuling Air EV sendiri adalah mobil bertenaga listrik pertama yang dibuat oleh Wuling, dengan slogan "*Drive for a Green Life*", Wuling Air EV sendiri memiliki desain yang *compact* dan kecil yang cocok sebagai mobil perkotaan. Dimana Wuling Air EV memiliki dimensi panjang 2,974mm, tinggi 1,631mm, lebar 1,505mm, dan jarak sumbu roda 2,010mm. Serta mempunyai kapasitas baterai sebesar 17,2 kWh yang mampu menempuh jarak sepanjang 200 kilometer untuk tipe *standard range*, dan 26,7 kWh dengan jarak tempuh sepanjang 300 kilometer untuk tipe *long range* (Andari, 2022).

Namun jika dilihat dari penjualan pasar kendaraan listrik di Indonesia saat ini, sayangnya belum ada produk mobil listrik (*electric vehicle*) dari produsen roda empat di Indonesia yang mengeluarkan produk mobil listrik dengan harga yang cenderung murah bagi masyarakat Indonesia, Dimana 95% konsumen kendaraan bermotor di Indonesia tidak bisa menjangkau harga mobil listrik. Yang membuat pangsa pasar dari kendaraan listrik hanya lima persen (Rahardiansyah, 2022). Dari data ini dapat menjadikan alasan mengapa masih kecilnya penjualan mobil listrik di Indonesia ketimbang mobil bensin.

Dikutip dari portal berita Oto.com, dengan ini diduga, untuk mempercepat perkembangan populasi *electric vehicle*, dibutuhkan produk mobil listrik yang memiliki harga yang dapat diterima bagi setiap kalangan masyarakat di Indonesia.

Karena sebagian besar pengguna kendaraan roda empat di Indonesia tidak terlalu peduli dengan teknologi baru yang diberikan oleh mobil listrik, namun hanya sebagai kebutuhan transportasi pribadinya agar dapat mempermudah kegiatannya (Nugroho, 2022).

Permasalahan mengenai harga dan minat beli pada kendaraan listrik dapat didukung dengan penelitian yang dibuat Toyota dan Deloitte yang dikutip dari Kompas.com, dimana hanya 13 persen responden yang bersedia mengeluarkan dana yang lebih untuk membeli mobil listrik, sedangkan 61 persen responden menginginkan harga dari mobil listrik sama dengan mobil konvensional, 23 persen hanya ingin jika mobil listrik memiliki harga yang dibawah rata-rata mobil saat ini, dan tiga persen tidak masalah dengan tingginya harga mobil listrik (Kurniawan, 2022).

Dari isu tersebut diduga saat ini harga dari kendaraan menjadi sebuah pertimbangan yang penting bagi konsumen. Rintangan dalam meningkatkan minat beli kendaraan listrik yang semakin banyak sudah disadari oleh pemerintah, terutama pada hal harga jual. Dengan ini pemerintah telah melakukan insentif dalam bentuk keringanan pajak penjualan barang mewah (PPnBM) terhadap kendaraan listrik yang diharapkan dapat mendorong minat beli masyarakat Indonesia terhadap kendaraan hijau tersebut (Umah, 2021).

Namun untuk diketahui, saat ini dengan insentif seperti yang telah diberikan oleh pemerintah seperti yang sudah dijelaskan, harga dari kendaraan listrik masih dapat dibilang belum mencapai daya beli sebagian besar masyarakat Indonesia. Jika memang pemerintah maupun manufaktur dapat menurunkan harga tersebut, maka kemungkinan minat beli masyarakat akan meningkat. Sesuai dengan pendapatan perkapita di Indonesia, mayoritas masyarakat saat ini lebih banyak membeli kendaraan dengan harga di kisaran 200 hingga 300 juta (Riyanti, 2022).

Dengan hal tersebut, dapat dilihat bahwa Wuling Air EV sendiri memiliki rentan harga yang sesuai dengan daya beli rakyat Indonesia. Berikut merupakan data dari jajaran harga mobil listrik yang dijual di Indonesia dikutip dari bisnis.com (Shahsnaz, 2022). Dapat dilihat pada tabel 1.2, dimana Wuling telah menyediakan mobil listrik dengan harga yang paling terjangkau diantara mobil listrik yang lain.

**Tabel 1. 1 Harga Mobil Listrik di Indonesia**

<b>Produk Mobil Listrik</b>	<b>Harga</b>
Wuling Air EV long range with charging pile	Rp. 311.000.000
Wuling Air EV long range	Rp. 295.000.000
Wuling Air EV Standard range	Rp. 238.000.000
Hyundai Ioniq Electric Prime AT	Rp 637.000.000
Hyundai Ioniq Electric Signature AT	Rp 677.000.000
Hyundai Kona Electric Signature AT	Rp 697.000.000
Lexus UX 300e	Rp 1.431.000.000
Tesla Model 3 Standart Plus	Rp 1.500.000.000
Tesla Model 3 Long Range	Rp 2.500.000.000
Tesla Model 3 Performance	Rp 2.700.000.000
Tesla Model X Long Range	Rp 3.000.000.000
Tesla Model X Performance	Rp 4.400.000.000

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Dari sinilah muncul dugaan apakah dengan harga yang paling rendah dari setiap mobil listrik yang dijual di Indonesia. Harga Wuling Air EV dapat mempengaruhi minat beli dari konsumen di DKI Jakarta, Ini di perkuat oleh pendapat dari data yang dimiliki oleh sekretaris umum gabungan industri kendaraan bermotor Indonesia (Gaikindo) Kukuh Kumara dikutip dari Oto.com, dimana menurut hasil riset yang dia lakukan, saat ini mayoritas masyarakat Indonesia hanya memiliki daya beli dibawah Rp. 300 jutaan untuk sebuah mobil (Rahardiansyah, 2021), sedangkan harga terendah dari Wuling Air EV adalah Rp. 238 juta.

Selain itu peren dari *electronic word of mouth* juga diduga dapat mempengaruhi *purchase intention* dari calon konsumen, karena *e-wom* saat ini diyakini sebagai sumber informasi yang paling umum digunakan dan disukai oleh konsumen.

Sebelum membeli produk atau layanan apa pun, konsumen tidak dapat mengetahui pengalaman produk dan layanan purna jual yang sebenarnya. Namun dengan mengakses ulasan konsumen lain secara online, pendapat yang dirasakan tentang kualitas, kinerja, dan layanan purna jual dapat terbentuk, yang pada akhirnya memengaruhi faktor lain seperti citra merek dan niat beli konsumen (Nuseir, 2019).

Untuk membantu konsumen dalam menentukan niat dan keputusan pembelinya, banyak media dan jurnalis otomotif yang melakukan *review* mengenai *brand* dan produk yang telah tersebar Indonesia. Namun dalam hasil ulasan dari berbagai media otomotif di Indonesia, banyak yang menyatakan bahwa Wuling Air EV memiliki kelemahan dan kekurangan. akan berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat dan calon konsumen untuk membeli mobil Wuling Air EV. Karena menurut Kala & Chaubuey (2019) orang akan memiliki *trust* untuk rekomendasi orang lain yang mempengaruhi perilaku konsumen dan mengarahkan niat pembelian afirmatif. Kelemahan dan kekurangan dari Wuling Air Ev tersebut terlampir pada table 1.3 dibawah.

**Tabel 1. 2 Data Ulasan E-WoM Wuling Air EV**

Nama Media	Ulasan Wuling Air EV	Sumber
Kompas Otomotif	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensi yang kompak</li> <li>• Kabin cukup luas</li> <li>• Bisa dicas dimana saja</li> <li>• Daya jelajah jauh</li> <li>• Baterai anti air</li> <li>• Punya fitur perintah suara</li> <li>• Tidak semua orang suka dengan desain nya</li> <li>• Ukuran ban sulit dicari di pasaran</li> <li>• Belum didukung dengan fast charging</li> <li>• Akses untuk penumpang baris kedua sulit</li> <li>• Belum dibekali teknologi adas</li> </ul>	(Priyanto ro, 2022)
AutoFun	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemasangan seat belt cukup merepotkan</li> <li>• Tuas lampu dan wiper terkesan ringkih</li> <li>• Speaker terkesan murahan</li> <li>• Pandangan ke belakang lewat spion kurang luas</li> <li>• Terasa goyang saat melaju 90 km/jam</li> </ul>	(Enda, 2022)



Nama Media	Ulasan Wuling Air EV	Sumber
Carmudi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dimensi jok terlalu kecil, tak bisa menopang paha dengan baik</li> <li>• Ayunan suspensi keras</li> <li>• Tarikan mobil ini terasa linear alias penambahan Kecepatan terjadi sangat bertahap</li> <li>• Mudah untuk dikendarai</li> <li>• Visibilitas ke depan sangat luas karena dashboard nya tergolong rendah</li> </ul>	(Prastya, 2022)

Sumber: Data diolah Peneliti (2022)

Maka dengan itu diduga *ewom* terhadap Wuling Air EV dapat menjadi isu mengapa minat beli kendaraan listrik masih rendah di Indonesia. Dimana dalam membeli sebuah produk, masyarakat mempertimbangkan nilai serta risiko yang ada dari sebuah produk, melihat mobil hanyalah kebutuhan sekunder. Walaupun Wuling Air EV memiliki beberapa keuntungan tersendiri, namun diantara nilai kelebihan tersebut, masih ada kekurangan dan risiko dalam menggunakan mobil listrik, dimana risiko ini dapat menjadi faktor penghambat kepercayaan masyarakat dalam mengadopsi kendaraan listrik (Wang et al., 2018).

Maka dari itu, muncul keraguan dimata masyarakat Indonesia terhadap kendaraan listrik Wuling Air EV, karena faktor jarak tempuh yang dapat dilakukan mobil listrik, infrastruktur pengisian ulang daya, dan harga kendaraan listrik itu tersebut (Pratama, 2018). Yang membuat banyak isu tentang ketidak percaya an masyarakat mengenai mobil listrik tersebar luas. Dikutip melalui portal berita kompas.com diduga terdapat beberapa faktor yang membuat jumlah pengguna mobil listrik di Indonesia jauh dari harapan, diantaranya dari harga pasar yang cukup tinggi, masih kurangnya fasilitas pendukung, hingga kepercayaan calon konsumen untuk menggunakan mobil listrik sehari-hari (Kurniawan, 2021).

Dikutip dari portal berita kompas, risiko yang membuat kepercayaan masyarakat terhadap mobil listrik ini memudar, diantaranya karena masyarakat masih memiliki stigma dimana mobil listrik khususnya di Indonesia masih memiliki kekurangan cukup banyak. Diantaranya adalah masih belum meratanya

sebaran listrik di Indonesia. Dimana pada pulau Jawa penyebaran listrik dapat dibidang sudah mumpuni di daerah tertentu, namun berbeda di sebagian pulau dan daerah lain. Kemudian, ketersediaan stasiun pengisian kendaraan listrik atau SPKLU masih sedikit dan terbatas, banyak daerah yang belum memiliki SPKLU (Dananjaya, 2022).

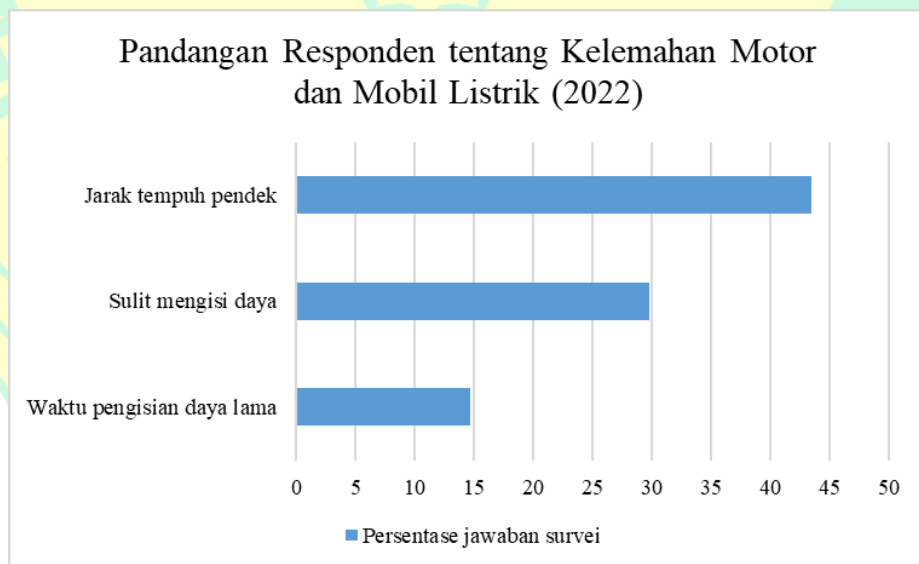
Jika kita ketahui, masyarakat di Indonesia sering untuk berpergian keluar kota menggunakan kendaraan pribadinya, baik dalam melakukan perjalanan bisnis, rekreasi, atau mudik yang menempuh jarak hingga lebih dari 100km. Seperti yang dikatakan oleh menteri perhubungan pak Budi Karya Sumadi melalui portal berita merdeka.com. Berdasarkan data pemantauan posko angkutan lebaran terpadu 2022, kendaraan umum menjadi alat transportasi yang digunakan oleh 47 persen masyarakat yang melakukan mudik (Santia, 2022). Ini membuat produk dari mobil listrik harus memiliki daya tahan baterai serta stasiun pengisian yang dapat digunakan.

Tidak hanya dalam hal jumlah dari SPLU yang masih terbilang sedikit, kepercayaan masyarakat terhadap minat beli mobil listrik juga dipengaruhi oleh seberapa praktis dan lamanya proses pengisian daya mobil listrik, dimana dikutip dari portal berita tempo.co, dalam melakukan proses pengisian daya baterai memakan waktu yang lama, yang diduga menjadi sebuah masalah terhadap sebagian masyarakat di Indonesia. Dimana mobil bensin dapat mengisi BBM hanya dengan beberapa menit saja hingga tanki penuh, namun berbeda dengan mobil listrik, proses pengisian ulang daya baterai dapat memakan waktu empat sampai enam jam hingga penuh (Khory, 2020).

Salah satu contoh permasalahan dari lamanya pengisian daya ini dirasakan oleh Eka Dwi Wahyuni, seorang *freelancer* penyanyi. Dikutip dari tempo.com, menurutnya mobil berbahan bakar bensin dapat mengisi BBM hanya dengan beberapa menit saja hingga tanki penuh, namun tidak untuk mobil listrik, dimana

pengisian daya baterai mampu memakan waktu mulai dari empat sampai enam jam hingga penuh, ini tentu sangat menghambat kegiatannya dalam berpergian ke tempat-tempat yang jauh, membuatnya tidak percaya dalam menggunakan mobil listrik (Alfaridzi, 2020).

Menurut survei yang telah diteliti oleh katadata.co.id yang dilakukan pada periode lima sampai Sembilan April 2022, terhadap 504 responden yang memiliki usia paling kecil 17 tahun dengan menggunakan metode pengambilan sampel berupa wawancara telfon. Membuktikan bahwa masyarakat indonesia masih memiliki kepercayaan yang kecil karena beberapa kelemahan yang dimiliki oleh kendaraan listrik. Dari survei tersebut didapatkan fakta bahwa mayoritas responden sebesar 43,4% menilai kendaraan listrik memiliki kelemahan pada jarak tempuh yang lebih pendek ketimbang kendaraan dengan bahan bakar minyak, kemudian sebanyak 29,8% responden mengungkapkan bahwa sangat sulit dalam menemukan tempat untuk melakukan pengisian daya listrik, dan yang terakhir sebanyak 14,7% responden merasa waktu dalam pengisian daya baterai mobil listrik cenderung lama (Annur, 2022).



**Gambar 1. 1 Survei Kelemahan EV di Indonesia Tahun 2022**

Sumber: Data diolah peneliti (2022)



Dengan beberapa fenomena tersebut, dimana harga dari mengenai kendaraan listrik, terutama pada mobil Wuling Air EV dapat dibidang cenderung tinggi, serta banyaknya ulasan dari *electronic word of mouth* mengenai Wuling Air EV cenderung negatif, yang dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat untuk memiliki niat membeli serta menggunakan mobil listrik Wuling Air EV. Maka dengan ini, peneliti sangat tertarik untuk mengetahui bagaimana “**Pengaruh *Price* dan *E-wom* terhadap *Purchase Intention* Wuling Air EV di Indonesia yang Dimediasi oleh *Trust* (Studi pada Pengguna Kendaraan Roda Empat di DKI Jakarta)**”

### 1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian mengenai Wuling Air EV tersebut, maka telah peneliti kembangkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1) Apakah *price* berpengaruh terhadap *purchase intention* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?
- 2) Apakah *e-wom* berpengaruh terhadap *purchase intention* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?
- 3) Apakah *price* berpengaruh terhadap *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?
- 4) Apakah *e-wom* berpengaruh terhadap *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?
- 5) Apakah *trust* berpengaruh terhadap *price* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?
- 6) Apakah *price* berpengaruh terhadap *purchase intention*, yang dimediasi oleh *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?
- 7) Apakah *e-wom* berpengaruh terhadap *purchase intention*, yang dimediasi oleh *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *purchase intention* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.
- 2) Untuk menganalisis pengaruh *e-wom* terhadap *purchase intention* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.
- 3) Untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.
- 4) Untuk menganalisis pengaruh *e-wom* terhadap *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.
- 5) Untuk menganalisis pengaruh *trust* terhadap *purchase intention* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.
- 6) Untuk menganalisis pengaruh *price* terhadap *purchase intention*, yang dimediasi oleh *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.
- 7) Untuk menganalisis pengaruh *e-wom* terhadap *purchase intention*, yang dimediasi oleh *trust* Wuling Air EV pada pengguna kendaraan roda empat di DKI Jakarta.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1) Manfaat Penelitian Praktis**

Manfaat dari penelitian ini secara praktis yaitu diharapkan adanya hasil dari penelitian ini bisa berdampak baik serta dapat memberikan masukan dan acuan bagi Wuling dan beberapa perusahaan kendaraan roda empat yang berfokus pada penjualan kendaraan roda empat berbasis listrik (*electric vehicle*) untuk meningkatkan penjualan produk kendaraan listriknya di pasar Indonesia.

##### **2) Manfaat Penelitian Teoritis**

Manfaat dari penelitian ini secara teoritis yaitu diharapkan adanya hasil serta teori yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat dijadikan sebuah referensi serta tambahan ilmu yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian serupa mengenai *purchase intention* terhadap kendaraan listrik.