

**PENGARUH PERSEPSI PENERAPAN PAJAK BARANG MEWAH ATAS *SMARTPHONE*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN  
(Studi Penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad  
Dahlan)**

**Kintan Arsyia Meira Putri**  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan  
Yogyakarta  
kintanarsya@gmail.com

**ABSTRACT**

As a country that has the availability of abundant natural resources and a large population. Indonesia has sources of state revenue used to finance state expenditure. One of the biggest sources of state revenue is from the tax sector, such as luxury sales tax. The imposition of luxury sales tax is expected to reduce the high unproductive consumption patterns in society. The purpose of this study is to describe the application of luxury sales tax on smartphones and consumer behavior.

This study uses primary data with data sources obtained directly without going through an intermediary. The research data collection technique used a survey method that is a personal questionnaire. Dependent variable in this study is consumer behavior. While the independent variable in this study is luxury tax on smartphones. Respondents in this study were Economics Students of the Faculty of Economics and Business Ahmad Dahlan University who had taken 129 taxation practicum courses. The data analysis technique used was a simple regresi analysis. The results showed that the application of luxury goods tax on smartphones had an influence on consumer behavior.

***Key Words: Luxury Sales Tax, Consumer Behavior***

## ABSTRAK

Sebagai suatu negara yang memiliki ketersediaan sumber daya alam yang melimpah dan penduduk banyak. Indonesia memiliki sumber-sumber pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara. Salah satu sumber penerimaan negara yang terbesar yaitu dari sektor pajak, seperti Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM). Pengenaan PPnBM diharapkan dapat mengurangi pola konsumsi tinggi yang tidak produktif dalam masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang penerapan PPnBM atas *smartphone* dan perilaku konsumen.

Penelitian ini menggunakan data primer dengan sumber data diperoleh secara langsung tanpa melalui perantara. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan metoda survei yaitu kuesioner secara personal. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah pajak barang mewah atas *smartphone*. Responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang sudah mengambil mata kuliah praktikum perpajakan yang berjumlah 129. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan pajak barang mewah atas *smartphone* mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen.

Kata Kunci: Penerapan Pajak Barang Mewah, Perilaku Konsumen

## PENDAHULUAN

Sebagai suatu negara yang memiliki ketersediaan sumber daya alam yang melimpah dan penduduk banyak. Indonesia memiliki sumber-sumber pendapatan negara yang digunakan untuk membiayai pengeluaran negara. Terlebih saat ini Indonesia sedang dalam tahap pembangunan berbagai jenis

infrastruktur. Salah satu sumber penerimaan negara yang terbesar yaitu dari sektor pajak.

Menurut Pasal 1 Undang-undang tentang Ketentuan Umum dan Perpajakan (KUP) Nomor 16 Tahun 2009, pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-

Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar - besarnya kemakmuran rakyat.

Selain penerimaan negara, pajak juga berfungsi untuk mengatur yaitu sebagai alat untuk membuat atau melaksanakan kebijakan dalam bidang ekonomi dan bidang sosial. Misalnya pengenaan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPn BM) bertujuan untuk mengendalikan perilaku konsumsi seseorang yang tinggi.

Menurut Undang-Undang PPN No.18 Tahun 2000 yang disempurnakan lagi dalam Undang-Undang PPN No. 42 Tahun 2009, pengertian Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) adalah pajak yang dipungut atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong sebagai barang mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah tersebut didalam daerah pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya, ataupun impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah. Salah satu tujuan dari PPnBM adalah untuk mengendalikan pola konsumsi BKP (Barang Kena Pajak) yang tergolong mewah. Pengenaan PPnBM terhadap *smartphone* merupakan

upaya nyata untuk mengendalikan pola konsumsi BKP (Barang Kena Pajak) yang tergolong mewah.

Saat ini Indonesia sukses menjadi pangsa pasar berbagai macam *smartphone*. Dari tahun ke tahun jumlah impor *smartphone* terus mengalami peningkatan yang signifikan. Tidak semua pemilik *smartphone* memenuhi kriteria simbol status dalam penggunaan *smartphone*, kebanyakan dari mereka sekadar ingin bergaya dengan *smartphone*. Maka fungsi *smartphone* sebagai telepon cerdas tidak termanfaatkan maksimal, banyak kasus ditemukan bahwa pemilik *smartphone* hanya dipakai SMS, menelpon dan membuka situs jejaring. Oleh karena itu, jika konsumen tidak optimal memanfaatkan *smartphone* maka identifikasi dari *smartphone* tidak ada bedanya dengan telepon seluler lainnya. Fakta diatas menunjukkan kebutuhan terhadap gadget saat ini semakin berkembang terutama karena adanya tuntutan gaya hidup.

Kegiatan konsumsi seperti ini perlu dikurangi dengan sarana diberikan beban pajak tambahan dengan kata lain, pemerintah dengan kebijakan fiskalnya yang termaterialkan dalam PPnBM. PPnBM seharusnya diterapkan dengan tidak

melihat asal barang, baik dalam negeri maupun luar negeri, karena yang dikenakan pajak tersebut sebenarnya adalah konsumsinya dengan berusaha untuk mempengaruhi perilaku konsumen khususnya pola konsumsi barang kena pajak yang tergolong mewah.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pajak**

Menurut UU Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan (UU KUP) yaitu :  
"Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat."

### **Fungsi Pajak**

Menurut Resmi (2017:3) terdapat dua fungsi pajak yaitu fungsi Busgetair (Sumber Keuangan Negara) dan fungsi Regularend (Pengatur). Fungsi Busgetair (Sumber Keuangan Negara) artinya pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk

membiayai pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan. Fungsi Regularend (Pengatur) adalah sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang social dan ekonomi, serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan.

### **Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM)**

Menurut Undang-Undang PPN No.18 Tahun 2000 yang disempurnakan lagi dalam Undang-Undang PPN No. 42 Tahun 2009, pengertian Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) adalah pajak yang dipungut atas penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) yang tergolong sebagai barang mewah yang dilakukan oleh pengusaha yang menghasilkan Barang Kena Pajak yang tergolong mewah tersebut didalam daerah pabean dalam kegiatan usaha atau pekerjaannya, ataupun impor Barang Kena Pajak yang tergolong mewah.

### **Karakteristik PPnBM**

Karakteristik PPnBM adalah PPnBM merupakan pungutan tambahan BKP mewah selain PPN, PPnBM hanya dikenakan sekali yaitu pada saat impor atau pada saat penyerahan BKP mewah oleh PKP pabrikan, PPnBM tidak dapat dikreditkan sehingga diperlakukan

sebagai biaya, dalam hal BKP mewah diekspor, maka PPnBM yang dibayar pada saat perolehannya dapat diminta kembali (restitusi).

### Tujuan PPnBM

Tujuan PPnBM adalah untuk memperoleh keseimbangan pajak antara konsumen yang berpenghasilan rendah dengan konsumen yang berpenghasilan tinggi, untuk mengendalikan pola konsumsi BKP (Barang Kena Pajak) yang tergolong mewah, melindungi produsen kecil atau tradisional, dan mengamankan penerimaan negara.

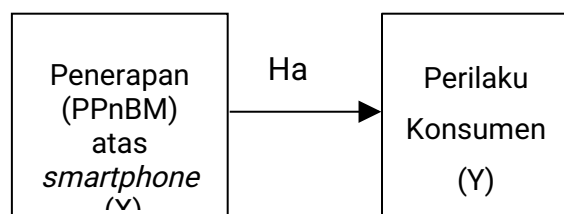
### Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang melibatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. (Suwarman, 2003: 25).

Menurut Swastha dan Handoko, 2010 (dalam Heliawan dan Wisnu, 2017) mengatakan: Perilaku konsumen (consumer behavior) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang

dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu. Dalam memahami perilaku konsumen perlu dipahami siapa konsumen, sebab dalam suatu lingkungan yang berbeda akan memiliki penelitian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda.

### Hipotesis



Ha: Penerapan PPnBM atas *smartphone* berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan. Didapat sampel 129 orang responden dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan regresi linier sederhana.

Tabel 1.  
Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13,812	1,606		8,600	,000
X	,514	,079	,501	6,530	,000

Sumber: Data primer diolah tahun 2019

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji  $R^2$ )

R	R Square	Adjusted R Square
,501 <sup>a</sup>	,251	,245

Sumber: Data primer diolah tahun 2019

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi penerapan pajak barang mewah atas *smartphone* terhadap perilaku konsumen. Hasil statistik uji t pada tabel 4.9 diperoleh hasil tingkat signifikansi 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ), dengan nilai beta positif sebesar 0,501; maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa "Penerapan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) atas *smartphone* (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumen (Y)".

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan atas analisis data dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penulis mengambil kesimpulan bahwa penerapan pajak barang mewah atas *smartphone* mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumen. **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam meneliti, misalnya melalui wawancara mendalam sehingga dapat menggali informasi lebih mendalam dari responden dan memperluas objek penelitian yang lain.
2. Mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan dan menambah variabel yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

### DAFTAR PUSTAKA

Ayuningtyas, 2010. *Analisis Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah Terhadap Daya Beli Konsumen pada Barang Elektronik*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.

- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Diana, Anastasia dan Lilis Setiawati. 2010. *Perpajakan Indonesia Konsep, Aplikasi, dan Penuntun Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, Imam. 2005. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi 3". Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heliawan dan Wisnu, 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo*. Universitas Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi AAS Surakarta, Indonesia.
- Franedy, Roy. Kuartal II-2018, Impor Smartphone RI Tertinggi Sepanjang Masa. 07 September 2018. Diakses 17 November 2018, 12.30 WIB. <[https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20180907104959-37-32173/kuartal-ii-2018\\_impor-smartphone-ri-tertinggi-sepanjang-masa](https://www.cnbcindonesia.com/fintech/20180907104959-37-32173/kuartal-ii-2018_impor-smartphone-ri-tertinggi-sepanjang-masa)>
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho B Ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardiasmo. 2009. *Perpajakan. Edisi Revisi 2009*. Yogyakarta: ANDI
- Nitisusantro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Puspita, Damara Debrina, Zahroh Z.A dan Ika Ruhana. 2018. *Pengaruh Penerapan Pajak Barang Mewah Atas Smartphone Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Penelitian pada Mahasiswa Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Putri, 2011. *Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Kepuasan Memilih Produk Kosmetik Oriflame Pada Pt. Orindo Alam Ayu Cabang Pekanbaru*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim. Riau
- Rahim dkk. 2017. *Pengaruh Pengean Pajak Penjualan Atas Barang Mewah Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Perpajakan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)*. Universitas Brawijaya, Malang.
- Resmi, Siti. 2015. *Perpajakan: Teori dan Kasus, Buku Dua*. Jakarta : Salemba Empat.
- Resmi, Siti. 2017. *Perpajakan: Teori dan Kasus, Buku Satu*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sari, 2016. *Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi Di Diy)*. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Setiadi, J. Nugroho. 2003, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi*

*Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana

Suandy, Erly. 2000. *Hukum Pajak*. Jakarta : Salemba Empat.

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sutisna dan Teddy Prawita. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rodakarya.

Suwarman, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 42 Tahun 2009 tentang *Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah*.