

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia saat ini menghadapi permasalahan yang semakin kompleks. Sumber energi yang mendominasi dalam peradaban manusia berasal dari fosil. Salah satu penyebab dari penggunaan fosil sebagai bakal dari sumber energi karena fosil merupakan energi terbesar yang pernah ditemukan di kehidupan modern (Hartono, 2018). Namun sejauh ini penggunaan energi fosil telah terbukti menjadi salah satu penyebab kerusakan lingkungan. Kerusakan ini terjadi dengan timbulnya efek rumah kaca oleh emisi dari energi fosil, seperti CO₂, NO₂, dan SO₂. Efek rumah kaca ini dapat terus berlanjut seiring perkembangan kemajuan dan teknologi yang akan mendorong pertumbuhan industri dan sarana transportasi. Persoalan lingkungan kian lama menjadi fokus dikalangan para ahli, pasalnya kerusakan lingkungan semakin terlihat jelas dengan bertambahnya usia bumi. Selain itu, kerusakan lingkungan akan mempengaruhi kehidupan manusia kedepannya. Salah satu yang paling dekat dengan kehidupan manusia adalah tersedianya sumber energi untuk menjalankan kehidupan sehari-hari. Total konsumsi energi negara Indonesia tahun 2018 sendiri mencapai 114 MTOE yakni terdiri dari 40% transportasi, 36% sektor industri, 16% rumah tangga, komersial dan sektor lainnya sebesar 6% dan 2% (Dewan Energi Nasional, S. J., 2019)

Sektor transportasi yang memiliki konsumsi total paling tinggi ini didominasi oleh permintaan energi BBM (Bahan Bakar Minyak) yakni sebesar 96%. Sedangkan sisanya adalah permintaan energi biodiesel dan gas bumi. Lain halnya dengan sektor industri, sumber energi yang mendominasi berasal dari gas alam dan batubara. Urutan ketiga konsumsi energi tertinggi adalah pada rumah tangga. Permintaan terhadap energi yang datang dari rumah tangga ini diprediksi meningkat, dari tahun 2018 yang berada pada angka 60% menjadi 90% di tahun 2050. Konsumsi energi ketiga tertinggi berasal dari rumah tangga. Meskipun secara umum konsumsi energi rumah tangga berada di urutan ketiga, namun secara spesifik konsumsi energi listrik rumah tangga adalah yang paling tinggi dari sektor-sektor yang ada. Menurut (Santoso, 2019) distribusi penjualan listrik kepada sektor

rumah tangga adalah sebesar 93.634,63 GW atau setara 49.26% dari total penjualan listrik. Artinya pemakaian listrik paling banyak diduduki oleh rumah tangga. Tingginya konsumsi energi rumah tangga ini dapat menyebabkan kelangkaan energi dalam waktu dekat mengingat pertumbuhan penduduk Indonesia juga mengalami lonjakan yang signifikan. Perlu adanya pemanfaatan sumber energi alternatif agar ketersediaan energi dapat memenuhi kebutuhan generasi kedepan. Pemerintah telah melakukan berbagai kajian sehingga nantinya energi tidak terbarukan dapat diganti dengan energi terbarukan.

Dalam prosesnya, Pemerintah juga turut berkontribusi melalui peraturan menteri ESDM No. 49 tahun 2018 untuk mendorong penggunaan energi surya sebagai energi baru terbarukan. Dalam Peraturan menteri ini dijelaskan lebih detail secara teknis tentang penggunaan panel surya atap. Selain itu peraturan menteri ini juga menegaskan syarat-syarat khusus keamanan pemasangan panel surya atap harus sesuai dengan standar tertentu salah satunya standar PT Perusahaan Listrik Negara (PLN). PT PLN memiliki peran penting dalam terdistribusinya panel surya atap kepada konsumen PT PLN.

Kebijakan yang dikeluarkan pemerintah adalah salah satu respon atas menggeliatnya pertumbuhan Panel surya atap di Indonesia. PLN mencatat pertumbuhan panel surya atap dari bulan Februari sampai Agustus 2017 yang jumlah pelanggannya mencapai 200 pelanggan dan tahun bulan Februari sampai Agustus 2019 jumlah pelanggan meningkat dengan jumlah 1400 pelanggan (Dewan Energi Nasional, S. J., 2019). Pertumbuhan ini tergolong pesat jika dilihat dari tahun ke tahun. Tingginya pertumbuhan panel surya atap ini memiliki dua dampak terhadap PT PLN. Pertama, PT PLN memiliki core bisnis penjualan listrik konvensional seperti yang saat ini banyak digunakan. Artinya panel surya bukan sumber utama dalam bisnis PT PLN sehingga hal ini merupakan salah satu ancaman bagi PT PLN. Kedua, PT PLN dapat melihat melalui sudut pandang yang lain yakni diversifikasi produk. Meningkatnya eksistensi panel surya atap dapat menjadi peluang bisnis di lini produk yang berbeda untuk PT PLN sehingga mengurangi kerugian yang terjadi akibat bergesernya pola sumber energi di masyarakat nantinya.

Selain itu beberapa penelitian membahas tentang terjadinya grid parity. Salah satunya dalam penelitian (Yan, 2019) mengatakan para ahli berasumsi bahwa teknologi panel surya mencapai grid parity diantara 2013 dan 2020 pada sebagian negara maju. Terjadinya grid parity artinya waktu dimana biaya elektrisitas kWh yang dihasilkan oleh panel surya sama dengan biaya yang dihasilkan dari listrik konvensional (Bhandari, 2009) Jika hal ini merambah ke negara berkembangartinya pada dekade ini potensi berkembangnya panel surya akan semakin tinggi termasuk Indonesia. Demikian salah satu pihak yang akan berdampak secarasignifikan adalah PT PLN sebagai perusahaan penyuplai listrik negara. PT PLN perlu mengambil tindakan dalam menghadapi teknologi disruptif ini. Denganmeningkatnya panel surya atap, PLN memiliki dua sudut pandang yang berbeda.

Pemakaian panel surya sekarang ini pula sudah tumbuh berkembang pada sektor lingkungan perumahan yang diketahui dengan teknologi panel surya atap yang juga bisa digolongkan selaku green product dalam bagian energi. Di Indonesia, pemakaian panel surya atap dikala ini belum sangat banyak meski pada dasarnya warga telah mulai mencermati area. Pemakaian panel surya atap di Indonesia baru tumbuh di golongan penduduk di Pulau Jawa, ialah di DKI Jakarta, Jawa Barat, serta Jawa Timur, walaupun telah terdapat sebagian wilayah lain yang sudah memakai panel surya atap, semacam di Bali (Haryadi, 2020).

Berdasarkan penelitian yang membahas mengenai karakteristik-karakteristik pengguna PV rooftop, perlu diketahui juga terkait pengguna PV rooftop. Adapun pengguna PV rooftop di Indonesia dari segi pelanggan per Mei 2018, pelanggan PV rooftop mencapai 414 dan diprediksi akan terus berkembang disektor bisnis dan industri. Kemudian, pada tahun 2019 pelanggan PV rooftop didominasi oleh golongan rumah tangga sebesar 82% dan kWh ekspor (PEL ke PLN) pelanggan PV rooftop didominasi oleh golongan tarif R sebesar 67%, B sebesar 16%, dan S sebesar 13%. Hal ini berarti jumlah kWh yang diekspor ke PLN didominasi oleh golongan tarif R yang telah membangkitkan energi lebih banyak (PT PLN, 2020).

Peran pemerintah sangat dibutuhkan dan sangat penting, akan tetapi terdapat suatu titik dimanaa terdapat kesadaran dari masyarakat atau konsumen untuk membeli produk yang mendukung green economy. Kesuksesan dalam waktu jangka Panjang dari perkembangan tenaga surya yaitu Ketika ia berkembang tanpa

subsidi yang didukung oleh negara sebagai revolusi social. Pergeseran atau perpindahan ke sumber energi yang lebih bersih akan didorong dengan mengatasi berbagai kendala teknis, keuangan, dan kelembagaan.

Suatu hal yang cukup penting untuk memahami berbagai factor yang mempengaruhi keputusan dalam membeli PV Rooftop. Hal ini dapat membantu dalam menetapkan kebijakan yang tepat, program pemasaran, dan membangun kepercayaan sehingga bisa terjadi penetrasi yang efektif, efisien, dan cepat pada konsumen PV Rooftop

Berdasarkan latar belakang penelitian ini akan meneliti konsumen pelanggan rumah tangga listrik di Gresik. Terdapat salah satu perusahaan dijadikan acuan konsumen utamanya di wilayah Gresik sehingga perlu di kembangkan untuk mengetahui factor-faktor apa saja yang mungkin mempengaruhi dalam pembelian PV Rooftop pada masyarakat Indonesia, khususnya di area Gresik. Hasil temuan dari penelitian ini agar bisa memberikan kontribusi terhadap literatur factor-faktor yang penting dalam keputusan pembelian PV Rooftop dan factor-faktor tersebut dipilih sesuai referensi dari jurnal terdahulu untuk memperkuat hasil penelitian ini. karena ingin mengetahui persepsi masyarakat Gresik terhadap minat dalam pembelian PV Rooftop. Penelitian ini juga bisa membantu suatu perusahaan untuk menentukan strategi marketing serta membantu pemerintah menentukan kebijakan yang tepat terkait PV Rooftop di provinsi Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana hubungan antara kualitas produk dengan minat beli PV Rooftop ?
2. Bagaimana hubungan antara harga dengan minat beli PV Rooftop ?
3. Bagaimana hubungan antara promosi dengan minat beli PV Rooftop
4. Bagaimana hubungan antara keyakinan sosial dengan minat beli PV Rooftop
5. Bagaimana hubungan antara kesadaran dan sikap terhadap lingkungan dengan minat beli ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan minat beli PV Rooftop
2. Untuk mengetahui hubungan antara harga dengan minat beli PV Rooftop
3. Untuk mengetahui hubungan antara promosi dengan minat beli PV Rooftop
4. Untuk mengetahui hubungan antara keyakinan social dengan minat beli PV Rooftop
5. Untuk mengetahui hubungan antara kesadaran dan sikap terhadap lingkungan dengan minat beli PV Rooftop

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Produk yang akan menjadi obyek penelitian adalah PV Rooftop on Grid
2. Responden dari penelitian ini adalah rumah tangga potensial yang mempunyai pendapatan Rp 5.000.000 keatas
3. Penyebaran kuesioner dilakukan di wilayah kota Gresik dengan menggunakan sampel pelanggan listrik PLN

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh manfaat dari sisi praktis dan juga dari sisi akademis. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1.5.1 Manfaat Industri

Manfaat industri dari penelitian ini adalah:

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan kebijakan dalam pengembangan produk/pemasaran PV Rooftop

1.5.2 Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari penelitian ini adalah:

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui factor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan produk PV rooftop yang sesuai dengan harapan customer