

SKRIPSI

**PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN
PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM)
TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN
(Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)**

ANDI MUHAMMAD FAUHAN ASTRABADHI



**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

SKRIPSI

PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN

(Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh

ANDI MUHAMMAD FAUHAN ASTRABADHI

A031171516



Kepada

**DEPARTEMEN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2022

SKRIPSI

PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN

(Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)

disusun dan diajukan oleh

ANDI MUHAMMAD FAUHAN ASTRABADHI
A031171516

telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Makassar, 8 Maret 2022

Pembimbing I

Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., Ak., M.Si., CA
NIP 196602201994122001

Pembimbing II

Dra. Hj. Nurleni, Ak., M.Si., CA
NIP 195908181987022001



Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP, CWM
NIP 196604051992032003

SKRIPSI

PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN

(Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)

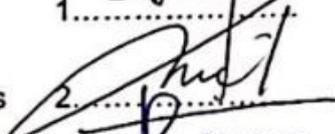
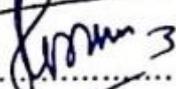
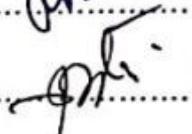
disusun dan diajukan oleh

ANDI MUHAMMAD FAUHAN ASTRABADHI
A031171516

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **23 Juni 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Panitia Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., Ak., M.Si., CA	Ketua	1..... 
2.	Dra. Hj. Nurleni, Ak., M.Si., CA	Sekretaris	2..... 
3.	Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP, CWM	Anggota	3..... 
4.	Dr. H. Syarifuddin Rasyid, S.E., M.Si., CRA., CRP	Anggota	4..... 



Ketua Departemen Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin

Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP, CWM
NIP 196604051992032003

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

nama : Andi Muhammad Fauhan Astrabadhi
NIM : A031171516
departemen/program studi : Akuntansi / Strata 1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul,

PENGARUH PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN (Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 8 Maret 2022

Yang membuat pernyataan,



Andi Muhammad Fauhan Astrabadhi

PRAKATA

Alhamdulillah Robbil 'Alamiin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan limpahan taufik dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Shalawat serta salam kepada junjungan mulia Nabi Muhammad SAW beserta para keluarga dan sahabatnya. Dengan rahmat dan hidayahnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)".

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat – syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Selama proses pembuatan skripsi ini, berbagai hambatan dan kesulitan telah peneliti hadapi. Namun, berkat petunjuk dan hidayah Allah SWT, dukungan, bimbingan, serta bantuan berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terimakasih peneliti berikan kepada Ibu Dr. Hj. Sri Sundari, S.E., M.Si., Ak., CA Selaku Pembimbing I dan Ibu Dra. Hj. Nurleni, M.Si., Ak., CA Selaku Pembimbing II, terimakasih atas waktu dan tenaga, bimbingan serta motivasi yang diberikan dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih juga kepada Ibu Dr. Hj. Andi Kusumawati, S.E., M.Si., Ak., CA., CRA., CRP selaku dosen penguji sekaligus Ketua Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin dan Bapak Dr. H. Syariefuddin Rasyid, S.E., M.Si., CRA., CRP selaku dosen penguji, terimakasih telah memberikan kritik dan saran kepada

peneliti. Terimakasih juga kepada bapak Drs. Rusman Thoeng, M.Com., Ak dan Bapak Afdal, S.E., M.Sc., Ak., CA., PH. D selaku penasehat akademik peneliti, yang telah membimbing peneliti selama berkuliah di Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

Terima kasih Kepada Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada peneliti selama berkuliah khususnya bapak dan ibu Dosen Departemen Akuntansi. Terima kasih Kepada Segenap Pegawai dan Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin terkhusus kepada Pak Ical, Pak Richard, Pak Rahim, Pak Bur, Pak Malik, Ibu Ida, dan Ibu Fauziah yang telah memberikan bantuan, kemudahan, serta pelayanan yang baik kepada peneliti.

Ucapan terima kasih juga peneliti tujukan kepada Bapak Bayu Hidayat selaku Kepala Cabang PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar atas waktu dan kesempatan serta bantuan yang telah diberikan untuk melakukan penelitian di perusahaan beliau. Semoga bantuan yang diberikan mendapat balasan dari Tuhan yang Maha Esa.

Serta ucapan terima kasih kepada keluarga peneliti terkhusus kepada Ayah tercinta, Puang Nani, Kakak Ahmad Rldza dan kakak Wulandari yang senantiasa tekun mendoakan dan mendukung, menasehati dan mendukung serta berkorban demi keberhasilan peneliti. Terimakasih juga kepada sepupu-sepupu peneliti yang telah membantu peneliti. Dan paling penting ucapan terima kasih juga kepada sosok yang paling peneliti cintai yaitu Almarhumah Ibu Peneliti, terimakasih telah melahirkan dan tulus menyanyangi serta mendoakan yang terbaik untuk peneliti.

Terakhir, ucapan terima kasih kepada teman-teman terkhusus kepada Aul, Gabriel, Maudy, Rofika, Adnanda, Jihan, Nisa, Dinda, dan Cici yang telah membantu peneliti dalam pedoman skripsi dan/atau pengurusan akademik.

Akhir kata peneliti berharap semoga bantuan, bimbingan dan dorongan semua pihak kiranya mendapat imbalan yang setimpal. Seemoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya untuk kita semua. Peneliti menyadari bahwa di dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari kesalahan dan kekurangan maka dengan segala kerendahan hati, peneliti mengharapkan segala kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti secara khusus dan pembaca secara umum sebagai perluasan informasi dalam bidang akuntansi.

Makassar, 8 Maret 2022

Andi Muhammad Fauhan Astrabadhi

ABSTRAK

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar)

The Effect of Value Added Tax (PPN) and Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM) on Consumer Purchasing Power (Case Study at PT Oto Bid Indonesian Makassar Branch)

Andi Muhammad Fauhan Astrabadhi

Sri Sundari

Nurleni

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap Daya Beli Konsumen pada PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar. Penelitian ini dilakukan terhadap Konsumen PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar. Total sampel yang digunakan sebanyak 50 Konsumen dan dipilih menggunakan metode *purposive sample*. Analisis dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial PPN tidak berpengaruh terhadap daya beli, kemudian secara parsial PPnBM berpengaruh terhadap daya beli, dan secara simultan PPN dan PPnBM berpengaruh terhadap daya beli konsumen

Kata Kunci: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Daya beli, Konsumen

The purpose of this study was to test and analyze the effect of Value Added Tax (PPN) and Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM) on consumer's purchasing power at PT Oto Bid Indonesian Makassar Branch. This research was conducted on PT Oto Bid Consumers in Indonesian Makassar Branch. The total sample used is 50 consumers and selected using the purposive sample method. The analysis in this research uses descriptive quantitative methods with multiple linear regression methods. The results of this study indicate that partially VAT has no effects purchasing power, then partially PPnBM effects purchasing power, and simultaneously VAT and PPnBM effect consumer purchasing power.

Keywords: Value Added Tax (PPN), Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM), Purchasing Power, Consumer

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
PRAKATA	vi
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	9
1.5. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Pajak	11
2.1.1 Definisi Pajak	11
2.1.2 Fungsi Pajak	11
2.1.3 Pengelompokan Pajak.....	12
2.1.4 Sistem Pemungutan Pajak	13
2.1.5 Tarif Pajak	14
2.1.6 Nomor Pokok Wajib Pajak	15
2.2. Pajak Pertambahan Nilai	15
2.2.1 Pengertian PPN	15
2.2.2 Subjek PPN.....	16
2.2.3 Objek PPN	17
2.2.4 Tarif PPN.....	17
2.2.5 Prinsip PPN.....	18

2.3. Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah.....	19
2.3.1 Definisi Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah	19
2.3.2 Tujuan Pengenaan PPnBM selain PPN	19
2.3.3 Karakteristik PPnBM.....	19
2.3.4 Kriteria BKP yang Tergolong Mewah	20
2.3.5 Objek Pajak Penjualan Atas Barang Mewah	21
2.3.6 Tarif Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.....	21
2.3.7 Pengusaha Kena Pajak	21
2.3.8 Dasar Pengenaan Pajak.....	23
2.6.3 Kendaraan Bermotor Tergolong Mewah.....	23
2.4. Daya Beli	27
2.7.1 Definisi Daya Beli.....	27
2.7.2 Faktor Faktor yang Mempengaruhi Daya Beli	27
2.5. Penelitian Terdahulu	28
2.6. Kerangka Pemikiran.....	32
2.10 Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1. Rancangan Penelitian.....	34
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	34
3.3.1 Populasi Penelitian	34
3.3.2 Sampel Peneltian	34
3.4. Jenis dan Sumber Data	35
3.4.1 Data Primer	35
3.4.2 Data Sekunder	36
3.5. Teknik Pengumpulan Data	36
3.6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.6.1 Variabel Penelitian	37
3.6.2 Definisi Operational	38
3.7. Instrumen Penelitian	39
3.8. Analisis Data	40
3.8.1 Teknik Pengolahan Dan Penelitian	41
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	42
3.8.3 Uji Hipotesis	44

BAB IV HASIL PENELITIAN.....	46
4.1. Rancangan Penelitian.....	46
4.1.1 Usia Responden	46
4.1.2 Tahun Pembelian Mobil Responden	47
4.1.3 Pendidikan Terakhir Responden	48
4.1.4 Pekerjaan Responden	49
4.1.4 Jenis Kelamin.....	49
4.1.5 Kepemilikan NPWP	50
4.1.6 Status Perkawinan	51
4.2. Deskripsi Variabel	51
4.2.1 Statistik Deskripsi	51
4.3. Hasil Analisis Data	52
4.3.1 Uji Validitas	52
4.3.2 Uji Reliabilitas	54
4.4. Uji Asumsi Klasik	55
4.4.1 Uji Normalitas	55
4.4.2 Uji Multikolinearitas	57
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.5. Pengujian Hipotesis	58
4.5.1 Koefisien Determinasi (Uji R)	58
4.5.2 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F)	59
4.5.3 Uji Parsial (Uji Statistik t)	60
4.5.3 Uji Regresi Berganda.....	61
BAB IV PENUTUP.....	63
5.1. Kesimpulan	63
5.2. Saran-Saran	63
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	64
 DAFTAR PUSTAKA.....	 65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
2.3 Penelitian Terdahulu	30
3.1 Mengukur Skala <i>Likert</i>	35
3.2 Operasional Variabel Penelitian	38
4.1 Tahun Pembelian Mobil Responden	47
4.2 Statistik Deskriptif	52
4.3 Hasil Uji Validitas Variabel PPN	53
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel PPnBM	53
4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Beli	54
4.6 Hasil Uji Validitas Reliabilitas	55
4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	57
4.8 Hasil Koefisien Determinasi	59
4.9 Hasil Uji Signifikan Simultan	59
4.10 Hasil Uji Signifikan Parsial	60
4.11 Hasil Uji Regresi Berganda	62

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	HALAMAN
2.1. Kerangka Pemikiran.....	32
4.1. Data Umur Responden	47
4.2. Pendidikan Terakhir Responden	48
4.3. Pekerjaan Responden	49
4.4. Jenis Kelamin Responden	50
4.5. Kepemilikan NPWP Responden.....	50
4.6. Status Perkawinan Responden	51
4.7. Hasil Uji Normalitas	56
4.8. Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	56
4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dunia diukur dari perekonomian setiap negara melalui Produk Domestik Bruto. Produk Domestik Bruto atau biasa disingkat PDB merupakan indikator yang dipakai sebagai pertumbuhan ekonomi tiap negara semenjak *great depression* yang terjadi di Amerika pada tahun 1929. Presiden Amerika pada saat itu Herbert Hoover dengan kebijakan ekonominya *laissez-faire*. Kebijakan *laissez-faire* yang dipakai oleh Hoover tersebut bersandar pada teori klasik Adam Smith bahwa pasar akan menemukan sendiri titik equilibrium tanpa campur tangan pemerintah.

Akan tetapi kebijakan ekonomi Hoover tersebut nyatanya membuat ekonomi merosot pada saat itu. Setelah ekonomi merosot, Hoover mencoba mengambil kebijakan dengan intervensi pemerintah melalui bantuan yang akan diberikan kepada rakyatnya, untuk melakukan bantuan tersebut dia harus mempunyai tolok ukur dari keadaan perekonomian pada saat itu agar bantuan yang dilakukannya tepat sasaran akan tetapi pada saat itu tolok ukur perekonomian secara makro belum tersedia.

Kemudian pada Tahun 1932, pada saat pemilihan umum memenangkan Franklin Delano Roosevelt, dengan kondisi perekonomian yang merosot tajam membuatnya harus cepat menemukan metodologi untuk mengatasi perekonomian pada saat itu. Tidak berlangsung lama Roosevelt mengeluarkan kebijakan *New Deal*. Dalam Fioramonti (2017:11) Secara umum inti kebijakan *New Deal* yang digulirkan Roosevelt, bersandar pada asumsi bahwa pemerintah mampu memonitor kondisi perekonomian dan secara regular mengkaji dampak

dari kebijakan-kebijakan yang dihasilkannya. Selama tahun-tahun yang penuh gejolak inilah, kalkulasi awal PDB pertama kali dikembangkan dan sistem neraca nasional diterapkan.

PDB yang merupakan alat sebagai indikator perekonomian sendiri diukur melalui jumlah konsumsi + investasi + belanja pemerintah + (ekspor – impor). Dari indikator tersebut terlihat bahwa salah satunya ada peran dari konsumsi yang dapat mengembangkan perekonomian dalam suatu negara. Semakin tinggi tingkat konsumsi dari suatu negara maka semakin tinggi peluang untuk naiknya pertumbuhan ekonomi dari negara tersebut. Menurut Fioramonti (2017:61) “PDB melihat konsumsi sebagai pendorong kemakmuran, masyarakat itu sendiri akhirnya dirancang untuk mendorong segala bentuk konsumerisme.”

Pada dasarnya konsumsi hadir atas Hasrat manusia untuk pemenuhan kebutuhan hidup. Dengan kata lain lewat konsumsi kemudian manusia dapat bertahan hidup. Menurut Mankiw (2006: 59) “Ketika kita menyantap makanan, mengenakan pakaian, atau pergi ke bioskop, kita mengkonsumsi Sebagian output perekonomian. Seluruh bentuk konsumsi Bersama-sama membentuk dua pertiga dari GDP”. Lebih lanjut dia mengatakan bahwa konsumsi mempunyai peran yang sangat penting untuk analisis jangka-pendek karena konsumsi akan menentukan permintaan agregat. Dalam artian bahwa jika daya beli masyarakat kuat, *cash flow* untuk perusahaan juga akan terjaga untuk menciptakan komoditas baru. Kemudian dalam jangka-panjang menurut Mankiw (2006: 446) konsumsi mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi.

Dalam artian dengan konsumsi tersebut akan menjaga perusahaan untuk tetap memiliki keuangan yang sehat karena komoditasnya terjual, semakin tinggi komoditas yang terjual artinya semakin banyak komoditas yang akan diproduksi oleh perusahaan, Ketika komoditas yang diproduksi meningkat akan menyerap

tenaga kerja lebih banyak. Dengan penyerapan tenaga kerja ini yang dulunya tidak memiliki penghasilan kemudian memiliki penghasilan akan mendorong lebih banyak konsumsi yang terjadi dalam satu wilayah karena kemampuannya untuk mengkonsumsi.

Akan tetapi aktivitas konsumsi menurun pada tahun 2020. Hal tersebut tidak terlepas dari bencana alam bernama Virus Covid-19 yang muncul dalam permukaan. Covid-19 merupakan sebuah virus yang cepat menular dan mengakibatkan aktivitas pertemuan sehari-hari perlu dibatasi. Pembatasan aktivitas ini kemudian yang membuat setiap orang mau tidak mau harus mengubah kebiasaannya dan menggunakan metode baru dalam beraktivitas yang akhirnya semua kegiatan harus dilakukan secara *daring* seperti kerja dari rumah maupun belajar dari rumah.

Penurunan konsumsi yang terjadi kemudian berdampak luas karena ketika konsumsi menurun maka produksi juga akan menurun. Penurunan produksi akan menurunkan laba perusahaan, ketika laba perusahaan turun maka konsekuensinya pengeluaran perusahaan harus lebih ditekan, salah satunya dengan mengurangi beban perusahaan lewat Pemutusan Hubungan Kerja (PHK). Pemutusan Hubungan Kerja kemudian meningkatkan pengangguran dan membuat orang tersebut semakin sulit untuk memenuhi kebutuhannya, dalam hal ini konsumsi. Akan tetapi perusahaan juga terpaksa melakukan hal tersebut karena permintaan yang menurun mengakibatkan pemasukan berkurang.

Akibatnya pada tahun 2020 Indonesia mengalami resesi lantaran pertumbuhan ekonomi di kuartal II dan kuartal III. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dalam website ekonomi.bisnis, terkait Produk Domestik Bruto (PDB) pada kuartal III/2020 mengalami kontraksi -3,49 persen secara tahunan resmi mengukuhkan Indonesia dalam kondisi resesi. Indonesia resmi

resesi setelah sebelumnya ekonomi Indonesia tercatat -5,32 persen secara year-on-year (yoy). Jadi setelah Indonesia mengalami kontraksi pada kuartal II dengan -5,32 diikuti dengan kuartal III kontraksi -3,49%, maka Indonesia resmi dikatakan mengalami resesi. Resesi adalah kondisi dimana pertumbuhan ekonomi dalam dua kuartal berturut-turut mengalami kontraksi. Sebagian besar sektor mengalami pertumbuhan negatif, misalnya perdagangan, reparasi kendaraan beroda empat dan roda dua, Industri transportasi dan pergudangan yang mengalami pertumbuhan terendah. Akan tetapi, beberapa sektor masih mengalami pertumbuhan positif, misalnya sektor informasi & komunikasi, jasa keuangan, pertanian, jasa kesehatan, dan pengadaan air. Dari seluruh kelompok tersebut, konsumsi rumah tangga dan investasi memberikan kontribusi 88,43 persen terhadap PDB. Turunnya konsumsi dan investasi menjadi faktor utama lesunya ekonomi Indonesia. Dengan kondisi demikian maka muncul pertanyaan, bagaimana cara mengembalikan konsumsi masyarakat.

Pertanyaan tersebut coba dijawab oleh pemerintah dengan mengeluarkan berbagai kebijakan, salah satu kebijakan fiskal yang dikeluarkan oleh pemerintah adalah insentif pajak seperti PPnBM, PPh21, PPh 25 Badan, dan terbaru PPN untuk *Property*. Insentif PPN untuk *Property* jelas memperlihatkan bahwa konsumsi perlu tetap dijaga, dalam hal ini pemerintah mencoba menyoal masyarakat kelas atas untuk membelanjakan uangnya dengan memberikan insentif seperti PPN maupun PPnBM pada *Property*. Namun apakah insentif PPN serta PPnBM ini bisa berdampak pada konsumsi?

Insentif yang diberikan dalam Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atau Pajak Konsumsi akan membuat harga jual dari barang tersebut lebih rendah dari sebelumnya. Menurut Pohan (2016:22) Pajak konsumsi yang berlebihan akan mempengaruhi perekonomian dengan tidak mendorong/menurunnya belanja

konsumen, dengan menurunkan pendapatan bisnis dan dengan menurunkan jumlah pajak yang dapat dikumpulkan pada saat kegiatan ekonomi menurun.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan sebuah pajak yang akan menambah nilai barang dari komoditas akhir, nilai tambah dari PPN ini bersifat final sebesar 10%. Artinya PPN dapat membuat harga dari suatu barang lebih tinggi dari sebelumnya. Akan tetapi kenaikan harga tersebut seharusnya tidak menghalangi masyarakat dalam konsumsi kebutuhan sehari-harinya. Seperti yang dikatakan oleh Gunadi (2013:59) "Secara ekonomi pengenaan pajak tidak seharusnya menyebabkan berkurangnya kesejahteraan (kemiskinan) masyarakat, menghalangi upaya peningkatan kesejahteraan, menghambat proses produksi dan distribusi barang/jasa kebutuhan pokok masyarakat."

Akan tetapi sifat PPN yang objektif artinya tidak melihat subjek pajaknya, atau dalam kata lain asas keadilan dalam pajak ini kurang diperhatikan membuat pengenaannya juga didapatkan oleh subjek yang memiliki penghasilan rendah. Mengenai mekanisme pengenaan insentif untuk PPN juga didukung oleh dalam penelitian yang dilakukan oleh Indirayuti (2019) kesimpulannya bahwa variabel PPN berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen serta penelitian dari Farina, dkk (2021) kesimpulannya bahwa PPN berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

Sementara Pajak Pertambahan Barang Mewah (PPnBM) berdasarkan Undang-Undang PPN No.18 Tahun 2000 merupakan pajak yang dipungut atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong sebagai barang mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah tersebut di dalam daerah pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya, ataupun impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

Seperti halnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN), PPnBM mengakibatkan harga dari sebuah barang menjadi lebih mahal. Akan tetapi pada pengenaan PPnBM lebih dulu dikenakan PPN, karena sifat PPnBM sebagai pungutan tambahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah. Salah satu kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah adalah kendaraan bermotor.

Akan tetapi kendaraan bermotor di masa pandemi mengalami penurunan dalam penjualannya dikarenakan perekonomian yang menurun disebabkan oleh adanya virus Covid-19. Penurunan penjualan kendaraan bermotor salah satunya disebabkan daya beli konsumen yang menurun di masa Pandemi Covid-19. Kejadian tersebut kemudian direspon oleh pemerintah melalui kebijakan fiskal yaitu insentif PPnBM, diharapkan dengan pemberian insentif tersebut yang mengakibatkan harga menurun maka bisa mendorong permintaan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sambur, dkk (2015) mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Pada Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua PT.Hasjrat Abadi Manado). Perbedaannya pada penelitian kali ini yaitu kondisi PPN serta PPnBM diteliti di masa *pandemic* Covid-19 yang mengakibatkan konsumsi menurun, kemudian pemerintah memberikan insentif fiskal yaitu PPN dan PPnBM sebagai solusi atas permasalahan tersebut. Serta lokasi penelitian yang berada di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar.

Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indirayuti (2019) mengenai Pengaruh PPN dan PKB Tarif Progresif terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta). Perbedaannya pada penelitian kali ini peneliti tidak memasukkan variabel PKB Tarif Progresif tapi menambahkan

variabel Pajak Penjualan atas Barang Mewah. Serta lokasi penelitian yang berada di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar.

Dan penelitian ini juga mengacu pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Effendi dan Lestari (2018) mengenai Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPNBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua Pada Samsat Kota Bandung. Perbedaannya pada penelitian kali ini peneliti menambahkan variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) serta lokasi penelitian yang berada di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar.

Berdasarkan pertimbangan diatas maka peneliti ingin menguji apakah Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan tolak ukur keberhasilan insentif yang diberikan oleh pemerintah di tengah situasi pandemi. Penelitian ini juga bermaksud melanjutkan penelitian terdahulu, dengan harapan mampu memberikan informasi yang relevan saat ini. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus di PT Oto Bid Indonesia Cabang Makassar).”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap daya beli konsumen?
2. Apakah Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini berfungsi untuk mendapatkan bukti empiris mengenai:

1. Menganalisis pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap daya beli konsumen
2. Menganalisis pengaruh Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap daya beli konsumen

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoretis

Berdasarkan bukti empiris penelitian ini berguna untuk :

- Bagi Peneliti
Untuk memenuhi Sebagian dari prasyarat akademis dalam menyelesaikan studi Program strata satu (S1) Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Hasanuddin. Serta menambah wawasan tentang Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN).
- Bagi Pembaca
Memahami hubungan antara PPN terhadap Daya Beli dan PPnBM terhadap daya beli.
- Bagi Konsumen
Dapat memberikan pengetahuan tentang tarif dan mekanisme Pajak PPnBM dan PPN.
- Bagi Pihak Lain
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran bagi para pihak-pihak yang berkepentingan serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin, dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu dan diharapkan dapat menghasilkan suatu karya ilmiah yang berguna bagi Lembaga Pendidikan tempat peneliti menempuh Pendidikan.
2. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
3. Bagi masyarakat umum, memberikan gambaran tentang pajak yang berlaku khususnya di Indonesia dalam hal ini Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM)

1.5. Sistematika Penulisan

Dengan berpedoman pada buku Pedoman Penelitian Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin maka penulisan rencana penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari rancangan penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, Teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional serta analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang uraian deskriptif sampel penelitian, hasil analisis data dan uraian mengenai hasil pengujian hipotesis serta pembahasan hasil analisis yang dikaitkan dengan teori yang berlaku.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab akhir tentang kesimpulan yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian, keterbatasan dan saran yang nantinya dapat dijadikan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pajak

2.1.1 Definisi Pajak

Pada dasarnya pajak adalah kewajiban yang diberikan oleh pemerintah kepada rakyatnya. Menurut Rochmat Soemitro dalam (Mardiasmo, 2018:3) pajak merupakan iuran dari rakyat yang diberikan kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) langsung yang dirasakan oleh rakyat dan pajak digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 atau disingkat UU KUP merumuskan pajak sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

2.1.2 Fungsi Pajak

Pajak berfungsi sebagai sumber pendapatan untuk Pemerintah yang kemudian dikelola oleh Pemerintah untuk membangun Negara. Seperti pembangunan sekolah dan rumah sakit.

Sedangkan menurut Mardiasmo (2018:4) Ada dua fungsi pajak, yaitu:

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

2.1.3 Pengelompokan Pajak

Menurut Mardiasmo (2018:7) dalam pengelompokannya pajak dapat dibedakan berdasarkan 3 hal:

1. Menurut Golongannya

- a. Pajak Langsung, yaitu pajak yang harus ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan pembebanannya tidak dapat dilimpahkan kepada orang lain.
- b. Pajak tidak langsung, yaitu pajak yang pembebanannya dapat dilimpahkan kepada orang lain.

Contoh: Pajak Pertambahan Nilai.

2. Menurut Sifatnya

- a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang berpangkal atau berdasarkan pada subjeknya, dalam arti memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak
- b. Pajak Objektif, yaitu pajak yang berdasarkan pada objeknya, tanpa memperhatikan keadaan diri Wajib Pajak.

Contoh: Pajak Penjualan atas Barang Mewah

3. Menurut Lembaga Pemungutnya

- a. Pajak Pusat, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga Negara.

Contoh: Pajak Penjualan atas Barang Mewah, Pajak Penghasilan, dan Pajak Pertambahan Nilai.

- b. Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah. Pajak Daerah terdiri atas.
 - 1) Pajak Propinsi, Contoh: Pajak Kendaraan Bermotor dan Pajak Bahan Bakar Kendaraan Bermotor.
 - 2) Pajak Kota/Kabupaten, Contoh: Pajak Restoran, Pajak Hotel, dan Pajak Hiburan.

2.1.4 Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Mardiasmo (2018:9) ada 3 sistem dalam pemungutan pajak

1. *Official Assessment System*

Adalah suatu sistem pemungutan yang memberi wewenang kepada pemerintah (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

Adapun ciri-cirinya seperti berikut:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada fiskus.
- b. Wajib Pajak bersifat pasif.
- c. Utang Pajak timbul setelah dikeluarkan surat ketetapan pajak oleh fiskus.

2. *Self Assessment System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada Wajib Pajak untuk menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang.

Adapun ciri-cirinya seperti berikut:

- a. Wewenang untuk menentukan besarnya pajak terutang ada pada Wajib Pajak sendiri.

- b. Wajib pajak aktif mulai dari menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang.
- c. Fiskus tidak ikut campur dan hanya mengawasi.

3. *Withholding System*

Adalah suatu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga (bukan fiskus dan bukan Wajib Pajak yang bersangkutan) untuk memotong atau memungut pajak yang terutang oleh Wajib Pajak.

Ciri-Cirinya: wewenang memotong atau memungut pajak yang terutang ada pada pihak ketiga, yaitu pihak selain fiskus dan Wajib Pajak.

Di Indonesia sendiri, pemungutan pajak yang dipakai adalah *Self Assessment System* yang mempercayakan penghitungan dan pelaporan pajak dilakukan oleh wajib pajak, sedangkan fiskus hanya mengawasi.

2.1.5 Tarif Pajak

Menurut Mardiasmo (2018:11) ada 4 macam tarif pajak:

1. Tarif Sebanding/Proporsional

Tarif berupa presentase yang tetap terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak, sehingga besarnya pajak yang terutang proporsional terhadap besarnya nilai yang dikenai pajak.

Contoh:

Untuk penyerahan barang kena pajak di dalam daerah pabean akan dikenakan Pajak Pertambahan Nilai sebesar 10%

2. Tarif Tetap

Tarif berupa jumlah yang tetap (sama) terhadap berapapun jumlah yang dikenai pajak, sehingga besarnya pajak yang terutang tetap.

3. Tarif Progresif

Persentase tarif yang digunakan semakin besar bila jumlah yang dikenai pajak semakin besar.

Contoh: Pasal 17 Undang-Undang Pajak Penghasilan untuk Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri.

4. Tarif Degresif

Persentase tarif yang digunakan semakin kecil jumlah yang dikenai pajak semakin besar.

2.1.6 Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Untuk memudahkan administrasi dalam perpajakan maka Wajib Pajak diwajibkan untuk memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Menurut Hutomo dalam Yunitama (2017:19) Pegawai yang menerima penghasilan diwajibkan untuk memiliki nomor pokok wajib pajak, apabila sudah memilikinya dan penghasilannya diatas PTKP maka akan dikenakan tarif pajak sesuai pasal 17 UU PPh No 36 Tahun 2008.

2.2 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

2.2.1 Pengertian Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Menurut Liam Ebrill dkk. Dalam Pohan (2016: 23) Fitur Utama dari Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dipungut secara luas pada tahap beberapa jalur produksi (dan distribusi), di mana pajak masukan dikreditkan terhadap pajak keluaran. Artinya, Ketika penjual diharuskan untuk mengenakan pajak pada semua penjualan mereka (pajak keluaran), mereka juga dapat mengklaim kredit (pajak masukan) untuk pihak yang telah mereka kenakan pada pembelian mereka.

Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas setiap nilai tambah

barang atau jasa atas pengedarannya dari produsen ke konsumen di dalam daerah pabean.

2.2.2 Subjek Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Subjek Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Pengusaha Kena Pajak (PKP) Berdasarkan Pasal 1 angka 15 UU PPN 1984 adalah pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenai pajak.

Berdasarkan Pasal 4 (1) Undang-Undang PPN 1984, Pajak Pertambahan Nilai dikenakan atas:

1. Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh pengusaha;
2. Impor Kena Pajak;
3. Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh Pengusaha;
4. Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
5. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dan luar Daerah Pabean di Dalam Daerah Pabean;
6. Ekspor Barang Kena Pajak berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
7. Ekspor Barang Kena Pajak tidak berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak dan;
8. Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak;

Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan yang menjadi Subjek Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah Pengusaha Kena Pajak (PKP) yang melakukan atau memanfaatkan Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam Daerah Pabean. Sedangkan menurut Pohan (2016:69) pada dasarnya setiap pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam Daerah Pabean wajib dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP), kecuali Pengusaha Kecil.

2.2.3 Objek Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Berdasarkan Pasal 4 Undang-Undang PPN Tahun 2009, yang termasuk objek Pajak Pertambahan Nilai adalah :

1. Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh Pengusaha;
2. Impor Barang Kena Pajak;
3. Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam Daerah Pabean yang dilakukan oleh Pengusaha;
4. Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud dari luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
5. Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari Luar Daerah Pabean di dalam Daerah Pabean;
6. Ekspor Barang Kena Pajak berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak;
7. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak; dan
8. Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa yang menjadi Objek PPN adalah Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP) yang dilakukan di dalam Daerah Pabean.

2.2.4 Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Dalam Pasal 7 UU PPN 1984 tarif PPN adalah sebagai berikut.

1. Tarif umum Pajak Pertambahan Nilai adalah 10% (sepuluh persen)
2. Tarif Pajak Pertambahan Nilai sebesar 0% (nol persen) diterapkan atas:
 - a. Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud;
 - b. Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud; dan
 - c. Ekspor Jasa Kena Pajak.
3. Tarif pajak sebagaimana dimaksud pada butir 1 dapat diubah menjadi paling rendah 5% (lima persen) dan paling tinggi 15% (lima belas persen) yang perubahan tarifnya diatur dengan Peraturan Pemerintah. Tarif PPnBM ditetapkan paling rendah 10% (sepuluh persen) dan paling tinggi 200% (dua ratus persen).
4. Ekspor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah dikenai pajak dengan tarif 0% (nol persen).
5. PPN yang terutang dihitung dengan cara mengalikan tarif PPN dengan Dasar Pengenaan Pajak yang meliputi Harga Jual, Penggantian, Nilai Impor, Nilai Ekspor, atau Nilai Lain.

2.2.5 Prinsip Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Menurut Pohan (2016:49) dalam mekanisme pemungutannya, PPN mengenal dua prinsip.

1. Prinsip tempat asal (*origin principle*)

Prinsip yang dianut mendasarkan pada pemajakan terhadap barang, di mana barang tersebut diproduksi tanpa memperhatikan tempat akhir barang tersebut dikonsumsi. Prinsip ini mengenakan pajak atas pertambahan nilai

yang dibuat di dalam negeri, sedangkan pertambahan nilai yang dibuat di luar negeri tidak dikenakan.

2. Prinsip tempat tujuan (*destination principle*)

Prinsip yang dianut berdasarkan pada pemajakan terhadap barang, di mana barang tersebut dikonsumsi tanpa memperhatikan tempat asal barang tersebut diproduksi. Prinsip ini mengenakan pajak atas pertambahan nilai baik yang dibuat di dalam negeri maupun di luar negeri.

2.3 Pajak Pertambahan Nilai Barang Mewah (PPnBM)

2.3.1 Definisi Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM)

Menurut Undang-Undang PPN No.18 Tahun 2020 yang disempurnakan lagi dalam Undang-Undang PPN No. 42 Tahun 2009 Pajak Penjualan Atas Barang mewah adalah Pajak yang dipungut atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong sebagai barang mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah tersebut di dalam daerah pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya, ataupun impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

2.3.2 Tujuan Pengenaan PPnBM selain PPN

Dalam penjelasan Pasal 5 UU PPN 1984 tujuan pengenaan PPnBM di samping PPN adalah:

- a. Perlunya keseimbangan pembebanan pajak antara konsumen yang berpenghasilan rendah dan konsumen yang berpenghasilan tinggi;
- b. Perlu adanya pengendalian pola konsumsi atas BKP yang tergolong mewah;
- c. Perlu adanya perlindungan terhadap produsen kecil atau tradisional;
dan

- d. Perlu untuk mengamankan penerimaan negara.

2.3.3 Karakteristik PPnBM

Berdasarkan Pasal 5 dan Pasal 10 UU PPN 1984, karakteristik PPnBM yaitu:

1. PPnBM merupakan pungutan tambahan di samping PPN.
2. Prinsip pemungutan PPnBM hanya 1 (satu) kali, yaitu pada waktu
 - a. penyerahan oleh pabrikan atau produsen Barang Kena Pajak yang tergolong mewah'
 - b. impor Barang kena Pajak yang tergolong mewah.
3. PPnBM yang sudah dibayar pada waktu perolehan atau impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah, tidak dapat dikreditkan dengan PPN maupun PPnBM yang dipungut.

Tetapi Pengusaha Kena Pajak yang mengekspor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah dapat meminta kembali PPnBM yang telah dibayar pada waktu perolehan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang diekspor tersebut.

4. Selain itu, pengenaan PPnBM terhadap suatu penyerahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah tidak memperhatikan apakah suatu bagian dari Barang Kena Pajak tersebut telah dikenai atau tidak dikenai PPnBM pada transaksi sebelumnya.

2.3.4 Kriteria BKP yang Tergolong Mewah

Berdasarkan Pasal 5 UU PPN 1984, kriteria Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong mewah adalah:

1. Barang yang bukan merupakan barang kebutuhan pokok;
2. Barang yang dikonsumsi oleh masyarakat tertentu;

3. Barang yang pada umumnya dikonsumsi oleh masyarakat berpenghasilan tinggi; dan/atau
4. Barang yang dikonsumsi untuk menunjukkan status (prestise).

2.3.5 Objek Pajak Penjualan atas Barang Mewah

Berdasarkan Pasal 5 UU PPN 1984, di samping pengenaan PPN dikenakan juga PPnBM terhadap:

- a. Penyerahan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan barang tersebut di dalam Daerah Pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya; dan
- b. Impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

2.3.6 Tarif Pajak Penjualan atas Barang Mewah

Berdasarkan Pasal 8 UU PPN 1984, tarif PPnBM ditetapkan sebagai berikut.

1. Tarif Pajak PPnBM ditetapkan paling rendah 10% (sepuluh persen) dan paling tinggi 200% (dua ratus persen).
2. Ekspor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah dikenakan pajak dengan tarif 0% (nol persen).

2.3.7 Pengusaha Kena Pajak (PKP)

1. Pengertian PKP
 - a. Pengusaha

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No.38 Tahun 2007, pengusaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apapun yang dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya

menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa, atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean. Jadi, pengusaha ini merupakan pihak yang menghasilkan atau memproduksi suatu barang yang akan dikonsumsi oleh pihak lain.

b. Pengusaha Kena Pajak (PKP)

Berdasarkan Undang-Undang No. 18 Tahun 2000 pasal 1 angka 15, Pengusaha Kena Pajak adalah pengusaha sebagaimana dimaksud pada poin a yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan atau penyerahan Jasa Kena Pajak yang dikenakan pajak berdasarkan Undang-Undang PPN 1984, tidak termasuk Pengusaha Kecil yang batasannya ditetapkan dengan Keputusan Menteri Keuangan, kecuali pengusaha kecil yang memilih untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak.

2. Kewajiban Pengusaha Kena Pajak

- a. Melaporkan usahanya untuk dikukuhkan menjadi PKP.
- b. Memungut PPN dan PPnBM yang terutang.
- c. Membuat faktur pajak atas setiap penyerahan kena pajak.
- d. Membuat nota retur dalam hal terdapat pengambilan BKP.
- e. Melakukan pencatatan atau pembukuan mengenai kegiatan usahanya.
- f. Menyetor PPN dan PPnBM yang terutang.
- g. Menyampaikan Surat Pemberitahuan Masa PPN.

3. Pengecualian Kewajiban Pengusaha Kena Pajak

Pengusaha yang dikecualikan dari kewajiban sebagai Pengusaha Kena Pajak adalah:

- a. Pengusaha Kecil.
- b. Pengusaha yang semata-mata menyerahkan barang dan atau jasa yang tidak dikenakan PPN.

2.3.8 Dasar Pengenaan Pajak

Dalam Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2012, disebutkan tentang Dasar Pengenaan Pajak atas PPnBM yang terutang sebagaimana dimaksud dalam diktum berikut:

1. Dasar Pengenaan Pajak meliputi jumlah:
 - a. Harga Jual;
 - b. Penggantian;
 - c. Nilai Impor;
 - d. Nilai Ekspor; atau
 - e. Nilai Lain, yang dipakai sebagai dasar untuk menghitung Pajak Pertambahan Nilai atau Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah yang terutang.
2. Dalam hal Pengusaha Kena Pajak yang menghasilkan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah menggunakan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah lainnya sebagai bagian dari Barang Kena Pajak yang tergolong mewah yang dihasilkannya; dan atas perolehan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah lainnya tersebut telah dibayar Pajak Penjualan Atas Barang Mewah, Dasar Pengenaan Pajak berupa Harga Jual termasuk Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) yang telah dibayar atas

perolehan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah lainnya tersebut.

2.3.9 Kendaraan Bermotor Tergolong Mewah yang Dikenakan PPnBM

1. Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai Pajak Penjualan Atas Barang Mewah dengan tarif 10% (sepuluh persen), adalah
 - a. Kendaraan bermotor untuk pengangkutan 10 (sepuluh) orang sampai dengan 15 (lima belas) orang termasuk pengemudi, dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel atau semi diesel), untuk semua kapasitas isi silinder; dan
 - b. Kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi selain sedan atau *station wagon*, dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel atau semi diesel) dengan sistem 1 (satu) gardan penggerak (4x2), dengan kapasitas isi silinder sampai dengan 1.500 cc.
2. Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai Pajak Penjualan Atas Barang Mewah dengan tarif sebesar 20% (dua puluh persen), adalah:
 - a. Kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 orang termasuk pengemudi selain sedan dan *station wagon* dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel), dengan sistem 1 gardan penggerak (4x2), dengan kapasitas isi silinder tidak lebih dari 1500 CC sampai dengan 2500 CC.

- b. Kendaraan bermotor dengan kabin ganda (*double cabin*) dalam untuk kendaraan bak terbuka atau bak tertutup, dengan penumpang lebih dari 3 orang termasuk pengemudi dengan motor bekas cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel), dengan sistem 1 gardan penggerak (4x2), atau dengan sistem 2 gardan penggerak (4x), dengan kapasitas isi silinder, dengan massa total tidak lebih dari 5 ton.
3. Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sebesar 30% (tiga puluh persen), adalah kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi, berupa:
 - a. Kendaraan bermotor sedan/*station wagon* dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel) dan kendaraan bermotor angkutan kurang dari 10 orang termasuk pengemudi serta van dengan kapasitas isi silinder lebih dari 1500 CC.
 - b. Kendaraan bermotor selain sedan atau *station wagon* dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel/semi diesel), dengan sistem 2 gardan penggerak (4x4), dengan kapasitas isi silinder sampai dengan 1500 CC.
4. Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sebesar 40% (empat puluh persen), adalah kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi, berupa:

- a. Kendaraan bermotor sedan/*station wagon* dengan motor bakar cetus api, dengan sistem 1 gardan penggerak (4x2), dengan kapasitas isi silinder lebih dari 2500 CC sampai dengan 3000 CC.
 - b. Kendaraan bermotor dengan motor bakar cetus api berupa sedan atau *station wagon* dan selain sedan atau *station wagon* dan selain sedan atau *station wagon* dengan sistem 2 gardan penggerak (4x4), dengan kapasitas isi silinder lebih dari 1500 CC sampai dengan 2500 CC.
5. Kelompok tarif 50% adalah semua jenis kendaraan khusus yang dibuat untuk permainan golf.
6. Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sebesar 60% (enam puluh persen), adalah:
- a. Kendaraan bermotor bermotor beroda dua dengan kapasitas isi silinder lebih dari 250 cc sampai dengan 500 cc; dan
 - b. Kendaraan khusus yang dibuat untuk perjalanan di atas salju, di pantai, di gunung, dan kendaraan semacam itu.
7. Kelompok Barang Kena Pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sebesar 75% (tujuh puluh lima persen), adalah:
- a. Kendaraan bermotor untuk pengangkutan dari 10 orang termasuk pengemudi dengan motor bakar cetus api, berupa sedan atau *station wagon* dan selain sedan atau *station*

- wagon* dengan sistem 2 gardan penggerak (4x), dengan kapasitas isi silinder lebih dari 3000 CC.
- b. Kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 orang termasuk pengemudi dengan motor bakar nyala kompresi (diesel/semi diesel), berupa sedan atau *station wagon* dan selain sedan atau *station wagon* dengan sistem 1 gardan penggerak (4x2) atau dengan sistem 2 gardan penggerak (4x4), dengan kapasitas isi silinder tidak lebih dari 2500 CC.
 - c. Kendaraan bermotor roda 2 (dua) dengan kapasitas isi silinder lebih dari 500 CC.
 - d. Trailer, semi-trailer dari tipe caravan, untuk perumahan atau perkemahan.

2.4 Daya Beli

2.4.1 Definisi Daya Beli

Menurut Putong (2013: 32) Daya beli adalah kemampuan konsumen membeli banyaknya jumlah barang yang diminta pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa daya beli adalah kemampuan konsumen untuk membeli barang dengan harga yang dapat dijangkau dalam suatu waktu.

2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Daya Beli

Konsumsi yang berbeda-beda menandakan adanya keputusan yang berbeda yang diambil oleh masing-masing konsumen sebelum memutuskan

untuk beli suatu barang/jasa. Menurut Pindyck dan Rubinfeld (2009: 72) konsumsi yang berbeda ini dapat diketahui lewat teori perilaku konsumen.

Teori Perilaku konsumen adalah deskripsi tentang bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan antara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Adapun 3 langkah dalam memahami perilaku konsumen adalah:

1. Preferensi Konsumen : preferensi konsumen dapat dimulai dengan 3 asumsi dasar (Pindyck & Rubinfeld, 2009 : 73-74)
 - a. Kelengkapan: konsumen dapat membandingkan dan menilai semua keranjang pasar
 - b. Transivitas : jika seorang konsumen lebih suka keranjang pasar A daripada keranjang pasar B dan lebih suka B daripada C, maka konsumen itu dengan sendirinya lebih suka A daripada C.
 - c. Lebih Baik Berlebih daripada Kurang: konsumen selalu menginginkan lebih banyak barang daripada kurang. Konsumen tidak akan pernah puas atau kenyang; lebih banyak selalu lebih menguntungkan, meskipun lebih untungnya hanya sedikit saja.
2. Keterbatasan Anggaran : konsumen mempunyai keterbatasan pendapatan yang membatasi jumlah barang yang dapat mereka beli.
3. Pilihan-pilihan Konsumen: dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan mereka, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka, kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan atau pendukung untuk melihat hubungan variabel dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian yang sebelumnya telah dilakukan oleh peneliti lain.

Penelitian Indirayuti (2019) tentang Pengaruh PPN dan PKB Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta). Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

Penelitian Effendi dan Lestari (2018) tentang Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPNBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua Pada Samsat Kota Bandung.. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor.

Penelitian Sambur, dkk. (2015) tentang Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor ((Studi Kasus Pada Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua PT.Hasjrati Abadi Manado). Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Sedangkan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

Penelitian Farina (2021) Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap daya beli konsumen.

Penelitian Hasbullah, dkk (2020) tentang Analisis Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif terhadap Daya Beli Konsumen

kendaraan bermotor roda empat di Makassar. Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa variabel Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen.

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Indirayuti (2019)	Pengaruh PPN dan PKB Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta).	Independen - Pajak Pertambahan Nilai (PPN) - PKB Tarif Progresif Dependen Daya Beli Konsumen	Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap Daya Beli Konsumen
Effendi & Lestari (2018)	Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua Pada Samsat Kota Bandung.	Independen - Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Dependen - Daya Beli Konsumen	Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen
Sambur, dkk (2015)	Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor ((Studi Kasus Pada Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat dan Roda Dua PT.Hasjrat Abadi Manado).	Independen: - Pajak Pertambahan Nilai (PPN) - Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Dependen: - Daya Beli Konsumen	Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen
Farina, dkk (2021)	Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Daya Beli Konsumen Barang Elektronik Di Pasar Batusangkar.	Independen - Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Dependen - Daya Beli Konsumen	Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli konsumen

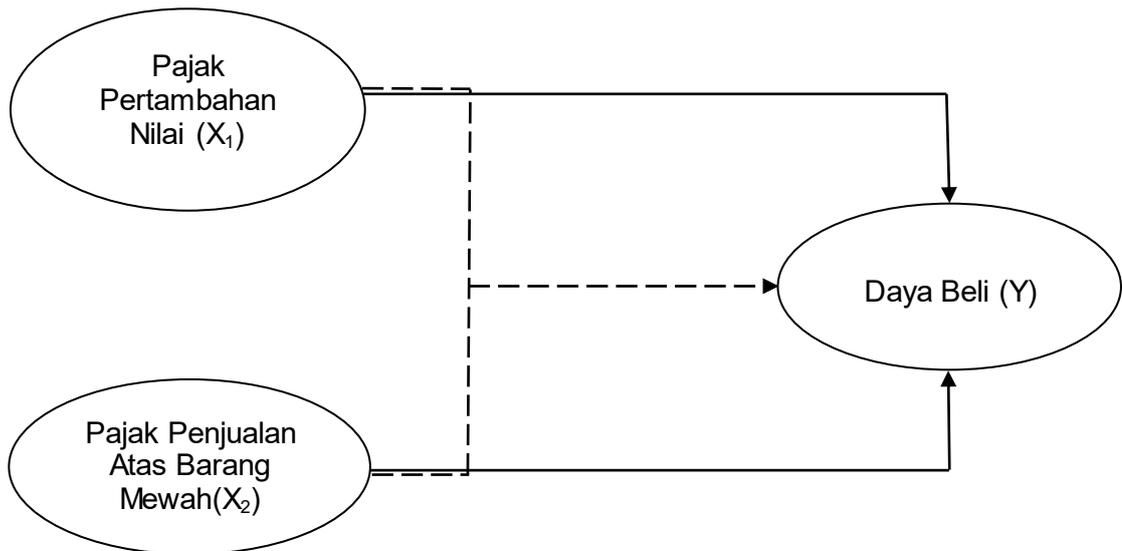
Hasibullah, dkk (2020)	Analisis Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat di Makassar.	<p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pajak Pertambahan Nilai (PPN) - Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) - Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) <p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Daya Beli Konsumen 	<p>Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen</p> <p>Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli konsumen</p>
------------------------	---	---	---

Sumber : Data Diolah oleh Peneliti

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang dan tinjauan pustaka diperoleh hubungan antar variabel yang digambarkan dalam skema berikut.

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

—————→ = Secara Parsial

- - - - -→ = Secara Simultan

2.7 Hipotesis

2.7.1 Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Daya Beli

Menurut Pohan (2016: 22) Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada dasarnya merupakan pajak yang dikenakan atas setiap pertambahan nilai dari barang atau jasa dalam peredarannya dari produsen ke konsumen. Artinya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah Pajak yang dikenakan terhadap nilai tambah dari suatu Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP).

Menurut Alan A. Tait dalam buku Pohan yang berjudul *Pedoman Lengkap Pajak Pertambahan Nilai* (2016: 21) Nilai tambah adalah nilai seorang Produser (apakah produsen, distributor, agen periklanan, penata rambut, petani, pelatih kuda pacuan, atau pemilik sirkus) tambahkan ke dalam nilai bahan baku atau pembelian (selain tenaga kerja) sebelum produk baru atau produk atau jasa yang telah ditingkatkan tersebut dijual.

Hasil Penelitian dari Indirayuti (2019) menunjukkan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap Daya Beli.

Berdasarkan hal tersebut dirumuskan hipotesis berikut.

H₁: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap Daya Beli

2.7.2 Pengaruh Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap Daya Beli

Menurut Undang-Undang PPN No.18 Tahun 2020 yang disempurnakan lagi dalam Undang-Undang PPN No. 42 Tahun 2009 Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) adalah Pajak yang dipungut atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong sebagai barang mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah tersebut di dalam daerah pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya, ataupun impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

Hasil penelitian dari Effendi dan Lestari (2018) menunjukkan bahwa variabel Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya beli konsumen.

Berdasarkan hal tersebut dirumuskan hipotesis berikut.

H₂:Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) berpengaruh terhadap daya beli.