



EKSPLOKASI PERSEPSI MASYARAKAT TERKAIT KEBIJAKAN KENAIKAN TARIF PPN, PPNBM 12 PERSEN, PKB TERHADAP DAYA BELI MOBIL

Nikita Oktaviana¹ Elin Erlina Sasanti²

Article history:

Submitted: 30 Maret 2025

Revised: 6 Mei 2025

Accepted: 11 Mei 2025

Keywords:

Motor Vehicle Tax;

Purchasing Power;

Sales Tax on Luxury Goods;

Value Added Tax;

Kata Kunci:

Daya Beli;

Pajak Kendaraan Bermotor;

Pajak Penjualan Atas Barang Mewah;

Pajak Pertambahan Nilai;

Koresponding:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mataram, Nusa

Tenggara Barat, Indonesia

Email:

nikitaokta30@gmail.com

Abstract

Tax is a mandatory contribution to the state that must be paid by individuals or bodies according to the law, without direct compensation, and is used for the benefit of the government in order to improve the welfare of the community. This study aims to collect opinions from one hundred people domiciled in Central Lombok Regency regarding the impact of the policy of increasing value added tax (X1) by 12 percent increasing sales tax on luxury goods (X2) by 12 percent, and progressive motor vehicle rates (X3) on the purchasing power of four-wheeled motor vehicles (Y). Value added tax (VAT) has a large and positive impact on consumer purchasing power. The subjects of this study were individuals who have an interest in paying motor vehicle tax in the Samsat Area of Central Lombok Regency. Data collection used primary data obtained through the distribution of questionnaires with the Purposive sampling method. The methodology for data analysis and processing used SmartPLS v4.1. The results of the study show that Value Added Tax (VAT), Luxury Goods Sales Tax (PPnBM), and Progressive Motor Vehicle Tax Rates (PKB) have a positive relationship and influence on the purchasing power of four-wheeled motor vehicles (cars).

Abstrak

Pajak merupakan iuran wajib kepada negara yang wajib dibayar oleh orang pribadi atau badan menurut undang-undang, tanpa imbalan secara langsung, dan dimanfaatkan untuk kepentingan pemerintahan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menjangar pendapat masyarakat mengenai dampak kebijakan kenaikan pajak pertambahan nilai (X1) sebesar 12 persen kenaikan pajak penjualan atas barang mewah (X2) sebesar 12 persen, dan tarif kendaraan bermotor progresif (X3) terhadap daya beli kendaraan bermotor roda empat (Y). Pajak pertambahan nilai (PPN) memiliki dampak yang besar dan positif terhadap daya beli konsumen. Subjek penelitian ini adalah orang pribadi yang memiliki kepentingan membayar pajak kendaraan bermotor. Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan metode purposive sampling. Metodologi analisis dan pengolahan data menggunakan SmartPLS v4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM), dan Tarif Progresif Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) berpengaruh positif terhadap daya beli kendaraan bermotor roda empat (mobil).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Nusa Tenggara Barat, Indonesia²

Email: elinerlina@unram.ac.id

PENDAHULUAN

Tingkat konsumsi masyarakat menjadi salah satu tujuan peningkatan penerimaan pajak yang pada gilirannya akan membiayai kegiatan pembangunan. Pajak di tingkat nasional dan daerah turut berperan dalam pencapaian tujuan tersebut. Pendapatan yang dimiliki oleh masyarakat akan mempengaruhi tingkat pengeluaran secara umum. Pajak merupakan kontribusi moneter kepada pemerintah yang diwajibkan oleh undang-undang kepada individu atau badan, meskipun mereka tidak memperoleh manfaat langsung darinya. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Perubahan Umum dan Tata Cara Perpajakan Wuisan (2023) menyatakan bahwa pajak digunakan untuk tujuan negara dan sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Di Indonesia, pajak memiliki arti penting karena pajak mendanai pemerintah hingga hampir 70 persen menteri Keuangan melaporkan bahwa penerimaan negara dari pajak turun 19,7 persen dari level tahun 2019 pada tahun 2020, naik 0,5 persen pada tahun 2020, mengalami lonjakan hampir empat puluh lima persen pada tahun 2022, dan naik 5,0 persen pada tahun 2023 (Laporan Anggaran Pemerintah Tahun, 2023). Ada tiga cara utama untuk mengkategorikan sistem pajak Indonesia: menurut kelompok, menurut otoritas pemungutan, dan menurut sifatnya. Kategorisasi ini diperlukan untuk memastikan bahwa sistem pajak Indonesia seimbang dan beroperasi secara metodis dan saling melengkapi. Pajak langsung dan pajak tidak langsung adalah dua kategori utama perpajakan. Pajak subjektif dan pajak objektif dikategorikan menurut sifatnya. Terakhir, pajak dikategorikan sebagai pajak pusat (negara bagian) atau pajak daerah (lokal) tergantung pada entitas yang bertanggung jawab untuk memungutnya Farrely & Putri (2022). Kepatuhan wajib pajak merupakan kondisi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya secara penuh. Kepatuhan wajib pajak dapat diukur dengan memahami semua peraturan perundang-undangan perpajakan, mengisi formulir secara lengkap dan akurat, menghitung pajak yang terutang secara akurat serta mengajukan SPT tepat waktu Rochmawati (2022).

Sejalan dengan undang-undang, orang pribadi atau badan berkewajiban untuk membayar pajak kepada negara. Pajak ini digunakan untuk membiayai kebutuhan negara dan berkontribusi pada kemakmuran rakyat. Banyak otoritas pajak yang sepakat bahwa membayar pajak merupakan cara wajib secara moral bagi warga negara untuk menunjukkan dukungan dan partisipasi mereka dalam mendanai proyek infrastruktur lokal, negara bagian, dan federal. Dalam penelitian Liza Asri et al. (2024) menyatakan bahwa pajak merupakan kontribusi sosial yang harus dibayarkan sesuai dengan hukum, meskipun masyarakat tidak secara langsung merasakan hasilnya. Pajak konsumsi yang disebut Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dikenakan pada hampir semua produk dan layanan konsumen. Pajak tidak langsung seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memiliki dampak yang signifikan terhadap pengguna akhir barang dan jasa kena pajak Al Islami (2023). Karena pajak pertambahan nilai didasarkan pada pengeluaran konsumen, maka wajar jika pajak tersebut akan naik seiring dengan pengeluaran pemerintah. Ketika barang dan jasa kena pajak dialihkan, yaitu ketika dijual atau dibeli, pajak harus dibayarkan. Menurut Ilham et al. (2024) jika perjanjian ini tidak dilaksanakan, tidak akan ada konsekuensi pajak yang mengikutinya. Tarif PPN yang awalnya sebesar 10 persen akan dinaikkan menjadi 11 persen mulai 1 April 2022, sesuai klaster PPN dalam Undang-Undang tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan ayat (1) Pasal 7. Pemerintah diwajibkan oleh undang-undang untuk menaikkan tarif PPN menjadi 12 persen paling lambat 1 Januari 2025. Pembuat kebijakan memiliki pilihan untuk menilai potensi pendapatan yang dihasilkan oleh kebiasaan belanja individu dan menerapkan langkah-langkah untuk meningkatkan penerimaan PPN. Menurut Al Islami (2023) Menurut Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), semua komoditas yang dianggap sebagai produk mewah akan dikenakan tarif pajak pertambahan nilai sebesar 12 persen mulai 1 Januari 2025. Semuanya, bahkan barang-barang mewah, dikenakan pajak pertambahan nilai sebesar 11 persen berdasarkan Mekanisme PPN atas Nilai Lainnya. Berdasarkan (DJP, 2025), ketentuan tersebut dituangkan dalam PMK 131 Tahun 2024. Barang Kena Pajak (BKP)

yang tergolong barang mewah dikenakan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM). Pajak ini dikenakan kepada pelaku usaha yang memasukkan BKP mewah ke dalam daerah pabean, atau yang memproduksi atau menyediakan BKP mewah di dalam daerah pabean UU No. 42 (2009).

Pemerintah dalam rangka menjaga daya beli masyarakat di sektor industri mobil, yang dapat mendorong dan mempercepat pemulihan ekonomi nasional, Peraturan Menteri Keuangan Nomor 131/PMK. 010/2024 Menteri Keuangan Republik Indonesia (2024) mengubah kebijakan perpajakan atas penjualan Barang Kena Pajak yang tergolong barang mewah, termasuk kendaraan bermotor tertentu. Kendaraan yang mengikuti inisiatif kendaraan roda empat murah dan hemat energi akan terutang PPnBM-nya kepada pemerintah pada tahun anggaran 2022. Pada tahun 2022, kendaraan bermotor jenis ini wajib memiliki mesin pembakaran dalam cetus api dengan kapasitas isi silinder maksimal 1.200 cc, konsumsi bahan bakar paling sedikit 20 KM/L, atau tingkat emisi CO₂ sampai dengan 120 g/km, sesuai dengan Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 05/PMK.010/2022. Mesin pembakaran dalam golongan 2.0 yang menggunakan penyalaan kompresi dan memiliki kapasitas isi silinder sampai dengan 1.500 cc, dan konsumsi bahan bakar paling sedikit 21,8 kilometer per liter atau tingkat emisi CO₂ sampai dengan 120 gram per kilometer. Kelebihan pembayaran yang dikenakan PPN adalah PPnBM. Pelaku usaha wajib membayar PPnBM satu kali pada saat mengajukan atau mengimpor BKP premium. PnBM tidak termasuk dalam konsep kredit pajak masukan, maka belanja tersebut tidak dapat digunakan untuk mengurangi sisa yang terutang Luthfiantika (2023). Undang-Undang Pajak dan Retribusi Daerah (Nomor 28 Tahun 2009) Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1 ayat 12, Pajak Kendaraan Bermotor berlaku bagi setiap orang yang memiliki atau menguasai kendaraan bermotor. Retribusi Kendaraan Bermotor dan Pajak Daerah, yang termasuk dalam pajak kendaraan bermotor, merupakan pungutan yang wajib dibayarkan oleh pemilik kendaraan bermotor. Kendaraan yang dimaksud adalah kendaraan beroda dan gandengan yang bergerak di berbagai jenis jalan darat, menurut Hasibullah *et al.* (2020). Peranti mekanis, seperti motor, mengubah energi potensial menjadi energi gerak, yang memungkinkan kendaraan bergerak maju.

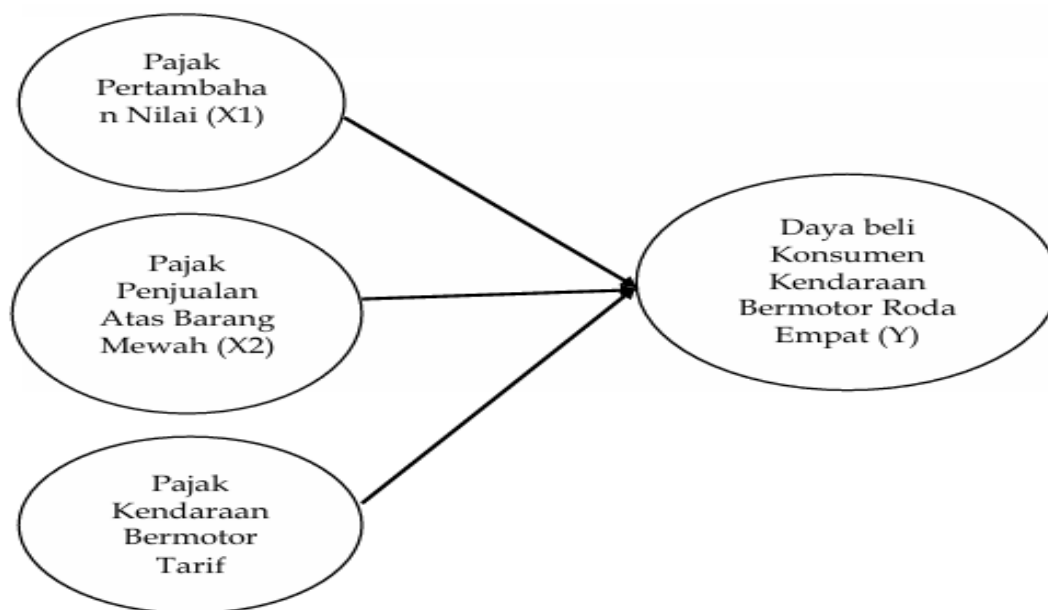
Indeks Pembangunan Manusia (IPM) memperkirakan total pengeluaran (konsumsi) per individu dalam masyarakat dan memasukkan daya beli sebagai komponen utama. Terdapat korelasi yang kuat antara daya beli dengan barang dan produk tertentu. Sesuai dengan teori permintaan dalam ilmu ekonomi, jumlah individu yang mampu membeli suatu barang atau jasa meningkat seiring dengan penurunan harganya Luthfiantika (2023).

Prinsip utama dari konsep daya beli adalah gagasan bahwa perpajakan harus berfungsi untuk meningkatkan kesejahteraan umum. Di Indonesia, pajak yang digunakan adalah Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD). Menurut Kurnaini dan Rahmawati (2024), terdapat dua komponen pajak kendaraan bermotor (PKB), yaitu pajak pertambahan nilai (PPN) nasional dan PKB daerah. Menurut penelitian sebelumnya, tarif pajak penjualan kendaraan bermotor dan barang mewah merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keterjangkauan kendaraan bermotor roda empat. Perubahan jumlah total penjualan mobil yang mengalami peningkatan cukup besar pada tahun 2021 dan 2022 menjadi bukti keberhasilan kebijakan tersebut Lubis & Solikin (2024). Selain itu, kemampuan konsumen untuk membelanjakan uang untuk kendaraan roda empat juga dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh penerapan PPnBM Hasibullah *et al.* (2020). Ada dampak kecil namun positif pada daya beli konsumen dari pemberlakuan PKB progresif pada pembelian mobil roda empat. Temuannya berbeda, khususnya bahwa Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) memengaruhi keinginan konsumen untuk membeli mobil, karena PPnBM mengenakan pajak tambahan pada semua kendaraan bermotor, termasuk model kelas atas Liza Asri *et al.* (2024). Daya beli konsumen turun sebagai akibat dari penerapan pajak ini dan kondisi ekonomi umum. Orang lebih ragu untuk menghabiskan uang untuk barang mewah seperti kendaraan. Peneliti yang melihat bagaimana PPN, PPnBM, dan PKB memengaruhi kemampuan pelanggan untuk

membeli mobil menemukan hal ini benar Kasim (2020); Waroi *et al.* (2019). Kemampuan peserta studi untuk membelanjakan uang dipengaruhi secara positif oleh PPN, PPnBM, dan PKB. Karena mobil adalah simbol status sosial seseorang, nilai jual kembalinya memiliki korelasi langsung dengan pendapatan yang dapat dibelanjakan pembelinya. Kebijakan ini, meskipun memiliki tujuan yang baik, berpotensi menurunkan daya beli masyarakat yang dapat berdampak negatif secara tidak proporsional pada industri seperti barang konsumsi bernilai tinggi seperti kendaraan bermotor roda empat. Di sisi lain, kebijakan ini berpotensi memberikan dampak yang luas bagi penduduk Pulau Lombok. Kenaikan tarif pajak pertambahan nilai ini dapat dilihat oleh sebagian orang sebagai upaya pemerintah untuk meningkatkan dana bagi infrastruktur dan pembangunan daerah. Akan tetapi, ada sebagian orang yang mungkin menganggap kebijakan ini sebagai pengeluaran tambahan yang mengurangi kemampuan mereka untuk berbelanja, terutama mengingat kesulitan ekonomi yang terus berlanjut (Febiola, 2024).

Menjawab pertanyaan dalam penelitian ini, maka ditetapkan hipotesis sebagai berikut. Hipotesis 1 peranan PPN 12 persen berpengaruh pada daya beli masyarakat terhadap kendaraan bermotor roda empat di Kabupaten Lombok Tengah. Hipotesis 2 peranan PPnBM 12 persen berpengaruh pada daya beli masyarakat terhadap kendaraan bermotor roda empat di Kabupaten Lombok Tengah. Hipotesis 3 peranan PKB dengan tarif progresif berpengaruh pada daya beli masyarakat terhadap kendaraan bermotor roda empat di Kabupaten Lombok Tengah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari terkait kebijakan kenaikan tarif PPN PPnBM sebesar 12 persen dan PKB Tarif Progresif telah memengaruhi kemampuan penduduk Kabupaten Lombok Tengah untuk membeli mobil dan kendaraan bermotor lainnya. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mengetahui pandangan masyarakat terhadap kenaikan tarif PPN PPnBM sebesar 12persen dan PKB Tarif Progresif.



Sumber: Hasibullah *et al.* (2020)

Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kuantitatif ini akan melibatkan pemberian kuesioner kepada wajib pajak di kantor pajak kendaraan bermotor utama di Kabupaten Lombok Tengah. Peneliti kemudian akan

menggunakan data ini untuk melakukan uji persepsi publik. Skala likert mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) digunakan untuk mengukur fitur yang diukur oleh kuesioner responden dalam penelitian ini. Populasi penelitian terdiri dari orang pribadi yang wajib membayar pajak kendaraan bermotor di kantor pajak kendaraan bermotor utama di Kantor Samsat Kabupaten Lombok Tengah. Dalam penelitian ini, penentuan sampel menggunakan *accidental sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan media SmartPLS 4.0. Besaran atau ukuran sampel ditentukan menggunakan Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{13859}{1 + 13859(0,1)^2}$$

$$n = 99.283$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

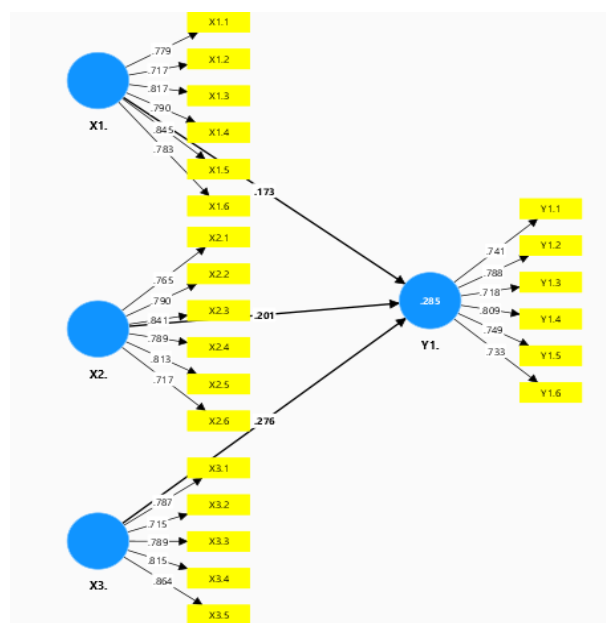
N : Jumlah Populasi

e^2 : Nilai Kritis (Batas Ketelitian 0,1)

Hasil perhitungan diatas menunjukkan jumlah minimal sampel yang diperoleh pada penelitian ini sebesar 100 responden. Proses pengujian dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS versi 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini pengujian validitas menggunakan convergent validity dan discriminant validity. Berdasarkan rule of thumb, untuk menilai convergent validity dilihat dari nilai loading factor lebih dari 0,7. Gambar 2 menunjukkan bahwa semua indikator dari masing-masing variabel memiliki nilai loading factor lebih besar dari 0,7, maka indikator pada model dinyatakan valid Abdi et al. (2021).



Sumber: Data Diolah, 2024

Gambar 2. Path Diagram

Berdasarkan hasil pengolahan data yang ditampilkan pada Tabel 1 Smartpls 4, semua indikator yang termasuk dalam penelitian ini memiliki nilai outer loading lebih besar dari 0,70. Variabel dependen penelitian ini adalah daya beli konsumen (Y), dan variabel independennya adalah tarif progresif PKB, PPnBM, dan PPN. Apabila nilai outer loading sebesar 0,70, maka indikator-indikator pada variabel tersebut dinyatakan telah memenuhi syarat Convergent Validity yaitu cukup dan baik. Hal ini memungkinkan penelitian untuk dilanjutkan ke tahap uji validitas berikutnya.

Tabel 1.
Cross Loading

Variabel	Indikator	PPN X1.	PPnBM X2.	PKB X3.	DayaBeli Y1.	Keterangan
PPN (X1)	X1.1	0,77				Valid
	X1.2	0,71				Valid
	X1.3	0,81				Valid
	X1.4	0,79				Valid
	X1.5	0,84				Valid
	X1.6	0,78				Valid
PPnBM (X2)	X2.1		0,76			Valid
	X2.2		0,79			Valid
	X2.3		0,84			Valid
	X2.4		0,78			Valid
	X2.5		0,81			Valid
	X2.6		0,71			Valid
PKB (X3)	X3.1			0,78		Valid
	X3.2			0,71		Valid
	X3.3			0,78		Valid
	X3.4			0,81		Valid
	X3.5			0,86		Valid
DAYA BELI (Y)	Y1.1				0,74	Valid
	Y1.2				0,78	Valid
	Y1.3				0,71	Valid
	Y1.4				0,80	Valid
	Y1.5				0,74	Valid
	Y1.6				0,73	Valid"

Sumber: Data Diolah, 2024

Menilai *discriminant validity*, selain menggunakan angka cross loading juga dilakukan pengujian dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE setiap konstruk dalam model dengan korelasi antar konstruk lainnya. Tabel 1 menunjukkan nilai akar kuadrat AVE dari suatu konstruk lebih besar daripada korelasi antar kosntruk maka pengujian *discriminant validity* telah terpenuhi.

Tabel 2.
Composite Reability

Variabel	Reabilitas Komposit
PPN (X1)	0,90
PPnBM (X2)	0,90
PKB (X3)	0,89
Daya Beli (Y1)	0,88

Sumber: Data Diolah, 2024

Indikator dianggap reliabel jika memenuhi kriteria yang dikemukakan oleh Al Gazali (2024) yaitu *Composite Reliability* dan nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,70 atau lebih tinggi (Setiabudhi *et al.*, 2024). Menurut Hasibullah *et al.* (2020), diperlukan nilai AVE yang lebih tinggi dari 0,50. Dalam pengujian reliabilitas variabel, nilai Cronbach alpha yang lebih besar dari 0,70 dianggap memuaskan. Semua konstruksi dinyatakan telah memenuhi kriteria reliabel, seperti yang ditunjukkan pada tabel 1, dengan skor composite reliability lebih tinggi dari 0,9. Keempat faktor tersebut diukur secara konsisten oleh semua indikator.

Tabel 3.
Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha
PPN (X1)	0,87
PPnBM (X2)	0,87
PKB (X3)	0,85
Daya Beli (Y1)	0,85

Sumber: Data Diolah, 2024

Menurut (Setiabudhi *et al.*, 2024) suatu variabel diakui teruji atau reliabel jika memiliki nilai *composite realibility* diatas 0,70, berdasarkan data yang disajikan pada tabel 3 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70. Seluruh indikator memiliki kekonsistenan dalam mengukur keempat variabel penelitian.

Tabel 4.
Rata-Rata Varians Diekstrak (AVE)

Variabel	Rata-Rata Varians Diekstrak (AVE)
PPN (X1)	0,62
PPnBM (X2)	0,61
PKB (X3)	0,63
Daya Beli (Y1)	0,57

Sumber: Data Diolah, 2024

Menurut Setiabudhi *et al.* (2024) suatu variabel dinyatakan teruji atau reliabel apabila memiliki nilai AVE minimal 0,50. Berdasarkan data yang dihasilkan pada tabel 4 menunjukkan bahwa nilai AVE seluruh variabel lebih dari 0,50 sehingga semua variabel dinyatakan reliabel. Semua indikator dapat mencerminkan keempat variabel yang diukur. Jika semua indikator distandarkan, maka nilai AVE akan sama dengan rata-rata nilai *block communalities*.

Tabel 5.
Hasil Uji R-Square

Variabel	R- Square	Adjusted R-square
Daya Beli (Y1)	0,285	0,265

Sumber: Data Diolah, 2024

Hasil analisis tabel 5 menunjukkan bahwa nilai R-Square diperoleh sebesar 0,285 dipersentasekan sebesar 28,5 persen. Disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 28,5 persen.

Tabel 6.
Hasil Uji F-Square

Variabel	Daya Beli (Y)	Keterangan
PPN (X1)	0,028	Lemah
PPnBM (X2)	0,038	Lemah
Daya Beli (X3)	0,071	Lemah

Sumber: Data Diolah, 2024

Nilai *F-Square* digunakan untuk mengetahui seberapa penting relatif setiap variabel. Menurut (Al Gazali, 2024) nilai *F-Square* dalam penelitian ini Kurnaini & Rahmawati (2024) adalah sebagai berikut. Jika nilai *F-Square* lebih besar atau sama dengan 0,35 maka variabel laten dianggap memiliki pengaruh yang cukup besar. Jika nilai *F-Square* berada di antara 0,15 dan 0,35 yang menunjukkan pengaruh sedang, maka variabel laten dikatakan ada. Dengan nilai *F-Square* antara 0,02 dan 0,15 variabel laten dianggap memiliki pengaruh yang lemah.

Hasil tabel 6 menunjukkan bahwa nilai *F-Square* variabel X1 memiliki nilai 0,028, artinya variabel Pajak Pertambahan Nilai (X1) memiliki pengaruh parsial yang lemah terhadap variabel daya beli. Nilai *F-Square* variabel Pajak Penjualan Atas Barang Mewat (X2) nilai 0,038, artinya variabel X2 memiliki pengaruh parsial yang lemah dan nilai *F-Square* variabel Pajak Kendaraan Bermotor (X3) memiliki nilai 0,071, artinya variabel X3 memiliki pengaruh parsial yang lemah.

Tabel 7.
Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
PPN (X1) -> Daya Beli (Y1)	0,28	0,26	0,12	2,33	0,02
PPnBM (X2) -> Daya Beli (Y1)	0,21	0,24	0,10	2,03	0,04
PKB (X3) -> Daya Beli (Y1)	0,28	0,31	0,13	2,07	0,01

Sumber: Data Diolah, 2024

Pengujian hipotesis digunakan untuk mengukur tingkat signifikansi dengan melihat nilai *path coefficient* atau inner model. Untuk melihat tingkat signifikansi keterdukungan hipotesis dapat melakukan perbandingan nilai t-table dan t-statistic. Apabila t-statistik lebih tinggi dibanding t-table maka hipotesis terdukung, dengan tingkat keyakinan 95 persen (alpha 10 persen atau 0,1) maka nilai t-tabel untuk hipotesis (One-tailed) yaitu $\geq 1,96$ Hair et al. (2017).

Menurut Menurut Al Gazali (2024) hipotesis akan diterima apabila nilai P-Values lebih kecil dari 0,1 dengan tingkat taraf 10 persen. Pengujian H1 pada model struktural menyatakan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (X1) berpengaruh positif terhadap Daya Beli Kendaraan Bermotor (Y). Berdasarkan nilai *original sample* 0,282 (positif), nilai *T-Statistic* konstruk adalah sebesar 2,332 (>1.96) dan nilai *p-values* yaitu $0.020 < 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh

secara signifikan terhadap minat masyarakat. Maka H1 diterima. Pengujian H2 pada model struktural menyatakan bahwa Pajak Penjualan atas Barang Mewah (X2) berpengaruh positif terhadap Daya Beli Kendaraan Bermotor (Y). Berdasarkan nilai *original sample* 0,217 (positif), nilai *T-Statistic* konstruk adalah sebesar 2,034 (>1.96) dan nilai *p-values* yaitu $0,042 < 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat. Maka H2 diterima. Pengujian H3 pada model struktural menyatakan bahwa Tarif Progresif Pajak Kendaraan Bermotor (X3) berpengaruh positif terhadap Daya Beli Kendaraan Bermotor (Y). Berdasarkan nilai *original sample* 0,283 (positif), nilai *T-Statistic* konstruk adalah sebesar 2,074 (>1.96) dan nilai *p-values* yaitu $0,019 < 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap minat masyarakat, maka H3 diterima Setiabudhi *et al.* (2024).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjangkau pendapat dari seratus orang yang berdomisili di Kabupaten Lombok Tengah mengenai dampak kebijakan kenaikan pajak pertambahan nilai (X1) sebesar 12 persen kenaikan pajak penjualan atas barang mewah (X2) sebesar 12 persen, dan tarif kendaraan bermotor progresif (X3) terhadap daya beli kendaraan bermotor roda empat (Y). Hal ini menunjukkan bahwa pajak pertambahan nilai (PPN) memiliki pengaruh positif terhadap daya beli konsumen. Tarif PPN sebesar 12 persen yang dikenakan pada setiap konsumsi masyarakat merupakan suatu kebijakan pemerintah yang nantinya akan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Setiap orang membutuhkan penghargaan prestise dari lingkungannya. Kepemilikan kendaraan bermotor roda empat tentu saja akan menambah prestise pemilikinya. Ketika membeli sebuah kendaraan bermotor roda empat, masyarakat akan mengutamakan kualitas dari kendaraan yang akan dibelinya. Semakin bagus kualitas kendaraan tersebut, semakin tinggi pula prestise pemilikinya yang tentu saja akan menyebabkan harga dari kendaraan tersebut semakin tinggi. Semakin tinggi harga sebuah kendaraan bermotor roda empat, maka nilai PPN pada kendaraan tersebut akan semakin tinggi juga Pramesti & Supadmi (2017)

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaifudin (2022) ; Pramesti & Supadmi (2017) bahwa PPN (X1) memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya beli masyarakat (Y). Semakin tinggi tarif PPN yang dikenakan maka berarti harga jual kendaraan juga tinggi. Sebagian masyarakat cenderung memilih kendaraan dengan harga yang tinggi guna mendapatkan pengakuan di lingkungannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima. Selanjutnya penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Idha Rosidi (2017) menyatakan bahwa pajak pertambahan nilai (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen (Y). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasibullah *et al.* (2020) menyatakan bahwa pengenaan PPN tidak terlalu diperhitungkan dalam memprediksi daya beli konsumen, sebab membuktikan bahwa PPN tidak mempunyai pengaruh pada daya beli konsumen. Hal ini karena tarif Pajak Pertambahan Nilai yang relatif kecil tidak akan mempengaruhi daya beli konsumen. variabel PPN tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap daya beli konsumen pada roda empat.

Pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya beli konsumen roda empat. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang searah antara PPnBM dengan Daya beli konsumen roda empat. Pengenaan pajak penjualan atas barang mewah berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. Artinya semakin tingginya nilai jual suatu kendaraan yang dikenakan pajak penjualan atas barang mewah yang tarifnya lebih tinggi dari pajak pertambahan nilai, atau semakin mewah kendaraan tersebut secara signifikan akan mempengaruhi daya beli konsumen kendaraan bermotor. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syaifudin (2022) menyatakan bahwa PPnBM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya beli masyarakat, semakin mahal dan semakin mewah kendaraan tersebut secara signifikan akan mempengaruhi daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima. Selanjutnya Hasibullah *et al.* (2020) ; Pramesti & Supadmi (2017) juga menyatakan PPnBM berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya beli konsumen roda empat . Hal ini menunjukkan

adanya hubungan yang searah antara PPnBM dengan Daya beli konsumen roda empat. Dan Idha Rosidi (2017) menyatakan bahwa pajak pertambahan nilai memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen. Harga kendaraan bermotor roda empat menjadi semakin tinggi setelah dikenakan pajak atas penjualan barang mewah yang dimana tarifnya lebih tinggi dari pajak pertambahan nilai, semakin mewah kendaraan tersebut maka tarif pajak yang dibebankan akan semakin tinggi dan akan mempengaruhi daya beli konsumen. Kebutuhan status sosial masyarakat sangat menentukan pembelian kendaraan bermotor.

Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa tarif progresif pajak kendaraan bermotor (PKB) berpengaruh positif terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat, artinya hipotesis 3 diterima. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramesti & Supadmi (2017)) menyatakan bahwa bahwa PKB memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya beli masyarakat, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima. Selanjutnya, hasil penelitian Hasibullah et al. (2020) menyatakan bahwa adanya hubungan yang searah antara PKB Tarif progresif dengan daya beli konsumen roda empat. Masyarakat akan tetap membeli kendaraan bermotor walaupun terjadi peningkatan jumlah beban pajak yang dikenakan karena masyarakat masih mampu untuk membayar beban pajak. Maka PKB tarif Progresif berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap daya beli konsumen roda empat. Hal ini Berbeda dengan hasil Idha Rosidi (2017) menyatakan bahwa dengan adanya tarif progresif, daya beli konsumen terhadap kendaraan bermotor roda empat menurun. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh status sosial, ekonomi dan kebutuhan masyarakat terhadap kendaraan bermotor sangatlah tinggi. Maka pajak kendaraan bermotor (PKB) tidak berpengaruh terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pajak pertambahan nilai (X1) , pajak penjualan barang mewah (X2), dan tarif pajak kendaraan progresif (X3), memengaruhi daya beli kendaraan bermotor roda empat (mobil). Hal ini menunjukkan bahwa pajak pertambahan nilai berdampak pada kemampuan konsumen untuk berbelanja. Keyakinan bahwa mobil yang lebih mahal mencerminkan status sosial yang lebih tinggi menyebabkan peningkatan daya beli konsumen, yang pada gilirannya menyebabkan biaya kendaraan bermotor naik karena pajak pertambahan nilai. Menaikkan pajak penjualan untuk barang-barang mewah secara substansial meningkatkan pengeluaran diskresioner. Ternyata, menaikkan pajak penjualan barang mewah tidak akan terlalu merugikan daya beli konsumen. Label harga yang lebih besar menunjukkan status yang lebih tinggi untuk kendaraan, yang meningkatkan pengeluaran konsumen, dan demikian mempengaruhi tingkat kehidupan masyarakat. Akibatnya, pajak penjualan atas barang mewah berdampak signifikan pada kemampuan konsumen untuk berbelanja. Sebagai hasil dari PKB, kemampuan konsumen untuk membelanjakan uang meningkat. Hasil semacam ini konsisten dengan studi yang menunjukkan bahwa orang akan terus membeli mobil terlepas dari tarif PKB. Masyarakat tidak peduli dengan tarif pajak selama masih bisa diatur Syaifudin (2022).

Beberapa jalan untuk penyelidikan di masa mendatang dapat diidentifikasi dari temuan studi ini. Untuk memulai, harus ada penyelidikan lebih lanjut tentang bagaimana konsumen menanggapi undang-undang yang berkaitan dengan pajak kendaraan bermotor. Meskipun pajak yang dikenakan cukup tinggi, daya beli konsumen tetap meningkat, yang menunjukkan adanya faktor psikologis dan sosial yang turut memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian mendatang dapat menggali lebih dalam mengenai motivasi konsumen dalam membeli kendaraan bermotor, terutama yang berkaitan dengan status sosial dan persepsi terhadap nilai suatu kendaraan. Selain itu, studi jangka panjang mengenai dampak pajak terhadap pertumbuhan pasar kendaraan bermotor juga perlu dilakukan. Hal

ini penting untuk mengetahui bagaimana tren daya beli konsumen dalam jangka waktu yang lebih panjang serta bagaimana perubahan kebijakan pajak dapat berpengaruh terhadap permintaan kendaraan bermotor di masa depan. Terakhir, penelitian selanjutnya dapat melakukan studi perbandingan dengan negara lain untuk memahami efektivitas kebijakan pajak kendaraan bermotor di Indonesia. Dengan membandingkan sistem perpajakan di negara lain, dapat ditemukan strategi yang lebih optimal dalam menerapkan kebijakan pajak yang mendukung daya beli masyarakat tanpa mengurangi pemasukan negara dari sektor pajak. Dengan berbagai penelitian lanjutan ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara kebijakan pajak dan daya beli konsumen kendaraan bermotor, sehingga kebijakan yang diterapkan dapat lebih efektif dan berkelanjutan.

REFERENSI

- Al Gazali, J. S. H. F. (2024). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Kondisi Keuangan, dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Yang Terdaftar Di KPP Pratama Cibinong, Ciawi, dan Kota Bogor*. <https://doi.org/https://jatama-feb.unpak.ac.id/index.php/jatama/article/view/121>
- Al Islami, A. N. (2023). *Pengaruh Kenaikan tarif PPN, Literasi Pajak, dan Literasi Keuangan terhadap Potensi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN)*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/72250>
- Abdi, N. L. P. N. D., Pradnyani, P. R. S., & Suprpto, P. A. (2022). Pengaruh insentif pajak, kualitas pelayanan, dan pemahaman perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak UMKM. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(02). <https://doi.org/10.24843/EEB.2022.v11.i02.p08>
- Alena Wuisan Octria Christania, R. T. L. L. D. (2023). Analisis Dampak Implementasi Peraturan Menteri Keuangan Nomor 20/PMK.010/2021 Tentang PPnBM 0% Pada PT. Hasrat Abdi ToyotaA. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 11. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i4.52990>
- DJP. (2025). *PPN 2025: Kebijakan Baru, Beban Pajak Tetap Ringan untuk Masyarakat*. <https://stats.pajak.go.id/index.php/id/siaran-pers/ppn-2025>
- Farrelly, O., & Putri, J. S. (2022). *Analisis Mengenai Penggolongan dan Sifat Pajak Yang Berlaku Dalam Sistem Perpajakan Di Indonesia*. <https://www.researchgate.net/profile/Farrelly-Sukma-Putri/publication/365072883>
- Febiola, L. (2024). Analysis of Perception of Individual Taxpayers Regarding The Rates Increase Policy Value-Added Tax to 12% in 2025. *Journal of Social and Economics Research*, 6(1). <https://idm.or.id/JSER/index>.
- Hasibullah Nurul Arifin, M. S. M. (2020). Analisis Pengaruh PPn, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting Finance (JFA)*, 1(1). <https://doi.org/10.52103/jaf.v1i1.119>
- Idha Rosidi. (2017). *THE INFLUENCE PF VALUE ADDED TAX (VAT), SALES TAX ON LUXURY GOODS, AND PROGRESSIVE TAX ON MOTOR VEHICLES ON CONSUMER PURCHASING POWER*. <http://repository.unj.ac.id/24401/1/8335132449> SKRIPSI.
- Ilham, M., Armin, K., Pratama Putra, D., & Akuntansi dan Universitas Tridianti Palembang, J. (2024). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN, Literasi Pajak, Dan Literasi Keuangan Terhadap Potensi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang. *JURNAL MANEKSI*, 13(2). <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2189>
- Kasim, E. S. (2020). *Influence of Sales Tax on Luxury Goods Increase on Consumer Spending of Motor Vehicles*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.201222.014>
- Kurnaini, A. F., & Rahmawati, I. D. (2024). *Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Daya Beli Masyarakat di Kabupaten Sidoarjo*. 2(3), 45–56. <https://doi.org/10.59061/masip.v2i3.737>
- Laporan Anggaran Pemerintah Tahun. (2023). *Laporan Anggaran Pemerintah Tahun 2023*. <https://anggaran.kemenkeu.go.id/api/Medias/7>
- Liza Asri, Uzlah Hansel Bahrin Hasibuan, & Widiya Indah Lestari. (2024). Analisis Pengaruh Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor. *Jurnal Pajak Dan Analisis Ekonomi Syariah*, 1(3), 197–205. <https://doi.org/10.61132/jpaes.v1i3.296>
- Lubis, P., & Solikin, A. (2024). Analisis Perbandingan Pertumbuhan Pendjualan Kendaraan Bermotor Tertentu Sebelum dan Setelah Insentif PPnBM DPT. *JURNAL INFORMASI, PERPAJAKAN, AKUNTANSI, DAN KEUANGAN PUBLIK*, 19(1), 123–144. <https://doi.org/10.25105/jipak.v19i1.18534>

- Luthfiantika ayu nabila, H. I. (2023). Dampak Implementasi Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Kemampuan Pembelian Konsumen dengan Pendapatan Terbatas. *Jurnal Akuntansi Modern, PPNbm*. <https://journalpedia.com/1>
- Menteri Keuangan Republik Indonesia. (2024). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 131 Tahun 2024*. <https://peraturan.bpk.go.id>
- Syaifudin, M. V. (2022). Pengaruh Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM), dan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) Pada Kendaraan Roda Empat Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Malang. *Sekripsi*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/49797>
- Nurul Arfiah Hasibullah, M. M. S. (2020). Analisis Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Makassar. *Journal of Accounting Finance (JFA)*, 1(1). <https://doi.org/10.52103/jaf.v1i1.119>
- Pramesti, S. A. P. D., & Supadmi, N. L. (2017). Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB Tarif Progresif Pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18, 674-704. <https://doi.org/10.24843/EEB.2017.v18.i01>
- Pratama, R. A., & Rezki, J. F. (2022). *Bagaimana Dampak Kebijakan Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah Terhadap Kinerja Industri Kendaraan Bermotor? Bukti Dari Indonesia*. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i1.1582>
- Rochmawati, A. (2022). Pengaruh pengetahuan perpajakan, pemahaman wajib pajak, kesadaran wajib pajak, ketegasan sanksi perpajakan terhadap kepatuhan wpop. *Jurnal Universitas Udayana*. <https://doi.org/10.24843/EEB.2022.v11.i09.p08>
- Santoso, A. T., & Ratnawati, J. (2023). Pengaruh Ppn, Ppnbm, Dan Pkb Dengan Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat Di Kota Semarang. *Akuntansi Dewantara*, 7(1), 88-98. <https://doi.org/10.26460/ad.v7i1.13996>
- Setiabudhi, H., Suwono, M. A., Yudi, M. S., Setiawan, A., Karim, S., Hardani, P., & Duari, H. (2024). *Analisis Data Kuantitatif Dengan SamartPLS 4*. <https://isbn.perpusnas.go.id/bo-penerbit/penerbit/isbn/data/view-kgdt/1067644>
- UU No. 42 Tahun 2009. (2009). *UU Nomor 42 Tahun 2009*. <https://www.pajak.go.id/id/undang-undang-nomor-42-tahun-2009>
- Waroi, M., A Simanjuntak, A. M., & Noor Andriati, H. (2019). Pengaruh Pajak Kendaraan Bermotor tarif Progresif dan Pendapatan Wajib Pajak Terhadap Daya Beli Kendaraan Bermotor (Studi Empiris Di Kantor SAMSAT Kota Jayapura). In *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah* (Vol. 14, Issue 2). https://d1wqtxtslxzle7.cloudfront.net/71718323/1158-libre.pdf?1635153469=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPENGARUH+PAJAK+KENDARAAN+BERMOTOR+TARIF.pdf&Expires=1744620804&Signature=cyRgQoPPbmRujTYaXODJv1-eJrubYYjiTmP5w301SrSXTMK3oz9schp8-UHxNOm4wB-ERuQuuwdKHg~ktkcoRmdWK4sxxVUX3tulmrHFD1OuxFgn7L50x51FDetW6~yM6ZnFZP8DU4XRFB5OMXrGLUZ8~57P861pTbUPUoTgpn84Wye9YCMXOqUQRyTcMMxAqvTQVFyRlINBU~apI9QdhS5zH5RXUPO1TFWq2g7wgD-zDU5iznVVoYW2koBu6NeE1ytsu0-n9AsdcuFx0pIErHjNEJTTasxgKWebrWVhPMxL4tHVjZTz0z2qMhRYh0cjwLe-IzUh2bVzGO-Sczw_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA