

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini kendaraan menjadi sebuah alat transportasi yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Alat transportasi terbagi menjadi tiga bagian yaitu transportasi darat, udara, dan laut. Transportasi sangat memberikan manfaat bagi manusia mulai dari segi ekonomi untuk pemindahan barang dan manusia ke tempat tujuan. Manfaat dari segi sosial dapat memberikan pelayanan untuk masyarakat perorangan dan berkelompok serta menjadi layanan jasa yang berguna bagi masyarakat luas. Berkat adanya alat transportasi kehidupan manusia menjadi lebih efisien karena dapat mempersingkat jarak antara tempat dan daerah tujuan. Pertumbuhan manusia yang terus berkembang membuat industri otomotif sebagai penyedia alat transportasi darat harus melakukan produksi kendaraan bermotor demi memenuhi kebutuhan dalam hal pemenuhan alat transportasi kendaraan darat guna menunjang kehidupan manusia.

Dampak negatif yang ditimbulkan oleh kendaraan di antaranya adalah polusi udara atau pencemaran lingkungan pada udara. Asap kendaraan menjadi penyebab polusi terjadinya pencemaran lingkungan yang diproduksi setiap hari oleh kendaraan roda empat atau mobil maupun kendaraan bermotor lainnya. Polusi udara yang terjadi akan

menimbulkan berbagai macam dampak yang negatif mulai dari gangguan kesehatan hingga terjadinya kerusakan lingkungan secara besar yaitu *global warming*. *Global warming* merupakan dampak jangka panjang dari adanya polusi udara yang terjadi. Polusi udara dalam kategori tinggi dalam kurun waktu yang panjang akan memicu terjadinya pemanasan global dan kemanan lingkungan akan terancam mengalami kerusakan.

Berdasarkan laporan Bloomberg angka kematian akibat polusi udara sudah teramat tinggi akhir-akhir ini, dan terus meningkat. Pada 2010, sekitar 3,3 juta orang di seluruh dunia meninggal karena menghirup debu-debu kecil yang berterbangan di udara dan diperkirakan jumlah ini akan berlipat ganda pada 2050.<sup>1</sup> Melihat dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa polusi udara menjadi hal yang merugikan bagi kesehatan manusia yang dapat menyebabkan kematian. Jika hal tersebut terus menerus dibiarkan maka akan berdampak buruk di masa yang akan datang.

Dari tabel negara-negara dengan tingkat polusi mematikan Indonesia berada pada peringkat ke-8 dari 15 negara polusi paling mematikan dan peringkat pertama dipimpin oleh negara China. Jika Indonesia tidak menghentikan atau mengurangi pencemaran polusi udara dengan baik dan benar maka kedepannya akan berdampak buruk terhadap Indonesia yang dimana kemungkinan akan membuat Indonesia

---

<sup>1</sup> News.Detik.com. <http://news.detik.com/berita/3028851/polusi-udara-indonesia-di-posisi-8-paling-mematikan-ini-kata-menteri-siti>. (Diakses pada tanggal 25 Februari 2017 pukul 8.30)

menjadi semakin tinggi tingkat polusi udaranya dan dapat memberikan dampak kerugian yang besar bagi masyarakatnya.

**Tabel I.1**  
**15 Negara Dengan Tingkat Polusi Paling mematikan**

<b>15 Negara Dengan Tingkat Polusi Paling Mematikan</b>					
1	China	6	Rusia	11	Mesir
2	India	7	Amerika Serikat	12	Jerman
3	Pakistan	8	Indonesia	13	Turki
4	Bangladesh	9	Ukraina	14	Iran
5	Nigeria	10	Vietnam	15	Jepang

Sumber: *news.detik* (2015)

Peneliti Perubahan Iklim dan Kesehatan Lingkungan dari Universitas Indonesia, dari studi yang dilakukannya di tahun 2010 menempatkan gangguan pernapasan sebagai penyakit yang paling banyak diderita oleh warga Jakarta. hampir 60 persen warga Jakarta mengidap gangguan pernapasan akibat polusi udara. "Yang paling tinggi itu Infeksi Saluran Pernapasan Akut (ISPA) 25,5 persen."<sup>2</sup> Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti dari Universitas Indonesia telah membuktikan bahwa bahaya yang ditimbulkan akibat polusi udara dapat memberikan kerugian bagi manusia khususnya masalah kesehatan yang akan terganggu dari segi pernapasan masyarakat.

<sup>2</sup> Health.Detik.com <http://health.detik.com/read/2016/01/04/063745/3109689/763/agustus-polusi-udara-di-jakarta-sudah-dalam-tahap-bahaya> (Diakses tanggal 26 Februari 2017 pukul 9.30)

Dengan hal tersebut menjadi sebuah penguatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian berdasarkan pada kendaraan ramah lingkungan yang dapat mengurangi tingkat polusi udara yang disebabkan oleh kendaraan sebagai salah satu penyebab terjadinya polusi udara. Jika polusi udara tetap dibiarkan dan dianggap sesuatu hal yang biasa-biasa saja maka kedepannya akan menimbulkan efek yang buruk bagi kesehatan manusia.

Berdasarkan data dan keterangan di atas perlu adanya tindak lanjut terkait polusi udara yang sudah terjadi dan harus diadakan penanggulangan serta pencegahan dengan menggunakan teknologi dan inovasi yang dapat mengurangi polusi udara. Salah satu inovasi yang dilakukan oleh industri otomotif di antaranya adalah mengeluarkan mobil ramah lingkungan atau *Low Cost Green Car (LCGC)* yang dapat membantu mengurangi polusi udara, terutama gas buang karbon dioksida.

*Low Cost Green Car (LCGC)* adalah mobil dengan harga terjangkau, dan efisien menggunakan bahan bakar, yang diperkenalkan ke pasar Indonesia di akhir 2013.<sup>3</sup> Pada mobil LCGC sendiri memiliki rentang harga mulai dari Rp 100.000.000 – 150.000.000, yang dimana mobil LCGC tersebut menarik perhatian untuk segmen kelas menengah ke bawah yang berjumlah cukup besar di negara Indonesia. Sebelum terwujudnya implementasi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada

---

<sup>3</sup> Indonesia.Investment.com <http://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/otomotif/item6047> (Diakses tanggal 25 Februari 2017 pukul 9.30)

akhir 2015 maka pemerintah Indonesia ingin membuat Indonesia sebagai salah satu pusat regional untuk melakukan produksi mobil LCGC dengan berbagai macam merek yang berbeda. Pemerintah juga melakukan penetapan ketentuan dan persyaratan untuk perusahaan manufaktur mobil LCGC di Indonesia.

Persyaratan yang harus diberlakukan seperti konsumsi bahan bakar diharuskan yang telah ditetapkan pada paling sedikit 20 kilometer per liter sementara mobil harus memiliki sebesar 85% - komponen yang dimanufaktur secara lokal atau di Indonesia (karenanya mengurangi kerentanan harga tipe mobil ini terhadap pelemahan nilai tukar rupiah). Sebagai gantinya, maka mobil LCGC akan dibebaskan dari pajak barang mewah, sehingga membuat para pemanufaktur dan retailer dapat menetapkan harga yang lebih murah dari harga mobil standar di pasar mobil yang ada.

Mobil-mobil ini memiliki kapasitas mesin maksimum pada 1.200 sentimeter kubik, dan didesain untuk menggunakan bensin beroktan tinggi dengan rentang paling rendah oktan 88 hingga oktan 95. Adapun pelaku utama dalam industri LCGC yang ada Indonesia adalah lima perusahaan manufaktur besar asal Jepang diantaranya adalah Honda, Toyota, Suzuki, Nissan, dan Daihatsu. Berbagai model mobil-mobil LCGC telah dijual di pasaran sejak akhir 2013 (Honda Brio Satya, Toyota Agya, Daihatsu Ayla, dan Suzuki Karimun Wagon R).

Diantara kelebihan yang dimiliki oleh *Low Cost Green Car* (LCGC) dari segi harga bahwa mobil LCGC harus dibanderol dengan harga murah. Selain harga, keiritan bahan bakar merupakan syarat lain yang harus dipenuhi oleh mobil LCGC.<sup>4</sup> Pada penggunaan motor bakar cetus api kapasitas 980-1200 cc dengan konsumsi bahan bakar minyak (BBM) paling sedikit 20 km/liter atau bahan bakar lain yang setara dengan sejenisnya, sedangkan untuk motor bakar nyala kompresi (diesel) kapasitas 1500 cc dengan konsumsi BBM paling sedikit 20 km/liter atau bahan bakar lain yang setara ini juga merupakan kelebihan atau keunggulan dari mobil LCGC.

Dengan menggunakan mobil LCGC berarti bisa dapat lebih menghemat biaya terutama dalam permasalahan konsumsi bahan bakar minyak karena penggunaan bahan bakar yang sedikit atau irit penggunaannya. Serta keunggulan yang terakhir adalah ramah lingkungan, sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi, jadi sudah pasti mobil-mobil LCGC lebih ramah lingkungan jika dibandingkan mobil lain yang bukan LCGC. Syarat penggunaan *Research Oktane Number* (RON) 92 untuk motor bakar cetus api dan *Cetane Number* (CN) 51 untuk diesel, jadi dengan menggunakan mobil LCGC secara langsung pengguna mobil LCGC juga turut berkontribusi dalam meminimalisir pemanasan global.

---

<sup>4</sup> Otomotifclub.com <http://otomotifclub.com/tahukan-anda-apa-kelebihan-dari-mobil-mobil-lcgc/> (Diakses tanggal 25 Februari 2017 pukul 10.00)

Kehadiran kendaraan roda empat dalam segmen terendah, atau kelas *Low Cost Green Car* (LCGC) di tanah air mempunyai andil untuk mendongkrak penjualan. *city car* dan LCGC laku keras di pasaran sejak awal kemunculannya dalam beberapa tahun terakhir.<sup>5</sup> Seperti yang termuat dalam CNN Indonesia bahwa saat ini para pabrikan otomotif mulai berlomba-lomba menawarkan mobil LCGC kepada masyarakat dengan tipe dan varian yang unik dan berbeda. Sesuai dengan kategorinya, LCGC pastinya dijual dengan harga termurah oleh tiap produsen otomotif untuk menarik minat konsumen. LCGC saat sudah berada di bawah payung hukum yang jelas, yaitu pada Peraturan Pemerintah (Permen) Nomor 41 Tahun 2013, bersama-sama dengan *low carbon emission, hybrid biodiesel* dan mobil listrik. Keberadaan LCGC sendiri secara spesifik diatur di dalam Permenperin pada Nomor 33/2013.

Persyaratan merakit LCGC, di antaranya harus memenuhi syarat yaitu dengan harga terjangkau, hemat energi menggunakan tambahan merek Indonesia serta model dan logo yang mencerminkan Indonesia. Untuk mesin bensin LCGC sendiri memiliki kapasitas maksimal berkekuatan 1200 cc, sedangkan pada solar atau diesel 1500 cc. Jika sudah terpenuhi, tidak ada pajak yang akan dibebankan pemerintah kepada mobil LCGC. Sehingga produsen dapat menjual dengan harga di bawah rata-rata harga pasar mobil, karena tak dikenakan pajak sehingga

---

<sup>5</sup> CNNIndonesia.com <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161228193818-384-182742/turun-di-2015-penjualan-mobil-murah-meroket-di-2016/> (Diakses tanggal 25 Februari 2017 pukul 11.00)

perusahaan manufaktur mudah untuk melakukan penjualan dengan harga yang relatif lebih rendah untuk menarik perhatian calon konsumen.

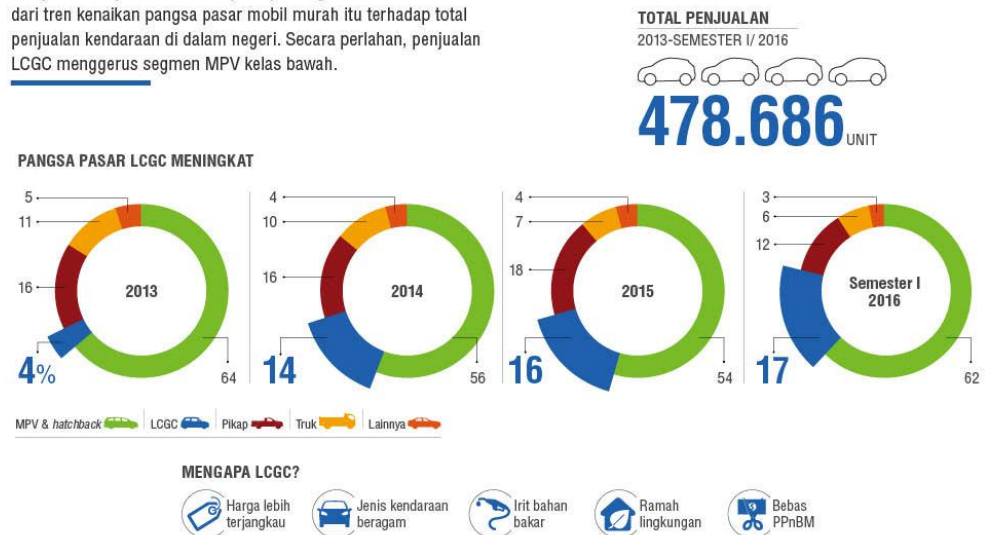
Penjualan LCGC sendiri selama tahun 2016 terbilang mengalami peningkatan. Padahal kenyataannya saat ini baik penjualan kendaraan roda ataupun roda empat mengalami penurunan di pasar. Hal tersebut diketahui berdasarkan data yang diterbitkan oleh badan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) di tahun 2016. Dimana Gaikindo mencatatkan sepanjang tahun 2016 angka penjualan mobil LCGC mengalami peningkatan dibandingkan pada tahun yang lalu, sebesar 127 persen. Gaikindo menghitung, sejak awal tahun sampai November 2016, mobil LCGC terjual sedikitnya 233,561 unit. Sedangkan pada tahun 2015 berhenti di 201,850 unit. Sesuai segmen, pihak produsen membandrol LCGC saat ini tidak lebih dari Rp 140.000.000. Bahkan, untuk harga yang paling terendah dapat ditemukan LCGC dengan harga Rp 80.000.000.



Gambar I.1  
Pangsa Pasar LCGC Meningkat

## LCGC MAKIN DIMINATI

**MOBIL** murah dan irit bahan bakar (LCGC) semakin diminati oleh masyarakat sejak diluncurkan pada pertengahan 2013. Ini terlihat dari tren kenaikan pangsa pasar mobil murah itu terhadap total penjualan kendaraan di dalam negeri. Secara perlahan, penjualan LCGC menggerus segmen MPV kelas bawah.



SUMBER: GAIKINDO

KATADATA  
ekonomigrafik

Gabungan Industri  
Kendaraan Bermotor Indonesia  
The Association of Indonesia Automotive Industries

Sumber: Katadata.co.id (2016)

Mobil murah dan irit bahan bakar (LCGC) semakin diminati oleh masyarakat. Sejak diluncurkan pada pertengahan 2013, tren pangsa pasar LCGC terus meningkat.<sup>6</sup> Dari data yang dilansir terjadinya peningkatan dari 4 persen menjadi 16 persen pada tahun 2015. Secara perlahan, penjualan LCGC mulai menggerus segmen *Multi-Purpose Vehicle* (MPV) kelas bawah. Tingginya minat masyarakat terhadap mobil LCGC ini disebabkan oleh harganya yang relatif terjangkau dengan masyarakat Indonesia. Apalagi mengingat pembeli jenis kendaraan LCGC ini

<sup>6</sup> Katadata.co.id <http://katadata.co.id/infografik/2016/08/10/potret-tantangan-dan-peluang-industri-otomotif-indonesia> (Diakses tanggal 26 Februari 2017 pukul 10.15)

merupakan konsumen yang ingin beralih dari sepeda motor ke mobil karena harga yang relatif terjangkau dan menarik perhatian konsumen sehingga minat pembelian pada masyarakat Indonesia.

**Tabel I.2**  
**Penjualan *Low Cost Green Cars* di Indonesia**

Tahun	2013	2014	2015	2016 <sup>1</sup>
Penjualan LCGC Indonesia	51,180	172,12	165,434	41,301

**Sumber :** *Indonesia-investments.com* (2016)

Sepanjang tahun 2015, penjualan mobil domestik mencapai 1.013.291 unit, turun 16 persen dibanding 2014 (1,2 juta unit).<sup>7</sup> Dari data diatas dapat dilihat bahwa terjadinya penurunan penjualan yang cukup drastis walaupun di tahap awal penjualan LCGC pada tahun 2013 tercatat penjualan mencapai 51.180 unit kendaraan, ditahun berikutnya pada 2014 tercatat penjualan mengalami peningkatan sebesar 172.12 unit kendaraan, sedangkan pada tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 165.434 unit kendaraan, dan pada tahun 2016 terjadilah penurunan yang cukup drastis dari 165.434 menjadi 41.301 unit kendaraan yang terjadi di Indonesia.

<sup>7</sup> Gaikindo.or.id <http://www.gaikindo.or.id/gaikindo-pasar-mobil-domestik-2016-berpeluang-naik-5/> (Diakses tanggal 26 Februari 2017 pukul 10.45)

**Tabel I.3**  
**Data Wholesales Gaikindo 2016**

Bulan	Hasil (unit)
Januari	85.003
Februari	88.208
Maret	94.093
April	84.770
Mei	88.567
Juni	91.489
Juli	61.893
Agustus	96.291
September	92.543
Oktober	91.846
<b>Total</b>	<b>874.703</b>

Sumber : *Otomotif.kompas.com* (2016)

Berdasarkan Tabel I.3 diatas dapat dijelaskan bahwa pada tahun 2016 berdasarkan data *wholesales* Gaikindo 2016 hasil penjualan unit mobil dari bulan Januari hingga Oktober 2016 mencapai 874.703 yang telah terjual.

**Gambar I.2**  
**Sepuluh Merek Terlaris Sepanjang Januari – September 2016**

Sepuluh Merek Terlaris Sepanjang Januari-September 2016

Position	MAKER	Jan.	Feb.	Mar.	Apr.	May	June	July	Aug.	Sep.	TOTAL
1	TOYOTA	24.860	25.447	29.996	31.059	31.662	31.520	24.720	38.812	36.995	275.071
2	HONDA*	19.404	18.500	20.475	14.384	17.427	19.472	9.308	17.088	15.791	151.849
3	DAIHATSU	13.184	14.764	14.504	14.402	15.928	16.728	10.689	16.800	16.557	133.556
4	MITSUBISHI	7.670	10.678	9.355	7.917	7.943	7.433	5.678	8.255	8.975	73.904
5	SUZUKI	10.485	9.275	9.099	8.019	6.172	6.633	5.040	6.453	6.595	67.771
6	DATSUN	3.295	3.101	3.048	2.973	3.185	3.164	2.215	2.047	1.494	24.522
7	HINO	1.328	1.591	1.579	1.702	1.896	2.026	1.655	1.847	1.914	15.538
8	ISUZU	1.429	1.028	1.449	1.584	1.260	1.314	720	1.257	1.665	11.706
9	NISSAN	1.363	1.783	2.314	417	1.311	960	648	1.184	1.035	11.015
10	MAZDA	774	700	489	558	285	378	244	875	261	4.564

Data Wholesales Gaikindo Januari-September 2016

Sumber : *Otomotif.kompas.com* (2016)

Gairah penjualan kendaraan roda empat saat ini pada periode Januari-September tahun 2016 sudah mulai menunjukkan hasil positif. Dari olahan data *wholesales* Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), pasokan dari pabrik ke *dealer* mengalami peningkatan 2,40 persen, dibanding periode yang sama tahun lalu.<sup>8</sup> Dari data yang didapatkan bahwa penyumbang terbesar dari penjualan sepanjang tahun berjalan masih ditempati oleh perusahaan otomotif Toyota, dengan total penjualan sebesar 275.071 unit atau menguasai pasar sebesar 35,11 persen. Jika melihat data *wholesales* per bulan, Toyota menurunkan jumlah pasokan unitnya dari Agustus ke September berjumlah 38.812 unit menjadi sebanyak 36.995 unit.

Tidak dipungkiri pencapaian saat ini sulit tercapai tanpa bantuan produk baru yaitu Calya, yang hanya dalam waktu tiga bulan (Juli-September) pasokannya hingga mencapai 20.364 unit. Pada posisi kedua ditempati oleh Honda dengan penjualan sebesar 151.849 unit pada sembilan bulan sepanjang tahun 2016. Model SUV terlarisnya adalah Mobilio dan BR-V, menjadi dua model penyumbang besar atas keberhasilan penjualan pada Honda, dengan masing-masing total penjualan sebesar 31.269 unit dan 30.131 unit. Lalu pada HR-V 1.5L 28.087 unit. Sama seperti dengan Toyota, Agustus menuju September performa Honda mengalami penurunan sebesar 7,59 persen hingga menjadi 15.791 unit, dari 17.088 unit.

---

<sup>8</sup>Otomotif.Kompas.com[http://otomotif.kompas.com/read/2016/10/17/130100815/rekam\\_jejak\\_sepuluh\\_merek\\_terlaris\\_sepanjang\\_2016](http://otomotif.kompas.com/read/2016/10/17/130100815/rekam_jejak_sepuluh_merek_terlaris_sepanjang_2016) (Diakses tanggal 26 Februari 2017 pukul 11.30)

Kemudian pada posisi ketiga ditempati anak perusahaan Toyota yaitu Daihatsu, yang telah berhasil mencatatkan penjualan di data wholesales sebanyak 133.556 unit, atau menyumbang 17,05 persen dari total Januari-September tahun 2016 seluruh merek. Sama seperti induknya Toyota, pencapaian tersebut berkat melambungnya penjualan Sigra yang menjadi model terbaru keluaran Daihatsu, yang hanya dalam waktu dua bulan sudah melebihi model laris Xenia. Kolaborasi antara Toyota-Daihatsu menciptakan sebuah segmen baru di LCGC, cukup membantu penjualan mobil di Indonesia menjadi sedikit bergairah.

Adapaun bermacam merek mobil-mobil LCGC yang ada di Indonesia diantaranya adalah Datsun GO+ Panca dan Datsun GO Panca, Honda Brio Satya, Suzuki Wagon R, Daihatsu Ayla, dan Toyota Agya. Pada tahun 2016 Toyota menempati posisi tertinggi pada penjualan periode Januari – September 2016.

**Tabel I.4**  
**Data Index City Car Januari – Desember 2016**

<b>MERЕК</b>	<b>TBI</b>	<b>TOP</b>	<b>LCGC</b>
Honda Jazz	22.5%	TOP	NON LCGC
Toyota Agya	12.7%	TOP	LCGC
Toyota Yaris	9.7%		NON LCGC
Honda Brio	8.7%		LCGC
Daihatsu Ayla	7.0%		LCGC

**Sumber :** ([http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1))

Berdasarkan keterangan Tabel I.4 di atas didapatkan data bahwa *top brand index award* sepanjang tahun 2016 menunjukkan bahwa pada kategori otomotif *city car* Honda Jazz menduduki peringkat tertinggi sebesar 22.5 persen dan Daihatsu Ayla menduduki peringkat paling bawah sebesar 7.0 persen sedangkan Datsun tidak masuk peringkat dalam *top brand index*.

Datsun Go+ merupakan versi kedua dari Datsun Mobil. Setelah sebelumnya ada Datsun Go yang lebih menunjukkan kesan *sporty*.<sup>9</sup> Datsun Go+ yang baru ini merupakan sebuah mobil keluarga dengan tiga sekat ruangan atau tiga baris bagian tempat duduk, dengan ruangan yang cukup luas pada mobil tersebut sehingga membuat mobil terasa nyaman untuk berjalan bersantai bersama keluarga. Dilengkapi dengan ruang kaki yang luas membuat mobil ini nyaman saat di isi penuh penumpang. Sama seperti Datsun Go Datsun Go+ pun mengkonsumsi bahan bakar yang lebih sedikit. Untuk varian di tipe Datsun GO+ ada lima jenis varian yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan konsumen, untuk Datsun Go+ T Option, tipe tersebut merupakan tipe terlengkap serta sudah terpasang sensor parkir, *roof spoiler*, dan sudah dilengkapi dengan 1 DIN Audio pada sistem audionya sehingga memberikan kelebihan tersendiri pada setiap tipe yang ada di kelas Datsun Go+ tersendiri.

---

<sup>9</sup> Otomaniac.com www.otomaniac.com: <https://www.otomaniac.com/harga-mobil-datsun-terbaru/> (Diakses tanggal 26 Februari 2017 pukul 11.45)

**Tabel I.5**  
**Daftar Harga Datsun Tahun 2016**

<b>Tipe Mobil Datsun</b>	<b>Harga</b>
Datsun Go+ D	Rp.89.000.000
Datsun Go+ A	Rp.96.700.000
Datsun Go+ Option	Rp.97.200.000
Datsun Go+ T	Rp.104.100.000
Datsun Go+ T Option	Rp.107.100.000

**Sumber:** *otomania.com*

Berdasarkan daftar harga pada Tabel 5 diatas, harga Datsun Go merupakan untuk harga pasaran di Jakarta dan sekitarnya. Dimulai dari harga terendah dan termurah dari Datsun Go+ D yang di banderol sebesar Rp 89.000.000 hingga pada tipe Datsun yang terbaik di kelasnya Datsun Go+ T Option yang dibanderol sebesar Rp.107.100.000. Dengan harganya yang terbilang murah maka akan sebanding dengan fasilitas, kualitas serta kenyamanan yang terbilang minim, diantaranya terdapat beberapa keluhan pelanggan yang menggunakan Datsun Go+, sehingga peneliti memilih melakukan penelitian lebih lanjut terhadap Datsun Go+.

**Gambar I.3**  
**Iklan Ramah Lingkungan Datsun Go+**



**Sumber:** *nissan.datsun* (2015)

Berdasarkan gambar di atas menunjukkan bahwa Datsun Go+ melalui brosur iklannya ingin memberitahukan kepada masyarakat bahwa mobil Datsun Go+ sebagai mobil yang ramah lingkungan. Iklan tersebut dapat dipersepsikan bahwa mobil Datsun Go+ ramah terhadap lingkungan dan tidak merusak pepohonan yang ada ataupun pencemaran pada lingkungan udara.

**Gambar I.4**  
**Iklan Mobil Datsun Go+**



**Sumber:** <https://www.youtube.com/watch?v=IjersnZmsP8&spfreload=10>

Gambar diatas adalah sebuah potongan iklan dari mobil Datsun Go+ yang di dalamnya menceritakan seorang ayah dan anak yang akan melakukan perjalanan bersama dengan menggunakan mobil Datsun Go+, iklan yang ditampilkan mengangkat sebuah tema kreatifitas dalam penceritaannya dengan peran ayah yang akan memberikan apapun untuk anaknya termasuk di dalam hal berpakaian dan atributnya. Di dalam iklan tersebut ditampilkan juga mengenai tampilan mobil dengan warna baru ruby merah dilanjutkan fitur keselamatan *seatbelt* pada bagian kursi



kedua penumpang serta *tumble seat* dalam memberikan kemudahan penumpang pada bagian kursi ketiga untuk turun atau keluar dari mobil.

Namun sebagai mobil dengan ramah lingkungan (LCGC), pada iklan tersebut tidak menampilkan kesan atau informasi bahwa mobil Datsun Go+ sebagai mobil yang ramah lingkungan. Sehingga peneliti mengangkat tema *green advertising* untuk meneliti lebih lanjut terhadap mobil ramah lingkungan Datsun Go+.

Definisi dari iklan tersendiri menurut Moriarty<sup>10</sup> adalah sebagai bentuk komunikasi yang kompleks yang beroperasi untuk mengejar tujuan dan menggunakan strategi untuk mempengaruhi pikiran, perasaan dan tindakan konsumen. Sedangkan menurut Rahim<sup>11</sup> iklan ramah lingkungan merupakan suatu bentuk iklan yang mempromosikan produk, jasa, ide, atau kemampuan perusahaan untuk mengurangi kerusakan lingkungan.

Berdasarkan data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), pada September total penjualan mobil Datsun hanya mencapai 1.494 unit, dan mengalami penurunan atau anjlok sebesar 27 persen dari pencapaian bulan Agustus yang dapat mencapai 2.047 unit. Pencapaian penjualan tersebut merupakan yang terendah bagi Datsun di sepanjang tahun 2016.

---

<sup>10</sup> Ghristian, I. D. (2016). "Pengaruh harga diskon, kualitas produk, citra merek, dan iklan terhadap minat beli celana jeans Levi's di Surabaya." *Journal of Business and Banking*, 323.

<sup>11</sup> Agung Priyantika, I. N., & Wardana, I. M. (2015). "Pengaruh Green Advertising dan Green Claim Pada Niat Beli Ulang Konsumen Green Product." *E-Jurnal Manajemen Unud*, 1187.

**Tabel I.6**  
**Realisasi Penjualan Mobil Datsun 2016**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan (unit)</b>
Januari	3.295
Februari	3.101
Maret	3.048
April	2.973
Mei	3.185
Juni	3.164
Juli	2.215
Agustus	2.047
September	1.494

**Sumber:** *otomotif.tempo.co*

Model Datsun yang mengalami penurunan penjualan lumayan tajam adalah Datsun Go+1.2 High MT, yang pada Agustus hanya terjual sebanyak 1.364 unit dan di September hanya terjual 951 unit atau turun sekitar 30 persen.<sup>12</sup> Berdasarkan data yang didapatkan model lain yang mengalami penurunan penjualan lainnya yakni Datsun Go dengan tipe T, G, dan MT 2.2, dari bulan sebelumnya dapat terjual sebanyak 680 unit, mengalami penurunan sebesar 21,9 persen menjadi 531 unit. Sedangkan model Datsun Go dengan tipe A, G, dan MT, tercatat mengalami peningkatan penjualan dari bulan sebelumnya hanya 3 unit, naik menjadi sebanyak 12 unit pada bulan September.

Sedangkan untuk minat beli sendiri berdasarkan data tingkat kepemilikan dan minat beli mobil di Indonesia ini menampilkan tingkat

<sup>12</sup> Otomotif.Tempo.com <https://otomotif.tempo.co/read/news/2016/10/24/347814686/september-2016-penjualan-datsun-anjlok> (Diakses tanggal 27 Februari 2017 pukul 9.20)

kepemilikan mobil di Asia Tenggara cenderung rendah.<sup>13</sup> Data yang didapat menampilkan bahwa di Indonesia hanya 44 persen rumah tangga yang memiliki sebanyak satu mobil sebagai kendaraan beroda empat, sedangkan 9 persen mempunyai mobil lebih dari satu, dan sebanyak 46 persen dari rumah tangga yang di Indonesia belum memiliki mobil. Secara global keseluruhannya, 54 persen rumah tangga memiliki satu mobil, 20 persen memiliki mobil lebih dari satu, dan sisanya sebesar 25 persen belum memiliki mobil.

Oleh karena itu, tidak mengherankan jika 63 persen rumah tangga di Indonesia berminat atau memiliki keinginan untuk membeli mobil dalam dua tahun ke depan yang akan datang, sedangkan 18 persen akan membeli mobil bekas, dan hanya sebesar 19 persen yang tidak berminat atau tidak ingin membeli mobil. Di Indonesia sendiri, memiliki mobil masih menjadi sebuah patokan kesuksesan seseorang dan menunjukkan derajat sosial yang lebih tinggi dari kelas bawah. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa tingkat minat beli mobil di Indonesia masih cukup rendah sebesar 19 persen di Indonesia. Sehingga peneliti akan melakukan riset terhadap minat beli terhadap Datsun Go+ di Jakarta.

---

<sup>13</sup> [Dataindustri.blogspot.co.id](http://dataindustri.blogspot.co.id) <http://dataindustri.blogspot.co.id/2016/06/kumpulan-data-otomotif-di-indonesia.html> (Diakses tanggal 27 Februari 2017 pukul 10.00)

Niat beli Menurut Dodds<sup>14</sup>, adalah sesuatu hal yang mewakili konsumen yang mempunyai kemungkinan, akan, rencana atau bersedia untuk membeli suatu produk atau layanan di masa depan. Sedangkan niat beli produk ramah lingkungan sendiri menurut Rehman dan Khyzer<sup>15</sup>, adalah niat yang muncul dalam diri konsumen serta terlihat dalam bentuk sikap dan perilaku ramah lingkungan untuk menunjukkan kepedulian mereka terhadap lingkungan.

**Gambar I.5**  
**Keluhan Pengguna Datsun Go+**

**Jakarta, Otomania** – Puluhan pengguna Datsun yang tergabung dalam komunitas Datsun GO + Comunity Indonesia (DGCI) chapter Jakarta Barat dan Utara (Batara) sukses merayakan seremoni ulang tahun pertama di Jakarta, Minggu (13/12/2015).

Selain harapan untuk lebih baik di tahun mendatang, komunitas ini juga ikut memberikan saran dan keluhan untuk Datsun Indonesia sebagai pihak pabrikan. Ketua DGCI Batara, yang akrab disebut Awi mengutarakan seputar permasalahan terkait produk yang sering dihadapi pengguna Datsun.

"Selama ini saya pakai memang tidak ada masalah berat, untuk produk dan performa sebagai mobil LCGC pun Datsun masih cukup baik. Tapi ada sedikit kendala teknis yang sering dikeluhkan saya dan teman-teman sebagai pengguna, yaitu pada gigi transmisi yang selalu berbunyi ketika akan memundurkan mobil," ucap Awi kepada *Otomania*, Minggu (13/12/2015).

**Sumber :** *Internasional.kompas.com* (data dikelola oleh Peneliti)

---

<sup>14</sup> Fitriana, D., & Yulianti, I. (2013). "Pengaruh Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada produk otomotif (Studi Kasus Pada Calon Pembeli Toyota Avanza Di Auto 2000 Sutoyo-Malang)." Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang, 4.

<sup>15</sup> Chen, Y., Lin, C., & Weng, C.-S. (2015). "The Influence of Environmental Friendliness on Green Trust: The Mediation Effects of Green Satisfaction and Green Perceived Quality." *Sustainability*, 10139.

Berdasarkan keluhan pengguna Datsun Go+ pada gambar I.4 tersebut maka masalah yang terjadi tersebut berkenaan dengan kualitas mobil Datsun yang kurang baik. Dengan harganya yang terjangkau namun jika tidak dilengkapi dengan sebuah fasilitas maupun kualitas yang baik akan menimbulkan persepsi yang buruk untuk para calon pengguna mobil Datsun di masa yang akan datang.

Menurut Ambarawati<sup>16</sup> persepsi kualitas sebagai merupakan penilaian konsumen terhadap kualitas produk secara keseluruhan berkenaan dengan karakteristik produk yang diharapkan. Sedangkan menurut Chen dan Chang<sup>17</sup> persepsi kualitas produk ramah lingkungan adalah persepsi kualitas produk ramah lingkungan mengacu pada penilaian pelanggan tentang produk atau keseluruhan keunggulan lingkungan merek atau superioritas

Peneliti melakukan pra-riset dengan memberikan pertanyaan kuesioner kepada 100 responden mengenai niat beli terhadap Datsun Go+ yang dipengaruhi oleh iklan ramah lingkungan atau program ramah lingkungan (*green advertising*) dan persepsi kualitas produk ramah lingkungan (*green perceive quality*).

---

<sup>16</sup> Yanthi, P. K., & Jatra, I. M. (2015). "Pengaruh Country of Origin, Brand Image, dan Perceive Quality Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat di Kota Denpasar." E-Jurnal Manajemen Unud, 3854.

<sup>17</sup> Chen, Y.-S., & Chen, H.-H. (2016). "The Strategy to Enhance the Driving Force of Electronic Documents and Records Management Policy a Reflection from Green Marketing Participants' Perception Attitude, Loyalty and Word-of-mouth Behaviors." Department of Business Administration National Taipei University, 16.

**Tabel I.7**  
**Rekapitulasi Responden Mengenai Mobil Datsun Go+**

No	Alasan	Jumlah
1	Kurangnya publikasi iklan ramah lingkungan dan program ramah lingkungan Datsun Go+	71
2	Desain mobil ramah lingkungan yang ditawarkan Datsun Go+ kurang menarik	37
3	Daya tahan kendaraan yang kurang (seperti memuat banyak penumpang)	58
4	Fitur yang ditawarkan tidak menarik (Aksesoris interior maupun eksterior, Airbag, ABS, EBD)	40
5	Tingkat keandalan kendaraan yang rendah	22

**Sumber:** data dikelola oleh Peneliti (2017)

Berdasarkan hasil pra-riset penelitian tentang mobil Datsun Go+ sebanyak 71 responden memperlakukan tentang publikasi iklan ramah lingkungan dan program ramah lingkungan dan perolehan hasil penelitian pra-riset yang paling sedikit sebanyak 22 responden memperlakukan keandalan kendaraan yang rendah.

Maka dari itu peneliti mencoba untuk menentukan variabel bebas dan terikat terhadap mobil Datsun Go+ sebagai acuan untuk meneliti masalah yang menjadi keluhan konsumen.

**Tabel I.8**  
**Variabel Penelitian**

<b>X<sub>1</sub></b>	<b><i>Green Advertising</i></b>
<b>X<sub>2</sub></b>	<b><i>Green Perceived Quality</i></b>
<b>Y</b>	<b><i>Green Purchase Intention</i></b>

**Sumber:** data dikelola oleh Peneliti (2017)

Alasan Peneliti memilih variabel tersebut dan ingin melakukan penelitian tersebut dikarenakan ketika mobil Datsun Go+ baru dikeluarkan pada tahun 2014, konsumen mempertanyakan mengenai publikasi iklan dan program ramah lingkungan yang dilakukan Datsun Go+, hal ini peneliti akan membahas tentang variabel bebas mengenai *green advertising* (X1). Hal lainnya yang konsumen pertanyakan tentang kualitas kendaraan dengan harga yang murah dalam kelas LCGC. Hal tersebut peneliti akan membahas variabel bebas yakni mengenai *green perceive quality* (X2). Berdasarkan kedua variabel bebas tersebut maka *green purchase intention* sebagai variabel terikat (Y).

Alasannya adalah ketika konsumen mempertanyakan publikasi iklan ramah lingkungan dan persepsi kualitas terhadap mobil Datsun Go+ maka konsumen secara langsung ingin mengetahui secara jelas dan ketika konsumen sudah mengetahui hal tersebut maka akan menimbulkan minat pembelian bagi konsumen sehingga akan menimbulkan tindakan membeli di masa yang akan datang.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Green Advertising* (Iklan Ramah Lingkungan) dan *Green Perceive Quality* (Persepsi Kualitas Produk Ramah Lingkungan) Terhadap *Green Purchase Intention* (Niat Pembelian Produk Ramah Lingkungan) (Survei Mobil Datsun Go+ di Wilayah Jakarta).”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian mengenai penelitian ini, dapat diidentifikasi beberapa masalah di antaranya :

1. Kurangnya publikasi iklan ramah lingkungan maupun program ramah lingkungan yang dilakukan oleh Datsun Go+.
2. Persepsi kualitas terhadap Datsun Go+ khususnya tidak adanya bagian fitur keselamatan tambahan seperti *Airbag* penumpang, ABS, EBD.
3. Banyaknya pesaing dalam pasar LCGC dengan kualitas yang lebih baik dari Datsun Go+ membuat minat beli konsumen menjadi teralihkan kepada mobil LCGC lainnya sehingga menurunnya tingkat penjualan pada tahun 2016.
4. Banyaknya keluhan Datsun Go+ pada bagian gigi transmisi yang selalu berbunyi ketika akan memundurkan mobil. Hal ini harus diperbaiki dalam bagian produksi untuk menarik minat konsumen di masa yang akan datang.



### C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini bisa menjadi fokus, maka penelitian ini dibatasi pada :

1. Penelitian ini hanya dibatasi tentang *green advertising*, *green perceive quality* dan *green purchase intention* yang berfokus mengenai Datsun Go+.
2. Penelitian ini dibatasi ruang lingkup di wilayah Jakarta.
3. Responden pada penelitian ini hanya difokuskan untuk masyarakat Jakarta yang belum memiliki namun mengetahui mobil Datsun Go+.

### D. Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah, permasalahan utama pada penelitian ini adalah faktor mengenai Iklan ramah lingkungan dan persepsi kualitas terhadap minat beli mobil Datsun Go+. Masalah-masalah tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *green advertising* atau iklan ramah lingkungan berpengaruh terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan (*green purchase intention*) mobil Datsun Go+?
2. Apakah *green perceive quality* atau persepsi kualitas produk ramah lingkungan mobil Datsun Go+ berpengaruh terhadap niat

pembelian produk ramah lingkungan (*green purchase intention*)

Datsun Go+?

3. Apakah *green advertising* dan *green perceive quality* berpengaruh terhadap niat pembelian produk ramah lingkungan (*green purchase intention*) mobil Datsun Go+?

#### **E. Kegunaan Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membawa manfaat bagi:

1. Secara Teoretis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menciptakan teori baru tentang iklan ramah lingkungan pada produk mobil Datsun Go+ dan persepsi kualitas produk ramah lingkungan yang berpengaruh terhadap persepsi yang baik di benak konsumen, sehingga dapat menarik niat konsumen untuk membelinya. Penelitian ini dapat menjadi bahan pembandingan untuk melakukan penelitian berikutnya.
  - b. Penelitian ini bisa digunakan bagi konsumen sebagai referensi yang ingin membeli mobil Datsun Go+ berdasarkan *green advertising* (iklan ramah lingkungan) dan *green perceive quality* (persepsi kualitas produk ramah lingkungan) mobil tersebut.

## 2. Secara Praktis

Penelitian ini memberikan informasi, pandangan serta gambaran bagi para konsumen dalam dunia otomotif dengan melihat dari aspek iklan ramah lingkungan dan persepsi kualitas produk ramah lingkungan, sehingga konsumen berniat untuk melakukan pembelian mobil Datsun Go+.