

# PENGARUH PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPnBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN KENDARAAN BERMOTOR RODA DUA PADA SAMSAT KOTA BANDUNG

Dr. H. Asep Effendi R, SE., M.Si., PIA., CFA., CRBC.<sup>1</sup>, Revita Winda Lestari, SE.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Dosen Pascasarjana Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

<sup>2</sup> Alumni FE Program Studi Akuntansi Jenjang Program S1 Universitas Sangga Buana YPKP Bandung

Email : asepefendhi@yahoo.co.id

## ABSTRACT

*The research's aim is to analyze the effect of Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM) on the Purchasing Power of Two-Wheeled Vehicle Consumers at SAMSAT Bandung in the period 2012-2016. The method used in this study is a casual associative design method and used simple linear regression for the statistical method. The results showed that Sales Tax Variables on Luxury Goods (PPnBM) have a significant effect on the Purchasing Power of Two-Wheeled Vehicle Consumers, this is indicated by the t test which is obtained by the value of t count > t table (3,622 > 2,002) so that Ha is accepted.*

*Keywords : Sales Tax on Luxury Goods (PPnBM), PPnBM Rates, Consumer Price Index, Consumer Purchasing Power*

## PENDAHULUAN

Dengan meningkatnya ekonomi di dunia khususnya pada negara Indonesia yang membawa konsekuensi terhadap peningkatan kegiatan perdagangan. Timbulnya sifat ketergantungan antara satu negara dengan negara lainnya dalam pemenuhan setiap kebutuhan membuat kegiatan perdagangan semakin tidak dapat dipisahkan. Indonesia saat ini berada dalam era perdagangan bebas, dimana kegiatan perdagangan terjadi bukan hanya antar daerah tetapi juga dilakukan antar negara. Aspek ekonomi sangatlah penting dalam kemajuan suatu negara, kemajuan tersebut dapat dilihat dalam berbagai sektor, salah satunya dari penerimaan negara.

Sumber penerimaan di Indonesia diantaranya adalah penerimaan pajak dan non pajak, pajak

dalam negeri, pajak penghasilan, migas, nonmigas, pajak pertambahan nilai, pajak bumi dan bangunan, BPHTB, cukai, pajak lainnya, pajak perdagangan internasional, bea masuk, pajak/pungutan ekspor, penerimaan negara bukan pajak, penerimaan SDA, bagian laba BUMN, BNPB lainnya. Tetapi yang menjadi sumber utama dalam penerimaan atau penghasilan dari suatu negara adalah pajak, dalam penyetorannya bersifat wajib yang dilakukan oleh wajib pajak pribadi (perseorangan) dan wajib pajak badan.

“Daya beli konsumen selama ini menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang luar biasa, dengan jumlah penduduk yang besar pemerintah sangat mengandalkan daya beli konsumen.” (Johan, 2016) Daya beli merupakan kemampuan masyarakat sebagai konsumen

untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan. “Daya beli masyarakat ini ditandai dengan meningkat ataupun menurun, dimana daya beli meningkat jika lebih tinggi dibanding periode lalu sedangkan daya beli menurun ditandai dengan lebih tingginya kemampuan beli masyarakat dari pada periode sebelumnya.” (Pawenang, 2016)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang menggantikan Pajak Penjualan (PPN) sejak 1 April 1985 yang ditetapkan berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah dengan UU Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang

Mewah (PPnBM). Dalam Undang-Undang tersebut dijelaskan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi. Dasar pemikiran pengenaan pajak ini pada dasarnya adalah untuk mengenakan pajak pada tingkat kemampuan masyarakat untuk berkonsumsi. Berbeda dengan Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) yang memang hanya dikenakan kepada wajib pajak yang membeli atau memiliki barang kena pajak yang tergolong mewah yang rata-rata berpenghasilan menengah keatas.



**Gambar 1 Grafik Kendaraan Bermotor Roda Dua Kota Bandung**

Data diatas menunjukkan kendaraan motor roda dua di Kota Bandung menunjukkan tren yang terus meningkat sejak tahun 2014 karena kendaraan motor menjadi pilihan untuk menghindari kemacetan, dapat dilihat dari jalan Kota Bandung yang didominasi oleh kendaraan motor roda dua. Naik dan turunnya daya beli konsumen disebabkan karena harga barang

yang didalamnya terdapat unsur pajak, meskipun pemerintah beralih bahwa pengenaan PPN dan PPnBM tidak begitu berdampak pada tingkat daya beli tetapi setiap pengenaan PPN dan PPnBM hanya dibebankan kepada konsumen bukan kepada pelaku industri. Salah satu fungsi pajak adalah sebagai fungsi mengatur dengan tujuan mengurangi

kemacetan, kesenjangan sosial, dan keseimbangan antar tingkat konsumen.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara penelitian yang digunakan untuk mendapatkan data untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D), 2011) pengertian metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah desain asosiatif kasual, dimana penelitian ini mencari hubungan suatu variabel dengan variabel yang lainnya. Dilihat dari jenis data, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena data yang diolah dan dianalisis berdasarkan laporan bulanan jumlah unit kendaraan bermotor roda dua yang terjual dengan kapasitas silinder diatas 250cc dan indeks harga konsumen kendaraan tersebut. Metode pendekatan kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta hasilnya disertai dengan table, grafik, bagan, gambar atau tampilan lainnya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli berupa laporan penjualan kendaraan bermotor roda dua dengan kapasitas silinder diatas 250cc

tahun 2012-2016 pada SAMSAT Kota Bandung. Data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan informasi secara langsung kepada pengumpul data, sumber data sekunder ini dapat berupa hasil pengolahan lebih lanjut dari data primer yang disajikan dalam bentuk lain atau dari orang lain. Sumber data sekunder berupa data- data pendukung penelitian seperti buku, tesis, jurnal, dan lain-lain. Untuk teknik pengambilan data, peneliti menggunakan dua teknik sebagai berikut :

### 1. Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan dilakukan oleh penulis untuk mengumpulkan informasi terkait untuk mendukung penelitian atau masalah yang sedang diteliti. Informasi diperoleh dari buku, jurnal, skripsi disertai dengan peraturan-peraturan dan ketetapan-ketetapan yang berhubungan dengan topik penelitian, dan sumber-sumber tertulis lainnya baik cetak maupun elektronik

### 2. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan data dalam bentuk dokumentasi berupa laporan bulanan jumlah penjualan unit kendaraan bermotor roda dua dengan kapasitas silinder diatas 250cc di Kota Bandung pada periode 2012-2016

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Laporan bulanan jumlah penjualan unit kendaraan bermotor roda dua dengan kapasitas silinder diatas 250cc di SAMSAT Kota Bandung sebanyak 60 buah, serta Laporan bulanan Indeks harga konsumen kendaraan

bermotor di Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandung tahun 2012-2016 yang juga sebanyak 60 buah. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode nonprobability sampling. Nonprobability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel kembali. Pemilihan sampel berdasarkan metode nonprobability sampling didasarkan pada teknik sampel jenuh, dimana seluruh anggota populasi dapat dijadikan sampel". Berdasarkan pengertian tersebut, maka seluruh anggota populasi pada penelitian ini dijadikan sebagai sampel. Peneliti mengambil penelitian pada periode 2012-2016 karena data untuk Variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) tahun 2011 keatas tidak dapat dikeluarkan sebab telah kadaluarsa dan sudah dimusnahkan.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 jenis, yaitu : Variabel Independen dan Variabel Dependen. Variabel Bebas atau Variable Independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menyebabkan terjadinya perubahan atau dengan kata lain variabel bebas yaitu faktor-faktor yang nantinya akan diukur, dipilih, dan dimanipulasi oleh peneliti untuk melihat hubungan di antara fenomena atau peristiwa yang diteliti atau diamati. Sedangkan Variabel Dependen atau variabel terikat merupakan faktor-faktor yang

diamati dan diukur oleh peneliti dalam sebuah penelitian, untuk menentukan ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas.

Variabel Independen (Variabel X) dalam penelitian ini adalah Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X). Variabel ini mengacu kepada beberapa indikator sebagai berikut : Subjek PPnBM, Objek PPnBM, dan Tarif PPnBM. Sedangkan Variabel Dependen (Variabel Y) dalam penelitian ini adalah Pertimbangan Daya Beli Konsumen, yang mengacu kepada indikator : Indeks Harga Konsumen. Skala yang digunakan oleh kedua variabel ini adalah skala rasio.

Penelitian ini menggunakan analisis koefisien korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui hubungan atau untuk menguji signifikan antara Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) dan Daya Beli Konsumen (Y).

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Dari nilai koefisien ( r ) yang diperoleh didapat hubungan  $-1 < r < 1$ , sedangkan harga untuk masing – masing nilai r adalah sebagai berikut:

1. Apabila r mendekati 1 atau  $r = 1$ , artinya memiliki hubungan sempurna dan bersifat positif.
2. Apabila  $r = -1$ , artinya memiliki hubungan dan bersifat sempurna dan bersifat negatif.
3. Apabila  $r = 0$ , artinya tidak ada hubungan antara X dan Y

4. Apabila nilai  $r$  berada diantara  $-1$  dan  $1$ , maka tanda negatif  $(-)$  menyatakan adanya korelasi tak langsung, korelasi negative dan tanda positif  $(+)$  menyatakan adanya korelasi langsung atau korelasi positif.

Untuk nilai  $r =$  antara  $0$  sampai  $1$  penginterpretasian koefisien korelasi dapat ditentukan dengan rincian sebagai berikut : interval  $0,00 - 0,199$  menunjukkan tingkat hubungan Sangat Rendah, interval  $0,20 - 0,399$  menunjukkan tingkat hubungan yang Rendah, interval  $0,40 - 0,599$  menunjukkan tingkat hubungan yang Sedang, interval  $0,60 - 0,799$  menunjukkan tingkat hubungan yang Kuat, dan interval  $0,80 - 1,00$  menunjukkan tingkat hubungan yang Sangat Kuat.

Dalam penelitian ini juga digunakan analisis persamaan regresi linier sederhana. Regresi Linier Sederhana menurut Sugiyono (2013) adalah Regresi dua variabel yang menggambarkan hubungan fungsional atau variabel dengan satu variabel dependen. Secara matematik, analisis regresi sederhana mengungkapkan sebuah persamaan regresi, artinya suatu bentuk formula matematika yang mencari nilai variabel dependen dari nilai variabel independen yang diketahui. Rumus Regresi Linear Sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana:

$Y$  = Variabel Dependen (Daya Beli Konsumen)

$a$  = Harga  $Y$  ketika harga  $X=0$  (harga konstan)

$b$  = Koefisien arah regresi

$X$  = Variabel Independen (Pajak Penjualan atas Barang Mewah)

Nilai  $a$  dan  $b$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Selanjutnya, digunakan metode Analisis Koefisien Determinasi, yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ini adalah  $0$  sampai dengan  $1$ . Nilai  $(r^2)$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai  $(r^2)$  yang mendekati  $1$  (satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya jika  $(r^2)$  makin mendekati  $0$  (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, Aplikasi Analisis

Multivariate dengan Program SPSS, 2005).

Dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

r = Koefisien korelasi

Untuk pengujian hipotesis dilakukan dengan uji statistik t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t merupakan suatu cara untuk mengukur apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, 2005). Pengujian dilakukan dengan mencari nilai thitung dan ttabel untuk mencari nilai t digunakan rumus :

$$t_{hitung} = \frac{r_s \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dalam pengujian ini dilakukan ketentuan sebagai berikut:

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  ditolak.

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_a$  diterima.

Perumusan  $H_0$  dan  $H_a$  untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  :  $\beta=0$ , tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pajak Penjualan

atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap Daya Beli Konsumen.

$H_a$  :  $\beta \neq 0$ , terdapat pengaruh yang signifikan antara Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap Daya Beli Konsumen.

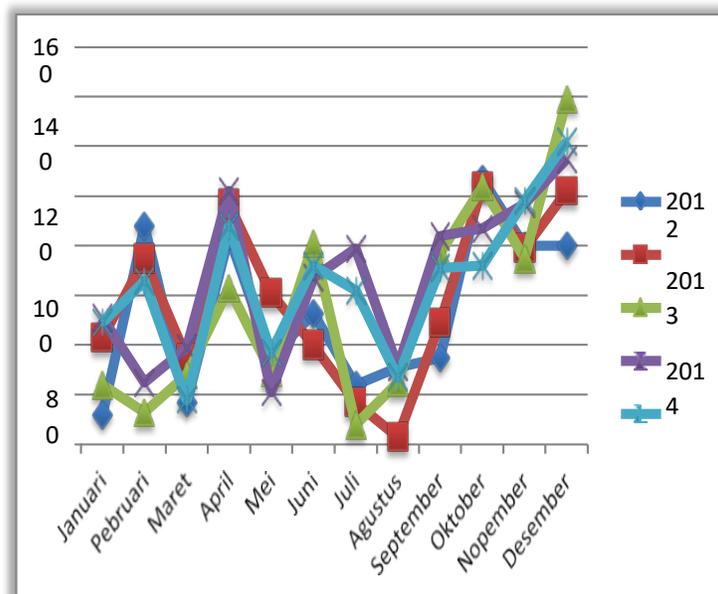
## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data kuantitatif yang telah diperoleh dari diperoleh dari Kantor SAMSAT Kota Bandung, yaitu berupa Data Jumlah Unit Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua Diatas 250cc Tahun 2012- 2016 dan Data Data Indeks Harga Konsumen Tahun 2012-2016. Perolehan dari data kuantitatif tersebut kemudian akan dipaparkan sebagai variabel – variabel terkait dalam penelitian. Data–data yang telah tersedia akan disajikan dalam bentuk tabel deskriptif statistik agar mempermudah dalam menjelaskan hasil penelitian. Sesuai dengan perumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis dan jenis data yang dikumpulkan, maka metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan pengujian asumsi klasik. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh langsung dari satu variabel independen, yaitu Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) terhadap Daya Beli Konsumen (Y). Pertama, dilakukan teknik analisis deskriptif terhadap data kuantitatif yang telah diperoleh. Teknik analisis deskriptif bertujuan untuk menjelaskan mengenai keseluruhan data yang

dikumpulkan dengan memaparkan, diberi penjelasan. Berikut adalah data mengelompokkan, dan mengklasifikasikan ke kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini: dalam tabel yang kemudian masing – masing

**Tabel 1 Data Jumlah Unit Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua di Atas 250cc (X) Tahun 2012- 2016**

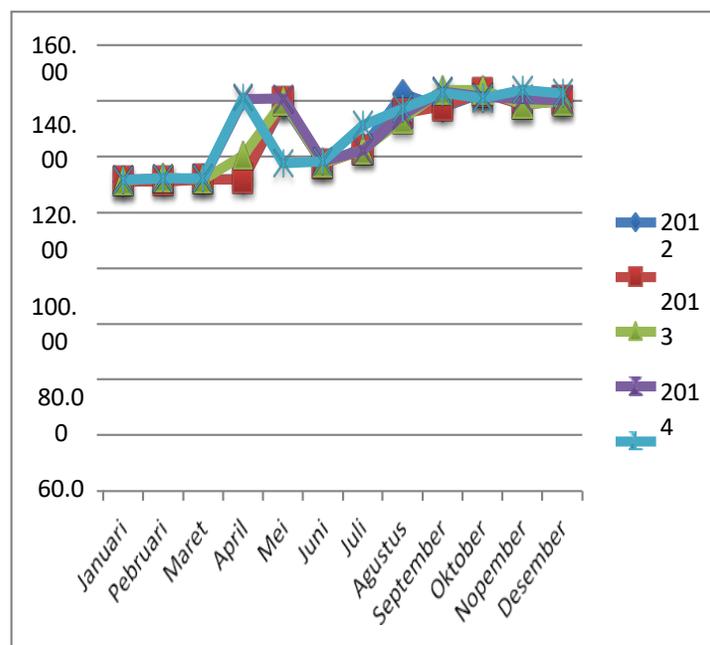
Bulan	Tahun				
	2012 (unit)	2013 (unit)	2014 (unit)	2015 (unit)	2016 (unit)
Januari	12	43	24	51	49
Pebruari	88	75	13	25	66
Maret	17	35	28	39	18
April	84	97	63	102	88
Mei	35	61	29	21	37
Juni	53	40	81	67	72
Juli	24	17	8	79	62
Agustus	31	3	25	31	27
September	35	49	77	84	71
Oktober	107	104	104	87	72
Nopember	80	79	75	97	98
Desember	80	102	139	115	122
<b>Maks</b>	<b>107</b>	<b>104</b>	<b>139</b>	<b>115</b>	<b>122</b>
<b>Min</b>	<b>12</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>21</b>	<b>18</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>53,83</b>	<b>58,75</b>	<b>55,50</b>	<b>66,50</b>	<b>65,17</b>



**Gambar 1 Data Jumlah Unit Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua Diatas 250cc (X) Tahun 2012-2016**

**Tabel 2 Data Indeks Harga Konsumen (Y) Tahun 2012-2016**

Bulan	Tahun				
	2012 (%)	2013 (%)	2014 (%)	2015 (%)	2016 (%)
Januari	110,91	111,13	111,49	111,80	111,63
Pebruari	111,32	111,08	112,56	112,09	112,17
Maret	111,85	111,81	111,88	112,03	112,18
April	112,03	111,74	120,52	140,64	141,27
Mei	139,15	139,93	139,89	140,83	117,62
Juni	117,54	117,55	117,68	118,35	118,37
Juli	123,13	122,43	122,37	122,27	131,26
Agustus	142,74	135,58	133,49	135,00	137,37
September	137,56	138,11	143,92	143,41	143,17
Oktober	142,88	142,97	143,93	141,57	141,09
Nopember	140,82	138,54	138,68	140,66	144,08
Desember	139,83	140,12	139,91	140,17	142,86
<b>Maks</b>	<b>142,88</b>	<b>142,97</b>	<b>143,93</b>	<b>143,41</b>	<b>144,08</b>
<b>Min</b>	<b>110,91</b>	<b>111,08</b>	<b>111,49</b>	<b>111,80</b>	<b>111,63</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>127,48</b>	<b>126,75</b>	<b>128,03</b>	<b>129,90</b>	<b>129,42</b>

**Gambar 2 Data Indeks Harga Konsumen (Y) Tahun 2012-2016**

Untuk mengetahui daya beli konsumen kendaraan bermotor roda dua di Kota Bandung, penulis mengacu pada tabel 1 Jumlah Unit Penjualan Kendaraan Bermotor Roda Dua Diatas 250cc dan tabel 2 Indeks Harga Konsumen. Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui penjualan kendaraan bermotor roda dua diatas 250cc menunjukkan rata – rata penjualan 59,95 unit untuk setiap tahunnya, tetapi apabila dilihat nilai penjualan untuk setiap periode menunjukkan fluktuasi naik dan turun. Rata – rata penjualan pada tahun 2012-2013 terjadi kenaikan sebesar 4.92 unit, tahun 2013-2014 terjadi penurunan sebesar 3.25 unit, tahun 2014-2015 terjadi kenaikan sebesar 11 unit, dan tahun 2015-2016 terjadi penurunan sebesar 1.33 unit.

Penulis juga mengacu pada tabel 2 yaitu Indeks Harga Konsumen. Indeks Harga Konsumen adalah Nomor indeks yang mengukur harga rata rata dari barang dan jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga. Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui indeks harga konsumen juga menunjukkan rata – rata indeks harga 128.316% untuk setiap tahunnya, tetapi apabila dilihat untuk setiap periode indeks harga konsumen menunjukkan fluktuasi naik dan turun. Pada tahun 2012-2013 terjadi penurunan 0.73%, tahun 2013 – 2014 terjadi kenaikan sebesar 1.28%, 2014-2015 terjadi kenaikan sebesar 1.87%, tahun 2015-2016 penurunan sebesar 0.48 %.

Jika dilihat dari fenomena daya beli konsumen tidak terlepas dari pengenaan tarif PPnBM. Hal tersebut diatas juga dikarenakan lalu lintas Kota Bandung yang cukup padat, membuat warga Kota Bandung memilih kendaraan bermotor roda dua sebagai alternatif untuk meminimalisir kemacetan yang terjadi. Di samping itu, hal lain yang dapat menyebabkan daya beli konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua di Kota Bandung yaitu minat atau selera, hobi, dan tren. Industri-industri otomotif, terutama kendaraan bermotor beroda dua sedang marak berkembang di Indonesia. Hal tersebut membuat para investor- investor untuk melakukan investasi di dalam negeri, salah satunya dengan cara membuka industri. Pemerintah menetapkan dengan tidak dikenakannya PPnBM bagi sepeda motor berkapasitas isi silinder sampai dengan 250cc, membuat semakin banyak pabrikan otomotif yang membuka industri di dalam negeri.

Kendaraan bermotor roda dua diatas 250cc sampai dengan 500cc dikenakan tarif 60% dan kendaraan bermotor roda dua diatas 500cc dikenakan tarif 125% hal ini tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No 64/PMK.011/2014 tentang jenis kendaraan bermotor yang dikenai Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) dan tata cara pemberian pembebasan dari pengenaan Pajak Penjualan atas Barang Mewah

Terdapat beberapa hal yang menjadi dasar pemerintah menerapkan pengenaan PPnBM bagi sepeda motor diatas 250cc yang diatur dalam PP 12/2006 yaitu :

- a. Perlu keseimbangan pembebanan pajak antara konsumen yang berpenghasilan rendah dengan konsumen yang berpenghasilan tinggi.
- b. Perlu adanya pengendalian pola konsumsi atas Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.
- c. Perlu adanya perlindungan terhadap produsen kecil atau tradisional.
- d. Perlu untuk mengamankan penerimaan negara.

Tarif PPnBM yang ditetapkan pemerintah sudah memadai karena sesuai dengan fungsi pajak yaitu

#### 1. Fungsi Budgeter (Anggaran)

Pengenaan PPnBM dapat menjadi sumber pemasukan keuangan negara yang dapat

digunakan untuk membiayai pembangunan nasional atau pengeluaran negara.

#### 2. Fungsi Regulasi (Mengatur)

Pengenaan PPnBM dapat mengatur konsumsi atas Barang Kena Pajak tergolong mewah, sehingga dapat menyeimbangkan pembebanan pajak konsumen berpenghasilan tinggi dan berpenghasilan rendah.

Langkah selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh pajak penjualan atas barang mewah terhadap daya beli konsumen, penulis melakukan tahapan-tahapan penelitian yang meliputi pengujian analisis data dan pengujian hipotesis. Untuk pengujian analisis data, langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan Analisis Koefisien Korelasi Pearson Product Moment, yang hasilnya dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3 Analisis Korelasi Product Moment**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
1	.429	.184	.170	11.986

c. Predictors (Constant), PPnBM

d. Dependent Variable: Daya Beli Konsumen

Dari analisis di atas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,429. Nilai tersebut menunjukkan adanya hubungan yang sedang antara Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) dengan Daya Beli Konsumen (Y). Dengan adanya positif artinya apabila Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) naik, maka Daya Beli Konsumen (Y) juga naik, sebaliknya

apabila Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) turun, maka Daya Beli Konsumen (Y) juga akan turun.

Selanjutnya, Regresi Linear Sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan fungsional antara variabel dependent (Y) dengan variabel independent (X). Setelah data di analisis didapat output sebagai berikut:

**Tabel 4 Nilai Koefisien Regresi**

Model	Unstandardized Coeficients		Standardized Coeficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	118.084	3.220		
PPnBM	0.170	0.047	0.429	3.622	0.000

a. Dependent Variable: Daya Beli Konsumen

Dari tabel di atas di dapat nilai konstanta a = 118,084 dan nilai koefisien b = 0,170, dengan demikian diperoleh model regresi sebagai berikut:

$$Y = 118,084 + 0,170X$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut :

a = 118,084; artinya jika Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) bernilai nol (0), maka Daya Beli Konsumen (Y) akan bernilai 118,084.

b = 0,170; artinya jika Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) meningkat sebesar satu satuan, maka Daya Beli Konsumen (Y) akan menurun sebesar 0,170.

Setelah diketahui nilai koefisien korelasi, maka nilai koefisien determinasi dapat dihitung. Koefisien determinasi digunakan untuk melihat persentase pengaruh yang diberikan oleh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) terhadap Daya Beli Konsumen (Y). Dengan menggunakan rumus :

$$Kd = (r^2) \times 100\%$$

maka diperoleh :

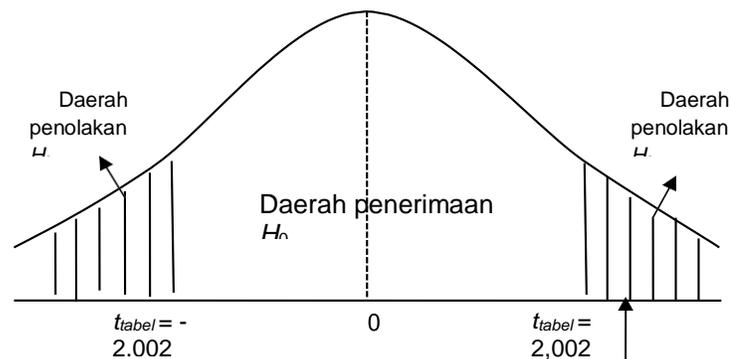
$$\begin{aligned} Kd &= (0,429)^2 \times 100\% \\ &= 1,84\% \end{aligned}$$

Artinya, pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) terhadap Daya Beli Konsumen (Y) sebesar 1,84% sedangkan 98,16% sisanya merupakan pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diamati.

Setelah dilakukan analisis koefisien determinasi maka kemudian dilakukan pengujian hipotesis untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan atau tidak antara kedua variabel dengan menggunakan uji t. Rumus yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{\text{hitung}} &= \frac{r_s \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,429 \sqrt{60-2}}{\sqrt{1-(0,429)^2}} \\ &= 3,622 \end{aligned}$$

Dengan  $\alpha = 5\%$  dan  $dk = n-2 = 58$ , maka diperoleh nilai  $t_{\text{tabel}}$  untuk uji-t dua pihak sebesar 2,002 atau -2,002 dengan kriteria uji sebagai berikut:



Gambar 3 Kurva Pengujian Hipotesis Parsial Pengaruh X terhadap Y

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  variabel X berada pada daerah penolakan  $H_0$  ( $3,622 > 2,002$ ). Hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) berpengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen (Y).

## KESIMPULAN

Setelah penulis mengadakan pembahasan mengenai Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli

Konsumen Kendaraan Motor Roda Dua, maka penulis menyimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Daya beli konsumen kendaraan bermotor roda dua di atas 250cc di Kota Bandung berdasarkan rata – rata penjualan untuk setiap tahunnya sebesar 59,95 unit, tetapi apabila dilihat untuk setiap periode menunjukkan fluktuasi naik dan turun. Berdasarkan rata- rata indeks harga konsumen untuk setiap tahunnya sebesar 128.316%, tetapi apabila dilihat untuk setiap

- periode indeks harga konsumen menunjukkan fluktuasi naik dan turun.
2. Tarif PPnBM yang diterapkan pemerintah sudah memadai sesuai fungsi pajak yaitu fungsi budgeter dan fungsi mengatur.
  3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Pengaruh Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua (Y) hasil koefisien regresi didapat nilai koefisien Pajak Penjualan atas Barang mewah dalam persamaan regresi sebesar 0,097 menunjukkan bahwa pengaruh terhadap Daya Beli Konsumen, yaitu akan terdapat peningkatan sebesar 0,170 satuan Daya Beli Konsumen setiap kali terjadi peningkatan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebanyak 1 (satu) satuan artinya semakin tinggi/kuat Pajak Pejualan atas Barang Mewah maka Daya Beli Konsumen akan semakin meningkat. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan BermotorRoda Dua (Y) adalah sedang. Sedangkan koefisien determinasi sebesar 1,84% menunjukkan bahwa Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 1,84% terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Dua

(Y), sedangkan sisanya sebesar 98,16% merupakan kontribusi pengaruh variabel lain yang tidak diamati di dalam penelitian ini. Dengan menggunakan uji-t, dihasilkan nilai t hitung sebesar 3,622. Nilai t hitung tersebut lebih besar dari nilai t tabel sebesar 2,002 dan -2,002 dan nilai signifikansinya lebih besar dari tingkat signifikansi 5% maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Pajak Penjualan atas Barang Mewah memiliki pengaruh signifikan terhadap Daya Beli Konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Johan, D. (2016, Februari 7). Semakin Banyak Beban, Daya Beli Masyarakat Akan Terus Merosot. Diambil kembali dari <http://www.aktual.com/semakin-banyak-beban-daya-beli-masyarakat-akan-terus-merosot/>
- Pawenang, S. (2016). Modul Perkuliahan Ekonomi Bisnis. Surakarta: Program Pascasarjana UNIBA.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan, Kuantitatif, Kualitatif dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ghozali, I. (2005). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponogoro.