

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kesadaran untuk menjadi ramah lingkungan bukan saja dimiliki oleh negara maju tetapi juga dimiliki oleh negara-negara berkembang seperti Indonesia. Hal ini digambarkan dengan antusiasnya negara-negara yang tergabung dalam APEC untuk mendaftarkan produk-produk yang ramah lingkungan (Republika.go.id,2012). Hal ini tidak terlepas dari timbulnya kesadaran masyarakat untuk menjadi ramah dengan lingkungan. APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) mendeklarasikan 54 produk yang termasuk produk ramah lingkungan(APEC,2012). Produk-produk ini merupakan pilihan berdasarkan klasifikasi produk ramah lingkungan yang ditetapkan WTO yaitu : Kontrol terhadap polusi udara, energi yang dapat diperbaharui, manajemen limbah dan penanganan air bersih, teknologi berbasis lingkungan, manajemen karbon (WTO,2011). Produk-produk yang telah dinyatakan ramah lingkungan oleh APEC akan mendapatkan potongan pajak dan bea masuk, sehingga akan menguntungkan negara-negara yang menjadi basis dari produksi produk tersebut (Republika,2012). Berdasarkan kriteria tersebut salah satu produk yang menjadi primadona untuk dikembangkan adalah mobil ramah lingkungan. Hal ini karena tingkat mobilitas manusia tinggi, tetapi jumlah ketersediaan energi semakin berkurang. Permintaan akan mobil di seluruh dunia terus meningkat ditambah regulasi negara-negara maju yang menuju ke arah kendaraan ramah lingkungan.

Industri otomotif memiliki pasar yang sangat cukup keuntungan. Pertambahan jumlah penduduk dan meningkatnya kemampuan beli masyarakat Indonesia menyebabkan semakin meningkatnya jumlah permintaan mobil. Berdasarkan data GAKINDO (Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia) tahun 2011, tercatat 894.194 unit mobil telah terjual dimana terjadi peningkatan 16,9% dari penjualan mobil pada tahun 2010 yang berada pada angka 764.710 unit mobil. GAKINDO mencatat terjadi selisih cukup besar antara output produksi pada tahun 2011 dan permintaan pada tahun yang sama. Pada tahun 2011 tercatat 837.948 unit mobil diproduksi dimana pada tahun yang sama terdapat 894.194 unit mobil yang terjual, yang artinya industri otomotif dalam negeri mengalami kekurangan sebesar 56.246 unit mobil.

Tabel 1.1 Data penjualan – produksi GAKINDO periode 2009-2011

Data GAKINDO	2011	2010	2009
penjualan	894.194	764.710	483.548
Selisih tahun sebelumnya	129.484	281.162	
Persen kenaikan	16,9%	58%	
produksi	837.948	702.508	464.816
selisih tahun sebelumnya	135.440	237.692	
	19%	51%	
selisih produksi - penjualan	(56.246)	(62.202)	(18.732)

Sumber : Statistik data GAKINDO

Selain jumlah permintaan yang terus meningkat, teknologi kendaraan berkembang cukup pesat. Hal ini karena selain kebutuhan manusia yang semakin beragam, terbatasnya sumber energi minyak bumi juga mempengaruhi produsen mobil untuk berlomba-lomba menciptakan teknologi mobil yang menggunakan

sumber energi selain minyak bumi. Desakan penerapan teknologi hijau kini menjadi tren yang tidak bisa lagi terelakan. Hampir setiap industri di dunia berlomba memperkenalkan teknologi hijau. Tak terkecuali industri otomotif. Berbagai prototipe diperkenalkan, berbagai mobil konsep dengan mengusung teknologi hijau, baik listrik maupun kombinasi baterai dengan bensin menjadi primadona dalam setiap gelaran *motor show* di seluruh dunia (Yusniar, 2011). Contohnya : Toyota Prius yang berawal dari mobil konsep, kini produksi prius telah memasuki generasi ketiga. Itu artinya pasar mulai familiar dengan mobil hibrida (Yusniar, 2011). Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat pertumbuhan kendaraan yang cukup tinggi (GAKINDO, 2012) mulai melirik penerapan teknologi mobil ramah lingkungan dengan konsep LCGC (*Low Cost Green Car*). LCGC sendiri merupakan regulasi dimana produsen mobil memproduksi mobil yang menggunakan lebih dari 80% komponen lokal dan ramah lingkungan (Kemeparin.go.id, 2012). LCGC diharapkan menjadi cikal bakal semangat mobil ramah lingkungan di Indonesia karena produsen mobil akan mendapat kemudahan dalam regulasi produksi mobil ramah lingkungan. Selain itu LCGC menjadi patokan produsen lokal untuk membuat mobil hibrida dalam negeri. Mobil hibrida (*hybrid*) adalah mobil yang menggunakan dua sumber energi, yaitu sumber energi dari pembakaran bahan bakar konvensional dan sumber energi listrik. Mobil hibrida menghasilkan energi yang lebih besar dengan penggunaan sumber energi yang lebih efisien (Oxford *Dictionaries*, 2012).

Mobil hibrida secara resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2009 ketika TAM (Toyota Astra Motor) mendatangkan 24 unit Toyota Prius (Yusniar, 2011).

Meski telah memasuki generasi ketiga, ternyata penjualan Toyota Prius tidak cukup mengembirakan karena hingga akhir tahun 2010 hanya 13 unit Toyota Prius yang terjual (Yusniar, 2011). Jumlah 13 unit yang terjual merupakan bagian yang sangat kecil dari total 2.012.000 unit Toyota Prius yang telah beredar di seluruh dunia pada akhir september 2010. Harga jual Toyota Prius berada pada angka Rp 585.000.000 pada tahun 2009 ketika pertama masuk ke Indonesia (Toyota Indonesia, 2009) masalah infrastruktur dan regulasi biaya import menjadikan mobil hibrida Toyota ini kurang mendapat apresiasi baik masyarakat. Tetapi diharapkan dengan konsep LCGC, pemerintah mempermudah masuknya teknologi ramah lingkungan dan memberikan infrastruktur yang memadai untuk mewujudkan teknologi kendaraan ramah lingkungan. Dengan adanya konsep LCGC dipastikan pasar mobil ramah lingkungan di Indonesia akan menjadi ramai karena selain harga yang bersaing teknologi ramah lingkungan menjadi alternatif kenaikan harga bahan bakar kendaraan. Produsen seperti Mitsubishi, Nissan, Suzuki, Daihatsu, Bahkan Tata produsen mobil asal India ikut dalam antrian dalam memasarkan mobil ramah lingkungan (Vivanews – otomotif, 2012).

Pengembangan teknologi ramah lingkungan di Indonesia telah dilakukan sejak jauh hari. Teknologi banyak dikembangkan oleh lembaga-lembaga penelitian, kampus maupun pengembangan oleh pemerintah pusat maupun daerah. Beberapa mobil seperti MARLIP (sejenis mobil golf dengan tenaga listrik), Gang car, Wakaba, Kancil, Komodo, Tawon, GEA, Ahmadi, dan lain-lain (ASIANUSA, 2012). Mobil-mobil ramah lingkungan ini lebih dikenal dengan MOBNAS (Mobil Nasional). Secara umum MOBNAS telah ada sejak tahun 1975

dengan nama MORINA (Mobil Rakyat Indonesia). MORINA hanya mampu bertahan selama lima tahun dan kemudian kalah bersaing oleh mobil-mobil keluaran produsen luar(ASIANUSA,2012). Beberapa MOBNAS yang diproduksi belakangan memang diarahkan menuju pada konsep LCGC seperti Komodo, Ahmadi, MARLIP, dan lain-lain. Mobil-mobil ini diharapkan bisa menjadi jawaban akan kebutuhan mobil nasional yang ramah lingkungan. Tetapi pada kenyataannya, Indonesia adalah salah satu negara dengan tingkat etnosentris yang rendah untuk produk-produk berteknologi(Schiffman dan Kanuk,2010:428). Hal ini dikarenakan kurang mempunya produk dalam negeri bersaing dengan produk dari luar negeri, selain itu persepsi akan kualitas produk telah tertanam sehingga produk dalam negeri selalu dipandang tidak lebih berkualitas dari produk luar negeri.

Membeli mobil merupakan investasi keuangan yang sangat signifikan, karena berkaitan dengan identitas dan status sosial sehingga menggambarkan bagaimana pentingnya mobil dalam konteks kehidupan sosial (dikutip dari Janssen pada Oliver,2010). Pembelian mobil salah satu penggambaran dari kemampuan pengambilan keputusan dari konsumen (Aghdaie *et al*, 2011). Karena sebelum memutuskan membeli, konsumen harus memperhatikan keadaan finansial dan pertimbangan-pertimbangan lain (Aghdaie *et al*, 2011).

Berdasarkan konteks status sosial dan pertimbangan lainnya, MOBNAS yang akan ikut bersaing pada pasar LCGC harus bisa kompetitif dalam pasar mobil produsen luar. Peningkatan kelompok menengah menyebabkan pertumbuhan permintaan akan mobil yang semakin meningkat. Selain itu harga

bahan bakar minyak yang terus meningkat diikuti dengan isu pemanasan global menjadikan mobil murah dan ramah lingkungan alternatif kendaraan masa depan. Sehingga untuk mampu bersaing produsen MOBNAS harus mengetahui kriteria-kriteria dan indikator yang signifikan untuk mengetahui potensi pasar dan nilai apa yang menyebabkan MOBNAS akan mampu bersaing dengan produsen mobil luar negeri.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimanakah sikap konsumen terhadap lingkungan, *low* etnosentris, keinginan mencari informasi produk ramah lingkungan, kesesuaian gambaran diri, nilai sosial terhadap MOBNAS ramah lingkungan dan efisiensi emisi berpengaruh pada niat pembelian MOBNAS ramah lingkungan?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis sikap konsumen terhadap lingkungan, *low* etnosentris, Keinginan mencari informasi produk ramah lingkungan, kesesuaian gambaran diri, nilai sosial terhadap MOBNAS ramah lingkungan dan

efisiensi emisi berpengaruh pada niat pembelian MOBNAS ramah lingkungan

1.4. Manfaat Penelitian

1. Kontribusi Untuk Pemerintah

Melalui penelitian ini, pihak pemerintah bisa mengetahui faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam memasuki pasar LCGC (*Low Cost Green Car*). Dengan demikian pemerintah dapat membuat strategi untuk mengedukasi dan menciptakan citra positif terhadap LCGC dalam negeri dari sudut pandang konsumen. Pada akhirnya produk LCGC semakin dikenal dan mampu bersaing dengan produk-produk produsen lainnya.

2. Kontribusi Managerial

Dilihat dari perspektif pihak pemasar, penelitian ini berguna dalam mengetahui pandangan dan sikap masyarakat terhadap *new development product*, sehingga pemasar bisa menggunakan sebagai bahan evaluasi kebutuhan dan keinginan masyarakat sebagai calon konsumen. Bagi seorang pemasar produk LCGC buatan dalam negeri mengetahui sikap dan niat beli konsumen terhadap mobil ramah lingkungan buatan dalam negeri dapat menciptakan strategi untuk menarik konsumen dan akhirnya mampu bersaing dengan produk mobil LCGC produsen lain.

1.5. Sistematika Penulisan Tesis

Berikut ini adalah uraian ringkas dari materi yang akan dibahas dalam penulisan tesis ini sebagai berikut:

Bagian Awal

Bagian awal terdiri atas halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, halaman pengesahan fakultas, halaman pernyataan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar lampiran dan abstraksi.

Bagian Utama

Bagian utama tesis mengandung bab-bab, setidaknya ada 5 (lima) bab : Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, serta Penutup.

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisi: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka terdiri dari teori-teori yang mendukung atau mendasari dalam penelitian yang akan dilakukan meliputi: LCGC, Etnosentris, Perilaku Konsumen, motivasi, niat pembelian dan hipotesis dari penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi desain penelitian, sampel frame dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data serta metode analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil penelitian dan pembahasan yang sifatnya terpadu.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini berisikan kesimpulan dan implikasi manajerial

Bagian Akhir

Bagian akhir berisi daftar pustaka dan lampiran-lampiran pendukung penelitian.