

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan motor listrik di Indonesia terus meningkat sebagai respons terhadap kebutuhan akan transportasi yang ramah lingkungan dan efisien. Pemerintah pusat telah mendukung percepatan kendaraan listrik melalui berbagai kebijakan. Implementasinya di daerah masih beragam. Kota Medan sebagai kota besar di luar Pulau Jawa memiliki potensi besar dalam pengembangan motor listrik, terutama karena tingginya tingkat polusi dan kepadatan kendaraan. Meski demikian, adopsi motor listrik di Medan belum menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dibanding kota lain, seperti Jakarta, akibat terbatasnya infrastruktur, harga yang masih tinggi, serta rendahnya pemahaman masyarakat. Menurut Rahmawati et al (2022) bahwa sikap merupakan faktor utama dalam niat beli; norma subjektif dan kontrol perilaku juga berdampak langsung, sementara biaya dan teknologi tidak cukup berpengaruh berdasarkan analisis mereka.

Di Kota Medan, penggunaan sepeda motor masih menjadi moda transportasi utama bagi masyarakat, terutama karena fleksibilitas dan efisiensinya dalam menghadapi kemacetan kota. Namun, dominasi kendaraan bermotor berbahan bakar fosil turut menyumbang pada tingginya tingkat polusi udara dan kebisingan, yang menjadi persoalan lingkungan dan kesehatan masyarakat. Meskipun pemerintah daerah mulai menunjukkan inisiatif, seperti kampanye penggunaan kendaraan ramah lingkungan dan pengadaan motor listrik sebagai kendaraan dinas, kesadaran serta minat masyarakat umum terhadap motor listrik masih relatif rendah. Minimnya stasiun pengisian daya, terbatasnya pilihan model kendaraan, serta persepsi masyarakat terhadap performa motor listrik menjadi beberapa kendala utama yang dihadapi. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun potensi adopsi motor listrik di Medan cukup besar, diperlukan pendekatan yang lebih menyeluruh dari sisi edukasi, insentif ekonomi, dan pengembangan infrastruktur guna mempercepat transisi menuju kendaraan ramah lingkungan. Menurut Fitrianto (2023) Model dinamika sistem memproyeksi pangsa pasar motor listrik yang meningkat hingga 41,1 % pada 2030, dengan skenario yang memasukkan subsidi harga ritel dan penurunan biaya listrik sebagai pendorong adopsi.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan motor listrik di Kota Medan adalah inovasi teknologi. Perkembangan teknologi pada motor listrik, seperti baterai yang lebih tahan lama, waktu pengisian daya yang lebih singkat, performa mesin yang halus, serta fitur digital seperti aplikasi pemantau kendaraan, menjadi keunggulan yang bisa menarik perhatian konsumen. Namun, banyak masyarakat yang belum mengetahui atau memahami keunggulan teknologi ini, sehingga belum tertarik untuk beralih dari motor konvensional. Kurangnya informasi dan sosialisasi juga membuat masyarakat ragu terhadap kualitas dan ketahanan motor listrik. Oleh karena itu, penting untuk diteliti bagaimana pengaruh inovasi teknologi terhadap keputusan masyarakat dalam menggunakan motor listrik, khususnya di Kota Medan. Menurut Yadi et al(2024), menyatakan bahwa perkembangan teknologi seperti baterai yang lebih awet dan waktu pengisian daya yang lebih cepat menjadi daya tarik utama konsumen dalam membeli motor listrik.

Selain faktor teknologi, aspek keramahan lingkungan juga menjadi alasan kuat dalam mendorong penggunaan motor listrik. Kendaraan listrik tidak menghasilkan emisi gas buang, sehingga dapat membantu mengurangi polusi udara yang kini menjadi masalah serius di kota-kota besar, termasuk Kota Medan. Tingginya jumlah kendaraan berbahan bakar fosil di Medan telah menyebabkan penurunan kualitas udara, yang berdampak pada kesehatan masyarakat dan lingkungan secara keseluruhan. Motor listrik menawarkan solusi yang lebih bersih dan berkelanjutan, sejalan dengan upaya global dalam mengatasi perubahan iklim. Meski begitu, kesadaran masyarakat terhadap pentingnya menjaga lingkungan melalui pilihan kendaraan yang lebih ramah lingkungan masih terbatas. Menurut Sisrika dan Eko Prasajo (2024), ternyata tingkat kesadaran lingkungan berpengaruh positif terhadap minat beli dengan koefisien sebesar 0.331, nilai T-Statistik 3.283 ( $>1.96$ ) ( $p<0.05$ ).

Harga menjadi salah satu faktor krusial yang menentukan keputusan konsumen dalam memilih motor listrik. Meskipun motor listrik menawarkan efisiensi biaya operasional yang lebih rendah dibandingkan motor konvensional, harga awal yang relatif tinggi masih menjadi kendala utama bagi banyak calon pembeli, terutama di Kota Medan. Ketidakmerataan subsidi dan insentif pemerintah juga memperburuk masalah ini, sehingga motor listrik belum sepenuhnya terjangkau oleh berbagai kalangan masyarakat. Menurut Putra et al (2023), meskipun motor listrik menawarkan penghematan biaya operasional jangka panjang, harga awal yang tinggi membuat banyak konsumen terutama di kota-kota seperti Medan enggan beralih dari motor konvensional.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah inovasi teknologi berpengaruh terhadap minat beli motor listrik di Kota Medan?
2. Apakah kesadaran lingkungan berpengaruh terhadap minat beli motor listrik di Kota Medan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli motor listrik di Kota Medan?
4. Apakah inovasi teknologi, kesadaran lingkungan, dan harga secara simultan berpengaruh terhadap minat beli motor listrik di Kota Medan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi teknologi terhadap minat beli motor listrik.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran lingkungan terhadap minat beli motor listrik.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli motor listrik.
4. Untuk mengetahui inovasi teknologi, kesadaran lingkungan, dan harga secara bersama-sama terhadap minat beli motor listrik di Kota Medan.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Akademis  
Menambah referensi dalam bidang pemasaran dan perilaku konsumen, khususnya mengenai kendaraan listrik.
2. Praktis

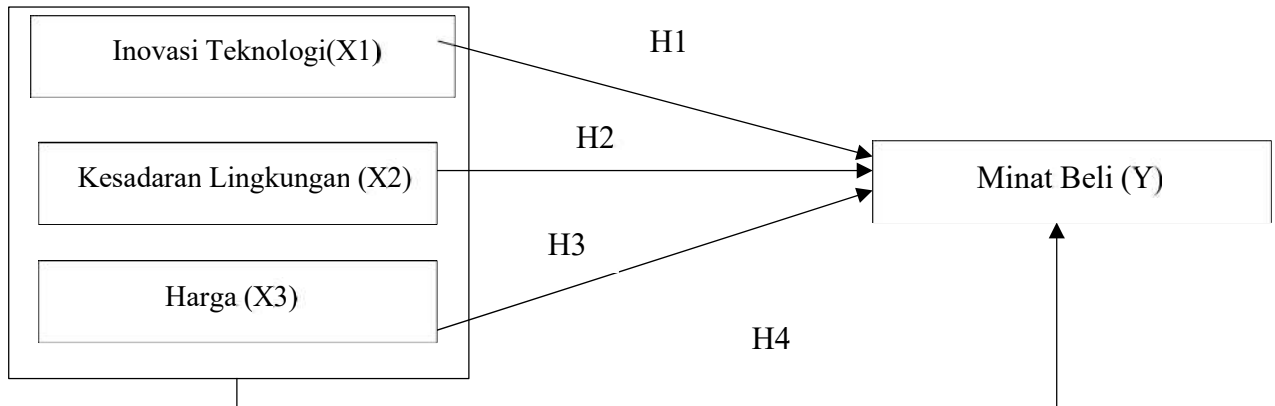
Memberikan masukan kepada produsen motor listrik dalam menyusun strategi pemasaran.

### 3. Sosial

Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya penggunaan kendaraan ramah lingkungan.

## 1.5 Kerangka Pemikiran

Inovasi Teknologi (X1), Kesadaran Lingkungan (X2), dan Harga (X3) diduga memengaruhi Minat Beli Motor Listrik (Y).



**Gambar 1.1 kerangka penelitian**

## 1.6 Hipotesis

H1: Inovasi Teknologi berpengaruh positif terhadap minat beli motor listrik.

H2: Kesadaran Lingkungan berpengaruh positif terhadap minat beli motor listrik.

H3: Harga berpengaruh positif terhadap minat beli motor listrik.

H4: Inovasi Teknologi, Kesadaran Lingkungan, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli motor listrik.

## 1.7 Tinjauan Pustaka

### 1.7.1 Pengertian Inovasi Teknologi

Inovasi teknologi adalah pembaruan atau penemuan dalam produk yang memberikan keunggulan kompetitif. Menurut Schumpeter, inovasi menciptakan nilai tambah dan dapat meningkatkan daya tarik produk. Indikatornya meliputi fitur baru, efisiensi penggunaan, dan kemudahan operasional.

Dapat disimpulkan bahwa inovasi teknologi merupakan faktor utama yang menciptakan nilai tambah dan memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu produk. Inovasi tidak hanya memperkuat daya saing, tetapi juga mampu meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

### 1.7.2 Pengertian Kesadaran Lingkungan

Kesadaran lingkungan adalah tingkat kepedulian individu terhadap dampak lingkungan dari aktivitas manusia. Menurut Mostafa (2007), konsumen dengan tingkat kesadaran lingkungan

tinggi cenderung memilih produk ramah lingkungan. Indikatornya meliputi kepedulian terhadap polusi, pemanasan global, dan perilaku konsumsi hijau.

Dapat disimpulkan bahwa kesadaran lingkungan merupakan faktor psikologis yang berperan penting dalam memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Individu dengan tingkat kesadaran lingkungan yang tinggi cenderung mempertimbangkan dampak ekologis.

### 1.7.3 Pengertian Harga

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk. Menurut Tjiptono (2015), harga memengaruhi persepsi nilai konsumen terhadap produk. Indikator harga meliputi keterjangkauan, kesesuaian harga dengan kualitas, dan perbandingan dengan produk lain.

Dapat disimpulkan bahwa harga merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran yang berpengaruh langsung terhadap persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk. Harga tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar, tetapi juga mencerminkan kualitas dan posisi produk di pasar

### 1.7.4 Pengertian Minat Beli

Minat beli adalah kecenderungan dan keinginan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016), minat beli dipengaruhi oleh persepsi konsumen, sikap terhadap produk, dan pengalaman sebelumnya. Indikator minat beli meliputi hasrat untuk mencoba, pertimbangan pembelian, dan keputusan membeli.

Minat beli merupakan faktor penting yang mencerminkan kecenderungan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian suatu produk. Minat beli tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan semata, tetapi juga oleh persepsi konsumen terhadap produk.

**Tabel 1.1 Peneltian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Peneliti (Tahun)</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel</b>
1	Hebry A. Yadi dan Nany Librianty(2024) ( <a href="http://eprint.unipma.ac.id/j-innovative.org">eprint.unipma.ac.id, j- innovative.org</a> )	Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Pembelian Sepeda Motor Listrik di Bangkinang Kota	Inovasi, Produk, Harga, Minat Beli
2	Andre Martinus, Fathorrahman, Theresia Pradiani (2023) ( <a href="http://researchgate.net">researchgate.net</a> )	Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Minat Beli Mobil Listrik di Malang	Brand Image, Harga, Gaya Hidup, Minat Beli
3	Hermawan dan Fauzi (2023) ( <a href="https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/4786">https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/4786</a> )	Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Nilai Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Motor Listrik di Madiun	Kualitas Produk, Desain, Nilai Konsumen, Keputusan Pembelian