

ANALISIS PEMANFAATAN SEBELUM DAN SESUDAH INSENTIF PPnBM-DTP TERHADAP PENJUALAN MOBIL PADA PERUSAHAAN OTOMOTIF DI GAIKINDO

Riski Nur Abdilah Samudra

riskiabdilah966@gmail.com

Danny Wibowo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of using PPnBM borne by the government and the difference of car between wholesale car sales before and after provision of PPnBM tax incentives borne by the Government, at an automotive company listed at GAIKINDO. The research sample collection technique used the purposive sampling method to obtain a sample in accordance with the research variable. The research population used wholesales of cars at automotocompaniesany listed at GAIKINDO in the period of Mei 2020 until December 2021. Based on the selection criteria it obtained 600 observations of the 30 cars maneuvering for 20 months. Furthermore, this research used causal-comparative research with quantitative approach. Moreover, the analysis method used T-test different test analysis. The research result showed that PPnBM incentive had a positive effect on car sales, it showed that the effect of using PPnBM incentive had affected the car sales, and there was a significant difference between car sales before and after incentives in automotive companies listed on GAIKINDO.

Keywords: PPNBM, tax incentives, car sales

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan insentif PPnBM ditanggung pemerintah dan perbedaan penjualan *wholesales* mobil antara sebelum dan sesudah pemberian insentif pajak PPnBM ditanggung pemerintah, pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan variabel penelitian. Populasi penelitian ini menggunakan penjualan *wholesales* mobil pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO periode Mei 2020 sampai Desember 2021. Berdasarkan kriteria pemilihan diperoleh jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 600 observasi pada 30 model mobil dalam kurun waktu 20 bulan. Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*) dengan pendekatan kuantitatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis uji beda *T-test*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa insentif PPnBM berpengaruh positif terhadap penjualan mobil, hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan insentif PPnBM berpengaruh terhadap penjualan mobil, dan terdapat perbedaan yang signifikan antara penjualan mobil sebelum insentif dan penjualan mobil sesudah insentif pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO.

Kata Kunci: PPNBM, insentif pajak, penjualan mobil

PENDAHULUAN

Pada era Pandemi Covid-19 seperti saat ini, hampir melumpuhkan seluruh kegiatan yang ada di seluruh Dunia. Pemerintah di seluruh dunia harus membuat kebijakan untuk membatasi ruang kegiatan publik untuk mencegah penyebaran virus. Pandemi covid-19 juga menyebabkan terjadinya perlambatan ekonomi di Indonesia bahkan sudah mencapai angka negatif. Dampak pandemi yang terjadi di Indonesia tak hanya menciptakan krisis kesehatan masyarakat, pandemi Covid-19 sangat mengganggu aktivitas perekonomian nasional. Banyak usaha yang mereka jalankan berdampak pada perkembangan usaha yang dijalankan, salah satunya sektor usaha yang terdampak adalah sektor industri otomotif. Industri otomotif

merupakan salah satu industri yang terdampak parah akibat pandemi covid 19. Pabrik otomotif sempat tutup sementara, dan pameran mobil bahkan dibatalkan karena pembatasan sosial untuk menghindari penularan wabah. Meningkatnya angka pengangguran, sulitnya mencari lapangan pekerjaan, dan resesi ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 2020 sebagai dampak dari merosotnya perekonomian, membuat masyarakat lebih memprioritaskan untuk membeli kebutuhan pokok dan kebutuhan kesehatan, daripada harus membeli mobil baru. Dari penjelasan di atas merupakan faktor utama yang menyebabkan turunnya penjualan mobil di tahun 2020 dibandingkan dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data dari Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO, 2020), penjualan mobil secara *wholesales* (distribusi dari pabrik ke dealer) sepanjang tahun 2020 hanya 532.027 unit. Padahal, tahun 2019 penjualan mobil 1.030.126 unit. Membandingkan dengan data tahun 2019, penjualan mobil pada tahun 2020 turun 48,35%. Pada 2020, penjualan mobil di Indonesia turun tajam sejak bulan April 2020. Saat itu, industri otomotif hanya bisa mengirimkan 7.868 unit mobil baru, dibandingkan dengan penjualan pada bulan-bulan sebelumnya yang mampu mencapai 80.000-90.000 unit. Angka penjualan terendah terjadi pada bulan Mei 2020, dengan hanya terjual 3.551 unit mobil. Sejak itu, penjualan mobil terus meningkat. Desember 2020 merupakan puncak penjualan mobil di masa pandemi mencapai 57.129 unit mobil, hingga pada akhir 2020 total penjualan menjadi 532.027 unit.

Untuk mencapai Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) di masa pandemi covid-19, pemerintah terus mendorong pertumbuhan ekonomi dengan mendorong sektor manufaktur, karena kontribusi industri terhadap PDB sebesar 19,88%. Industri otomotif merupakan salah satu industri manufaktur yang paling terdampak oleh pandemi covid-19. Respon pemerintah dalam menanggapi rendahnya daya beli masyarakat dan untuk meningkatkan pembelian dan produksi Kendaraan Bermotor (KB), diwujudkan oleh pemerintah melalui memberikan insentif finansial berupa penurunan atau relaksasi tarif Pajak Penghasilan atas Barang Mewah (PPnBM) kendaraan bermotor. Pemerintah telah menyiapkan insentif penurunan PPnBM untuk kendaraan bermotor dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 20/PMK.010/2021, kemudian pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 31/PMK.010/2021 atas perubahan pertama dari Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 20/PMK.010/2021 pada Maret 2021, kemudian pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 77/PMK.010/2021 atas perubahan kedua dari Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 20/PMK.010/2021 pada Juni 2021, dan kemudian pemerintah merubah lagi dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 120/PMK.010/2021 atas perubahan ketiga dari Peraturan Menteri Keuangan Nomor - 20/PMK.010/2021 pada September 2021.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah pemanfaatan insentif PPnBM ditanggung pemerintah berpengaruh terhadap penjualan mobil pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO?, (2) Apakah terdapat perbedaan penjualan mobil antara sebelum dan sesudah pemberian insentif pajak PPnBM ditanggung pemerintah pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO?

TINJAUAN TEORETIS

Teori Pajak

Teori pajak menurut Waluyo (2009:2) adalah iuran masyarakat kepada Negara (yang dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan. Menurut Mankiw *et al* (2009) menyatakan bahwa sistem pajak harus dipilih untuk memaksimalkan fungsi kesejahteraan sosial yang tunduk pada serangkaian kendala.

Objek dan Subjek Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan dalam perubahan keempat Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983, objek pajak adalah setiap pertambahan ekonomis yang diterima atau didapatkan oleh wajib pajak maka itu bisa disebut dengan objek pajak. Sedangkan subjek pajak adalah Bentuk Usaha Tetap (BUT), badan, dan orang pribadi yang digolongkan menjadi subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri.

Jenis-jenis Pajak

Dilihat dari berbagai macam jenis pajak, pajak dapat dikelompokkan berdasarkan dari sifat pajaknya, lembaga pemungutnya, dan menurut golongannya. Resmi (2019) dalam bukunya mengklasifikasikan jenis-jenis pajak menjadi tiga, (1) Pajak berdasarkan dari golongannya yaitu Pajak langsung (*Direct Tax*) adalah pajak yang secara langsung telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak yang pengenaannya tidak dapat dialihkan dan pajak ini harus dibayarkan sesuai dengan surat ketetapan pajaknya, dan Pajak tidak langsung (*Indirect Tax*) adalah pajak yang secara langsung telah ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak yang pengenaannya bisa dialihkan atau dapat dibebankan kepada orang lain. (2) Pajak berdasarkan dari sifatnya yaitu Pajak subjektif adalah pajak yang dasar pengenaannya berdasarkan keadaan dari wajib pajaknya, dan Pajak objektif adalah pajak yang dikenakan pada objeknya, seperti benda, peristiwa dan keadaan dari wajib pajaknya. (3) Pajak berdasarkan dari lembaga pemungutnya yaitu Pajak Negara (Pajak Pusat), pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Contoh: Pajak Penghasilan (PPH), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM). Pajak Daerah, pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah, baik daerah tingkat I (pajak provinsi) maupun daerah tingkat II (pajak kabupaten atau kota), dan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing. Contoh: Pajak Kendaraan Bermotor (PKB), Pajak hotel, pajak restoran, Pajak hiburan dan tontonan, Pajak reklame, Pajak penerangan jalan, dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB).

Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak di Indonesia sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 1994, sistem pemungutan perpajakan dapat dikatakan sebagai metode pengelolaan utang pajak yang dibayarkan oleh yang bersangkutan agar dapat masuk kas negara. Oleh karena itu agar pemungutan pajak berjalan efektif maka diperlukan sistem pemungutan pajak yang baik. Menurut Wibowo (2013) efektivitas pajak secara tidak langsung menunjukkan seberapa besar keberhasilan suatu negara dalam mengumpulkan pajak dari potensi yang dimilikinya.

PPnBM

Menurut Mardiasmo (2011:304) PPnBM merupakan pungutan tambahan di samping PPN. Undang-Undang yang mengatur pengenaan PPnBM adalah Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009. Maka atas penyerahan BKP yang tergolong mewah oleh produsen atau impor BKP yang tergolong mewah, disamping dikenakan PPN juga dikenakan PPnBM. Tarif pajak penjualan atas barang mewah dapat ditetapkan dalam beberapa kelompok tarif, yaitu tarif paling rendah 10% dan paling tinggi 200%.

Insentif Pajak

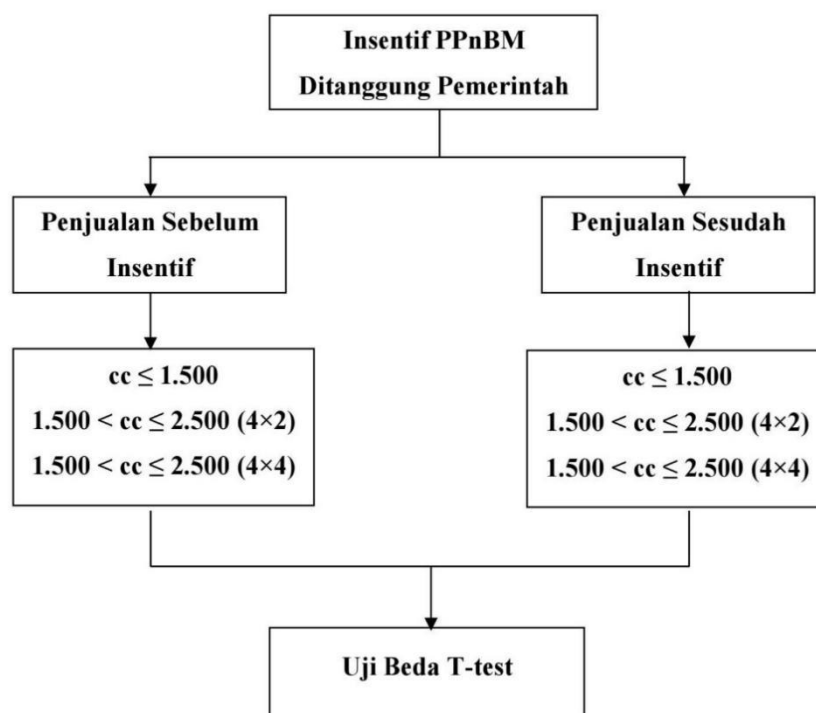
Weingast (2009) menyatakan bahwa insentif pajak merupakan suatu bentuk fasilitas perpajakan yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak tertentu berupa penurunan tarif pajak yang bertujuan untuk memperkecil besarnya beban pajak yang harus dibayarkan

kepada pemerintah. Insentif pajak juga dapat diartikan sebagai suatu fasilitas yang diberikan oleh pemerintah untuk individu atau organisasi tertentu demi memberikan kemudahan di bidang perpajakan sehingga mendorong wajib pajak patuh melaksanakan kewajiban perpajakannya (Dewi, 2019). Sedangkan menurut Zee *et al.*, (2002) penggunaan insentif pajak yang lebih disukai adalah yang menyediakan pemulihan biaya investasi yang lebih cepat. Insentif yang diberikan oleh pemerintah kepada industri otomotif yaitu kebijakan pemberian insentif pajak berupa penurunan tarif pajak PPnBM DTP untuk kendaraan bermotor. Pemerintah memberikan insentif berupa diskon atas tarif pengenaan pajak PPnBM sesuai dengan kelompoknya. Maka perhitungan besarnya diskon PPnBM yang didapat yaitu:

$$\text{Diskon PPnBM} = \text{DPP} \times \text{Tarif PPnBM} \times \text{Tarif Diskon PPnBM}$$

Rerangka Pemikiran

Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan, dapat disusun rerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

kebijakan pemberian insentif pajak merupakan stimulus dari pemerintah untuk meningkatkan daya beli masyarakat atau konsumsi yang berdampak terhadap objek pengenaan pajak. Secara umum, daya beli masyarakat dapat dikaitkan dengan penerimaan PPnBM mengingat PPnBM merupakan pajak yang dikenakan atas konsumsi barang mewah (Mardiasmo, 2011). Kebijakan pemerintah untuk memberikan insentif PPnBM tahap 1 sebesar 100% dari tarif pada masa pajak Maret-Mei 2021, lalu diikuti insentif PPnBM tahap 2 sebesar 100% dari tarif pada masa pajak Juni-Agustus 2021, dan insentif PPnBM tahap 3 sebesar 100% dari tarif pada masa pajak September-Desember 2021 menunjukkan kemampuan pemerintah dalam melakukan pemulihan ekonomi nasional yang akan meningkatkan pendapatan nasional.

Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa insentif PPnBM berpengaruh positif terhadap penjualan mobil Riningsih (2021), Sudarwati (2021), Purbani (2014), dan David (2014). Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H₁: Pemanfaatan Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah berpengaruh terhadap penjualan mobil

H₂: Terdapat perbedaan signifikan penjualan mobil antara sebelum Insentif PPnBM dan sesudah Insentif PPnBM

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi Objek Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*), menurut Sugiyono (2017:11) penelitian kausal komparatif bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat serta pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini menjelaskan pengaruh insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah terhadap penjualan mobil. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu karena menitikberatkan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:7). Sedangkan menurut Apuke (2017) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menjelaskan suatu masalah atau fenomena melalui pengumpulan data dalam bentuk numerik yang berkaitan dengan mengukur dan menganalisis variabel untuk mendapatkan hasil.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:119). Populasi dari penelitian ini adalah penjualan mobil di perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO pada periode Mei 2020 sampai Desember 2021.

Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini mengambil populasi pada penjualan mobil pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Sampel menurut Sugiyono (2017:118) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Etikan (2016) adalah teknik *nonprobability sampling* yang digunakan oleh peneliti untuk memilih sampel subjek atau unit dari suatu populasi. Alasan peneliti mengambil teknik penentuan sampel ini yaitu karena model mobil yang akan diteliti harus memenuhi syarat kriteria yang telah ditentukan. Sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah penjualan unit mobil yang mendapatkan insentif.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan satu jenis data yang digunakan, yaitu data dokumenter. Data dokumenter adalah jenis data penelitian berupa arsip yang memuat apa dan kapan suatu kejadian atau transaksi serta siapa yang terlibat dalam suatu kejadian. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dengan cara tidak langsung melainkan melalui media perantara (diperoleh dari catatan atau dokumen pihak lain). Data sekunder pada umumnya berupa bukti, catatan, atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan. Teknik pengumpulan data dilakukan berdasarkan sumber datanya yaitu data sekunder, sumber data di dapat dari laporan penjualan *wholesales* pada Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah insentif PPnBM. Menurut Weingast (2009) menyatakan bahwa insentif pajak merupakan suatu bentuk fasilitas perpajakan yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak tertentu berupa penurunan tarif pajak yang bertujuan untuk memperkecil besarnya beban pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Sedangkan PPnBM merupakan pungutan tambahan di samping PPN pada kelompok barang kena pajak yang tergolong mewah yang dikenai pajak penjualan atas barang mewah dengan peraturan pemerintah. Jadi insentif PPnBM adalah bentuk fasilitas perpajakan yang diberikan oleh pemerintah kepada wajib pajak tertentu berupa penurunan tarif pajak pada kelompok barang kena pajak yang tergolong mewah yang dikenai pajak penjualan atas barang mewah dengan peraturan pemerintah yang bertujuan untuk memperkecil besarnya beban pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasikan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis yang dimana perhitungannya menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20, yang bertujuan untuk menentukan pengaruh insentif PPnBM terhadap penjualan mobil. Tahap-tahap dalam mengelola data setelah data terkumpul adalah sebagai berikut:

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum terhadap objek yang diteliti, statistik deskriptif digunakan untuk mendiskripsikan suatu data yang menunjukkan hasil pengukuran rata-rata (*mean*), standar deviasi (*standard deviation*), nilai maksimum dan nilai minimum (Ghozali, 2016). Pengujian ini dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan dari sampel dan untuk mempermudah memahami variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Analisis Uji Beda T-test

Uji Normalitas

Uji normalitas data perlu dilakukan agar peneliti dapat menentukan jenis statistik yang akan digunakan. Jika data yang akan diolah berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sebaiknya menggunakan statistik parametrik untuk melakukan inferensi statistik. Namun jika data tidak terdistribusi normal, sebaiknya menggunakan statistik nonparametrik (Nasrum, 2018:1). Pada penelitian ini peneliti menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* adalah jika nilai signifikansi < Alpha penelitian (0,05) maka data tidak berdistribusi normal, jika nilai signifikansi > Alpha penelitian (0,05) maka data berdistribusi normal.

Uji *Pired T-test*

Adalah uji komparatif yang di lakukan pada satu sampel berpasangan. Uji ini mirip dengan uji independent t test, namun lebih spesifik untuk sampel berpasangan atau related. oleh karena itu di sebut dengan istilah pairing t test. Uji ini digunakan untuk membandingkan mean dari suatu sampel yang berpasangan. Uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini dapat dirumuskan dengan rumus *T paired* sebagai berikut:

$$t = \frac{D}{SD/\sqrt{n}}$$

Keterangan:

t : nilai t hitung

D : rata-rata selisih 2 mean atau rata-rata
 SD : standar deviasi
 n : banyaknya sampel

Ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis sebagai berikut:

1. Jika nilai t-hitung < t-tabel atau nilai signifikansi $\geq 0,05$ menunjukkan bahwa hipotesis ditolak.
2. Jika nilai t-hitung > t-tabel atau nilai signifikansi < 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

Uji Wilcoxon

Uji Wilcoxon *signed test* merupakan uji non-parametrik yang digunakan untuk mengukur perbedaan 2 kelompok data berpasangan berskala ordinal atau interval. Uji ini juga dikenal dengan nama uji *match pair test*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji wilcoxon *signed test* sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas Asym.sig 2 failed $\geq 0,05$ maka menunjukkan bahwa hipotesis ditolak.
- b. Jika nilai probabilitas Asym.sig 2 failed < 0,05 maka menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek pada Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO). GAIKINDO adalah sebuah organisasi nirlaba. Semua anggota GAIKINDO adalah perusahaan Agen Pemegang Merk (APM) yang terdiri dari produsen kendaraan bermotor, distributor kendaraan bermotor, serta pembuat komponen utama kendaraan bermotor (*manufacturer*). GAIKINDO memfasilitasi para anggotanya dalam kaitannya dengan kebijakan-kebijakan pemerintah dalam menyangkut industri otomotif. Itu antara lain kebijakan industri dan perdagangan, perpajakan, pemanfaatan teknologi, energi, standar keselamatan, dan lingkungan. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu purposive sampling yang artinya sampel diambil dengan pertimbangan kriteria yang telah ditentukan peneliti. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 207 model mobil, terdapat 30 model mobil yang memenuhi kriteria tersebut yang dapat digunakan menjadi sampel dalam penelitian ini. Sehingga total sampel dalam penelitian ini sebanyak 30 selama 20 bulan yaitu 600 sampel pada periode Mei 2020 hingga Desember 2021. Berikut adalah model mobil pada perusahaan yang terdaftar di GAIKINDO yang dijual di Indonesia yang memenuhi kriteria dan layak digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1
Model Mobil Yang Menjadi Sampel Penelitian

No.	Model Mobil	No.	Model Mobil
1.	Daihatsu Gran Max	16	Suzuki Ertiga
2.	Daihatsu Luxio	17	Suzuki XL7
3.	Daihatsu Terios	18	Toyota Avanza
4.	Daihatsu Xenia	19	Toyota Fortuner 2.4 (4x2)
5.	Honda Brio RS	20	Toyota Fortuner 2.4 (4x4)
6.	Honda BR-V	21	Toyota Innova 2.0
7.	Honda City Hatchback	22	Toyota Innova 2.4
8.	Honda CR-V 1.5 T	23	Toyota Rush
9.	Honda CR-V 2.0 CVT	24	Toyota Sienta
10.	Honda HR-V 1.5 L	25	Toyota Veloz
11.	Honda HR-V 1.8 L	26	Toyota Venturer 2.0

12.	Honda Mobilio	27	Toyota Venturer 2.4
13.	Mitshubishi Expander	28	Toyota Vios
14.	Mitshubishi Expander Cross	29	Toyota Yaris
15.	Nissan Livina	30	Wuling Confero

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Penjualan Unit Mobil Sebelum Adanya Insentif PPnBM

Kebijakan insentif PPnBM terobosan kebijakan yang didorong oleh semakin kecil daya minat beli masyarakat terhadap mobil baru. Kebijakan ini berlangsung selama 10 bulan yang dimulai pada bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Desember 2021. Hal ini di tunjukan dengan di terbitkannya peraturan menteri keuangan Nomor - 120/PMK.010/2021 sebagai lanjutan dan revisi dari Peraturan Menteri Keuangan (PMK) yang sudah di keluarkan sebelumnya Nomor - 31/PMK.010/2021 dan Nomor - 77/PMK.010/2021. Dilakukannya revisi Peraturan Menteri Keuangan ini bertujuan untuk mendorong percepatan konsumsi yang sempat menurun akibat munculnya varian Delta Covid-19 pada bulan Juni-July 2021. Ketentuan yang di atur dalam peraturan ini adalah sebagai berikut, (1)Kendaraan bermotor sedan atau station wagon dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel atau semi diesel) dengan kapasitas isi silinder sampai dengan 1.500 (seribu lima ratus) cc. (2) Kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi selain sedan atau station wagon, dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel atau semi diesel) dengan sistem 1 (satu) gardan penggerak (4x2) dengan kapasitas isi silinder sampai dengan 1.500 (seribu lima ratus) cc. (3) Kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi selain sedan atau station wagon, dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel atau semi diesel) dengan sistem 1 (satu) gardan penggerak (4x2) dengan kapasitas isi silinder lebih dari 1.500 (seribu lima ratus) cc sampai dengan 2.500 (dua ribu lima ratus) cc. (4) kendaraan bermotor untuk pengangkutan kurang dari 10 (sepuluh) orang termasuk pengemudi selain sedan atau station wagon, dengan motor bakar cetus api atau nyala kompresi (diesel atau semi diesel) dengan sistem 2 (dua) gardan penggerak (4x4) dengan kapasitas isi silinder lebih dari 1.500 (seribu lima ratus) cc sampai dengan 2.500 (dua ribu lima ratus) cc. (5) Kendaraan bermotor tertentu sebagaimana dimaksud diatas harus memenuhi persyaratan jumlah pembelian lokal atau yang dikenal dengan sebutan *local purchase*, meliputi pemenuhan jumlah penggunaan komponen yang berasal dari hasil produksi dalam negeri yang dimanfaatkan dalam kegiatan produksi kendaraan bermotor tertentu paling sedikit 60% (enam puluh persen).

Penjualan Unit Mobil Sebelum Adanya Insentif PPnBM

Penjualan *wholesales* mobil sebelum adanya insentif PPnBM berdasarkan data yang diperoleh di GAIKIDO mengalami fluktuasi, pelaksanaan insentif PPnBM dilakukan selama 10 bulan yang dimulai pada Maret 2021 sampai dengan Desember 2021. Maka dari itu penulis melakukan penelitian terhadap penjualan mobil sebelum adanya insentif PPnBM selama 10 bulan yaitu dari bulan Mei 2020 sampai dengan bulan Februari 2021. Dengan demikian total penjualan *wholesales* mobil yang menjadi sampel sebelum adanya insentif PPnBM selama 10 bulan di ketahui dari laporan penjumlahan unit mobil disajikan pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Total Penjualan Unit Mobil Sebelum Insentif PPnBM

No	Model Mobil	Total Jumlah (Unit)
1	Daihatsu Gran Max	6857
2	Daihatsu Luxio	1012
3	Daihatsu Terios	8208
4	Daihatsu Xenia	2860
5	Honda Brio RS	8236

6	Honda BR-V	682
7	Honda City Hatchback	131
8	Honda CR-V 1.5 T	3003
9	Honda CR-V 2.0 CVT	159
10	Honda HR-V 1.5 L	7283
11	Honda HR-V 1.8 L	655
12	Honda Mobilio	2441
13	Mitshubishi Expander	9401
14	Mitshubishi Expander Cross	8399
15	Nissan Livina	7886
16	Suzuki Ertiga	4312
17	Suzuki XL7	7239
18	Toyota Avanza	11731
19	Toyota Fortuner 2.4 4×2	8385
20	Toyota Fortuner 2.4 4×4	399
21	Toyota Innova 2.0	6198
22	Toyota Innova 2.4	12252
23	Toyota Rush	2283
24	Toyota Sienta	270
25	Toyota Veloz	7809
26	Toyota Venturer 2.0	868
27	Toyota Venturer 2.4	1670
28	Toyota Vios	275
29	Toyota Yaris	2737
30	Wuling Confero	2495

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Penjualan Unit Mobil Sesudah Adanya Insentif PPnBM

Penjualan mobil yang masih rendah di karenakan meningkatnya Covid-19 di Indonesia membuat masyarakat memilih untuk menggunakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan pokok daripada menggunakannya untuk membeli mobil baru. Hal ini menyebabkan pemerintah mengambil keputusan untuk memberikan insentif atau relaksasi PPnBM. Diharapkan dengan adanya program insentif PPnBM ditanggung pemerintah maka dapat meningkatkan penjualan mobil baru. Untuk dapat melihat berhasil atau tidaknya pelaksanaan program insentif PPnBM yang diselenggarakan oleh pemerintah selama 10 bulan mulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan Desember 2021 dalam meningkatkan penjualan mobil dapat di lihat dari tabel penjualan mobil sesudah di terapkannya program insentif PPnBM dapat kita lihat dari Tabel 3 berikut:

Tabel 3
Hasil Total Penjualan Unit Mobil Sesudah Insentif PPnBM

No	Model Mobil	Total Jumlah (Unit)
1	Daihatsu Gran Max	11409
2	Daihatsu Luxio	2360
3	Daihatsu Terios	17041
4	Daihatsu Xenia	14405
5	Honda Brio RS	13053
6	Honda BR-V	2640
7	Honda City Hatchback	9677
8	Honda CR-V 1.5 T	8052
9	Honda CR-V 2.0 CVT	263
10	Honda HR-V 1.5 L	13432
11	Honda HR-V 1.8 L	797
12	Honda Mobilio	4409
13	Mitshubishi Expander	27398
14	Mitshubishi Expander Cross	21993
15	Nissan Livina	2015
16	Suzuki Ertiga	10617

17	Suzuki XL7	13426
18	Toyota Avanza	40274
19	Toyota Fortuner 2.4 4×2	19463
20	Toyota Fortuner 2.4 4×4	213
21	Toyota Innova 2.0	12738
22	Toyota Innova 2.4	24371
23	Toyota Rush	46766
24	Toyota Sienta	786
25	Toyota Veloz	21008
26	Toyota Venturer 2.0	1047
27	Toyota Venturer 2.4	5037
28	Toyota Vios	1170
29	Toyota Yaris	6415
30	Wuling Confero	9833

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Berikut di tampilkan data total penjualan unit mobil sebelum dan sesudah adanya insentif PPnBM secara umum dari seluruh data yang digunakan sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Hasil Total Penjualan Unit Mobil Sebelum dan Sesudah Insentif PPnBM

No	Model Mobil	Insentif PPnBM	
		Sebelum	Sesudah
1	Daihatsu Gran Max	6857	11409
2	Daihatsu Luxio	1012	2360
3	Daihatsu Terios	8208	17041
4	Daihatsu Xenia	2860	14405
5	Honda Brio RS	8236	13053
6	Honda BR-V	682	2640
7	Honda City Hatchback	131	9677
8	Honda CR-V 1.5 T	3003	8052
9	Honda CR-V 2.0 CVT	159	263
10	Honda HR-V 1.5 L	7283	13432
11	Honda HR-V 1.8 L	655	797
12	Honda Mobilio	2441	4409
13	Mitshubishi Xpander	9401	27398
14	Mitshubishi Xpander Cross	8399	21993
15	Nissan Livina	7886	2015
16	Suzuki Ertiga	4312	10617
17	Suzuki XL7	7239	13426
18	Toyota Avanza	11731	40274
19	Toyota Fortuner 2.4 4x2	8385	19463
20	Toyota Fortuner 2.4 4x4	399	213
21	Toyota Innova 2.0	6198	12738
22	Toyota Innova 2.4	12252	24371
23	Toyota Rush	2283	46766
24	Toyota Sienta	270	786
25	Toyota Veloz	7809	21008

26	Toyota Venturer 2.0	868	1047
27	Toyota Venturer 2.4	1670	5037
28	Toyota Vios	275	1170
29	Toyota Yaris	2737	6415
30	Wuling Confero	2495	9833

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 5
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sebelum Insentif	30	131,00	12252,00	4537,8667	3782,58659
Sesudah Insentif	30	213,00	46766,00	12070,2667	11570,48466
Valid N (listwise)	30				

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan hasil uji statistik deskriptif dapat dijelaskan sebagai berikut, (1) Nilai minimum variabel sebelum insentif PPnBM adalah 131,00 dan nilai maksimumnya adalah 12.252,00. Rata-rata variabel sebelum insentif PPnBM adalah 4.537,8667 dengan standar deviasi 3.782,58659. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata penjualan model mobil sebelum insentif PPnBM yang memenuhi kriteria pada perusahaan yang terdaftar di GAIKINDO sebesar 4.537,8667 unit atau dibulatkan menjadi 4.538 unit. (2) Nilai minimum variabel sesudah insentif PPnBM adalah 213,00 dan nilai maksimumnya adalah 46.766,00. Rata-rata variabel sesudah insentif PPnBM adalah 12.070,2667 dengan standar deviasi 11.570,48466. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata penjualan model mobil sebelum insentif PPnBM yang memenuhi kriteria pada perusahaan yang terdaftar di GAIKINDO sebesar 12.070,2667 unit atau dibulatkan menjadi 12.070 unit.

Uji Beda T-Test

Uji Normalitas

Uji normalitas data dapat dilihat dari uji statistik yang dilakukan dengan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dapat di lihat pada Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Sebelum Insentif	Sesudah Insentif
N		30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4537,87	12070,27
	Std. Deviation	3782,587	11570,485
Most Extreme Differences	Absolute	,191	,153
	Positive	,191	,153
	Negative	-,130	-,153
Kolmogorov-Smirnov Z		1,045	,840
Asymp. Sig. (2-tailed)		,224	,481

a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikasi pada variabel sebelum insentif Sebesar 0.224 lebih besar dari 0,05 (0.224 > 0,05). Hal ini dapat disimpulkan bahwa data penelitian pada variabel sebelum insentif berdistribusi normal. Dan nilai signifikasi pada

variabel sesudah insentif sebesar 0.481 lebih besar dari 0,05 ($0.481 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa data penelitian pada variabel sesudah insentif berdistribusi normal.

Uji Paired Sample T-Test

Jika Uji Paired Sample T-Test merupakan uji parametrik yang dapat digunakan pada dua data berpasangan. Berikut hasil dari uji paired sample t-test:

Tabel 7
Hasil Uji Beda Paired Sample T-Test
Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum Insentif - Sesudah Insentif	-7532,4	9645,719	1761,059	-11134,171	-3930,629	-4,277	29	,000

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai t hitung sebesar -2,890. Dengan hasil tersebut maka dapat dilihat bahwa $0,000 < 0,05$, karena nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pemanfaatan insentif PPnBM terhadap penjualan mobil. Hasil uji beda T Tabel 7 di atas dapat menunjukkan hasil pengujian hipotesis. H_1 : Pemanfaatan Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah berpengaruh terhadap penjualan mobil.

Uji Wilcoxon

Tabel 8
Hasil Uji Beda Wilcoxon
Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Sesudah Insentif - Sebelum Insentif	Negative Ranks	2 ^a	9,50	19,00
	Positive Ranks	28 ^b	15,93	446,00
	Ties	0 ^c		
	Total	30		

a. Sesudah Insentif < Sebelum Insentif
 b. Sesudah Insentif > Sebelum Insentif
 c. Sesudah Insentif = Sebelum Insentif

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan hasil uji beda wilcoxon pada Tabel 8, menunjukkan hasil sebagai berikut, (1) *Negative rank* atau selisih (negatif) antara penjualan mobil sebelum insentif dan sesudah insentif. Disini terdapat 2 data negatif (N) yang artinya terdapat 2 model mobil yang mengalami penurunan penjualan dari sebelum insentif dan sesudah insentif. Mean rank atau rata-rata penurunan tersebut sebesar 9,50 sedangkan jumlah rangking positif atau *Sum of Rank* adalah sebesar 19,00. (2) *Positive rank* atau selisih (positif) antara penjualan mobil sebelum insentif dan sesudah insentif. Disini terdapat 28 data positif (N) yang artinya terdapat 28 model mobil yang mengalami peningkatan penjualan dari sebelum insentif dan sesudah insentif. Mean rank atau rata-rata penurunan tersebut sebesar 15,93 sedangkan jumlah rangking positif atau *Sum of Rank* adalah sebesar 446,00. (3) *Ties* adalah kesamaan nilai sebelum insentif dan sesudah insentif, disini nilai ties adalah 0, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak ada nilai yang sama antara sebelum insentif dan sesudah insentif.

Tabel 9
Hasil Uji Beda Wilcoxon
Test Statistics^a

	Sesudah Insentif - Sebelum Insentif
Z	-4,391 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Wilcoxon Signed Ranks Test
 b. Based on negative ranks.

Sumber: Data Penelitian, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,000. Dengan hasil tersebut maka dapat dilihat bahwa $0,000 < 0,05$, karena nilai Asymp.Sig.(2-tailed) $< 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan antara penjualan mobil sebelum insentif PPnBM dan sesudah insentif PPnBM. Hasil uji beda T tabel 9 di atas dapat menunjukkan hasil pengujian hipotesis. H_2 : Terdapat perbedaan signifikan penjualan mobil antara sebelum Insentif PPnBM dan sesudah Insentif PPnBM.

Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh pemanfaatan insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah terhadap penjualan mobil pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO, dan untuk menguji perbedaan penjualan mobil antara sebelum Insentif PPnBM dan sesudah Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah pada pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO. Berikut adalah pembahasan dari masing-masing variabel yang terkait dalam penelitian ini:

Pemanfaatan Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah Berpengaruh Terhadap Penjualan Mobil

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan pada Tabel 9 mengenai “Penjualan unit mobil sebelum dan sesudah insentif PPnBM pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO” diketahui bahwa Variabel sebelum insentif memiliki nilai yang signifikan terhadap variabel sesudah insentif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4,277 dan nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya pemanfaatan insentif PPnBM memiliki pengaruh yang signifikan antara penjualan mobil sebelum insentif terhadap penjualan mobil sesudah pemberian insentif PPnBM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_1) yaitu pemanfaatan Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah berpengaruh terhadap penjualan mobil diterima.

Perusahaan otomotif dengan penjualan unit mobil yang meningkat setelah ditetapkannya kebijakan insentif PPnBM menunjukkan perusahaan sangat terbantu dengan memanfaatkan kebijakan ini sehingga penjualan mobil pada perusahaan mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada Tabel 8 mengenai statistik deskriptif penjualan unit mobil sebelum dan sesudah insentif PPnBM, bahwa rata-rata penjualan unit mobil sebelum ditetapkannya insentif PPnBM yang memenuhi kriteria pada perusahaan yang terdaftar di GAIKINDO selama 10 bulan mulai bulan Mei 2020 – Februari 2021 yaitu sebanyak 4.537,8667 unit atau dibulatkan menjadi 4.538 unit, namun rata-rata penjualan unit mobil pada saat sesudah ditetapkannya insentif PPnBM yang memenuhi kriteria pada perusahaan yang terdaftar di GAIKINDO selama 10 bulan mulai bulan Maret 2021 – Desember 2021 yaitu sebanyak 12.070,2667 unit atau dibulatkan menjadi 12.070 unit, mengalami peningkatan sebesar 260% dari rata-rata penjualan unit mobil sebelum ditetapkannya insentif PPnBM. Hal ini berarti kekuatan pemberian insentif PPnBM memberikan peningkatan rata-rata penjualan dibanding dengan sebelum pemberian insentif PPnBM. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riningsih (2021), Sudarwati (2021), Purbani (2014), dan David

(2014) yang menyatakan bahwa insentif pajak PPnBM berpengaruh positif terhadap penjualan mobil.

Perbedaan Penjualan Mobil Sebelum dan Sesudah Pemberian Insentif Pajak PPnBM Ditanggung Pemerintah

Berdasarkan hasil pengujian atas hipotesis yang telah dilakukan pada Tabel 9 mengenai "Penjualan unit mobil sebelum dan sesudah insentif PPnBM pada perusahaan otomotif yang terdaftar di GAIKINDO" diketahui bahwa Variabel sebelum insentif memiliki perbedaan yang signifikan terhadap variabel sesudah insentif. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya memiliki perbedaan yang signifikan antara penjualan mobil sebelum insentif terhadap penjualan mobil sesudah pemberian insentif PPnBM. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis satu (H_2) yaitu Terdapat perbedaan signifikan penjualan mobil antara sebelum Insentif PPnBM dan sesudah Insentif PPnBM diterima.

Perusahaan otomotif dengan penjualan unit mobil yang meningkat setelah ditetapkannya kebijakan insentif PPnBM menunjukkan perusahaan sangat terbantu dengan adanya kebijakan ini sehingga penjualan mobil pada perusahaan mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tabel 13 mengenai hasil uji wilcoxon penjualan unit mobil sebelum dan sesudah insentif PPnBM, bahwa terdapat 28 model mobil yang mengalami peningkatan penjualan setelah diberikannya insentif PPnBM, sedangkan hanya 2 model mobil yang mengalami penurunan penjualan setelah diberikannya insentif PPnBM. Hal ini berarti kekuatan pemberian insentif PPnBM memberikan peningkatan penjualan dibanding dengan sebelum pemberian insentif PPnBM.

Hasil penelitian ini berhasil mendukung teori insentif pajak yang memprediksi bahwa semakin besar suatu fasilitas yang diberikan oleh pemerintah untuk individu atau organisasi tertentu demi memberikan kemudahan di bidang perpajakan, maka semakin luas pula wajib pajak patuh melaksanakan kewajiban perpajakannya. Pemerintahan yang menetapkan kebijakan insentif pajak akan menarik minat para investor untuk berinvestasi. Hal ini karena insentif pajak bisa menurunkan biaya pajak dibandingkan negara lain sehingga memungkinkan investor tertarik buat menanamkan modalnya. Oleh karena itu insentif PPnBM juga dapat dijadikan mekanisme pemerintah dalam meningkatkan pendapatan negara dan berkontribusi untuk mendorong percepatan pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi covid-19. Sehingga, program insentif PPnBM yang berjalan baik ini harus tetap dilanjutkan atau diperpanjang setidaknya sampai ekonomi nasional jadi lebih stabil.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memperoleh beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian Analisis Pemanfaatan Sebelum dan Sesudah Insentif PPnBM Ditanggung Pemerintah Terhadap Penjualan Mobil pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di GAIKINDO sebagai berikut: (1) Hasil penelitian ini menyatakan bahwa insentif PPnBM berpengaruh positif terhadap penjualan mobil, dimana menunjukkan perbedaan yang signifikan antara penjualan mobil sebelum insentif dan penjualan mobil sesudah insentif. Hal ini menunjukkan gambaran keberhasilan perusahaan dalam memanfaatkan kebijakan-kebijakan pemerintah untuk meningkatkan penjualan mobil, salah satunya yaitu kebijakan insentif PPnBM untuk penjualan mobil baru ini. (2) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat penjualan mobil yang berbeda saat sebelum dan sesudah pemberian insentif PPnBM, dimana terdapat 28 model mobil yang mendapatkan insentif PPnBM mengalami peningkatan penjualan dibandingkan sebelum mendapatkan insentif. Hal ini menunjukkan gambaran keberhasilan pemerintah dalam menerapkan kebijakan-kebijakan

untuk mempercepat pemulihan ekonomi nasional akibat pandemi covid-19, salah satunya yaitu kebijakan insentif PPnBM untuk penjualan mobil baru ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, kesimpulan, dan keterbatasan penelitian di atas, maka saran penulis yaitu: (1) Bagi pemerintah, Sebaiknya pemerintah lebih memperluas kategori segmen dalam pembagian insentif dan memperpanjang kebijakan insentif PPnBM ini. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan mobil sehingga pemerintah dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga dan negara yang berasal dari biaya PPN, PKB, dan BNKB. (2) Bagi perusahaan, disarankan perusahaan membuat inovasi-inovasi kebijakan strategi penjualan yang baru jika kebijakan insentif PPnBM ini tidak diperpanjang. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan perusahaan sehingga lebih menarik minat konsumen untuk membeli mobil. (3) Bagi Masyarakat, Jika kebijakan ini diperpanjang sebaiknya masyarakat dalam membuat keputusan untuk membeli mobil lebih memperhatikan model mobil yang akan dibeli, karena dalam kebijakan insentif PPnBM hanya untuk beberapa segmen saja dan tidak semua mobil mendapatkan diskon PPnBM ini, sehingga masyarakat akan mendapatkan mobil baru dengan harga yang lebih murah. (4) Bagi peneliti selanjutnya, Bagi peneliti selanjutnya jika kebijakan ini diperpanjang diharapkan untuk menambah jangka waktu penelitian dan variabel lainnya untuk mengetahui lebih jelas faktor-faktor yang terdampak dalam insentif PPnBM ini, sekaligus mampu memberikan informasi bagi para peneliti yang tertarik dalam bidang yang sama dan mengembangkan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Apuke, O.D. 2017. Quantitative Research Methods: A Synopsis Approach. *Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review* 6(11): 40-47
- David, H. 2014. Analisis Dampak Kebijakan Fiskal Bagi Kendaraan Bermotor Hemat Energi dan Harga Terjangkau (KBH2)/ *Low Cost Green Car (LCGC)* Terhadap Penerimaan Pajak. *Tesis*. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Dewi, I.A.S. 2019. Pengaruh Insentif Pajak PPh Badan terhadap Kenaikan Dunia Usaha dan Investasi. https://www.pajakku.com/read/5da003d5b01c4b45_6747b71a/Pengaruh-Insentif-Pajak-PPh-Badan-terhadap-Kenaikan-Dunia-Usaha-dan-Investasi. 25 Oktober 2021 (21:00).
- Etikan, I. 2016. Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics* 5(1): 1.
- GAIKINDO. 2020. Tahun 2020: Wabah, Resesi Ekonomi, dan Turunnya Penjualan Mobil 48 Persen. <https://www.gaikindo.or.id/wabah-resesi-ekonomi-dan-turunnya-penjualan-mobil-48-persen-pada-2020/>. 24 Oktober 2021 (21:00).
- Mankiw, N.G., M.C. Weinzierl, dan D.F. Yagan. 2009. Optimal Taxation In Theory and Practice. *Journal of Economic Perspective* 23(4): 147-174.
- Mardiasmo. 2011. *Perpajakan*. Edisi Revisi 2011. Salemba Empat. Yogyakarta.
- Purbani, F. 2014. Pemberian Insentif Pajak Terhadap Produsen Mobil Murah dan Ramah Lingkungan Dikaitkan Dengan Fungsi *Regulerend* Pajak dan Praktik Monopoli Atau Persaingan Usaha Tidak Sehat. *Skripsi*. Universitas Padjajaran. Bandung.
- Resmi, S. 2019. *Perpajakan Teori dan Kasus*. Edisi kesebelas. Buku Satu. Salemba Empat. Yogyakarta.
- Riningsih, D. 2021. Analisis Kebijakan Insentif Pajak PPnBM Mobil Terhadap Penjualan Mobil Di Era Pandemi Covid-19. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi*. April: 291-298.
- Sudarwati, Y. 2021. Kebijakan Insentif Pajak Kendaraan Bermotor Tahun 2021. *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik* 8(4): 19-24.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

- Alfabeta. Bandung.
- Waluyo. 2009. *Akuntansi Pajak*. Edisi Kedua. Salemba Empat. Jakarta.
- Weingast, B.R. 2009. Second Generation Fiscal Federalism: The Implications of Fiscal Incentives. *Journal of Urban Economics* 65(3): 279-293.
- Wibowo, D. 2013. Pengaruh Pendapatan Per Kapita, Economic Growth Rate, Economic Structure, dan Tax Rate Terhadap Tax Ratio pada Negara-Negara OECD dan Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember* 11(1): 45-61.
- Zee, H.H., J.G. Stotsky, dan E. Ley. 2002. Tax Incentives for Business Investment: A Primer for Policy Makers in Developing Countries. *World Development* 30(9): 1497-1516.