

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sepeda motor merupakan salah satu modal transportasi yang mampu menampung dua hingga tiga penumpang dengan muatan beragam. Meskipun tersedia modal transportasi lain, sepeda motor tetap populer di kalangan masyarakat menengah ke bawah karena harganya yang terjangkau dan mampu menempuh wilayah yang sulit dijangkau mobil dan kendaraan lain. Namun, meningkatnya penggunaan sepeda motor telah mengakibatkan peningkatan tingkat polusi karena mereka terus bergantung pada bahan bakar premium atau sumber serupa (Tomi et al., 2019).

Ketua Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) menjelaskan bahwa peta industri kendaraan roda dua khususnya sepeda motor memberikan kontribusi hampir 30% ke dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) melalui pajak yang dihasilkan. Akibat dari jumlah penggunaan sepeda motor yang meningkat setiap tahunnya, menyebabkan peningkatan polusi udara yang disebabkan gas emisi yang dihasilkan oleh sepeda motor (Sudarti et al., 2022).

Seiring kemajuan teknologi, bermunculan pula inovasi-inovasi di berbagai bidang, termasuk transportasi. kendaraan yang ramah lingkungan menjadi salah satu isu panas di mata konstruktor alat transportasi didunia untuk berlomba-lomba dalam pengembangan teknologi alat transportasi, baik itu kendaraan roda empat maupun kendaraan roda dua, yang berbasis teknologi hybrid ataupun elektrik, salah satunya sepeda motor listrik (Fadlan et al., 2019).

Salah satu hal yang dilakukan adalah dengan penggunaan sepeda motor listrik. Sepeda motor listrik merupakan sebuah kendaraan yang inovatif dan dianggap berdampak pada lingkungan (Berliandaldo & Prasetio, 2022). Mengingat kelangkaan energi dan polusi lingkungan di seluruh dunia, sepeda motor listrik siap menjadi solusi berkelanjutan. Khususnya, sepeda motor listrik memiliki keunggulan signifikan dibandingkan kendaraan bermesin tradisional karena tidak mengeluarkan asap knalpot (Pratiwi et al., 2020).

Sepeda motor listrik, tidak seperti sepeda motor konvensional, tidak bergantung pada bahan bakar untuk beroperasi; sebaliknya, ia ditenagai oleh dinamo dan akumulator. Selain itu, sepeda motor listrik merupakan kendaraan yang menggunakan listrik sebagai sumber energi utamanya, bukan bensin. Melainkan baterai isi ulang yang dapat ditukar atau diisi ulang menggunakan kabel plug-in dipasang pada rangka sepeda motor untuk menyimpan listrik (Pratama et al., 2020)

Penggunaan sepeda motor listrik yang efisien dan tidak menimbulkan polusi udara serta ramah lingkungan, dan juga penggunaan efisiensi dari energi listrik yang digunakan sebagai sarana transportasi darat yang memiliki keterbatasan, namun penggunaan sepeda motor listrik ini kurang diminati masyarakat disebabkan tidak adanya pangkalan pengisian daya listrik dan dalam pengisian secara manual membutuhkan waktu yang kurang efisien Untuk mendapatkan energi listrik yang maksimal diperlukan pengaturan otomatis berulang pada pengisian energi listrik sehingga akumulator dapat terus menyimpan energi listrik (Fadlan et al., 2019). Berikut data penjualan produk sepeda motor listrik:

Tabel 1. 1
Data Penjualan Sepeda Motor Listrik Pada Bulan Sepetember-November 2023

No	Jumlah Penjualan (Unit)	Bulan
1	59	September
2	69	Oktober
3	63	November

Hasil Observasi (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukan bahwa penjualan sepeda motor listrik pada toko rehan yang terjadi pada periode 3 bulan terlihat tidak signifikan, dimana setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan tingkat pembelian. Hal ini dapat disebabkan sepeda motor listrik kurang di perhatikan dari segi harga dan desain, sehingga konsumen menjadi lebih tertarik dan belum bisa melupakan sepeda motor konvensional. Dalam hasil wawancara pada toko Rehan krueng Geukuh, penjualan sepeda motor listrik belum mampu mencapai target 100 unit setiap bulannya.

Tabel 1. 2
Data Penjualan Per Unit Sepeda Motor Listrik Pada Toko Rehan

Data Penjualan Per Unit November 2023				
NO	Nama Barang	Harga Per/Unit	Produk Yang Terjual (U)	Produk Yang Terjual (Rp)
1	Pacific	4.000.000	15 Unit	60.000.000
	Pacific Cameron	7.000.000	7 Unit	49.000.000
2	Goda	4.000.000	6 Unit	24.000.000
3	Exotic	4.000.000	13 Unit	52.000.000
	Exotic Sprinter Pro-Max	12.000.000	6 Unit	72.000.000
4	Elemen	4.000.000	7 Unit	28.000.000
5	Ion	5.000.000	5 Unit	25.000.000
Total			63 Unit	Rp 310.000.00

Hasil Observasi (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 di atas, dapat di lihat Toko Rehan menjual 5 merek sepeda motor listrik yaitu, Pacific, Goda, Exotic, Elemon, dan Ion. jenis tipe yang

ada di Toko Rehan Krukuk Cukup bervariasi, untuk Pacific dan Elemen memiliki 2 jenis tipe yang di jual. Setiap sepeda motor listrik tersebut memiliki harga yang berbeda-beda dan jumlah persediaan barang pun di lihat karena adanya loyalitas yang di miliki konsumen pada suatu produk yang diminati. naik turunnya jumlah pembelian diduga dikarenakan sepeda motor listrik Belum mampu menggeser masyarakat untuk beralih dari sepeda motor konvensional ke sepeda motor listrik.

Dari pra survei wawancara awal kepada beberapa orang disekitar toko Rehan Krueng Geukuh mengatakan bahwa mereka menyatakan tertarik dengan adanya sepeda motor listrik tetapi belum mengetahui lebih spesifik mengenai sepeda motor listrik, serta memiliki ketakutan karena tidak mengetahui tempat pengisian batrenya sehingga niat untuk membeli sepeda motor listrik masih dikhawatirkan. Hal ini menunjukan bahwa kurangnya minat beli masyarakat terhadap sepeda motor listrik. Tentunya perlu mendapatkan perhatian untuk di teliti. Permasalahan yang terjadi pada sepeda motor listrik pun tak lepas dari keputusan pembelian.

Keputusan pembelian seorang konsumen dalam menentukan produk apa yang akan dibeli dapat dilihat dari berbagai faktor. Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen (Steve et al., 2022). Keputusan pembelian merupakan peran penting yang harus diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran. Salah satu hal

yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari pada konsumen (Venny, 2023).

Proses pengambilan keputusan membeli mengacu pada tindakan konsisten yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan. Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang hendak dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, di mana akan dilakukan, kapan akan dilakukan dan bagaimana pembelian akan dilakukan. Reni et al., (2023) mengemukakan bahwa keputusan pembelian yaitu komponen dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen merupakan studi mengenai seperti apa seseorang maupun kelompok dalam menentukan, membeli, mengkonsumsi, serta seperti apa produk, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain produk, desain produk merupakan sebuah tampilan dan kinerja produk yang unggul serta memiliki daya pikat tersendiri yang dapat menarik minat konsumen (Pratama et al., 2023). Desain produk yang menarik dan unik dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen. Desain produk merupakan rancangan barang atau jasa yang hendak dibuat agar dapat diterima dan memuaskan konsumen sasaran, serta tak mudah ditiru oleh kompetitor (Jasella et al., 2020).

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, harga merupakan salah satu atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan konsumen. Hal ini akan mengakibatkan terjadinya persaingan harga dari berbagai merek yang tersedia di pasar, sehingga konsumen

yang sensitif terhadap perubahan harga cenderung akan beralih ke merek lain yang lebih murah. Dengan demikian adanya harga dapat membantu para konsumen memutuskan untuk membeli pada berbagai jenis barang dan jasa. Konsumen membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki (Arindah et al., 2023). Harga juga merupakan suatu yang paling berperan bagi perusahaan untuk dapat bersaing didalam pasar. Harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh utilitas tertinggi yang berdasarkan kekuatan daya belinya (Steve et al., 2022).

Selain harga, Faktor berikutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi *word of mouth* memiliki peran yang sangat berpengaruh atau efektif. Karena *word of mouth* dapat menyebar luas secara cepat dan dipercaya oleh para calon konsumen (Joesyiana, 2019). Promosi *word of mouth* adalah sebuah bentuk tertua dari iklan, dimana orang-orang yang memberi informasi dan membuat rekomendasi jujur kepada orang lain tentang merek, produk (barang/jasa) dan layanan. Konsumen yang puas akan layanan yang diterima disuatu perusahaan pasti akan secara sukarela membagikan pengalamannya kepada konsumen lain (Khasanah, 2020).

Sepeda motor listrik akan menjadi sarana dan prasarana penting menggantikan sepeda motor konvensional. Namun bukan sekedar pengganti saja, hal ini dikarenakan desain yang minimalis serta mudah untuk dikendarai menjadi salah satu faktor yang mampu menumbuhkan keputusan pembelian bagi konsumen sepeda motor listrik. serta harga menjadi salah satu peran yang sangat

penting dalam pengambilan keputusan. meski promosi “dari mulut ke mulut” positif telah dilakukan untuk mengikat calon konsumen. Perlu dilihat bahwa desain produk dan harga sangat berpengaruh untuk keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai apa saja faktor konsumen membeli produk sepeda motor listrik. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul **“Pengaruh Desain Produk, Harga, dan Promosi *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Listrik di Aceh Utara”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besar pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Sepeda motor listrik di Aceh Utara?
2. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Sepeda motor listrik di Aceh Utara?
3. Seberapa besar pengaruh promosi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda motor listrik di Aceh Utara?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor listrik di Aceh Utara?
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda

motor listrik di Aceh Utara?

3. Untuk mengetahui pengaruh promosi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda motor listrik di Aceh Utara?

1.4 Manfaat Penelitian

Dari penulisan penelitian ini, diharapkan berguna dan bermanfaat bagi semua pihak adapun kegunaan dari penelitian ini didasarkan pada teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat teoritis

1. Di harapkan dengan adanya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.
2. Penelitian ini di harapkan menjadi referensi untuk melakukan penelitian yang berkaitan desain produk, harga dan promosi *word of mouth* terhadap keputusan pembelian sepeda motor listrik di Aceh Utara.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti di harapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan dalam mempraktekkan teori-teori yang di peroleh di perkuliahan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Di harapkan dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi, bahan perbandingan dan peningkatan keputusan pembelian.