

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Polusi lingkungan dan perubahan iklim lingkungan telah diakui sebagai isu global yang sangat krusial (Lee et al., 2021). Polusi lingkungan masih menjadi salah satu permasalahan global yang terus meningkat seiring dengan perkembangan teknologi, pertumbuhan penduduk, dan aktivitas manusia. Hal ini terjadi ketika bahan-bahan pencemar, baik berbentuk padat, cair, maupun gas, dilepaskan ke lingkungan, menyebabkan kerusakan pada ekosistem, dan dapat berdampak negatif terhadap kesehatan manusia maupun organisme lain yang hidup di sekitarnya.

Polusi udara merupakan salah satu bentuk pencemaran lingkungan yang paling berdampak besar, yang umumnya ditimbulkan oleh pelepasan gas beracun dari aktivitas transportasi, kegiatan industri, dan operasional pembangkit listrik. Kondisi tersebut dapat menimbulkan berbagai gangguan pernapasan, termasuk penyakit asma dan kanker paru-paru. Namun demikian, pencemaran air akibat limbah industri dan domestik mengotori sumber air bersih, membahayakan ekosistem perairan, dan menimbulkan risiko kesehatan bagi manusia yang memanfaatkannya.

Di dalam permasalahan lingkungan yang perlu diperhatikan, para konsumen cenderung lebih memperhatikan isu lingkungan seperti pemanasan global, penyusutan ozon, dan perusakan habitat yang menjadi fokus serius dalam mempengaruhi kualitas kehidupan mereka (Ling, 2017). Pada saat ini, beberapa perusahaan telah melakukan kebijakan keberlangsungan lingkungan yang dibutuhkan para konsumen. Namun demikian, tidak semua perusahaan mampu dalam menerapkan strategi keberlangsungan yang dibutuhkan untuk lingkungan (Shan & Hsun, 2012).

Sektor transportasi merupakan penyumbang utama emisi karbon lebih dari 20% emisi karbon dioksida (CO₂) di seluruh dunia (Ye et al., 2021), dan tiga perempat emisi ini dihasilkan oleh transportasi jalan raya, hal ini

meningkatkan kekhawatiran tentang dampak lingkungan dari sistem transportasi jalan raya saat ini (Lashari et al., 2021).

Menurut IQAir (2023) Indonesia termasuk negara berpolusi di dunia dengan urutan ke 14 dari 134 dengan nilai rata-rata indeks kualitas udara (AQI+) sebesar 105 yang mengartikan kualitas udara tidak sehat bagi kelompok sensitif. Menurut data tersebut, Jakarta berada di posisi ke-63 dari 125 kota besar di dunia, dengan nilai rata-rata Indeks Kualitas Udara (AQI+) sebesar 72, yang menunjukkan tingkat kualitas udara sedang. Hal ini merupakan masalah lingkungan yang serius untuk diperhatikan oleh semua kalangan masyarakat, tentunya dengan bantuan pemerintah yang mendukung terhadap keberlangsungan lingkungan yang perlu dijaga.

Meningkatnya masalah lingkungan seperti perubahan suhu, polusi udara, dan krisis energi internasional, serta masalah polusi kendaraan bermotor menjadi semakin menonjol secara global (Xu et al., 2019). Isu polusi kendaraan bermotor telah menarik banyak perhatian dan juga telah banyak penelitian yang menganalisisnya dikarenakan dampaknya yang sangat besar terhadap lingkungan. Hal ini menjadikan perhatian terhadap masalah lingkungan di semua tingkatan masyarakat yang sangat berdampak terhadap peningkatan yang signifikan dalam jumlah produk ramah lingkungan (Ng et al., 2018).

Saat ini, masyarakat semakin menyadari permasalahan lingkungan karena adanya pencemaran lingkungan yang diakibatkan oleh aktivitas industri manufaktur di dunia. Tidak hanya itu, *output* yang dihasilkan juga berdampak terhadap pencemaran lingkungan, salah satunya adalah kendaraan konvensional yang menggunakan bahan bakar bensin atau diesel.

Pemerintah Indonesia pada saat ini secara terus-menerus mendorong masyarakat untuk mengurangi emisi karbon, salah satunya dengan menggunakan kendaraan listrik sehingga penggunaan bahan bakar konvensional dan polusi udara yang dihasilkan tidak terlalu berdampak buruk terhadap pencemaran lingkungan. Dalam hal ini, pemerintah Indonesia

membuat berbagai kebijakan seperti insentif pajak kendaraan dan subsidi pembelian kendaraan listrik.

Namun demikian, tidak hanya pemberian insentif dan subsidi aja dalam upaya mengurangi emisi karbon di wilayah DKI Jakarta, tetapi juga memberikan fasilitas bebas masuk kendaraan listrik dengan plat nomor ganjil dan genap sebagai upaya alternatif yang menjanjikan untuk mengatasi polusi udara, kemacetan, dan efisiensi energi.

Nyatanya, pemerintah DKI Jakarta masih menghadapi berbagai kendala antara lain keterbatasan fasilitas pengisian daya, harga kendaraan listrik yang belum terjangkau masyarakat, serta persepsi publik yang menyatakan bahwa performa kendaraan berbahan bakar konvensional lebih bagus dibandingkan kendaraan listrik. Peningkatan komunitas pengguna kendaraan listrik serta peningkatan jumlah perusahaan yang menyediakan kendaraan listrik berbasis berlangganan.

Berdasarkan dari fenomena ini, pemerintah sudah berupaya untuk setidaknya mengurangi polusi di lingkungan DKI Jakarta, namun masyarakat masih belum menyadari sepenuhnya terkait pencemaran polusi udara, sehingga penelitian ini masih menarik untuk diteliti lebih lanjut, terutama dalam memahami faktor yang dapat mempengaruhi keputusan masyarakat khususnya di wilayah DKI Jakarta untuk menggunakan kendaraan listrik demi mendorong pengurangan polusi di lingkungan DKI Jakarta.

Hingga tahun 2024, tercatat sebanyak 125.305.332 unit sepeda motor beroperasi di Indonesia, menunjukkan tingginya jumlah kendaraan roda dua di negara ini, khususnya di Provinsi DKI Jakarta sebanyak 17.347.866 sepeda motor (BPS, 2024). Hal ini menjadi topik pembahasan yang perlu diperhatikan oleh pemerintah dalam mengurangi pemanasan *global* berupa asap kendaraan di Provinsi DKI Jakarta khususnya pada saat *weekdays*.

Penggunaan kendaraan bertenaga listrik merupakan salah satu bentuk upaya penerapan kebijakan untuk mengurangi emisi dan telah ditetapkan

sebagai kebijakan nasional. Elektrifikasi kendaraan merupakan kebutuhan yang mendesak (Ye et al., 2021). Kendaraan listrik dianggap sebagai alternatif ramah lingkungan karena tidak menimbulkan emisi gas buang saat digunakan. Teknologi ini menggunakan baterai sebagai sumber energi utama untuk penggerakannya, sehingga tidak lagi bergantung pada bahan bakar konvensional seperti bensin maupun diesel yang lazim dipakai pada kendaraan tradisional. (Kementerian Perhubungan, 2023).

Electric vehicles (EV) adalah kendaraan yang hadir sebagai upaya inovasi ramah lingkungan, *electric vehicles* ini diharapkan bisa menjadi upaya dalam penanganan berkelanjutan masalah global yang disiapkan untuk menangani kelangkaan energi dan polusi lingkungan, dengan adanya dukungan kebijakan dari pemerintah di seluruh dunia untuk mendukung pengembangan *electric vehicles* (He et al., 2018).

Dalam rangka menindaklanjuti Peraturan Presiden Nomor 55 Tahun 2019 mengenai percepatan program kendaraan bermotor listrik berbasis baterai, serta Peraturan Menteri Perindustrian Nomor 6 Tahun 2023 yang diperbarui melalui Nomor 21 Tahun 2023 tentang pedoman pemberian bantuan pemerintah untuk pembelian sepeda motor listrik berbasis baterai, Pemerintah Republik Indonesia mendorong masyarakat untuk beralih ke kendaraan listrik dengan bantuan program pemberian subsidi untuk setiap motor listrik yang dibeli yaitu sebesar Rp 7.000.000 per unit sejak tahun 2023 sampai dengan tahun 2024.

Namun demikian, pemberian subsidi ini masih belum maksimal, sehingga pemerintah provinsi DKI Jakarta tidak tinggal diam dan bekerjasama dengan Bank DKI untuk membantu para pegawai aparatur sipil negara (ASN) pada lingkungan pemerintah provinsi DKI Jakarta dalam upaya memberikan keringanan bunga untuk angsuran kendaraan listrik yang mereka beli. Selain itu, pemerintah provinsi DKI Jakarta memberikan motivasi khusus ditunjukkan kepada pegawai ASN di lingkungan pemerintah provinsi DKI Jakarta untuk menggunakan kendaraan listrik sebagai wujud kontribusi mengurangi polusi udara di DKI Jakarta (Nurhaliza, 2023).

Perkembangan tren motor listrik ini sudah sangat baik di Indonesia, khususnya dalam pemberian subsidi untuk setiap pembelian sepeda motor listrik dan juga kebijakan terkait kebebasan dalam plat nomor ganjil genap di kota Jakarta, pengisian baterai yang sudah tersedia di berbagai tempat umum salah satunya stasiun dengan kualitas baterai yang tahan lama dan bahkan harga yang lebih hemat untuk mengisi baterai daripada sepeda motor yang masih menggunakan bensin.

Menurut SISAPIR pemberian subsidi yang sampai tahun 2023 telah tersalurkan sebanyak 11.532 unit pada tahun dan meningkat ditahun 2024 yaitu sebanyak 62.541 unit dengan total 58 merek motor listrik dengan harga, model dan spesifikasi yang bervariasi. Motor listrik dengan fitur canggih atau desain mewah umumnya dibanderol dengan harga lebih tinggi dibandingkan model yang memiliki fitur standar. Merek yang tersedia pun beragam, mulai dari produk lokal hingga buatan Tiongkok dan Jepang (Dananjaya & Kurniawan, 2024).

Tabel 1.1 menunjukkan Penjualan Motor Listrik di Indonesia

No.	Nama Merek Motor Listrik	Penjualan
1	Honda	58%
2	Polytron	57%
3	Viar	57%
4	Volta	56%
5	Alva	52%
6	Gesits	50%
7	U-Winfly	41%
8	Selis	41%
9	United	35%
10	Smooth Electric	29%

Sumber: (Fikriansyah, 2024)

Tabel 1.1 Hasil survei Populix menunjukkan bahwa penelitian ini melibatkan 350 responden laki-laki dan perempuan berusia 25–55 tahun yang telah menggunakan motor listrik sebagai alat transportasi mereka. Namun demikian, walaupun kendaraan motor listrik sudah hadir di Indonesia pada tahun 2019 tetapi hasilnya menunjukkan bahwa masih banyaknya bahkan sekitar 50% masyarakat yang belum mengetahui motor listrik dengan merek-merek yang ada diatas. Survei tersebut menunjukkan bahwa sepeda motor listrik digunakan untuk beragam keperluan, antara lain berbelanja kebutuhan harian (72%), mengunjungi kerabat atau teman (57%), mengantar dan menjemput anggota keluarga atau teman (57%), bepergian ke tempat kerja (47%), serta melakukan mobilitas dalam kota (46%).

Total 62.541 unit penjualan motor listrik Polytron dengan mendapatkan subsidi telah tersalurkan sebanyak 30 persen. Namun demikian, walaupun ditahun 2025 belum ada penjelasan dari pemerintah berapa subsidi yang ditetapkan, tetapi Polytron memberikan subsidi secara mandiri sebesar Rp 5.000.000. Adapun motor listrik Fox memiliki penjualan terbanyak, hal ini disebabkan oleh ketersediaan layanan sewa baterai, jarak tempuh yang memadai, serta performa kendaraan yang sebanding dengan harga yang terjangkau bagi masyarakat (Pratama, 2025).

Permasalahan perusakan lingkungan menjadi hal yang serius dan telah banyak diperbincangkan di berbagai negara. Dari permasalahan tersebut, kendaraan listrik atau *electric vehicles* (EV) merupakan upaya untuk meminimalkan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh polusi udara. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, pemerintah Indonesia juga melakukan upaya-upaya yang menguntungkan untuk para perusahaan kendaraan listrik dan juga para konsumen yang ingin membeli kendaraan listrik tersebut.

Permasalahan kendaraan listrik telah banyak diteliti diberbagai negara-negara lain seperti China, pemerintah China menyediakan subsidi pembelian dan pembebasan pajak perolehan dan pajak cukai berdasarkan perpindahan

mesin dan harga. Namun demikian, kendaraan listrik masih merupakan sebagian kecil dari total kendaraan yang terjual di China.

He et al., (2018) meneliti di negara China yang menggunakan sampel sebanyak 369 responden dengan menggunakan analisis menggunakan SmartPLS, hasilnya *personal innovativeness* dan *environmental concern* berpengaruh secara langsung terhadap *purchase intention*. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hanya konsumen-konsumen yang memiliki kepribadian dalam berinovasi tinggi dan peduli terhadap lingkungan yang akan lebih cenderung membeli kendaraan listrik, sedangkan yang lainnya tidak.

Selanjutnya, Lee et al., (2021) melakukan penelitian di Pakistan menggunakan sampel sebanyak 359 responden, hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa walaupun pangsa pasar kendaraan listrik di negara berkembang kecil tetapi kesadaran responden terkait lingkungan berpengaruh terhadap keputusan mereka dalam membeli kendaraan listrik. Hasil ini diperkuat dengan negara Pakistan dan India yang telah menetapkan target mobilitas listrik sebesar 30% untuk tahun 2030, tetapi penjualan kendaraan listrik, termasuk kendaraan roda dua dan tiga, masih tergolong rendah (Analytica, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Lashari et al., (2021) melakukan penelitian di Korea Selatan dengan menggunakan sampel sebanyak 1.500 responden, penelitian ini melakukan pertemuan kolaborasi pemerintah dengan responden yang diharapkan dapat meningkatkan penjualan kendaraan listrik. pemerintah Korea Selatan telah menetapkan target bahwa 20% dari kendaraan barunya yang dijual akan ramah lingkungan dalam waktu dekat.

Kebijakan baru telah dikembangkan untuk mempromosikan penjualan kendaraan listrik dan menekankan penyertaan teknologi transportasi yang lebih berkelanjutan secara lingkungan dalam sistem mobilitas keseluruhan negara tersebut. Namun, terlepas dari perkembangan ini dan dukungan pemerintah,

kendaraan listrik masih belum dapat mencapai tingkat pasar yang diinginkan, dan tingkat penetrasi kendaraan listrik hanya kurang dari 2,5% di Korea Selatan.

Ng et al., (2018) juga melakukan penelitian mengenai *purchase intention* terkait *electric vehicles* di negara Hongkong dengan menggunakan sampel sebanyak 205 responden, hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan positif terhadap *purchase intention*. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ackaah et al., (2022) bertujuan dalam memperkenalkan kendaraan listrik di negara Ghana dengan tujuan untuk mengurangi emisi. Penelitian yang dilakukan oleh Bhalla et al., (2018) mendapatkan hasil kepedulian lingkungan dan kepercayaan konsumen terhadap teknologi merupakan faktor terhadap pembelian kendaraan listrik di India.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa adanya kesenjangan dari beberapa penelitian yang dilakukan di beberapa negara mulai dari pemerintah yang membantu menurunkan pajak, memberikan subsidi, bahkan pembebasan pajak pertama kendaraan, tetapi masih kurangnya minat beli dari para konsumen di berbagai negara tersebut. Dari hal tersebut, penulis juga melakukan penelitian di Jakarta yang merupakan kota memiliki polusi terbesar. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian berupa *structural equation modelling* dengan AMOS. sedangkan, penelitian-penelitian sebelumnya yang telah dilakukan menggunakan *structural equation modelling* dengan PLS.

Pemilihan penggunaan motor listrik dalam kegunaan sehari-hari menjadi salah satu keputusan penting karena didasari pemahaman informasi yang konsumen rasakan terkait keunggulan dan manfaat dari motor listrik tersebut, hal ini diperkuat oleh teori dari Mukaromah (2024) *perceived quality* dapat diartikan sebagai evaluasi menyeluruh dari konsumen terhadap suatu produk atau layanan, yang didasarkan pada manfaat yang dirasakan..

Perusahaan-perusahaan motor listrik berinovasi untuk menawarkan desain motor yang lebih menarik daripada motor berbahan bakar konvensional,

bahkan menawarkan fitur-fitur canggih yang dapat menyesuaikan dengan keinginan calon konsumen, hal ini diperkuat oleh teori Kumbara (2021) menyatakan *product design* merujuk pada kumpulan fitur yang dimiliki suatu produk, yang tidak hanya menentukan eksistensinya di pasar, tetapi juga membedakannya dari produk merek lain serta menciptakan identitas khas bagi merek tersebut..

Pemahaman dari para konsumen dalam melihat bahwa produk atau jasa dapat mempengaruhi keberlangsungan lingkungan yang positif pada dimasa yang akan datang, Lin et al., (2019) menjelaskan bahwa *green perceived value* adalah nilai total yang diberikan konsumen pada suatu barang atau jasa setelah memperhitungkan kebutuhan, harapan akan keberlanjutan, dan preferensi mereka terhadap lingkungan.

Saat ini, para konsumen telah memperhatikan isu lingkungan yang perlu dijaga keberlangsungannya, seperti pembelian beberapa produk yang mereka membawa *goodie bag* sendiri untuk mengganti kantong plastik, sejalan dengan itu, Tandaon et al., (2020) menjelaskan bahwa *environmental concern* dianggap sebagai perasaan positif konsumen terhadap isu lingkungan dan evaluasi aktivitas individu terhadap lingkungan

Safari et al., (2022) juga mendefinisikan *attitude* sebagai penilaian pengguna terhadap manfaat penggunaan sistem. Sehingga, sikap dari konsumen untuk menggunakan produk atau layanan yang dinilai dan memiliki suatu manfaat yang baik untuk para konsumen sesuai dengan kebutuhan yang mereka inginkan.

Green purchase intention juga dapat diartikan sebagai tekad untuk bertidak dari konsumen dengan kemauan, preferensi, dan kecenderungan dalam memilih produk yang mendukung prinsip ramah lingkungan dan keberlanjutan (Amin & Tarun, 2021). Niat dalam pembelian motor listrik sebagai upaya untuk keberlangsungan lingkungan yang dibutuhkan para konsumen, sehingga

mereka memilih menggunakan motor listrik daripada harus menggunakan motor konvensional.

Pada saat ini, tidak sedikit konsumen yang telah memikirkan masa depan dari keberlangsungan lingkungan, mereka secara tidak sadar telah mengikuti kebiasaan-kebiasaan yang ramai dikampanyekan oleh para pemasar, seperti mulai membawa *goodie bag* pada saat berbelanja di minimarket, memikirkan kandungan yang ada didalam suatu produk tertentu, dan mencari produk yang dapat didaur ulang sehingga tidak berdampak buruk terhadap lingkungan. Namun demikian, para konsumen masih belum banyak yang sadar akan dampak polusi udara dari penggunaan motor konvensional.

Dari uraian kesenjangan tersebut, maka disimpulkan adapun faktor-faktor yang menjadi kebaruan penelitian ini dengan mengkombinasikan beberapa faktor-faktor penelitian terdahulu seperti *perceived quality*, *product design*, *green perceived value*, *environmental concern*, *attitude*, dan *green purchase intention* pada aparatur sipil negara yang bertugas di instansi Kota Administrasi Jakarta Selatan. Nyatanya, masih belum ada penelitian yang meneliti terkait dengan subjek aparatur sipil negara.

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan dan mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya, Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk mengkaji topik ini melalui penelitian yang berjudul **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GREEN PURCHASE INTENTION DALAM PEMBELIAN MOTOR LISTRIK PADA PEGAWAI APARATUR SIPIL NEGARA DI INSTANSI KOTA ADMINISTRASI JAKARTA SELATAN.**

1.2. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki lima pertanyaan, sebagai berikut.

1. Apakah ada pengaruh signifikan antara *perceived quality* terhadap *attitude*?
2. Apakah ada pengaruh signifikan antara *product design* terhadap *attitude*?

3. Apakah ada pengaruh signifikan antara *green perceived value* terhadap *attitude*?
4. Apakah ada pengaruh signifikan antara *environmental concern* terhadap *attitude*?
5. Apakah ada pengaruh signifikan antara *attitude* terhadap *green purchase intention*?

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki lima tujuan, sebagai berikut.

1. Untuk menguji pengaruh signifikan antara *perceived quality* terhadap *attitude*.
2. Untuk menguji pengaruh signifikan antara *product design* terhadap *attitude*.
3. Untuk menguji pengaruh signifikan antara *green perceived value* terhadap *attitude*.
4. Untuk menguji pengaruh signifikan antara *environmental concern* terhadap *attitude*.
5. Untuk menguji pengaruh signifikan antara *attitude* terhadap *green purchase intention*.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat dalam penelitian ini yang diharapkan dapat berguna untuk berbagai pihak yang membutuhkan, sebagai berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam ranah Manajemen Pemasaran.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan juga bermanfaat untuk dapat dijadikan bahan evaluasi para tenaga pemasaran dan juga perusahaan dalam upaya

melakukan penjualan motor listrik khususnya untuk para Aparatur Sipil Negara Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.

