

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Konsep Harga, Biaya, dan Nilai

Biaya, harga, dan nilai adalah istilah yang sering digunakan dalam transaksi sehari-hari yang dilakukan dan dianggap memiliki definisi yang hampir sama. Menurut Standar Penilaian Indonesia (SPI) dan Kumpulan Etik Penilai Indonesia (KEPI) 2018, ada perbedaan antara ketiganya (KEPI dan SPI Edisi VII 2018, 2018). Menurut Kotler dan Amstrong (2014) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang yang dibayarkan untuk jasa atau nilai yang ditukar oleh pelanggan untuk kepentingan memiliki atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Biaya adalah sejumlah uang yang dikeluarkan dalam upaya suatu organisasi untuk mendapatkan barang atau jasa (Surienty & Ariany, 2023). Nilai merupakan daya beli atau tukar suatu barang terhadap barang lain. Menurut Sujono (2011), istilah nilai telah berkembang ke berbagai bidang antara lain nilai pasar, nilai likuidasi, dan sebagainya.

2.1.1 Pengertian Nilai

Dalam dunia ekonomi kata “nilai” memiliki dua makna yang berbeda, bisa menunjukkan kegunaan (*value in use*) atau kekuatan untuk membeli barang lain (*value in exchange*). Nilai guna mengacu pada kebutuhan dan keinginan dan adanya

nilai guna bagi orang lain atau nilai guna sosial. Nilai guna yang dipertukarkan agar pertukaran dapat masuk akal, diharuskan ada sesuatu di dalamnya yang memungkinkan perbandingan secara kuantitatif (Marx, 1926).

Faktor-faktor ekonomi berikut memengaruhi nilai menurut Appraisal Insitute (2013) antara lain

- a. *Desire* yaitu keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan pribadinya;
- b. *Utility* yaitu kemampuan produk atau seberapa berguna produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen;
- c. *Purchasing Power* yaitu kemampuan seorang atau grup untuk terlibat dalam transaksi jual beli; dan
- d. *Scarcity* (kelangkaan) adalah batasan dari sumber daya produk yang dijual.

2.1.2 Dasar dan Tujuan Nilai

Dalam proses penilaian diperlukan identifikasi dasar dan tujuan dari nilai. Nilai dalam penerapannya membutuhkan penerapan asumsi-asumsi tertentu yang mendasarinya (Žróbek *et al.*, 2013). SPI membagi jenis nilai menjadi dua kategori yaitu nilai pasar dan nilai selain nilai pasar. Nilai selain nilai pasar dapat mencakup nilai likuidasi, sekrup, sewa, limit, dan sebagainya (Yonimurwanto *et al.*, 2022). Selain itu, tujuan penilaian juga bervariasi antara lain tujuan penilaian untuk kegiatan jual beli, sewa, asuransi, dan sebagainya. Laporan penilaian dinyatakan secara jelas dan spesifik dengan tujuan dan dasar penilaiannya. Dasar dan tujuan penilaian diperlukan dalam menentukan estimasi nilai yang dilaksanakan.

Pemahaman yang keliru tentang tujuan penilaian dapat menyebabkan seluruh proses penilaian menjadi tidak optimal dan tidak sesuai dengan maksud pemberi tugas.

Pelaksanaan penilaian untuk tujuan lelang eksekusi pajak diatur dalam Surat Edaran Nomor SE-20/PJ/2020 tentang Petunjuk Teknis Penilaian untuk Tujuan Perpajakan. DJP sebagai pihak yang menjual dan memiliki barang lelang sita dapat menetapkan nilai limit berdasarkan kegiatan penilaian yang dilakukan oleh fungsional penilai. Penilai adalah orang yang menilai secara mandiri berdasarkan keahliannya (Maya, 2022).

Nilai pasar dan nilai likuidasi merupakan dasar dari penentuan nilai limit di Indonesia didasari menurut Standar Penilaian Indonesia (SPI 366), dengan rentang minimal pada nilai likuidasi dan maksimal pada nilai pasar. Nilai pasar merepresentasikan sejumlah uang yang paling mungkin dibayarkan ketika penjual dan pembeli berada pada posisi *arm's length*, yaitu kondisi yang dapat diterima yang dianggap adil oleh pemilik dan pembeli aset (Prasetyo, 2020).

Nilai likuidasi didapatkan dengan menyesuaikan nilai pasar menggunakan suatu tingkat risiko dari penjualan melalui lelang karena waktu ekspos atau pemasaran yang relatif singkat (Ayunda, 2021). PMK Nomor 113 Tahun 2016 tentang Penilaian Barang Sitaan dalam Rangka Penjualan secara Lelang yang dikeluarkan oleh Kementerian Keuangan menetapkan batas maksimum 30% sebagai batas risiko yang dikenakan dalam penilaian lelang.

2.2 Metode Penilaian

Appraisal Institute (2013) menjelaskan bahwa penilaian merupakan proses menciptakan pendapat tentang nilai aset. Penilaian properti adalah proses menentukan nilai properti pada tanggal penilaian sesuai dengan dasar dan tujuan penilaiannya. Sebagaimana dinyatakan oleh Pagourtzi *et al.* (2003), metode penilaian dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu metode tradisional dan modern. Metode penilaian tradisional merupakan penilaian yang dilakukan secara individual dengan menggunakan pendekatan perbandingan data pasar, pendekatan biaya, pendekatan pendapatan. Metode penilaian modern/*advanced* merupakan metode penilaian yang menggabungkan data sekunder dengan analisa dari dataset statistik meliputi metode *hedonic price modeling*, *artificial neural networks* (ANN), dan *spatial analysis methods* (Xiao, 2017).

Kegiatan Penilaian di DJP diatur dalam Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE 54/PJ/2016 tentang Petunjuk Teknis Penilaian Properti, Penilaian Bisnis, dan Penilaian Aset Tak Berwujud untuk Tujuan Perpajakan. Tidak ada aturan khusus yang mengatur terkait nilai limit dari proses penilaian barang hasil sitaan. Pendekatan penilaian dilakukan disesuaikan dengan jenis barang sita. Adapun proses alur penilaian dapat dilihat pada Gambar II.1 dilakukan adalah sebagai berikut:

Gambar II.1 Alur Proses Penilaian

Proses Penilaian yang dilakukan mempunyai alur sebagai berikut:



Sumber: SE-54/PJ/2016

2.2.1 Pendekatan Perbandingan Data Pasar

Diskin & Lusht (1997) menyatakan bahwa pendekatan perbandingan data pasar didasarkan pada dua asumsi yaitu harga pasar menunjukkan nilai pasar yang dapat diterima dan properti yang dijual merupakan barang substitusi dari properti dengan harga dan karakteristik yang sama dalam kisaran harga yang jelas. Menurut asumsi ini, pasar harus memiliki kedalaman dan ketahanan. Artinya, transaksi terjadi cukup untuk mempertahankan tingkat harga dan menoleransi pemulihan dana karena pasar memiliki banyak transaksi.

(Kummerow, 2002) penilai dalam menggunakan pendekatan perbandingan data pasar melaksanakan 4 kegiatan sebagai berikut:

1. Memilih transaksi mana yang paling cocok untuk digunakan untuk menghasilkan harga;
2. Menentukan atribut yang mempengaruhi perbedaan harga antara objek pembanding dan objek properti yang dinilai;

3. Menghitung nilai dari perbedaan untuk setiap unit perbandingan dari objek pembanding;
4. Rekonsiliasi untuk memberikan perkiraan harga tunggal

Kegiatan digunakan untuk mengumpulkan transaksi terbaru yang terjadi pada properti yang sebanding dengan objek penilaian. Menurut Lipscomb dan Gray (1990), ada tiga cara untuk membandingkan data pasar, antara lain:

1. perbandingan penjualan secara langsung, dimana data pembanding merupakan properti yang identik;
2. membandingkan secara langsung dengan menggunakan inferensi statistik; dan
3. membandingkan dengan cara analisis regresi terhadap transaksi objek yang sejenis dan sebanding.

2.2.2 Pendekatan Biaya

Penilaian pendekatan biaya dilakukan dengan melakukan estimasi pengeluaran yang digunakan untuk membangun atau memperbarui objek properti penilaian (Rianto & Jaya, 2000). Dalam menggunakan penilaian ini ada beberapa komponen yang harus diperhatikan, antara lain:

1. Nilai tanah dihitung dengan pendekatan perbandingan harga pasar.
2. Nilai bangunan didapatkan dengan menghitung seluruh biaya yang dikeluarkan dalam membangun properti sesuai dengan standar pada tanggal penilaian.
3. Penyusutan merupakan sebuah keusangan yang terdiri dari keusangan fisik, keusangan fungsi, dan keusangan ekonomi. Keusangan ini dihitung dengan observasi langsung dan melihat tingkat penurunan kualitas dan biaya perbaikan yang ditimbulkan.

Teori substitusi adalah dasar dari nilai yang dihasilkan dari metode ini. Biaya untuk memperbaiki properti bukanlah nilai tetapi itu adalah proksi dari nilai. Dengan menggunakan pendekatan biaya, penilaian dapat dilakukan dalam dua cara antara lain:

1. Biaya reproduksi baru, yang merupakan metode penilaian yang menghitung biaya untuk menghasilkan barang baru dengan mereplikasinya dari bangunan yang dinilai; dan
2. Biaya penggantian baru, yang merupakan teknik penilaian mengkalkulasi pengeluaran untuk rekonstruksi bangunan baru dengan fungsi, utilitas, dan ukuran yang disesuaikan dengan standar bangunan yang dinilai saat ini.

2.2.3 Pendekatan Pendapatan

Appraisal Institute (2013) menjelaskan pendekatan pendapatan dilakukan dengan menghitung seluruh arus kas yang masuk yang dihasilkan properti dikurangi dengan kas keluar dari kegiatan operasional dan kemudian dikapitalisasi dengan suatu tingkat bunga pengembalian. Nilai pasar yang diperoleh melalui proses pengkapitalisasian pendapatan bersih operasi memiliki formula sebagai berikut:

$$NP = NOI \times (1/R)$$

Keterangan:

NP = nilai pasar

NOI = *Net operating income*

R = tingkat diskonto

R dalam hal ini adalah tingkat diskonto yang diperoleh melalui analisis pasar terhadap properti yang sejenis melalui rasio antara tingkat sewa dengan nilai pasarnya.

2.3 Penentuan Nilai Likuidasi

Sejumlah uang yang mungkin diterima dari penjualan suatu aset dalam jangka waktu yang relatif singkat untuk memenuhi jangka waktu pemasaran dalam definisi nilai pasar disebut nilai likuidasi (Standar Penilaian Indonesia, 2018). Dalam beberapa kasus, nilai likuidasi juga dapat melibatkan penjual yang tidak berminat menjual aset dan pembeli yang membeli dengan mengetahui keadaan yang tidak menguntungkan penjual (Standar Penilaian Indonesia 102). Nilai properti yang dijual melalui lelang setelah mempertimbangkan risiko penjualan disebut nilai likuidasi (PMK No. 180 Tahun 2009). Ada tiga risiko yang harus diperhitungkan: penguasaan, risiko pengosongan, dan risiko penjualan secara lelang. Risiko penguasaan dan pengosongan adalah biaya yang harus dibayar pembeli untuk membuat barang bebas dan jelas. Risiko penjualan secara lelang adalah risiko cara pembayaran dan waktu pembayaran, yang berarti bahwa transaksi lelang harus dibayar tunai dan pelunasannya cepat. Peraturan ini menetapkan bahwa tingkat risiko tertinggi yang diperbolehkan adalah 30%.

Berdasarkan penjelasan diatas penentuan nilai likuidasi dengan metode tradisional adalah sebagai berikut:

Nilai Likuidasi = Nilai Pasar x Risiko

Keterangan:

Nilai Pasar = Hasil penilaian menggunakan metode data pasar, biaya, dan/atau pendapatan

Risiko = maksimal 30%

Adapun penilaian dengan metode penilaian modern yang menggunakan dataset statistik, nilai yang dihasilkan adalah nilai pasar yang sudah terdiskon sehingga tidak perlu lagi menghitung tingkat resiko penjualan atas nilai pasar.

2.4 Harga Diskon Lelang

Diskon adalah perbedaan atau selisih antara harga lelang dan nilai pasar penilaian (Renigier-Bilozor *et al.*, 2018). Nilai pasar penilaian adalah perkiraan jumlah uang yang dapat diperoleh atau dibayar untuk penukaran aset atau liabilitas antara pembeli yang berminat membeli dan penjual yang berminat menjual pada tanggal penilaian. Dalam transaksi bebas ikatan, kedua pihak bertindak dengan hati-hati dan sesuai dengan pemahaman mereka sendiri (SPI, 2018).

Menurut PMK No.93/PMK.06/2010, harga lelang adalah harga penawaran tertinggi yang ditawarkan oleh peserta lelang yang telah disahkan oleh Pejabat Lelang sebagai pemenang lelang. Harga diskon lelang dapat dihitung dengan menggunakan formula berikut:

$$\text{Diskon Lelang} = \frac{\text{Nilai pasar} - \text{Pokok lelang}}{\text{Nilai pasar}}$$

2.5 Hedonic Price Model

Hedonic Price Model (HPM) didasarkan pada teori konsumsi Lancaster Tahun 1966 dimana menjelaskan mengenai kepuasan konsumen secara psikologi dan keinginan yang estetik. Secara umum, nilai properti dibentuk oleh

atribut/karakteristik properti dan dimanfaatkan dalam riset properti untuk menentukan komponen yang mempengaruhi harga suatu properti. Menurut Lisi (2019), model ini mengatakan bahwa harga properti adalah jumlah dari nilai atribut individualnya. atribut properti, seperti lokasi, ukuran, umur, dan kualitasnya.

Analisis *hedonic price* dilakukan dengan asumsi sebuah barang dapat dihargai berdasarkan dampak positif atau negatif dari atribut atau karakteristik terhadap harga jual. Berikut ini adalah bentuk umum analisis *hedonic*:

$$P = P (z_1, \dots, z_n)$$

Keterangan:

P = nilai atau harga

z = tingkatan dari atribut atau karakteristik

Penentuan interaksi antara permintaan dan penawaran serta pemodelan persamaan *hedonic price model* menggunakan daftar harga ekuilibrium sebagai dasarnya (Lancaster, 1966). *Hedonic Price Model* dapat digunakan dalam memproyeksikan harga untuk suatu properti. Model ini menunjukkan korelasi antara karakteristik properti dan suatu nilai/harga.

Kajian pertama mengenai *hedonic price model* dalam bidang penilaian umumnya menggunakan bentuk fungsi linear atau log-linear (eksponensial) (Henneberry 1998). Model linier logaritmik cocok digunakan dalam analisis pasar perumahan. Situasi ini ditentukan berdasarkan hasil studi empiris. Salah satu alasan preferensi adalah variabel *dummy* dapat ditambahkan ke model. Secara umum dapat diterapkan pada barang heterogen yang terdiri dari karakteristik berbeda, dimana

setiap fitur dapat diidentifikasi. Dalam model ini, pengaruh setiap fitur yang ditambahkan ke real estat terhadap nilai dapat ditentukan. Data yang digunakan saat menyusun model penilaian hedonis umumnya diperoleh dari survei dan bank data real estat. Keakuratan informasi yang digunakan dalam model sangat penting untuk menentukan nilai real estat secara akurat.

2.6 Analisis Regresi Linier

Analisis ini merupakan teknik statistik untuk menentukan korelasi antara titik data yang berbeda. Hasil analisis regresi dapat dimanfaatkan untuk mengestimasi suatu kejadian di masa depan. Analisis ini adalah alat yang digunakan untuk menentukan bagaimana variabel bebas yang bervariasi mempengaruhi satu variabel terikat. Variabel yang mempengaruhi ini disebut variabel penjelas atau independen. Regresi paling dasar, metode kuadrat terkecil, mengukur dan memplot korelasi antara variabel dependen (Y) dan satu variabel independen (X). Contoh teoritisnya adalah mengukur korelasi kecepatan kendaraan dengan kecelakaan di jalan raya. Kita dapat menetapkan kecepatan perjalanan sebagai variabel independen (X) dan jumlah kecelakaan sebagai variabel dependen (Y).

Analisis regresi berganda merupakan teknik yang dimanfaatkan untuk menghitung besarnya kontribusi pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil matematis dari regresi berganda menghasilkan masing-masing koefisien korelasi untuk seluruh variabel bebas. Metodologi ini dapat digunakan dalam konteks real estat untuk membantu menjelaskan dan memperhitungkan nilai. Malpezzi, Ozanne, dan Thibodeau (1980) membandingkan perumahan dengan sekantong belanjaan. Setiap kantong bisa berukuran besar atau

kecil dan berisi berbagai macam barang berbeda (jeruk dan apel), yang masing-masing berkontribusi terhadap harga keseluruhan. Dengan mengumpulkan informasi tentang berbagai macam tas dan *item-item* yang terdapat di dalamnya, analisis regresi dapat digunakan untuk menentukan kontribusi pengaruh (atau korelasi) masing-masing *item* tersebut terhadap keseluruhan. Teknik ini juga membantu menentukan *item* mana yang paling berdampak signifikan terhadap harga.

2.7 Penagihan Pajak

Penegakkan hukum atau *law enforcement* adalah salah satu upaya yang diperlukan untuk optimalisasi penerimaan pajak. Tujuan dari penerapan undang-undang perpajakan adalah untuk meningkatkan kepatuhan dengan kewajiban pajak. Pajak terdiri dari audit/pemeriksaan pajak, penyidikan dan penagihan atau pengumpulan pajak dengan sanksi tegas bagi mereka yang tidak mematuhi wajib pajak.

Jika ada sengketa pajak antara Wajib Pajak dan Fiskus yang menyebabkan Wajib Pajak tidak cukup dalam membayar pajak, Fiskus harus melakukan penagihan pajak yang paling efektif. Menurut Mardiasmo (2009), penagihan pajak sendiri terdiri dari serangkaian tindakan yang diambil oleh penanggung pajak dengan tujuan untuk mengembalikan utang pajak dan biaya penagihan pajak, seperti menegur atau memperingatkan, menerapkan penagihan segera, memberi tahu surat paksa, mendorong untuk pembayaran. Hal ini bertujuan untuk mencegah negara kehilangan uang karena tindakan Wajib Pajak yang melanggar undang-undang. Gambar II.1 menunjukkan alur penagihan pajak yang lebih rinci.

Gambar II.1 Alur Penagihan Pajak



Sumber: Tanuwijaya & Budiono (2014)

2.8 Lelang

Lelang merupakan penjualan yang dilakukan dihadapan khalayak masyarakat dan dijual kepada tawaran tertinggi (Sudiono, 2001). Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 27/PMK.06/2016 tentang Petunjuk Pelaksanaan Lelang, Lelang memiliki 2 fungsi, yaitu fungsi privat dan fungsi publik. Berdasarkan hukum, lelang terbagi Lelang Eksekusi, Lelang Non Eksekusi Wajib, dan Lelang Non Eksekusi Sukarela.

Proses penagihan pajak dengan surat paksa yang terakhir adalah lelang eksekusi pajak. Beberapa masalah yang harus dihadapi saat melakukannya, seperti menyampaikan informasi lelang dan menentukan batas lelang. Peraturan Lelang dan Instruksi Lelang, serta Peraturan Menteri Keuangan, mengatur proses eksekusi pajak.

Dalam proses lelang eksekusi pajak, banyak hal yang mempengaruhi keberhasilan lelang, seperti lokasi, aksesibilitas, penyelenggara pralelang, dan metode penawaran lelang (Susanto *et al.*, 2016). Proses lelang eksekusi pajak harus

dilaksanakan dengan baik untuk memastikan bahwa nilai limit telah ditetapkan dengan harga yang tepat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa KPKNL dapat meningkatkan sosialisasi lelang karena masyarakat belum tahu tentang penjualan barang melalui lelang, sehingga penerimaan negara tidak maksimal. Oleh karena itu, lelang eksekusi pajak merupakan langkah penting dalam penagihan pajak dengan surat paksa. Namun, untuk meningkatkan partisipasi dan efektivitasnya, perlu diperhatikan aspek transparansi, akuntabilitas, efisiensi, dan sosialisasi kepada masyarakat.

2.9 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang mendasari peneliti dalam melaksanakan penentuan diskon dan pemodelan penentuan nilai jual paksa lelang eksekusi pajak menggunakan *Hedonic Price Model* adalah sebagai berikut:

2.9.1 Penelitian Harga Diskon menggunakan Hedonic Price Model

Donner (2017) melakukan penelitian mengenai nilai jual paksa atas properti di Stockholm dengan menggunakan *Hedonic Price Method*. Diketahui bahwa nilai dari properti yang dijual secara paksa memiliki harga lebih rendah sebesar 25% dibandingkan dengan harga pasaran properti di sekitarnya. Adapun fitur properti seperti fisik dan kondisi perawatan merupakan faktor yang signifikan terhadap nilai properti di Stockholm. Campbell *et al.* (2009) meneliti menggunakan *Hedonic Price Model* bahwa di Amerika nilai properti jual paksa memiliki harga lebih rendah sebesar 28% dari nilai pasar. Penelitian tersebut membahas bahwa faktor

yang signifikan terhadap harga diskon adalah faktor lingkungan seperti tingkat kriminalitas dan vandalisme di sekitar area properti. Mocking (2017) meneliti dengan *Hedonic Price Model* bahwa harga jual paksa di Belanda memiliki diskon 5% dengan faktor kondisi perawatan properti berpengaruh signifikan terhadap nilai. Rincian mengenai judul penelitian terdahulu dapat dilihat pada Tabel II.1.

Tabel II.1 Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	METODE	MODEL	HASIL
1	Donner <i>et al.</i> (2016)	<i>Forced sales and their impact on real estate prices</i>	Kuantitatif	<i>Hedonic Price Model</i>	Nilai jual paksa di Stockholm memiliki harga diskon sebesar 25%. Adapun fitur properti seperti fisik dan kondisi perawatan merupakan faktor yang signifikan
2	Campbell <i>et al.</i> (2009)	<i>Forced Sales and Housing Price</i>	Kuantitatif	<i>Hedonic Price Model</i>	Nilai jual paksa di Amerika memiliki harga diskon sebesar 28%. Adapun atribut lingkungan seperti tingkat Vandalism dan kriminalitas merupakan faktor yang signifikan
3	Mocking & Overvest (2017)	<i>Direct and Spillover Effects of Forced Sales on House Prices: Evidence from The Netherlands</i>	Kuantitatif	<i>Hedonic Price Model & Repeated Sales Model</i>	Nilai jual paksa di Belanda memiliki harga diskon sebesar 5%. Adapun fitur properti seperti fisik dan kondisi perawatan merupakan faktor yang signifikan

Sumber : Diolah dari berbagai sumber (2024)

2.9.2 Penelitian Harga Mobil menggunakan *Hedonic Price Model*

Marc Prieto (2015) melaksanakan riset mengenai kriteria apa saja yang mempengaruhi harga mobil bekas dengan *hedonic price model* di Perancis dan didapatkan bahwa karakteristik seperti daya mesin, umur, tipe mesin dan jarak tempuh berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan mobil bekas di Perancis. Martono dan Llwyn (2000) menggunakan model yang sama untuk meneliti faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan mobil bekas di kota Surabaya dan

didapatkan kesimpulan bahwa usia, kondisi mobil, serta tipe mobil berpengaruh terhadap penjualan mobil bekas di Kota Surabaya. Bima *et al.* (2022) melaksanakan riset tentang korelasi warna mobil terhadap penjualan mobil di Kota Surabaya menggunakan dan mendapatkan kesimpulan bahwa warna hitam dan putih memiliki pengaruh positif terhadap penjualan mobil Toyota Camry di Kota Surabaya. Proshchyna (2020) meneliti faktor yang mempengaruhi penjualan mobil baru di Ukraina menggunakan model *hedonic* dan menemukan bahwa jenis transmisi *automatic*, jenis bahan bakar diesel, dan merk Toyota berpengaruh positif terhadap nilai jual dari mobil di Ukraina. Rincian mengenai judul dan hasil penelitian *hedonic price model* pada kendaraan roda empat atau mobil dapat dilihat pada Tabel II.2.

Tabel II.2 Penelitian Hedonic Price Model objek Mobil

NO	PENELITI	JUDUL	MODEL	HASIL
1	Prieto, et. al (2015)	<i>Using a hedonic price model to test prospect theory assertions: The asymmetrical and nonlinear effect of reliability on used car prices</i>	<i>Hedonic Price Model</i>	Karakteristik seperti daya mesin, umur, tipe mesin dan jarak tempuh berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan mobil bekas di Perancis
2	Bima, et.al (2022)	<i>Analisis Regresi Linear Untuk Memprediksi Kriteria Pengaruh Penjualan Mobil Honda Civic dan Toyota Camry pada Kota Surabaya</i>	<i>Hedonic Price Model</i>	Warna hitam dan putih memiliki pengaruh positif terhadap penjualan mobil Toyota Camry di Kota Surabaya.
3	Proshchyna (2020)	<i>Estimation of Hedonic Pricing Model for Light Vehicles: The Case of Ukrainian Market for New Cars</i>	<i>Hedonic Price Model</i>	Karakteristik jenis transmisi automatic , jenis bahan bakar diesel, dan merk Toyota berpengaruh positif terhadap nilai jual dari mobil di Ukraina

Sumber : Diolah dari berbagai sumber (2024)

2.10 Pengembangan Hipotesis

Lisi (2019), model ini mengatakan bahwa harga properti adalah jumlah dari nilai atribut individualnya seperti lokasi, ukuran, umur, dan kualitasnya.

Berdasarkan data yang didapatkan dari Register Lelang KPKNL di Wilayah Kerja DKI Jakarta Tahun 2021-2023. Data yang memungkinkan untuk diteliti adalah data lelang eksekusi pajak untuk objek kendaraan roda empat. Atribut yang digunakan didasarkan kepada atribut fisik yang digunakan sebagai komponen perbandingan dalam laporan penilaian yang dilampirkan di register lelang terkait. Adapun hipotesis yang digunakan antara lain: merk, usia, warna, kapasitas silinder, bahan bakar, kondisi mobil, jenis transmisi, dan dokumen kepemilikan.

H₁: Atribut merk berpengaruh positif terhadap nilai jual paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Proshchyna pada tahun 2020. Proshchyna melakukan penelitian *Hedonic Price Model* untuk mengetahui atribut/karakteristik yang dapat memengaruhi nilai mobil baru di Ukraina pada tahun 2020. Hasil riset Proshchyna menghasilkan simpulan yaitu *brand*/merk Toyota memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan mobil baru di Ukraina.

H₂: Atribut Usia berpengaruh negatif terhadap Nilai Jual Paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh riset yang dilakukan Marc Prieto pada tahun 2015. Prieto melakukan riset *Hedonic Price Model* untuk mengetahui karakteristik/atribut yang memengaruhi nilai mobil bekas di Perancis pada tahun 2015. Hasil riset Prieto menghasilkan simpulan yaitu usia mobil berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan mobil bekas di Perancis.

H3: Atribut Warna positif berpengaruh terhadap Nilai Jual Paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Bima *et al.* pada tahun 2022. Bima *et al.* melakukan penelitian *Hedonic Price Model* untuk korelasi antara atribut warna terhadap nilai mobil Honda Civic bekas dan Toyota Camry bekas di Kota Surabaya pada tahun 2022. Hasil penelitian Bima *et al.* menunjukkan bahwa mobil berwarna hitam dan putih berpengaruh positif dan memiliki korelasi signifikan terhadap penjualan mobil Toyota Camry di Surabaya.

H4: Atribut Kapasitas Silinder positif berpengaruh terhadap Nilai Jual Paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh penelitian yang dilakukan Martono & Llewelyn pada tahun 2000. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu *Hedonic Price Model* dan regresi linier untuk menentukan atribut yang berpengaruh terhadap harga jual mobil Toyota kijang bekas di Surabaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kapasitas silinder dari mobil berpengaruh terhadap nilai jual mobil bekas di Kota Surabaya.

H5: Atribut Bahan Bakar berpengaruh negatif terhadap Nilai Jual Paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Proshchyna pada tahun 2020. Proshchyna melakukan penelitian *Hedonic Price Model* untuk mengetahui atribut/karakteristik yang memengaruhi nilai mobil baru di Ukraina pada tahun 2020. Hasil riset Proshchyna menunjukkan bahwa jenis bahan bakar bensin berpengaruh negatif dan signifikan terhadap penjualan mobil baru di Ukraina dengan alasan warga Ukraina lebih memilih mobil yang ramah lingkungan.

H₆: Atribut Kondisi Mobil positif berpengaruh terhadap Nilai Jual Paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh penelitian yang dilakukan Martono & Llewelyn pada tahun 2000. Penelitian ini menggunakan metode yang sama yaitu *Hedonic Price Model* dan regresi linier untuk menentukan atribut/karakteristik yang memengaruhi harga jual mobil Toyota kijang bekas di Surabaya. Hasil riset tersebut menunjukkan bahwa kondisi dari mobil berpengaruh terhadap nilai jual mobil bekas di Kota Surabaya.

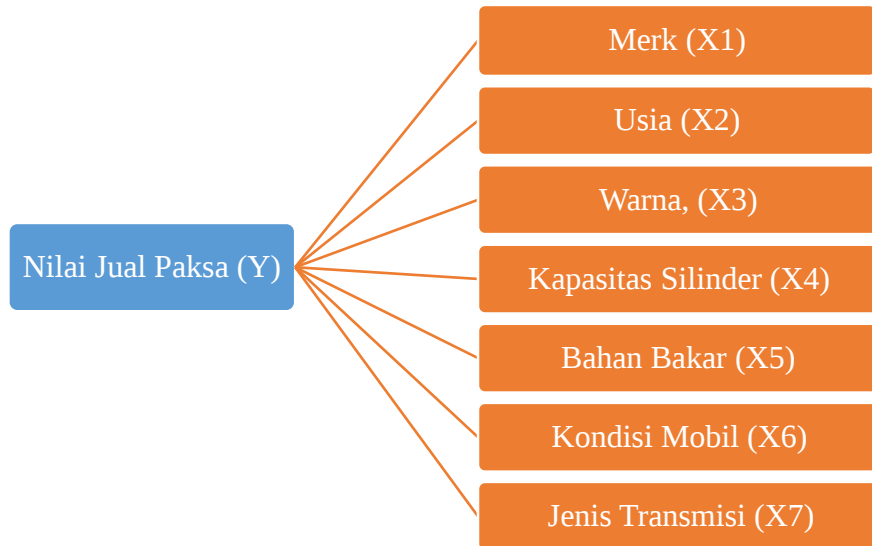
H₇: Atribut Jenis Transmisi berpengaruh positif terhadap Nilai Jual Paksa

Hipotesis variabel ini didasari oleh penelitian yang dilakukan oleh Proshchyna pada tahun 2020. Proshchyna melakukan penelitian *Hedonic Price Model* untuk atribut/karakteristik yang memengaruhi nilai mobil baru di Ukraina pada tahun 2020. Hasil penelitian Proshchyna menunjukkan bahwa jenis transmisi *automatic* berpengaruh positif dan signifikan terhadap penjualan mobil baru di Ukraina.

2.11 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan kerangka yang menunjukkan hubungan antara variabel independen yaitu merk (X_1), usia (X_2), warna (X_3), kapasitas silinder (X_4), bahan bakar (X_5), kondisi mobil (X_6), dan jenis transmisi (X_7) terhadap variabel dependen yaitu nilai jual paksa (Y). Kerangka pemikiran dapat dilihat pada Gambar II.2 dibawah ini:

Gambar II.2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Diolah dari laporan penilaian (2024)