

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perdagangan bebas akan menjadi realitas di era globalisasi yang semakin dekat dan perusahaan harus siap dengan berbagai komponen produksi mereka. Perdagangan bebas merupakan berkurangnya kendala ataupun hambatan dalam hal perdagangan, baik yang bersifat tarif (ekspor dan impor) maupun non tarif (Dariah, 2005). Perusahaan harus mempersiapkan diri dengan baik karena dampak perdagangan bebas yang sekarang sulit dibendung dan akan dirasakan oleh semua negara di dunia. Para pelaku bisnis dituntut untuk menjadi lebih inovatif dan kreatif saat mereka mengembangkan usahanya untuk dapat siap menghadapi perkembangan globalisasi. Hal tersebut dapat terjadi karena setiap perusahaan tidak dapat bertahan tanpa keuntungan, usahawan harus berusaha untuk mencari keuntungan. Pemasaran, ujung tombak perusahaan, harus dilakukan dengan baik dan tepat waktu untuk mencapai target pasar dengan menghindari gangguan sekecil mungkin. Menurut Boudreaux (2019), perdagangan bebas dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para pihak yang ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Pembangunan nasional juga dilakukan secara aktif oleh Indonesia sebagai upaya mengikuti globalisasi. Perkembangan ekonomi dunia dipengaruhi oleh perdagangan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat nasional serta kepentingan industri ketergantungan internasional dan nasional. Pertumbuhan ekonomi dapat dipengaruhi oleh sektor industri (Azwina et al., 2023). Dengan meningkatnya sektor

industri di Indonesia, pertumbuhan ekonomi juga akan meningkat. Industri manufaktur menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia (Sianipar et al., 2023). Penjualan produk manufaktur yang bertambah dapat meningkatkan PDB negara. Hal tersebut dikarenakan penjualan suatu produk berkaitan erat dengan minat beli konsumen yang dapat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat.

Minat beli muncul ketika melakukan pembelian menimbulkan dorongan yang terus-menerus dalam pikiran dan menjadi suatu kegiatan yang sangat kuat. Pada akhirnya ketika seorang pembeli harus memenuhi kebutuhannya, itu akan mengaktualisasikan apa yang ada di dalam benaknya. Di Indonesia minat beli konsumen masih sangat mudah dipengaruhi oleh banyak faktor eksternal, seperti pandangan teman atau masyarakat, serta harga sebuah barang yang ditampilkan pada sebuah toko dan lain-lain. Untuk menarik minat beli konsumen tersebut dapat dilakukan dengan cara menyesuaikan harga produk yang akan dijual untuk seluruh kalangan (Tania et al., 2022). Cara tersebut dapat berpengaruh untuk menarik konsumen membeli produk yang dihasilkan.

Dampak dari upaya Indonesia dalam mengikuti era globalisasi tidak semuanya baik, karena seiring berjalannya waktu dan semakin bertumbuhnya jumlah penduduk yang ada di Indonesia, maka kebutuhan masyarakat juga semakin banyak. Hal tersebut mengakibatkan pemerintah harus menyediakan fasilitas kebutuhan tersebut. Indonesia menduduki peringkat ke-4 dalam jumlah penduduk terbanyak di dunia (databoks, 2023). Pada era globalisasi ini kendaraan sudah menjadi salah satu kebutuhan masyarakat, dengan jumlah pertumbuhan penduduk yang sangat cepat di Indonesia begitupun pertambahan jumlah kendaraan bermotor di Indonesia. Hal ini mengakibatkan permasalahan polusi yang sangat tinggi khususnya di Jakarta. Maka dari itu pemerintah mengupayakan untuk melakukan pemindahan penggunaan kendaraan bermotor dari bahan bakar gas menjadi kendaraan bermotor listrik yang terbukti menghasilkan emisi yang hampir tidak ada.

Selain sebagai salah satu kebutuhan masyarakat industri kendaraan bermotor di Indonesia merupakan salah satu industry yang memberikan pengaruh besar terhadap PDB (Pendapatan Domestik Bruto) Indonesia, berdasarkan data GAIKINDO (2019) industri otomotif di Indonesia memberikan pengaruh sebesar 3,98 persen terhadap pendapatan domestic bruto Indonesia. Sedangkan dampak dari pandemi Covid-19 sangatlah signifikan hingga penjualan kendaraan bermotor turun hingga 50 persen dari dalam negeri dan luar negeri, karena pandemi Covid-19 PDB Indonesia juga ikut berturun secara signifikan (Kurniawan, 2020)

Awal mula masuknya kendaraan bermotor ke Indonesia dimulai pada tahun 1904 dibawa oleh seorang warga negara asal Belanda. Hingga pada tahun 1960-1970 permintaan pada kendaraan bermotor melanjak tinggi sehingga banyak perusahaan kendaraan bermotor asing masuk ke Indonesia dan mulai berinvestasi pada pasar kendaraan bermotor di Indonesia, lalu pada 2012 silam kendaraan bermotor sudah hampir dapat diakses oleh seluruh warga negara Indonesia dan hampir menjadi sebuah kebutuhan pokok. Hingga pada akhirnya di tahun 2018 teknologi sudah berkembang sehingga kendaraan bermotor tidak lagi menggunakan mesin minyak bumi, tetapi menggunakan mesin elektrik yang menghasilkan daya gerakanya dari tenaga Listrik (Auto2000, 2023).

Jenis Kendaraan	Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Kendaraan (unit) di Provinsi DKI Jakarta		
	2020 ¹⁾	2021 ¹⁾	2022 ¹⁾
Mobil Penumpang	3 365 467	3 544 491	3 766 059
Bus	35 266	36 339	37 180
Truk	679 708	713 059	748 395
Sepeda Motor	16 141 380	16 711 638	17 304 447
Jumlah	20 221 821	21 005 527	21 856 081

Catatan : Angka 2022 angka sementara Sumber: Kepolisian Republik Indonesia (Korlantas POLRI)

Gambar 1.1 Jumlah Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta

Sumber: BPS (2022)

Berdasarkan data dari BPS (Badan Pusat Statistik) penggunaan kendaraan bermotor di DKI Jakarta mengalami kelonjakan yang signifikan sejak tahun 2020 hingga sekarang pada

tahun 2020 dalam DKI Jakarta terdaftar sebanyak 20.221.821 unit kendaraan bermotor kemudian pada tahun 2021 jumlah tersebut bertambah 783.706 unit sehingga jumlah kendaraan bermotor yang terdaftar ada sebanyak 21.005.527 unit angka tersebut kemudian bertambah lagi pada tahun 2022 terdaftar sebanyak 21.856.081 unit kendaraan bermotor yang terdaftar (BPSJakarta, 2024). Pada tahun 2024 di bulan Februari, data Gabungan Industri Kendrin Bermotor Indonesia (GAIKINDO) menunjukkan bahwa penjualan kendaraan bermotor menurun hingga 18% dibandingkan periode dibulan yang sama pada tahun lalu pada tahun sebelumnya di bulan yang sama jumlah kendaraan bermotor yang terjual sebanyak 86.167 unit menjadi 70.657 unit di tahun 2024 (GAIKINDO, 2024).

Dan data menurut GAIKINDO (2024), menyebutkan bahwa penjualan pabrik ke dealer mobil listrik nasional mencapai 7.745 unit hingga April 2024 silam. Penjualan kendaraan bermotor listrik pada Januari 2024 mencapai 2.334 unit, Februari 2024 mencapai 1.444 unit, lalu pada Maret 2024 mengalami peningkatan hingga 2.140 unit terjual, dan pada April 2024 mencapai 1.827 unit.

Fluktuasi ini dapat terjadi karena persepsi masyarakat terhadap kendaraan bermotor listrik yang masih beragam, persepsi masyarakat terhadap motor listrik masih terbagi dalam dua klasifikasi, yang menganggap bahwa kendaraan listrik adalah perubahan positif dan yang menganggap bahwa kendaraan listrik sebuah perubahan negative, selain hal tersebut fluktuasi penjualan dapat terjadi karena ketakutan masyarakat terhadap PPN dan PKB yang harus dibayarkan pada saat memiliki kendaraan bermotor, dan yang terakhir adalah harga kendaraan bermotor listrik masih relatif mahal sehingga hanya golongan tertentu dari masyarakat yang sanggup untuk membeli kendaraan bermotor listrik. (Pratama, 2020)

Untuk mendukung penjualan kendaraan bermotor di Indonesia pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No.73 Tahun 2019 mobil listrik dikategorikan menjadi tiga mobil listrik

murni, mobil listrik *Plug-in Hybrid Electric Vehicle*, mobil listrik model *hybrid* dan hal ini memengaruhi Pajak Kendaraan Bermotor dimana mobil listrik murni mendapatkan insentif 0% untuk tahap I dan II, mobil listrik *Plug-in Hybrid Electric Vehicle* mendapatkan insentif 5% untuk tahap I dan mobil listrik model *hybrid* mendapatkan insentif 8% untuk tahap II. Selain Peraturan Pemerintah No.73 Tahun 2019, Peraturan Pemerintah No.74 Tahun 2021 juga membahas mengenai perpajakan kendaraan bermotor listrik dimana didalamnya tertulis bahwa segala kendaraan yang menggunakan teknologi baterai akan dikenakan PPnBM sebesar 15% (Septiana, 2024). Ketua GAIKINDO I Jongkie Sugiarto mengatakan bahwa insentif kendaraan listrik diberikan sebagai upaya mendorong penjualan kendaraan bermotor listrik di Indonesia, merujuk data yang ada dari GAIKINDO penjualan kendaraan listrik di Indonesia masih mengalami fluktuasi yang tidak stabil, penjualan kendaraan bermotor listrik di Indonesia belum mengalami uptrend yang berarti penjualan terus meningkat. (Reza, 2024)

Selain pemberian insentif pada kendaraan bermotor listrik pada April 2024 dalam upaya pematuhan pajak terhadap masyarakat yang memiliki kendaraan bermotor BAPENDA (Badan Pendapatan Daerah) mengadakan pemutihan pajak kendaraan bermotor yang diadakan selama bulan April hingga Desember 2024, sebelumnya ditahun 2022 diadakan pemutihan pajak kendaraan bermotor yang sama dan tercatat sebanyak 2.276.000 wajib pajak mengikuti pemutihan tersebut. Pemutihan pajak ini adalah salah satu upaya kepolisian dalam melakukan taat pajak dengan memberikan potongan kepada wajib pajak yang sebelumnya belum mendaftarkan kendaraannya atau yang memiliki kendaraan dengan pajak nonaktif. Beberapa persyaratan yang harus dilengkapi untuk mengikuti pemutihan pajak kendaraan bermotor ini adalah KTP (Kartu Tanda Penduduk), STNK (Surat Tanda Nomor Kendaraan), dan SKKP (Surat Ketetapan Kewajiban Pembayaran) (Putri & Nugroho, 2024).

Pemutihan STNK yang dilakukan oleh BAPENDA telah diadakan sebelum-sebelumnya sebagai salah satu upaya pemerintah dalam melakukan taat pajak kendaraan bermotor di

kalangan masyarakat, Ulya (2022) mengatakan bahwa upaya yang dilakukan pemerintah daerah adalah dengan memberikan insentif pajak melalui program pemutihan dengan tujuan untuk mendorong wajib pajak yang belum memenuhi ketaatan pajaknya dengan memberi keringanan sanksi keterlambatan pembayaran selama periode pemutihan tersebut. Kebijakan pemutihan pajak tertera dalam Peraturan Gubernur Sumateera Utara Nomor 45 Tahun 2020 tentang Keringanan Sanksi Administratif PKB dan BBNKB atas penyerahan II dan seterusnya tertanggal 12 Oktober 2020, Peraturan Gubernur Nomor 64 tahun 2015, tentang Pemberian Pembebasan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) atas penyerahan kedua dan sebaliknya. Peraturan pemutihan Pajak Kendaraan Bermotor serta Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor diatur berdasarkan keputusan gubernur daerah dari setiap masing-masing daerah, karena Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor merupakan PAD (Pendapatan Asli Daerah) dan merupakan salah satu bentuk otonomi daerah yang dijalankan di Indonesia.

Pergejolakan pada jumlah penjualan unit kendaraan bermotor ini dapat disamakan dengan perubahan minat beli kendaraan bermotor pada masyarakat dan dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Faktor pertama yang dapat mempengaruhi minat beli kendaraan bermotor adalah PPN berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni & Mudiarti (2022) pada penelitiannya yang meneliti tentang pengaruh kebijakan PPN & PPnBM terhadap minat beli kendaraan bermotor disebutkan bahwa PPn memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli kendaraan bermotor, masyarakat yang kurang mengerti kebijakan PPN akan menjadi lebih enggan membeli kendaraan bermotor karena ketakutannya akan tarif PPN yang harus dibayarkan, hal ini dapat menurunkan minat beli masyarakat terhadap kendaraan bermotor.

Faktor lainya yang dapat memengaruhi minat beli kendaraan bermotor adalah PKB (Pajak Kendaraan Bermotor) pajak kendaraan bermotor adalah pajak yang dikenakan kepada pemilik kendaraan bermotor yang dikenakan setiap tahunnya, masyarakat yang mengetahui hal ini akan

menjadikannya salah satu faktor yang perlu diperhitungkan sebelum melakukan pembelian kendaraan bermotor, Apriliyanto & Setyowati (2023) pada penelitiannya mengenai pengaruh PKB dan iklan terhadap daya beli mobil mengatakan bahwa masyarakat dalam melakukan penentuan pembelian suatu produk melihat kebijakan perpajakan yang harus ditanggung ketika melakukan pembelian tersebut. Pada penelitian ini pajak dalam memiliki sebuah kendaraan adalah pajak kendaraan bermotor dengan demikian, PKB menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat beli kendaraan bermotor.

Faktor ketiga yang dapat mempengaruhi minat masyarakat dalam membeli kendaraan bermotor adalah harga, setiap orang yang akan membeli suatu produk pasti melihat harga dari produk tersebut kemudian akan berfikir hal-hal seperti apakah harga tersebut terlalu mahal untuk manfaat yang didapatkan dari produk tersebut, apakah saya siap untuk membayar harga sebesar itu untuk produk tertentu (Rokhmawati et al., 2022). Harga adalah variabel yang memengaruhi banyak hal, tetapi pada akhirnya harga adalah salah satu variabel yang menentukan minat beli kita terhadap suatu produk, pada penelitian Jaya (2020) dibuktikan bahwa harga adalah faktor yang memengaruhi minat beli produk pada seseorang.

Faktor terakhir yang akan dibahas pada penelitian ini yang dapat memengaruhi minat konsumen dalam membeli kendaraan bermotor adalah iklan. manusia dalam menentukan pilihannya pada sesuatu selalu dipengaruhi banyak faktor, *theory of planned behaviour* menjelaskan bahwa faktor eksternal dan internal selalu memengaruhi manusia dalam menentukan pilihannya, variabel iklan merupakan faktor eksternal yang dapat memengaruhi manusia dalam minatnya untuk membeli suatu produk, iklan memiliki kapabilitas untuk memengaruhi manusia dalam banyak hal karena salah satu tujuan iklan adalah memperkenalkan produk yang akan dijual kepada calon konsumen dengan cara menarik calon konsumen tersebut dengan visual, atau suara, dan lain-lain (Simak et al., 2019).

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka muncul beberapa pertanyaan penelitian seperti

1. Apakah PKB berpengaruh terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat?
2. Apakah PPN berpengaruh terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat?
3. Apakah Iklan berpengaruh terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat?
4. Apakah Harga berpengaruh terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Mengetahui pengaruh antara PKB terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat
2. Mengetahui pengaruh antara PPN terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat
3. Mengetahui pengaruh antara iklan terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat
4. Mengetahui pengaruh antara harga terhadap minat beli kendaraan bermotor listrik di Cengkareng Barat

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan untuk memberikan mafaat dalam pendidikan secara langsung ataupun tidak langsung, manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan agar memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi penjual kendaraan bermotor untuk dapat melakukan pembaharuan strategi bisnis dalam menjual kendaraan bermotor.
- b. Memberikan informasi terhadap calon pembeli kendaraan bermotor mengenai pajak kendaraan bermotor, pajak penambahan nilai sebelum calon pembeli melanjutkan keputusannya untuk membeli kendaraan bermotor.
- c. Sebagai pijakan dan referensi untuk penelitian-penelitian yang akan dilakukan selanjutnya sebagai bahan kajian.

2. Manfaat praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penjual
 - Dapat memberikan pengetahuan terbaru mengenai sifat pembeli, dan faktor yang mempengaruhi minat beli calon konsumen
- b. Bagi Masyarakat
 - Sebagai acuan informasi sebelum melakukan pembelian kendaraan bermotor, serta memberikan pengetahuan mengenai pajak-pajak yang berlaku dalam kepemilikan kendaraan bermotor
- c. Bagi pemerintah
 - Bagi pemerintah penelitian ini bermanfaat sebagai salah satu referensi dalam perencanaan dan perubahan tarif pajak kedepannya, serta sebagai sarana informasi mengenai banyaknya jumlah kendaraan di Indonesia.