

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan industri otomotif menghadirkan tantangan besar bagi Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM), termasuk PT Toyota Motor MFG Indonesia untuk bersaing secara kompetitif. Pertumbuhan signifikan setiap tahunnya tidak hanya terlihat dari meningkatnya jumlah produksi kendaraan, tetapi juga dari tingginya minat masyarakat terhadap pembelian mobil baru, khususnya mobil penumpang (Kresna & Dachyar, 2022). Berdasarkan data dari (Statistik, 2021), jumlah mobil penumpang di Indonesia terus bertambah, dari 16.413.348 unit pada tahun 2021 menjadi 17.168.862 unit pada tahun 2022. Oleh karena itu, Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) perlu terus berinovasi dalam pengembangan produk mobilnya agar tetap kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

Berdasarkan data dari (GAIKINDO, 2024) tahun 2022 – 2024, merek Toyota menjadi brand paling diminati, dengan angka rata-rata 32% dari total grosir kendaraan di Indonesia. Berdasarkan data dari (Statistik, 2022) yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022 adalah sepeda motor dengan jumlah 125.305.332 unit dan disusul oleh mobil penumpang dengan jumlah 17.168.862 unit. Sementara itu, diluar negeri, Merek yang paling diminati warga negara asing pada tahun 2022 adalah Suzuki, dengan total 50.958 unit berdasarkan data ekspor dari (GAIKINDO, 2022). Namun, pada tahun 2024, merek Toyota mengambil alih posisi teratas dengan jumlah ekspor mencapai 107.051 unit. Hal ini akan meningkatkan persaingan yang semakin intens, karena setiap produsen berusaha untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk mereka agar dapat mengungguli para pesaing.

Perkembangan industri otomotif di berbagai negara didorong oleh beberapa faktor seperti kemajuan teknologi, peningkatan daya beli masyarakat, serta dukungan dari kebijakan pemerintah yang mendorong inovasi dan efisiensi energi. Di negara-negara maju, seperti Rumania dan Korea, perkembangan industri ini sangat pesat karena adanya riset dan pengembangan teknologi mutakhir yang menghasilkan peningkatan daya beli,

dan kebijakan pemerintah (Kang & Mah, 2020). Di Indonesia, perkembangan otomotif juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, didukung oleh meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah, serta kebijakan pemerintah yang mendorong investasi asing di sektor ini. Selain itu, Indonesia menjadi pasar penting bagi industri otomotif global, dengan produksi kendaraan yang tidak hanya untuk kebutuhan domestik, tetapi juga untuk ekspor ke berbagai negara.

Keputusan pembelian individu dipengaruhi oleh preferensi dan sikap yang unik terhadap suatu produk, karena setiap konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda sesuai dengan latar belakang mereka. Sebuah penelitian di Korea Selatan menunjukkan bahwa persepsi konsumen dalam membeli kendaraan listrik dipengaruhi oleh sikap, persepsi lingkungan, dan faktor ekonomi (Lashari et al., 2021). Temuan ini menunjukkan pentingnya bagi produsen untuk memahami perilaku konsumen dan menerapkan strategi yang efektif agar produk mereka dapat menarik minat masyarakat. Pertimbangan ini menjadi sangat krusial dalam perkembangan industri, terutama di daerah-daerah yang mengalami pertumbuhan pesat, seperti Kota Bandung (Amirova et al., 2023).

Sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia, Bandung memiliki pasar otomotif yang sangat dinamis di Provinsi Jawa Barat (Robbani & Mafruhah, 2023). Sebagai ibu kota Provinsi, Bandung juga memiliki kebutuhan mobilitas yang tinggi di kalangan masyarakat perkotaannya (Rahmadani, 2023). Menurut data dari (Statistik, 2023), populasi kota Bandung mencapai lebih dari 2,5 juta jiwa. Berdasarkan data dari (Statistik, 2023) tahun 2021-2023 diketahui bahwasanya kendaraan bermotor yang paling mendominasi adalah jenis sepeda motor dengan rata-rata 950 ribu unit dan disusul oleh kendaraan jenis mobil penumpang dengan rata-rata 125 ribu unit.

Mobilitas masyarakat yang tinggi berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi dan perubahan gaya hidup. Kendaraan menjadi faktor utama yang mendukung kenyamanan dan efisiensi mobilitas sehari-hari di lingkungan perkotaan. Menurut data statistik, penjualan kendaraan baru di provinsi Jawa Barat terus mengalami peningkatan yang konsisten setiap tahunnya. Meningkatnya daya beli masyarakat terhadap kendaraan mendorong lonjakan permintaan kendaraan baru, termasuk mobil penumpang pribadi. Dalam

konteks ini, produsen perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian masyarakat.

Mobil penumpang pribadi, merupakan bagian krusial dalam sektor otomotif yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari di Indonesia. Sebagai penunjang efisiensi mobilitas di perkotaan, mobil penumpang sangat memengaruhi persepsi masyarakat sebelum membeli kendaraan baru. Berdasarkan survei lembaga riset pasar, terungkap bahwa survei konsumen dapat dilakukan melalui penyebaran kuesioner daring terkait kebutuhan dan harapan tentang sebuah kendaraan (Kim et al., 2020).

Menurut Hartaroe et al 2016, keputusan pembelian adalah tindakan konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk. Banyak faktor yang dapat memengaruhi masyarakat dalam memilih suatu produk yang akan dibeli, terutama dalam pembelian kendaraan baru. Faktor-faktor yang memengaruhi masyarakat dalam keputusan pembelian kendaraan baru antara lain harga, kualitas, desain, fitur keselamatan, efisiensi bahan bakar, Brand Image/Merek, Kenyamanan, Teknologi dan Inovasi (Amron, 2018).

Berdasarkan permasalahan diatas, keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru memiliki dampak signifikan terhadap faktor keselamatan di kota tersebut. Peringkat kecelakaan lalu lintas di Indonesia yang berada di posisi ketiga mengindikasikan bahwa masih terdapat banyak upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan bahwa masih terdapat banyak upaya yang harus dilakukan untuk meningkatkan standar keselamatan di jalan raya (Kementrian perhubungan republik Indonesia, 2011). Dalam konteks ini, analisis terhadap faktor keselamatan dan faktor yang lainnya menjadi sangat relevan karena khusus pada fitur keselamatan di kendaraan memiliki peran penting dalam mengurangi risiko kecelakaan dan dampak fatalitas. Data World Health Organization (2023) menyebutkan bahwa angka kecelakaan tertinggi terjadi di negara-negara berpendapatan rendah, salah satunya adalah Indonesia. Dan jika dilihat dari keselamatan otomotifnya, WHO telah menyatakan bahwa mayoritas kendaraan yang dijual di seluruh dunia tidak mematuhi standar keselamatan utama. Dengan adanya 7 aturan yang ditetapkan hanya diikuti oleh 40 negara (Wikipedia). Hal tersebut menjadi salah satu pemicu angka kecelakaan di Indonesia tinggi. Dikutip dari (

universitas gajah mada, 2024) menunjukkan bahwa sekitar 92% kecelakaan lalu lintas di negara berkembang, termasuk Indonesia, disebabkan oleh kendaraan yang tidak dilengkapi dengan fitur keselamatan yang memadai. Selain itu, dalam (Perpres Nomor 1 Tahun 2022) juga menyebutkan bahwa kesadaran konsumen terhadap pentingnya fitur keselamatan masih tergolong rendah di Indonesia dibandingkan dengan negara-negara lain di Asia.

Berdasarkan permasalahan diatas, menjadi dasar untuk mengajukan skripsi ini yang berjudul "Analisis Fitur Keselamatan Kendaraan Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Baru" penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor, fitur kendaraan, dan fitur kendaraan yang lebih luas yang mempengaruhi keputusan pembelian kendaraan baru oleh masyarakat secara umum. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai preferensi konsumen mengenai fitur keselamatan kendaraan yang memengaruhi keputusan masyarakat kota bandung dalam membeli kendaraan baru, serta menghasilkan generalisasi yang lebih luas dari hasil penelitian sebelumnya.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, diperoleh 2 masalah yaitu:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru di Kota Bandung?
2. Apa saja fitur kendaraan yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru di Kota Bandung?
3. Bagaimana pengaruh fitur keselamatan terhadap keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru?

I.3. Batasan Masalah

Untuk mencegah permasalahan yang ada, maka diperlukannya batasan penelitian sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan hanya kepada masyarakat di Kota Bandung yang berusia 17 – 60 tahun.
2. Pengambilan data dilakukan sejak November - Januari 2024.
3. Lokasi pengambilan data disebar ke masyarakat seperti pada pameran kendaraan di mall Kota Bandung.

4. Penelitian terkait pembelian kendaraan baru hanya dikhususkan pada mobil penumpang pribadi.
5. Penelitian ini hanya berfokus pada analisis keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru yang mencakup faktor, fitur kendaraan, dan fitur keselamatan yang dapat mempengaruhi masyarakat dalam membeli kendaraan baru.

I.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang menjadi landasan dalam penulisan laporan tugas akhir yaitu:

1. Untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian kendaraan baru di Kota Bandung.
2. Untuk menganalisa fitur kendaraan yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian kendaraan baru di Kota Bandung.
3. Untuk menganalisa fitur keselamatan apa yang mempengaruhi dalam keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru di kota bandung.

I.5. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat dirasakan dari penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan di kampus Politeknik Keselamatan Transportasi Jalan, khususnya dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat dalam membeli kendaraan baru.

b. Bagi Kampus Politeknik Keselamatan Transportasi Jalan

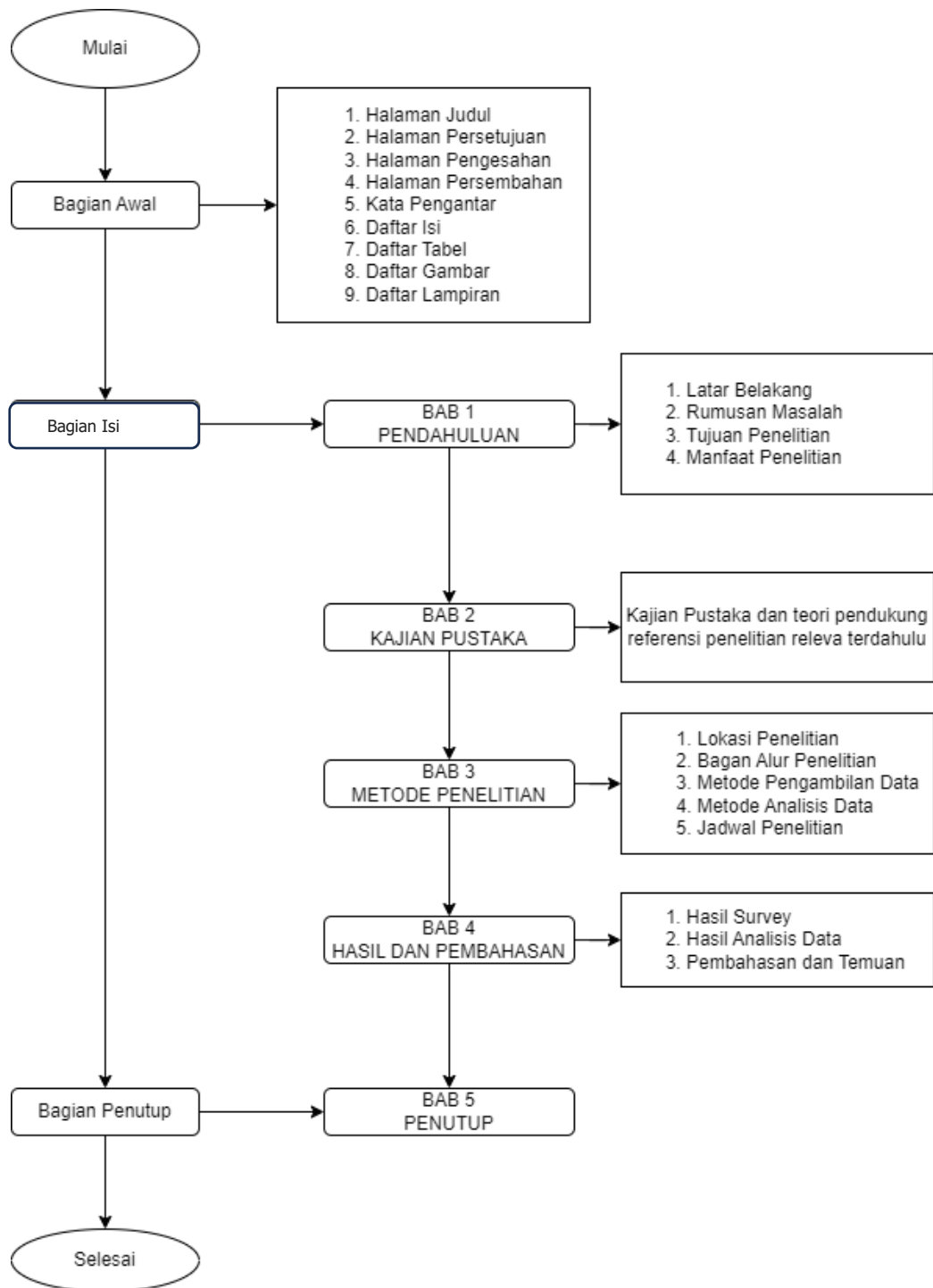
Sebagai dasar referensi dan informasi tentang analisis perilaku konsumen dalam membeli kendaraan baru menggunakan metode SEM-PLS, serta bagaimana hasil penelitian ini dapat mendukung pengembangan kurikulum yang relevan.

c. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan yang tepat bagi Pemerintah Kota Bandung dalam memahami karakteristik masyarakat terkait pembelian kendaraan baru. Selain itu, penelitian ini juga dapat

digunakan untuk kepentingan lainnya dalam mengembangkan kebijakan yang lebih efektif dalam mengatur mobilitas masyarakat.

I.6. Sistematika Penulisan



Gambar I. 1 Sistematika Penulisan