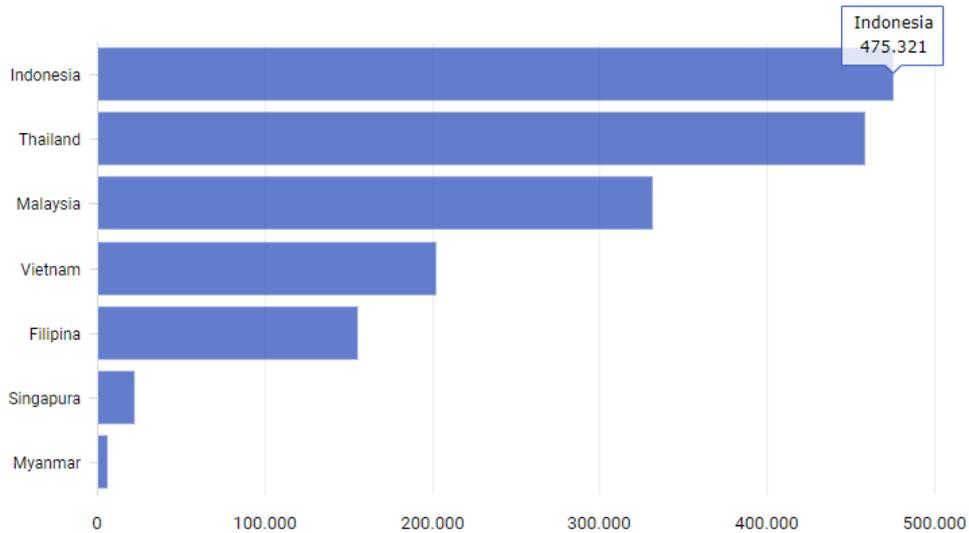


# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Pendahuluan

Industri penjualan mobil bekas telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pada semester I 2022, penjualan mobil di Indonesia mencapai 475.321 unit, meningkat 20,8% dibandingkan dengan semester I 2021 yang mencapai 393.466 unit, menunjukkan minat pembelian yang tinggi di pasar otomotif Indonesia. Ini juga menjadikan Indonesia sebagai pemimpin penjualan mobil di Asia Tenggara menurut laporan Asean Automotive Federation.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Se-Asia Tenggara

Sumber : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/03/>

Dalam era digital saat ini, internet telah menjadi salah satu sarana utama bagi konsumen untuk mencari informasi tentang mobil bekas yang mereka minati. Namun, dalam proses pencarian dan pembelian mobil bekas secara online, sering kali ada tantangan terkait pengalaman pengguna yang terbatas dalam hal visualisasi dan pengujian mobil secara langsung (Wibowo, 2018).

Pemanfaatan teknologi Realitas Virtual (VR) telah mengubah wajah berbagai industri, termasuk industri otomotif. Dalam konteks penjualan mobil bekas berbasis web, VR menawarkan solusi inovatif yang berpotensi mengubah pengalaman pelanggan secara drastis. Dengan VR, konsumen dapat menjelajahi dan menguji mobil bekas secara virtual, seakan-akan berada di lokasi fisik, memeriksa interior mobil, mengeksplorasi fitur-fiturnya, dan bahkan menguji kenyamanan berkendara. Teknologi ini juga memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi yang lebih lengkap tentang sejarah dan kondisi mobil yang mereka minati, seperti catatan perawatan dan riwayat perbaikan, yang membantu mereka membuat keputusan yang lebih terinformasi. Oleh karena itu, integrasi VR dalam penjualan mobil bekas secara online membuka peluang untuk pengalaman pelanggan yang lebih mendalam, informatif, dan interaktif, yang memberikan manfaat besar bagi konsumen dan penjual di industri otomotif (Rokhim dan Lestari, 2019).

Dalam konteks ini, penekanan khusus akan diberikan pada showroom Wahid Motor sebagai Study Case penelitian. Dengan mengintegrasikan teknologi Realitas Virtual (VR) dalam platform penjualan mobil bekas berbasis web, diharapkan bahwa aspek visualisasi dan pengalaman pengguna di Wahid Motor dapat ditingkatkan secara signifikan. Ini akan memberikan kesempatan kepada konsumen untuk menjelajahi mobil bekas yang mereka minati secara lebih mendalam, menciptakan lingkungan virtual yang memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih informatif dan tepat saat melakukan pembelian mobil bekas melalui platform online. Dengan demikian, diharapkan peningkatan minat dan penjualan pada showroom Wahid Motor.

Karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menginvestigasi serta menerapkan teknologi Realitas Virtual dalam platform penjualan mobil bekas berbasis web. Harapannya, penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memperbaiki pengalaman konsumen saat mencari dan membeli mobil bekas secara online, sekaligus mendukung perkembangan positif dalam industri penjualan mobil bekas yang terus tumbuh dan berkembang.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dalam upaya menerapkan Realitas Virtual (VR) dalam platform penjualan mobil bekas secara online, penelitian ini akan mengidentifikasi beberapa permasalahan utama yang akan diteliti, seperti berikut:

1. Bagaimana VR dapat diintegrasikan dengan efektif dalam platform penjualan mobil bekas berbasis web?
2. Apa dampak penggunaan VR dalam penjualan mobil bekas terhadap pengalaman pengguna dan tingkat kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana penggunaan VR dalam penjualan mobil bekas berbasis web dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen terhadap transaksi online?
4. Apakah penggunaan VR dalam penjualan mobil bekas berbasis web dapat meningkatkan tingkat konversi penjualan dan mengurangi jumlah pengembalian produk?
5. Apa hambatan atau kendala yang mungkin dihadapi dalam menerapkan teknologi VR dalam konteks penjualan mobil bekas secara online?

### **1.3 Batasan Masalah**

Penelitian ini akan difokuskan pada:

- 1) Pengembangan dan implementasi teknologi Realitas Virtual (VR) dalam platform penjualan mobil bekas berbasis web.
- 2) Pengukuran dampak penggunaan VR terhadap pengalaman pengguna, tingkat kepuasan pelanggan, dan tingkat kepercayaan konsumen dalam transaksi online.
- 3) Implementasi pembuatan web akan menjadi fokus penelitian dalam konteks penerapan teknologi VR dalam penjualan mobil bekas secara online.
- 4) Fokus penelitian adalah hambatan dalam menerapkan teknologi VR dalam penjualan mobil bekas secara online di "Showroom Wahid Motor".

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang dan membangun implementasi pembuatan web penjualan mobil bekas berbasis teknologi Realitas Virtual (VR) dalam meningkatkan pengalaman pengguna, kepuasan pelanggan, serta tingkat kepercayaan konsumen. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi kendala-kendala dalam integrasi VR dalam platform tersebut dan menawarkan solusi yang dapat memberikan pandangan berharga bagi industri otomotif..

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat signifikan, meningkatkan efisiensi penjualan mobil bekas berbasis web dalam industri otomotif, memberikan pengalaman belanja yang lebih baik bagi konsumen melalui uji coba virtual

mobil, dan memberikan panduan penggunaan VR bagi pengembang platform penjualan. Ini juga akan menjadi referensi penting bagi akademisi dan peneliti dalam teknologi VR dan memberikan wawasan tentang potensi VR bagi masyarakat umum.