

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan berkembangnya dunia usaha di era globalisasi, semakin banyak pula perusahaan-perusahaan yang menawarkan produk berkualitas dengan harga bersaing di pasaran, sehingga keberhasilan usaha sangat bergantung pada persaingan dunia usaha. Perlunya para wirausahawan yang mampu mengembangkan ide-ide kreatif dan memiliki strategi untuk melawan hal tersebut. Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, kebutuhan transportasi masyarakat pun semakin meningkat. Salah satu sektor yang menunjang perkembangan dan pertumbuhan perekonomian Indonesia adalah industri transportasi. Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dan dalam jangka waktu tertentu (Murdani et al., 2023).

Saat ini sarana transportasi sudah banyak menguasai pangsa pasar di Indonesia adalah kendaraan jenis mobil. Selain menjadi bagian dari transportasi dan bisnis, akan tetapi mobil sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Kondisi ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jenis dan merek mobil yang ada di Indonesia yang mengakibatkan para konsumen menjadi semakin selektif dalam menentukan produk yang akan dibeli. Peminat mobil yang banyak menyebabkan banyak perusahaan yang muncul di dunia otomotif (Widyasmoro & Suryoko, 2020). Dengan harga mobil baru yang dinilai semakin mahal mengakibatkan pergeseran minat beli konsumen beralih ke mobil bekas.

Menurut (Widiastuti, 2024), yang mengutip data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo), penjualan mobil bekas pada tahun 2023 mencapai 5,8 juta unit, naik 12,5% dibandingkan tahun 2022, sedangkan penjualan mobil baru mencapai 1 juta unit. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan mobil bekas lima kali lebih besar dibandingkan mobil baru. Bisa disimpulkan bahwa pasar mobil bekas memiliki potensi yang besar dan terus berkembang. Pasar mobil bekas di Indonesia diprediksikan akan terus bertumbuh dengan pesat di tahun 2024, dengan pertumbuhan mencapai 11% menurut Gaikindo. Hal ini didorong oleh beberapa faktor utama yaitu perekonomian Indonesia yang mulai pulih meningkatkan daya beli masyarakat, populasi milenial yang semakin besar dan mulai membeli mobil menjadi pendorong utama pertumbuhan industri mobil bekas. Ditambah lagi, kompetisi yang semakin sengit di pasar mobil bekas mendorong inovasi teknologi seperti platform *online* dan *live streaming*, membantu pembeli dan penjual menemukan mobil yang sesuai dengan kebutuhan mereka dengan lebih mudah dan nyaman.

Membeli mobil bekas melalui balai lelang menawarkan banyak keunggulan, baik dari segi harga layanan serta kualitas kendaraan. Jika membeli harga mobil bekas lelang umumnya harga yang ditawarkan lebih rendah dibandingkan dengan membeli di diler mobil bekas. Keunggulan lain yang bisa di rasakan konsumen adalah dari segi transparansi kualitas yang terjamin aman. Seperti contohnya Balai Lelang Otomotif (JBA) Indonesia yang melakukan inspeksi kendaraan dengan sangat ketat (Muhammad & Maulana, 2023).

Lelang sendiri pada umumnya dapat didefinisikan sebagai suatu sarana untuk mempertemukan penjual dan pembeli dengan tujuan menentukan harga yang wajar bagi suatu barang yang di jual. Menurut Pasal 1 Peraturan Menteri Keuangan No.40/PMK.07/2006, pengertian lelang adalah penjualan barang yang terbuka untuk umum dengan penawaran secara tertulis dan/atau lisan yang semakin meningkat atau menurun untuk mencapai harga tertinggi yang didahului dengan pengumuman lelang.

PT JBA Indonesia merupakan balai lelang otomotif yang memiliki visi untuk menjadi wadah jual beli kendaraan paling bisa diandalkan di Indonesia. PT. JBA juga sudah memiliki lebih dari 70.000 peserta lelang yang terdaftar (JBA, 2021). Bermitra dengan lebih dari 400 dealer kendaraan bekas dan hampir 300 perusahaan dalam melelang kendaraan di JBA. Dengan budaya perusahaan dan nilai perusahaan yang adaptif terhadap tantangan bisnis membuat staf JBA selalu memberikan pelayanan yang solutif. PT. JBA sendiri merupakan bagian dari PT Tabel 1.1 Autopedia Sukses Lestari (Autopedia) Tbk merupakan wadah dari berbagai bidang usaha yang berhubungan dengan otomotif. Mulai dari lelang mobil dan motor, jual beli mobil *online*, dan penyedia data harga mobil dan motor.

Tabel 1.1  
Jumlah Lelang PT. JBA Indonesia 2022-2023

No	Tahun	Jumlah Lelang Motor	Jumlah Lelang Mobil
1	2022	24.570 Unit	37.800 Unit
2	2023	39.000 Unit	60.000 Unit

Sumber : Data Jba.co.id

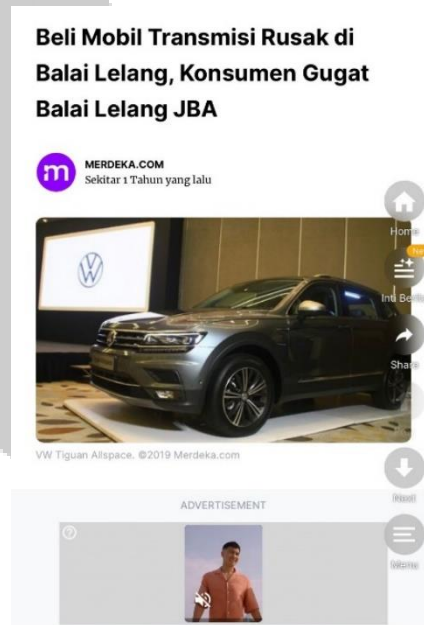
Berdasarkan data yang bersumber dari jba.co.id, Balai lelang otomotif JBA Indonesia menggenjot angka unit kendaraan bekas yang dilelang menjadi lebih dari 60.000 unit mobil bekas dan 39.000 unit motor bekas, naik 63% dibandingkan

semester 1 2022. Sedangkan untuk kendaraan yang berhasil terjual naik hingga 15% pada semester 1 2023 dibandingkan semester I 2022 di seluruh cabang JBA Indonesia. Prosedur operasional dan layanan lelang JBA dijalankan berdasarkan aturan yang berlaku untuk mengusung semangat lelang yang transparan dan adanya. Untuk itu, JBA selalu memberikan waktu pengecekan kendaraan dan dokumen kendaraan (*open house*) dari H-3 sebelum lelang. JBA juga berupaya memberikan informasi keterangan kendaraan melalui website, aplikasi, dan secara langsung berupa “lembar keterangan unit” yang ditempel pada unit memudahkan para calon peserta lelang dalam mengakses informasi kendaraan apa saja yang akan dilelang.

Walaupun balai lelang PT JBA sudah banyak penjualan dan pelanggan tetapi juga terdapat permasalahan yang dapat ditemui, seperti kasus yang bersumber dari merdeka.com, yang dimana terdapat pembeli yang membeli mobil di balai lelang tetapi tidak sesuai dengan iklan atau deskripsinya, alias tidak sesuai fakta. Karena hal yang terjadi pembeli mengajukan gugatan terhadap JBA Kantor Pusat dan JBA Kantor Cabang Tipar Jakarta Utara.

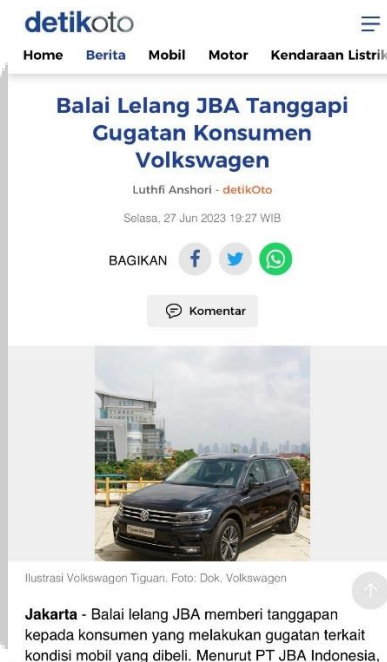
Anshori (2023) menyebutkan bahwa dengan kasus yang serupa, balai lelang JBA memberikan tanggapan mengenai gugatan yang diberikan oleh konsumen tersebut. Menurut PT JBA Indonesia, proses lelang sudah sesuai tata cara dan aturan yang berlaku, sehingga tidak ada hukum yang dilanggar. PT JBA Indonesia telah mengikuti aturan-aturan yang berlaku bagi balai lelang, sehingga tidak ada satu pun aturan, termasuk perlindungan konsumen sekalipun yang dilanggar karena aturan terkait balai lelang ataupun tata cara lelang telah diikuti sepenuhnya oleh PT JBA

Indonesia, karena hal ini terkait dengan izin operasional yang bisa dicabut oleh otoritas apabila dilanggar.



Gambar 1.1  
Masalah Balai Lelang JBA

Membeli kendaraan bekas merupakan keputusan penting yang melibatkan pertimbangan finansial dan non-finansial yang kompleks. Konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan kendaraan bekas dengan harga, kualitas, dan tingkat kepercayaan yang bervariasi. Faktor-faktor ini secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Gambar 1.2  
Masalah Balai Lelang JBA

Membeli kendaraan bekas merupakan keputusan penting yang melibatkan pertimbangan finansial dan non-finansial yang kompleks. Konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan kendaraan bekas dengan harga, kualitas, dan tingkat kepercayaan yang bervariasi. Faktor-faktor ini secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Di perusahaan-perusahaan besar, penetapan harga umumnya ditangani oleh para manajer divisi maupun manajer lini produk. Menurut (Kotler & Amstrong, 2019), harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu. Industri menetapkan harga dalam bermacam metode. Menurut Lamb (2001), harga merupakan suatu hal yang diberikan dalam pertukaran untuk mendapatkan sesuatu barang maupun jasa. Dalam proses menentukan keputusan pembelian, konsumen cenderung akan lebih menggali informasi mengenai harga,

dimana hal ini merupakan hal yang sangat diperlukan, sebab persepsi konsumen mengenai harga suatu produk dapat dijadikan sebagai suatu standarisasi mutu produk berdasarkan nilai harga pada produk tersebut.

Kualitas Produk dapat di definisikan sebagai kata kualitas produk yang secara keseluruhan dapat memiliki ciri-ciri maupun serta dari sifat sebuah kualitas produk yang dapat berpengaruh kemampuan untuk memuaskan kualitas produk kita kepada konsumen maupun pelanggan. Semakin bagus sebuah kualitas produk kita membuat varian baru agar konsumen tertarik produk kita (Ririn, 2020). Menurut (Sinulungga, 2021), kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan.

Kepercayaan konsumen menurut Mowen & Minor (2012) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Kepercayaan dapat diukur dengan indikator: konsisten dalam kualitas, mengerti keinginan konsumen, komposisi informasi dengan kualitas produk, kepercayaan konsumen, produk yang handal.

Menurut Tanady & Fuad (2020) keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh bagaimana suatu proses pengambilan keputusan pembelian itu dilakukan. Sedangkan menurut Yusuf (2021) keputusan pembelian merupakan suatu pemikiran di mana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan membuat pilihan pada suatu produk dari banyak pilihan.

Kepercayaan konsumen yang tinggi pada balai lelang JBA memberikan dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian lelang mobil bekas. Karena JBA Indonesia memiliki reputasi dan kredibilitas yang baik di industri lelang mobil bekas. Mereka telah beroperasi selama bertahun-tahun dan memiliki rekam jejak yang terbukti dalam menyediakan layanan lelang yang transparan, aman, dan terpercaya. JBA Indonesia menggunakan sistem lelang yang transparan di mana semua informasi tentang kendaraan, seperti riwayat servis, kilometer, dan kondisi kendaraan, tersedia bagi peserta lelang. Semakin banyak konsumen yang percaya pada JBA Indonesia, semakin banyak pula yang tertarik untuk berpartisipasi dalam lelang mereka.

Hal ini dapat membuktikan bahwa adanya pengaruh signifikan antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen, seperti penelitian yang dilakukan oleh Manfi (2021). Namun penelitian yang dilakukan oleh Safitri (2020), menyatakan bahwa terdapat tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen.

Karena adanya fenomena ini maka dilakukan penelitian terbaru yang bertujuan untuk mengetahui “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN BEKAS PADA BALAI LELANG PT. JBA INDONESIA”. Penelitian ini diharapkan agar dapat memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih luas mengenai bagaimana mengembangkan balai lelang JBA menjadi lebih efektif dan menghindari permasalahan yang ada.



## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan dari penulisan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bekas pada Balai Lelang PT. JBA Indonesia”. Selanjutnya berdasarkan masalah penelitian, muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas pada PT. JBA Indonesia?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas pada PT. JBA Indonesia?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas pada PT. JBA Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami faktor apa saja yang dapat mempengaruhi Harga, Kualitas produk, Kepercayaan terhadap Keputusan pembelian konsumen. Seperti dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Menganalisis dan mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas pada PT. JBA Indonesia.
2. Menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas pada PT. JBA Indonesia.
3. Menganalisis dan mengetahui pengaruh kepercayaan kendaraan terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas pada PT. JBA Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini sangat diharapkan bisa bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

##### **1. Bagi Peneliti**

Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan atas Pengaruh harga, kualitas produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian kendaraan bekas melalui balai lelang PT JBA Indonesia.

##### **2. Bagi Universitas Hayam Wuruk Perbanas**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan sebagai peningkatan publikasi ilmiah didalam jurnal, selain itu juga sebagai bahan memperkuat reputasi institusi pendidikan dan program studi. Sehingga dapat membuka peluang bagi akademik untuk menjalin kerja sama dengan beberapa industri yang berkaitan.

##### **3. Bagi Perusahaan / Konsumen**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dan konsumen. Bagi perusahaan untuk memperbaiki kualitas produk dan harga agar menjadi perusahaan terbaik bagi konsumen untuk melakukan transaksi mobil bekas melalui sistem lelang di Indonesia. Sedangkan, bagi konsumen Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk mengetahui pengaruh dari harga, kualitas produk, kepercayaan konsumen dan dijadikan acuan bahan pertimbangan untuk melakukan transaksi kendaraan bekas di balai lelang PT JBA Indonesia.

## **1.5 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi pada penelitian ini secara menyeluruh disusun dalam tiga bab serta diuraikan dalam beberapa subbab berikut ini :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan latar belakang penelitian yang menjadi dasar dalam penelitian ini, adanya perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari atas kajian Pustaka dari penelitian terdahulu yang memunculkan landasan teori dan menjadi kerangka pemikiran peneliti serta hipotesis penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan prosedur peneliti untuk melakukan penelitian ini dengan cara rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, instrumen penelitian, uji validitas dan uji reliabilitas, data dan pengumpulan data serta teknik analisa data.

### **BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab gambaran subyek penelitian dan analisis data diuraikan mengenai hasil penelitian yang telah didapatkan oleh peneliti tentang permasalahan yang telah dirumuskan dan menjabarkan penjelasan mengenai hasil temuan yang dianalisis dengan analisis deskriptif, analisis statistic, dan pembahasan.

**BAB V PENUTUP**

Pada bab penutup berisis kesimpulan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan subjek serupa.

