

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pandemi Covid-19 hampir melumpuhkan seluruh kegiatan yang ada di seluruh Indonesia tak hanya menciptakan krisis kesehatan masyarakat, pandemi Covid-19 secara nyata juga mengganggu aktivitas ekonomi nasional. Berbagai perubahan drastis dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat telah mengubah interaksi jual-beli di pasar. Situasi perekonomian Indonesia saat ini sedang tidak sehat. Pertumbuhan ekonomi berdasarkan perhitungan *Year on Year* pada kuartal keempat tahun 2020 menunjukkan adanya pelemahan 2,19%. Sebagian besar sektor mengalami pertumbuhan negatif, seperti perdagangan, reparasi mobil dan motor, Industri transportasi dan pergudangan yang mengalami pertumbuhan terendah. Akan tetapi, beberapa sektor masih mengalami pertumbuhan positif, seperti sektor informasi dan komunikasi, jasa keuangan, pertanian, jasa kesehatan, dan pengadaan air.

Pertumbuhan ekonomi yang memburuk sepanjang 2020 tak terlepas dari daya beli masyarakat yang tergerus selama pandemi. Padahal, konsumsi rumah tangga selama ini menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Daya beli masyarakat turun terutama karena berkurangnya penghasilan di samping karena terbatasnya aktivitas. Di tengah semua ketidakpastian,

masyarakat terutama golongan menengah ke atas mengerem pembelian barang-barang yang dianggap tidak pokok. Penghasilan masyarakat yang menurun karena pandemi menyebabkan sebagian besar sektor usaha mengurangi aktivitasnya atau tutup total. Angka pengangguran pun meningkat. Badan Pusat Statistik dalam Survei Angkatan Kerja Nasional Agustus 2020 menunjukkan, Covid-19 berimbas pada sektor ketenagakerjaan. Sebanyak 29,12 juta orang atau 14,28 persen dari 203,97 juta orang penduduk usia kerja terdampak pandemi. Jumlah pengangguran meningkat sejumlah 2,56 juta orang menjadi 9,77 juta orang. Jumlah pekerja formal turun 39,53 persen menjadi 50,77 juta orang dari total 128,45 juta penduduk yang bekerja. Sebaliknya, jumlah pekerja informal melonjak 60,47 persen menjadi 77,68 juta orang.

Industri otomotif di Indonesia terus menggeliat dalam beberapa tahun belakangan ini. Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki jumlah penduduk yang besar di dunia sehingga pasar Indonesia sangat potensial bagi industri otomotif untuk memasarkan produk-produknya. Berbagai cara dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk menarik minat pembeli. Dengan melakukan berbagai macam strategi bisnis, mulai dari melakukan promosi penjualan barang hingga pelayanan yang lebih kepada pelanggan. Perilaku konsumtif masyarakat juga mendorong kenaikan penjualan industri otomotif. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (<https://kemenperin.go.id/>, 2017) dalam artikel Industri Otomotif Berkontribusi Besar Bagi Ekonomi Nasional menyatakan bahwa “Industri

otomotif merupakan salah satu sektor andalan yang terus diprioritaskan pengembangannya karena berperan besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.” Kenaikan penjualan industri otomotif yang disebabkan oleh perilaku konsumtif masyarakat tidak lagi dapat diandalkan untuk meningkatkan penjualan. Pasalnya, sejak pandemi corona virus disease (Covid-19) melanda, sektor otomotif mengalami penurunan akibat dari pertumbuhan ekonomi yang menurun. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani, sejak awal Maret 2020 saat pandemi pertama kali merebak di Indonesia hingga sekarang, pertumbuhan ekonomi di luar harapan pemerintah.

Pelemahan daya beli masyarakat membuat pertumbuhan ekonomi melandai tajam hingga 2,97% pada tahun 2020. Hal tersebut sejalan dengan penurunan kendaraan bermotor roda empat baru di Indonesia selama tahun 2020 yang merupakan penurunan paling tinggi di Asia Tenggara. Industri otomotif Indonesia mengalami penurunan volume penjualan yang hebat di tengah wabah *pandemic* Covid-19. Khususnya penjualan mobil atau kendaraan roda empat baru yang mengalami penurunan tajam.

Dalam laporan Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) distribusi mobil baru dari pabrik ke *dealer* atau *wholesale* selama periode tersebut hanya mencapai 532.027 unit, sementara penjualan dari *dealer* ke konsumennya (penjualan ritel) mencapai 578.327 unit. Penjualan mobil secara nasional, baik *wholesales* maupun penjualan ritel mengalami penurunan secara tahunan dibandingkan realisasi *wholesale*

2019 yang mencapai 1.030.126 unit, realisasi *wholesales* di tahun 2020 mengalami penurunan 48,35%, sementara penjualan ritel nasional di tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 44,55% dari realisasi 2019. Penurunan tersebut sudah diprediksi seiring dengan efek pandemi *corona virus disease* dan laju pertumbuhan ekonomi yang melandai. Berikut data penjualan kendaraan roda empat berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo) tahun 2018-2020:

Tabel 1.1
Data Penjualan Kendaraan Roda Empat 2018-2020

Penjualan		
2018	2019	2020
1.152.641	1.043.017	578.762

Sumber: Gaikindo, 2020

Maka dari itu, untuk meningkatkan penjualan kendaraan roda empat akibat *pandemic* Covid-19, perlu adanya stimulus baik dari pemerintah maupun pihak swasta. Tahun 2021, pemerintah Indonesia di bawah pemerintahan Joko Widodo mengeluarkan kebijakan mengenai penghapusan pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) terhadap mobil baru 100% terhitung sejak 1 Maret sampai 3 bulanke depan.

Namun masyarakat perlu bahwa tidak semua jenis mobil mendapat keringanan PPnBM, melainkan hanya mobil dengan kubikasi mesin 1.500 cc kebawah dengan berpengerak dua roda (4x2) atau satu gardan. Salah satu strategi kebijakan untuk merangsang pertumbuhan ekonomi adalah

Peraturan Menteri Keuangan Nomor – 20/PMK.010/2021 mengenai pajak penjualan atas barang mewah atas penyerahan barang kena pajak yang tergolong mewah berupa kendaraan bermotor tertentu yang ditanggung pemerintah tahun anggaran 2021.

Dengan adanya *discount* PPnBM untuk mobil dengan klasifikasi tertentu, konsumen bisa membeli mobil dengan harga lebih rendah. Permintaan untuk pembelian mobil menjadi meningkat. Dengan meningkatnya penjualan ini, diharapkan bahwa perusahaan mulai lagi proses produksi sehingga mempekerjakan tenaga kerja lagi, membeli input lagi, dan seterusnya. Keberadaan diskon sebagai upaya produsen diharapkan dapat menjadi pemicu tersendiri dalam peningkatan daya beli konsumen sehingga konsumen berkeinginan melakukan transaksi terhadap produk yang ditawarkan produsen.

Penelitian dari Abdurrahman et, al (2014) Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Variabel PPN maupun PPnBM terhadap variabel daya beli konsumen, hal serupa juga dilakukan oleh Evieta, et, al,. (2021) bahwa secara parsial variabel penghapusan PPnBM 100% berpengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Dalam hal ini peneliti merasa bahwa penelitian ini penting karena meneliti apakah program yang diberikan oleh pemerintah akan berpengaruh terhadap efektivitas penjualan mobil. Hal ini berbanding terbalik dengan penelitian Pramesti et al,. (2017) Hasil analisis menunjukkan bahwa PPnBM mempunyai pengaruh negatif signifikan pada

daya beli konsumen kendaraan bermotor roda empat. Sudrajat et al., (2017) menyatakan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap daya beli konsumen Penelitian yang dilakukan oleh Yulianto, et al., (2016), dalam penelitian menyatakan diskon secara signifikan terhadap daya beli konsumen, namun diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan daya beli konsumen,

Karena adanya ketidak konsistenan hasil penelitian sebelumnya, maka dalam penelitian ini penulis ingin meneliti tentang “Analisis Diskon PPnBM Terhadap Efektivitas Penjualan Mobil dan Daya Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh diskon PPnBM terhadap efektivitas penjualan mobil pada masa pandemi covid-19?
2. Bagaimana pengaruh diskon PPnBM terhadap daya beli konsumen pada masa pandemi covid-19?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh diskon PPnBM terhadap efektivitas penjualan mobil pada masa pandemi covid-19

2. Untuk menganalisis pengaruh diskon PPnBM terhadap daya beli konsumen pada masa pandemi covid-19

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teoritis yang diharapkan dari penelitian ini ialah dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak perusahaan khususnya dalam industri otomotif dalam memperhatikan penghapusan PPnBM 100% dan potongan harga. Dengan demikian volume penjualan kendaraan roda empat akan berjalan secara maksimal.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini meliputi:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi Pemerintah dalam menentukan kebijakan khususnya yang berhubungan dengan PPnBM
- b. Bagi Peneliti, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi peneliti lain serta menambah ilmu pengetahuan dan wawasan, khususnya yang berhubungan dengan bidang akuntansi dan perpajakan