

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia dalam menjalankan kehidupannya akan selalu bertemu dengan hal pemenuhan kebutuhannya. Dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan manusia akan melakukan perkembangan cara pemenuhan, hal itu terjadi akibat seiring makin beragamnya kebutuhan. Pada era sekarang yang digadang sebagai era revolusi 4.0, teknologi berkembang begitu cepat, dimana pemenuhan kebutuhan manusia menjadi lebih praktis dan modern. Teknologi diciptakan untuk membantu mempermudah pekerjaan manusia dalam melakukan aktivitas, serta meningkatkan produktifitas pada dunia digital dengan sangat cepat.

Seiring dengan perkembangan teknologi maka permintaan akan barang elektronik juga muncul. Hal ini menyebabkan terjadinya kegiatan ekonomi yaitu jual dan beli. Semakin banyak kebutuhan akan barang – barang elektronik maka semakin tinggi pula permintaan akan barang elektronik. Dengan adanya kegiatan ekonomi tersebut akan berdampak pada kemajuan dari suatu negara. Kemajuan tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek, sebagai contoh penerimaan negara.

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang terbesar dari berbagai sumber penerimaan lainnya. Dimana pajak digunakan dalam meningkatkan pembangunan untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat.

Hal ini berkaitan dengan pembukaan Undang – Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 alinea keempat yang salah satu maknanya yaitu untuk memajukan kesejahteraan umum. Maka, atas dasar inilah pemerintah harus melakukan upaya dalam mensejahterakan rakyat, diantaranya dengan memberlakukan pajak.

Adapun salah satu jenis pajak yang ada di Indonesia yakni Pajak Pertambahan Nilai atau biasa kita kenal dengan PPN. PPN itu sendiri merupakan jenis pajak tidak langsung yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa didalam negeri. Barang dan jasa yang dikenakan PPN tersebut dinamakan Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP). PPN memiliki sifat yang objektif sehingga pengenaanya hanya berdasarkan objek bukan dilihat dari subjek yang mengkonsumsi barang atau jasa. Dengan begitu PPN memuat unsur regresif, yaitu semakin tinggi kemampuan

konsumen maka semakin ringan pula beban pajak yang dibebankan, dan berkebalikan dari itu kemampuan konsumen yang rendah akan membuat beban pajak terasa berat.

Upaya menekan dampak regresif itu pemerintah membuat peraturan lain yakni tertuang dalam Undang – Undang No. 18 Tahun 2000 yang menegaskan bahwa konsumsi barang kena pajak yang tergolong mewah selain dikenakan PPN juga dikenakan yang namanya Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM). PPnBM ini dikenakan pada barang yang tergolong mewah yang dilakukan oleh produsen ataupun importir.

Pajak Pertambahan Nilai merupakan salah satu pajak yang memberikan kontribusi cukup besar pada penerimaan suatu negara. Pajak Pertambahan Nilai yang menggantikan Pajak Penjualan 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) Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM). (Claudya, 2015)

Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) tidak dapat dikenakan tersendiri tanpa adanya Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan dipungut hanya satu kali pada sumbernya yaitu pada tingkat pabrikaan, atau pada waktu barang impor. Karena hal tersebut PPnBM merupakan pajak yang kurang populer dimasyarakat. Hal sekarang yang menjadi masalah dalam barang mewah datang pada pengertian barang mewah itu sendiri. Hal tersebut bisa dikatakan demikian, karena telah terjadi pergeseran dan perubahan didalam masyarakat. Sebagai contoh, beberapa puluh tahun lalu ponsel ataupun telepon genggam merupakan barang yang mewah. Dahulu, yang memiliki ponsel ataupun telepon genggam sangatlah terbatas. Orang – orang yang memilikinya adalah orang yang berpenghasilan diatas rata – rata. Karena selain harganya yang mahal juga belum banyak ditemui penjual ponsel.

Hal ini berbanding terbalik dengan keadaan sekarang, banyak masyarakat dari segala lapisan yang telah memiliki ponsel. Bukan hanya untuk gaya hidup tapi juga untuk kebutuhan sehari – hari. Suatu kelompok barang yang kena pajak barang mewah adalah barang elektronika. Barang elektronika yang dikenakan PPnBM antara lain TV diatas 21 inch, *air conditioner* (AC), *radio cassette*, mesin cuci, alat perekam atau reproduksi gambar, alat fotografi, dan lain – lain.

Table 1.1. Realisasi Penerimaan Negara(Milyar Rupiah), 2020 - 2022

| Sumber Penerimaan Keuangan | Realisasi Penerimaan Negara (Milyar) | | |
|---|--------------------------------------|--------------|--------------|
| | 2020 | 2021 | 2022 |
| I. Penerimaan | 1.628.950,53 | 2.006.334,00 | 2.443.182,70 |
| Penerimaan Perpajakan | 1.285.136,32 | 1.547.841,10 | 2.016.923,70 |
| Pajak Dalam Negeri | 1.248.415,11 | 1.474.145,70 | 1.960.582,50 |
| Pajak Penghasilan | 594.033,33 | 696.676,60 | 935.068,60 |
| PPN dan PPnBM | 450.328,06 | 551.900,50 | 740.053,60 |
| Pajak Bumi dan Bangunan | 20.953,06 | 18.924,80 | 31.311,00 |
| Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Cukai | 176.309,31 | 195.517,80 | 245.449,80 |
| Pajak Lainnya | 6.790,79 | 11.126,00 | 8.699,50 |
| Pajak Perdagangan Internasional | 36.721,21 | 73.695,40 | 56.341,10 |
| Bea Masuk | 32.443,50 | 39.122,70 | 47.528,50 |
| Pajak Ekspor | 4.277,71 | 34.572,70 | 9.012,70 |
| Penerimaan Bukan Pajak | 343.814,21 | 458.493,00 | 426.259,10 |
| Penerimaan Sumber Daya Alam | 97.225,07 | 149.489,40 | 188.744,80 |
| Pendapatan dari Kekayaan Negara yang dipisahkan | 66.080,54 | 30.496,80 | 44.068,10 |
| Penerimaan Bukan Pajak lainnya | 111.200,27 | 152.504,00 | 110.429,80 |
| Pendapatan Badan Layanan Umum | 69.308,33 | 126.002,80 | 83.016,40 |
| II. Hibah | 18.832,82 | 5.013,00 | 409,40 |
| Jumlah | 1.647.783,34 | 2.011.347,10 | 2.443.592,20 |

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2022

Berdasarkan dari data yang didapati melalui situs Badan Pusat Statistika, kita dapat melihat bahwa Pajak Pertambahan Nilai dan juga Pajak Penjualan atas Barang Mewah memberikan kontribusi yang cukup besar kepada penerimaan negara. dimana pada tahun 2022, Pajak Pertambahan Nilai dan juga Pajak Penjualan atas Barang Mewah mencapai 740.053,60 milyar rupiah. Dan disetiap tahunnya dapat kita ketahui bahwa angka yang didapat dari Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah meningkat tiap tahunnya.

Berkaitan dengan sifat PPN yang objektif maka akan memunculkan Daya Beli Konsumen dimana telah diketahui PPN ini tidak melihat siapa yang mengkonsumsinya akan tetapi dilihat apa yang dikonsumsi. Daya beli konsumen merupakan kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk, daya beli juga mempunyai hubungan erat dengan suatu barang. Daya beli konsumen selama ini menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang luar biasa, dengan jumlah penduduk yang besar pemerintah sangat mengandalkan daya beli konsumen.(DESY FARINA, 2021)

Dikenakannya pajak terhadap barang *smartphone*, masyarakat sebagai konsumen harus lebih teliti dalam mengelola keuangan antara pendapatan dan pengeluaran yang berpengaruh terhadap daya beli atas barang *smartphone* sebagai barang kena pajak. Selain itu, pajak pertambahan nilai yang mulanya berkisar di angka 10% mengalami kenaikan pada 1 April 2022 menjadi 11% kenaikan 1% dari pajak ini kurang lebih akan mengakibatkan beberapa kenaikan harga. Maka dari itu menganalisis perubahan daya beli konsumen menjadi suatu fokus yang ingin diketahui dari penelitian ini.

Selain itu, kenaikan pajak pertambahan nilai ini didahului oleh peristiwa yang sangat mengguncang ekonomi dunia yakni virus corona atau bisa kita ketahui di sebut dengan Covid – 19. Peristiwa tersebut mengakibatkan banyak perusahaan dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mengalami banyak kerugian bahkan sampai ada yang tutup usaha. Besarnya dampak virus tersebut tidak kurang banyak menyebabkan terjadinya pemecatan kerja dari berbagai perusahaan, sehingga banyak masyarakat yang kehilangan pekerjaannya. Dengan demikian, masyarakat yang kehilangan pekerjaannya akan pula kehilangan pendapatannya. Hal ini juga pasti akan mengakibatkan perubahan dari daya beli masyarakat itu sendiri.

Berdasarkan laporan International Data Corporation (IDC) (2023) bertajuk *Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker* menunjukkan, pasar ponsel pintar alias *smartphone* Indonesia pada Kuartal – I 2023 terpantau masih lesu. Terjadi penurunan 11,9% dibandingkan kuartal yang sama pada tahun lalu. Dengan rincian Merk Samsung Kuartal – I 2022 sebanyak 2,1 juta unit Kuartal – I 2023 1,9 juta unit, Oppo Kuartal – I 2022 sebanyak 1,8 juta unit Kuartal – I 2023 1,8 juta unit, Vivo Kuartal – I 2022 sebanyak 1,5 juta unit Kuartal – I 2023 1,3 juta unit, Xiaomi Kuartal – I 2022 sebanyak 1,3 juta unit Kuartal – I 2023 sebanyak 1,1 juta unit, RealMe Kuartal – I 2022 sebanyak 1,1 juta unit, Kuartal – I 2023 sebanyak 800 ribu unit.

Melihat dari aspek tersebut memunculkan rasa keingintahuan yang besar untuk mengetahui seberapa besar dampak yang dihasilkan oleh kenaikan pajak pertambahan nilai tersebut dan juga pendapatan yang telah berubah karena banyaknya karyawan yang kehilangan pekerjaannya terhadap daya beli masyarakat saat ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dyah Ayuningtyas Tria Haspari (2010), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel PPN berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Begitu juga dengan hasil penelitian dari Fandy Prasertiyo Wibowo (2014) yang menyatakan bahwa secara parsial variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen (Wibowo, 2014). Begitu juga hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Fadilah (2012) menunjukkan bahwa variabel PPN berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen (Fadilah, 2012).

Dilihat dari penelitian sebelumnya, peneliti merasa bahwa penelitian ini penting karena daya beli adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi konsumen dalam membeli dan mengkonsumsi barang dan jasa. Dalam hal ini berkaitan dengan barang yang dikenakan pajak.

Dengan demikian, Penulis akan merumuskannya dalam skripsi yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pendapatan Terhadap Daya Beli Konsumen Pada Pembelian Smartphone (Studi Kasus : ITC ROXY MAS)*”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, dapat disimpulkan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai berdampak kepada daya beli konsumen
- b. Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai berdampak kepada daya beli konsumen
- c. Pendapatan masyarakat berdampak kepada daya beli konsumen

1.3. Batasan Masalah

Upaya peneliti membuat penelitian agar lebih fokus dan mendalam, maka penulis memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Oleh karena itu, penulis membatasi variabel hanya berkaitan dengan “ Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai dari 10% ke 11% dan pendapatan terhadap daya beli konsumen pada pembelian *smartphone*”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah diurai pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai terhadap daya beli konsumen ?
- b. Bagaimana pengaruh pendapatan terhadap daya beli konsumen?
- c. Bagaimana pengaruh Pajak Pertambahan Nilai dan pendapatan terhadap memengaruhi daya beli konsumen?

1.5. Tujuan dan Manfaat

Berasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dan manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kenaikan pajak pertambahan nilai terhadap daya beli konsumen pada pembelian smartphone di ITC ROXY MAS
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diakibatkan oleh kenaikan pajak pertambahan nilai terhadap daya beli konsumen pada pembelian smartphone di ITC ROXY MAS
- c. Untuk mengetahui pengaruh dari pendapatan terhadap daya beli konsumen pada pembelian smartphone di ITC ROXY MAS

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan referensi ataupun rujukan bagi penelitian berikutnya tentang pengaruh pajak pertambahan nilai terhadap daya beli konsumen

- b. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, serta pemahaman peneliti tentang pengaruh pajak pertambahan nilai terhadap daya beli konsumen.

- c. Bagi Pemerintah

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan rujukan dan informasi tambahan terhadap pengambilan kebijakan dikemudian hari, sehingga mampu menjaga daya beli konsumen guna menjaga perekonomian negara.