



Pengaruh Regulasi Ambang Batas USD 3 Melalui E-Commerce Terhadap Minat Beli Produk Impor di Indonesia

Dian Anggraeni¹, Made Irma Lestari²

¹Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Batang, Indonesia

²STIE Wiyatamandala, Jakarta, Indonesia

Info Article

History Article:

Submitted : Oktober 2020

Revised : Oktober 2020

Accepted : 2 Nov 2020

Keywords:

consignment import, regulation, USD 3, buying interest

Abstract

This explanatory research followed quantitative methods aims to test empirically the effect of the USD 3 threshold regulation (PMK Number 199/PMK.010/2019) through e-commerce on the buying interest in imported products in Indonesia. The increasing volume of imports of consignments and fraud in reporting Consignment Notes (CN) led to the issuance of PMK Number 199/PMK.010/2019 Regarding Customs, Excise, and Import Taxes on Shipments which took effect from January 30, 2020. This regulation is lowering the threshold for e-commerce shipments from USD 75 to USD 3 aiming to encourage domestic industry and increase the production of local products. The research was conducted in Indonesia in August-September 2020 with a population of Indonesian people. The sampling method used was purposive sampling by distributing 160 questionnaires online. The results prove that the USD 3 threshold regulation (PMK Number 199/PMK.010/2019) through e-commerce has a significant positive effect on the interest in buying imported products in Indonesia. The community agrees with the implementation of this regulation and the interest in buying imported products has decreased, thus hopefully can increase the public's interest in buying local products.

Abstrak

Penelitian eksplanatori dengan metode kuantitatif ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh regulasi ambang batas USD 3 (PMK Nomor 199/PMK.010/2019) melalui e-commerce terhadap minat beli produk impor di Indonesia. Volume impor barang kiriman yang semakin meningkat dan terjadinya kecurangan pembeli dalam melaporkan Consignment Notes (CN) menyebabkan dikeluarkannya PMK Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Impor Atas Barang Kiriman yang berlaku mulai 30 Januari 2020. Regulasi tersebut menurunkan ambang batas barang kiriman melalui e-commerce dari USD 75 menjadi USD 3 dengan tujuan untuk mendorong industri dalam negeri dan meningkatkan produksi produk lokal. Penelitian dilakukan di Indonesia pada bulan Agustus-September 2020 dengan populasi masyarakat Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan ialah purposive sampling dengan menyebarkan 160 kuesioner secara daring. Data dianalisis menggunakan regresi linier dengan alat program statistik setelah uji asumsi klasik terpenuhi. Hasil penelitian membuktikan regulasi ambang batas USD 3 (PMK Nomor 199/PMK.010/2019) melalui e-commerce berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk impor di Indonesia. Masyarakat setuju dengan diberlakukannya regulasi tersebut dan minat beli produk impor menurun sehingga diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat membeli produk lokal.

✉correspondence Address

Institutional address: Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro, Batang, Indonesia

E-mail: dianangraenii@lecturer.undip.ac.id

ISSN

2721-9526 (online)

PENDAHULUAN

Statistik barang kiriman dalam kurun waktu tiga tahun terakhir mengalami kenaikan yang signifikan dalam volume impor dan jumlah *consignment notes* berdasarkan catatan dokumen impor kegiatan *e-commerce* melalui barang kiriman di Indonesia yang mencapai 6,1 juta paket pada tahun 2017, meningkat menjadi 19,57 juta di tahun 2018, dan meningkat tajam 57,92 juta pada tahun 2019 (DJBC, 2020). Peningkatan volume impor melalui *e-commerce* terlihat sangat signifikan berdasarkan statistik tersebut. Fenomena ini melatarbelakangi pemerintah mengambil kebijakan baru terkait ketentuan kepabeanan, cukai, dan pajak atas impor barang kiriman. Pemerintah melalui Bea Cukai menetapkan regulasi terbaru untuk terus melindungi dan meningkatkan produksi lokal melalui Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Impor Atas Barang Kiriman yang mulai berlaku sejak 30 Januari 2020.

Bea Cukai dalam regulasi tersebut menyesuaikan nilai pembebasan bea masuk atas barang kiriman dari sebelumnya dengan ambang batas USD 75 (Kemenkeu, 2018), menjadi USD 3 per kiriman, sedangkan pungutan Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI) diberlakukan normal serta merasionalisasi tarif dari semula berkisar kurang lebih 27,5%-37,5% (bea masuk 7,5%, PPN 10%, PPh 10% dengan NPWP dan PPh 20% tanpa NPWP) menjadi kurang lebih 17,5% (bea masuk 7,5%, PPN 10%, dan PPh 0%) (DJBC, 2020). Regulasi tersebut sebagai upaya secara riil yang dilakukan pemerintah melalui Bea Cukai untuk meningkatkan konsumsi produk lokal. Pemerintah menurunkan ambang batas impor barang kiriman melalui *e-commerce* dari USD75 ke USD3 sebab banyak oknum yang melaporkan *Consignment Note* (CN) di bawah USD75 yang mana pada kenyatannya nilai barang tersebut bernilai lebih besar (Kemenkeu, 2019). Oleh karena itu diharapkan dapat mengurangi terjadinya kecurangan pada saat melaporkan nilai barang yang merugikan pemerintah. Jika hal tersebut terus menerus dibiarkan maka tidak hanya merugikan pemerintah namun juga berdampak pada produsen barang lokal.

Direktur Kepabeanan Internasional dan Antar Lembaga Syarif Hidayat menaruh perhatian khusus terhadap pendapat dan masukan dari pengrajin dan produsen barang yang menyampaikan keluhan bahwa barang yang digemari dan berlimpah dari luar negeri mengakibatkan produk dalam negeri tidak laku sehingga beberapa sentra pengrajin tas dan sepatu banyak yang gulung tikar dan menjual produk buatan China (DJBC, 2020). Mempertimbangkan alasan tersebut, regulasi baru yang ditetapkan menjadi hal yang tepat sebagai upaya wujud nyata pemerintah khususnya Kementerian Keuangan dalam mengoordinasikan berbagai masukan dari pelaku industri dalam negeri khususnya Industri Kecil dan Menengah (IKM).

Masyarakat berperan dalam menyukseskan tujuan regulasi tersebut. Dengan terbitnya regulasi tersebut diharapkan menjadi salah satu alasan masyarakat untuk mulai mencintai dan membeli produk lokal. Ketika masyarakat mencintai produk lokal maka diharapkan minat beli masyarakat terhadap produk impor menurun sehingga produsen barang dalam negeri atau IKM tidak gulung tikar bahkan dapat berkembang pesat. Regulasi diharapkan dapat menekan pembelian produk impor.

Selain masyarakat, *e-commerce* berperan penting dalam menyukseskan tujuan regulasi tersebut. Berdasarkan data penjualan selama Hari Belanja Online Nasional (Halbolnas) tahun 2018, produk lokal karya anak negeri yang sebagian besar karya UMKM berhasil menyumbang pemasukan hingga Rp3,1 Triliun (Kominfo, 2019). Halbolnas merupakan salah satu ajang pesta belanja online terbesar di Indonesia yang ada semenjak tahun 2018 yang diikuti 300 *e-commerce*, termasuk *e-commerce* lokal pada tahun 2018. Halbolnas dalam platform *e-commerce* menjadi salah satu wadah untuk meningkatkan penjualan produk lokal. Yonathan menyampaikan bahwa halbolnas dikhususkan membantu daya jual produk lokal di platform *e-commerce* dikarenakan pertumbuhan masyarakat yang berpartisipasi meningkat hingga 46% dibanding tahun sebelumnya dengan nilai transaksi produk lokal yang melampaui target dari Rp1 triliun (Kominfo, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa *e-commerce* sangat berperan penting dalam menekan produk impor dan mendorong produk lokal. Pemerintah dan *e-commerce* harus menjalin kerjasama yang baik. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 menjadi salah satu sinergi pemerintah dengan *e-commerce* untuk menyukseskan tujuan regulasi tersebut.

Berdasarkan paparan di atas maka peneliti ingin mengetahui apakah benar bahwa Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Impor Atas Barang Kiriman ini mampu mempengaruhi minat beli masyarakat Indonesia terhadap produk impor dan cenderung akan memilih produk lokal? Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Negara melalui pengaruh regulasi yang diberlakukan, dengan menyosialisasikan peraturan terbaru, melindungi IKM, menurunkan minat beli produk impor, dan meningkatkan kesadaran untuk mencintai produk lokal. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangsih saran kepada penerapan perlakuan PMK Nomor 199/PMK.010/2019 dalam rangka evaluasi kebijakan apabila diperlukan.

Tinjauan Pustaka

1. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Impor Atas Barang Kiriman

PMK Nomor 199/PMK.010/2019 dikeluarkan dan diberlakukan untuk mengatur ambang batas barang kiriman yang diimpor yang semula dari USD 75 menjadi USD 3 untuk melindungi kepentingan nasional sehubungan dengan meningkatnya volume impor barang melalui mekanisme impor barang kiriman dan mendorong pertumbuhan industri dalam negeri maka perlu mengatur ketentuan mengenai kepabeanan, cukai, dan pajak atas impor barang kiriman. Berikut ketentuan-ketentuan terbaru yang ada dalam PMK tersebut (Kemenkeu, 2019).

Pasal 13

(1) Terhadap Barang Kiriman yang diimpor untuk dipakai sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (1) huruf a dengan nilai pabean paling banyak FOB USD 3.00 (tiga United States Dollar) per Penerima Barang per kiriman:

- a. diberikan pembebasan bea masuk;
- b. dipungut Pajak Pertambahan Nilai atau Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sesuai ketentuan peraturan

perundang-undangan di bidang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah; dan

- c. dikecualikan dari pemungutan Pajak Penghasilan.

Pasal 20

(1) Berdasarkan pemeriksaan pabean sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19 ayat (1) huruf b, terhadap Barang Kiriman dengan nilai pabean melebihi FOB USD 3.00 (tiga United States Dollar) sampai dengan FOB USD 1,500.00 (seribu lima ratus United States Dollar) yang disampaikan dengan *Consignment Note* berlaku ketentuan sebagai berikut:

- a. dipungut bea masuk dengan tarif pembebanan ditetapkan sebesar 7,5% (tujuh koma lima persen);
b. nilai pabean ditetapkan berdasarkan keseluruhan nilai pabean Barang Kiriman sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai penetapan nilai pabean.

(2) Barang Kiriman yang ditetapkan dengan tarif pembebanan bea masuk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a:

- c. dipungut Pajak Pertambahan Nilai atau Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah dengan tarif sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah; dan
d. dikecualikan dari pemungutan Pajak Penghasilan.

(3) Penetapan pembebanan tarif bea masuk sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan ketentuan pemungutan pajak dalam rangka impor sebagaimana dimaksud pada ayat (2), tidak berlaku untuk impor barang kiriman berupa:

- a. buku dan barang lainnya, yang termasuk dalam HS Code 4901, 4902, 4903, dan 4904;
b. tas, koper dan sejenisnya, yang termasuk dalam HS Code 4202;
c. produk tekstil, garmen dan sejenisnya, yang termasuk dalam HS Code 61, 62, dan 63; dan/atau
d. alas kaki, sepatu dan sejenisnya, yang termasuk dalam HS Code 64.

(4) Terhadap impor Barang Kiriman dengan jenis barang sebagaimana dimaksud pada ayat (3) diberlakukan ketentuan dan tarif pembebanan umum untuk bea masuk dan pajak dalam rangka impor.

(9) Dalam hal penetapan nilai pabean oleh Pejabat Bea dan Cukai dan/ atau sistem komputer pelayanan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menyebabkan nilai Barang Kiriman menjadi lebih dari FOB USD 1,500.00 (seribu lima ratus United States Dollar), Pejabat Bea dan Cukai yang menangani Barang Kiriman dan/ atau sistem komputer pelayanan memberitahukan kepada Penerima Barang melalui Penyelenggara Pos agar Penerima Barang menyampaikan:

- a. PIB, dalam hal Penerima Barang merupakan badan usaha; atau
b. PIBK, dalam hal Penerima Barang bukan merupakan badan usaha.

2. Impor

Impor menurut KBBi adalah memasukkan barang dan sebagainya yang berasal dari luar negeri. Dalam situs resmi bea cukai dinyatakan bahwa impor sendiri diartikan sebagai kegiatan memasukkan barang ke dalam Daerah Pabean. Daerah Pabean menurut PMK Nomor 199/PMK.010/2019 adalah wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan, dan ruang udara di

atasnya, serta tempat-tempat tertentu di Zona Ekonomi Eksklusif dan landas kontinen yang di dalamnya berlaku Undang-Undang Kepabeanan. Adapun impor yang diatur dalam PMK Nomor 199/PMK.010/2019 merupakan barang kiriman yang dikirim melalui Penyelenggara Pos sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang pos. Tarif baru yang disebutkan di atas mengatur impor barang kiriman dan bukan barang bawaan yang dibawa sendiri.

3. Minat Beli

“Minat” menurut KBBI adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, sedangkan “beli” menurut KBBI adalah memperoleh sesuatu melalui penukaran (pembayaran) dengan uang. Minat beli merupakan kecenderungan hati yang tinggi memperoleh sesuatu melalui penukaran pembayaran dengan uang. Hal ini sejalan dengan definisi menurut Schiffman et. al. (2012) bahwa perilaku yang ditunjukkan seseorang untuk mencari, membeli, menggunakan dan mengulas produk dan jasa yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhannya merupakan suatu perilaku konsumen. Konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek, akan menimbulkan minat pembelian terhadap produk atau merek tersebut (Nulufi & Murwatingsih, 2015).

Beberapa studi telah menyatakan bahwa minat beli dipengaruhi oleh beberapa faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap minat beli barang oleh konsumen melalui *e-commerce*. Dalam penelitian yang sudah dilakukan oleh Harisno dan Deborah (2018) menemukan bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*), promosi, dan harga barang mempengaruhi minat beli konsumen melalui *e-commerce* secara signifikan positif. Penelitian oleh Heryenzuz & Nainggolan (2018) menyatakan hasil bahwa kualitas, harga, lokasi, dan promosi produk memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil penelitian Abdurachman (2004) menghasilkan bahwa pengaruh faktor-faktor penentu minat membeli konsumen ke dalam nilai persentase yaitu faktor kualitas sebesar 24,30%, faktor acuan sebesar 18,55%, faktor merek dan warna sebesar 7,95%, faktor kemasan dan harga sebesar 5,89%, faktor diskon dan hadiah sebesar 5,89%. Faktor paling dominan yang menimbulkan kecenderungan minat beli konsumen ialah faktor kualitas dan faktor acuan. Oleh sebab itu, peneliti dalam penelitian ini menggunakan faktor-faktor berikut sebagai dimensi-dimensi variabel dependen yaitu (1) kualitas, merupakan atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya, (2) brand/merek, merupakan atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional, (3) kemasan, merupakan atribut produk yang memberikan penilaian dari pembungkus daripada produk utamanya, (4) harga, merupakan pengorbanan riil dan materiil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk, (5) ketersediaan barang, merupakan sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada, dan (6) acuan, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk, sehingga dapat pula dipakai sebagai media promosi.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori dengan metode kuantitatif yaitu penelitian yang melihat hubungan sebab akibat antara dua atau lebih variabel yang saling mempengaruhi (Sekaran & Bougie, 2016). Data

penelitian yang diperoleh menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner penelitian secara daring. Penelitian dilakukan di Indonesia. Populasi penelitian ini yaitu masyarakat Indonesia. Metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling*. Peneliti mencari responden yang sering melakukan transaksi pembelian barang melalui *e-commerce* dan cenderung mampu membedakan barang yang dibeli merupakan barang lokal atau impor. Penelitian ini dilakukan dengan mengambil 160 orang responden yang tersebar di Indonesia.

Analisis data dengan regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS versi 26. Sebelum data dianalisis, dilakukan uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi. Pengujian validitas dan reliabilitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner penelitian terhadap tujuan dari penelitian dan menunjukkan konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Setelah melakukan serangkaian uji maka dilakukan uji hipotesis dengan analisis linier berganda dengan membandingkan hasil t hitung (t_{hit}) terhadap t table (t_{tab}). Hipotesis yang diajukan merupakan hipotesis tidak terarah, sehingga grafik distribusi normal 2-tailed dengan taraf signifikansi $\alpha = 5\%$. Adapun hipotesis penelitian ini yaitu:

H_0 : Regulasi PMK Nomor 199/PMK.010/2019 tidak berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk impor

H_1 : Regulasi PMK Nomor 199/PMK.010/2019 berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk impor

Penelitian ini menggunakan Independen T Test (Uji t) untuk uji parsial dengan mengukur pengaruh variabel independen terhadap dependen. Analisis dapat dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Apabila t hitung $>$ t tabel berarti terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan kata lain H_0 di tolak atau H_1 diterima (Sekaran & Bougie, 2016).

Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya

Variabel Independen

Variabel independen dalam penelitian ini adalah regulasi ambang batas USD 3 (PMK Nomor 199/PMK.010/2019) yang diukur dengan menggunakan skala likert antara skor 1 sampai 5. Skor 5 memiliki arti responden sangat setuju dengan berlakunya dan tujuan regulasi tersebut sedangkan sebaliknya skor 1 sangat tidak setuju.

Variabel Dependen

Variabel dependen penelitian ini ialah minat beli produk impor. Minat beli diukur menggunakan indikator yang dirumuskan dari tinjauan pustaka dengan faktor-faktor berikut sebagai dimensi-dimensi variabel dependen:

1. Faktor kualitas, merupakan atribut produk yang dipertimbangkan dari segi manfaat fisiknya;
2. Faktor brand/merek, merupakan atribut yang memberikan manfaat non material, yaitu kepuasan emosional;
3. Faktor kemasan, merupakan atribut produk yang memberikan penilaian dari pembungkus daripada produk utamanya;

4. Faktor harga, merupakan pengorbanan riil dan materiil yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh atau memiliki produk;
5. Faktor ketersediaan barang, merupakan sejauh mana sikap konsumen terhadap ketersediaan produk yang ada;
6. Faktor acuan, merupakan pengaruh dari luar yang ikut memberikan rangsangan bagi konsumen dalam memilih produk, sehingga dapat pula dipakai sebagai media promosi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peneliti menyebarkan 160 kuesioner dengan tingkat pengembalian 100% dengan keseluruhan sebanyak 158 kuesioner yang dapat diolah. Peneliti melakukan *scoring* terhadap kuesioner yang diterima berdasarkan kelompok pertanyaan yang diajukan. Peneliti mengajukan 21 pertanyaan dan telah lolos uji validitas dan reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mendapatkan suatu keyakinan sejauh mana pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam penelitian. Uji validitas dikelola dengan versi terbaru SPSS, yaitu SPSS 26.

Tabel 1. Uji Validitas Item Regulasi Ambang Batas USD 3

Question Number-	Sig. Value	Sig. Rate	Conclusion
X1	0,000	0,05	Valid
X2	0,000	0,05	Valid
X3	0,000	0,05	Valid
X4	0,000	0,05	Valid
X5	0,000	0,05	Valid
X6	0,000	0,05	Valid
X7	0,000	0,05	Valid
X8	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 8 pertanyaan kuesioner terkait regulasi ambang batas USD 3 melalui e-commerce (PMK Nomor 99/PMK.010/2019) telah memenuhi syarat validitas atau dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini (sig. value < sig. rate).

Tabel 2. Uji Validitas Item Minat Beli Produk Impor

Question Number-	Sig. Value	Sig. Rate	Conclusion
Y1	0,001	0,05	Valid
Y2	0,000	0,05	Valid
Y3	0,000	0,05	Valid
Y4	0,000	0,05	Valid
Y5	0,000	0,05	Valid
Y6	0,000	0,05	Valid

Y7	0,000	0,05	Valid
Y8	0,000	0,05	Valid
Y9	0,000	0,05	Valid
Y10	0,000	0,05	Valid
Y11	0,000	0,05	Valid
Y12	0,000	0,05	Valid
Y13	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data Peneliti (2020)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 13 pertanyaan kuesioner terkait minat beli produk impor telah memenuhi syarat validitas atau dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini (sig. value < sig. rate).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna mengetahui konsistensi alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan koefisien *Cronbach Alpha*. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha* > 0,7.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variable	Cronbach Alpha	Required Rate	Conclusion
Regulasi (X)	0,884	0,700	reliable
Minat Beli (Y)	0,784	0,700	reliable

Sumber : Data Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel penelitian memiliki nilai koefisien Cronbach Alpha > 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua item variabel telah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah data-data yang diperoleh berdistribusi normal.

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual	
N	158
Asym. Sig. (2-tailed)	.097 ^c

Sumber : Data Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil Uji Kolmogorov-Smirnov tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dengan kuesioner telah berdistribusi normal dengan nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,970 lebih besar dari sig. rate (0,970 < 0,05).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	.719	2.065	.348	.728
Regulasi	.112	.063	.142	1.792

Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : Data Peneliti (2020)

Berdasarkan hasil Uji Heteroskedastisitas tersebut, nilai signifikansi sebesar 0,075 > 0,05 (2-tailed). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dari heteroskedastisitas atau tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi menggunakan nilai Durbin-Watson. Regresi dinyatakan baik apabila bebas dari gejala autokorelasi. Deteksi positif atau negatif dapat dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:

Deteksi autokorelasi positif:

- Jika $dw < dL$ maka terdapat autokorelasi positif,
- Jika $dw > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi positif,
- Jika $dL < dw < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Deteksi autokorelasi negatif:

- Jika $(4 - dw) < dL$ maka terdapat autokorelasi negatif,
- Jika $(4 - dw) > dU$ maka tidak terdapat autokorelasi negatif,
- Jika $dL < (4 - dw) < dU$ maka pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error the Estimate	Durbin-Watson
	.468 ^a	.219	.214	5.819	2.048

Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Peneliti (2020)

Dapat dilihat pada hasil spss di atas, uji Durbin-Watson menghasilkan nilai Durbin-Watson (dw) sebesar 2.048. Untuk $K= 1$, dan $T= 158$, maka didapat pada tabel Durbin Watson nilai $dU= 1.7526$, $dL= 1.7271$. Deteksi autokorelasi positif menyatakan bahwa dw memenuhi syarat “tidak terdapat autokorelasi positif” ($dw > dU$); dan deteksi autokorelasi negative menyatakan bahwa dw memenuhi syarat “tidak terdapat autokorelasi negatif” ($4-dw > dU$). Berdasarkan hasil deteksi tersebut didapat kesimpulan bahwa regresi bebas dari gejala autokorelasi.

Keterangan:

T : jumlah sampel diolah

K : jumlah variabel bebas

dL : Lower Durbin
 dU : Upper Durbin

4. Uji Regresi Linier Berganda (Independent T Test)

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis. Apabila nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun apabila nilai $t_{hit} > t_{tab}$, maka dapat disimpulkan pengaruh sama, bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda (Uji T)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
	B	Std. Error	Coefficients		
(Constant)	25.484	3.194		7.980	.000
X	.643	.097	.468	6.623	.000

Dependent Variable: Y

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.468 ^a	.219	.214		5.819

a. Predictors: (Constant), X

Sumber : Data Peneliti (2020)

Persamaan regresi dari tabel di atas, Minat Beli = $25,484 + 0,643 + \epsilon$. Koefisien regresi positif menunjukkan perubahan searah antara variabel independen terhadap dependen. Nilai konstanta sebesar 25,484 dan positif menunjukkan variabel independen konstan atau tidak mengalami perubahan, 0,643 menunjukkan regulasi mengalami kenaikan satu satuan maka minat beli akan mengalami kenaikan 0,643 satuan dengan asumsi variabel independen dianggap konstan. Koefisien korelasi berganda (R) bernilai 0,468 yang menunjukkan bahwa variabel regulasi (X) berhubungan cukup kuat sebesar 46,8% terhadap variabel minat beli (Y). Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa kuat variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya]. Nilai R^2 sebesar 21,9%, berarti variabel minat beli dapat dijelaskan 21,9% oleh variabel regulasi.

Dengan taraf signifikansi 5%, $df = 156 (n - k)$ maka diperoleh t tabel = 1.975. Berdasarkan uji t tersebut nilai $sig < 0,005$ dan $t_{hit} (6,623) > t_{tab} (1.975)$ maka dapat disimpulkan bahwa regulasi ambang batas USD 3 berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk impor melalui *e-commerce* di Indonesia. Regulasi yang diberlakukan pemerintah terkait ambang batas barang kiriman impor efektif mempengaruhi minat beli produk impor di Indonesia sehingga tujuan diberlakukannya regulasi terkait bea dan cukai yang dimulai sejak 30 Januari 2020 telah tercapai. PMK ini mampu mempengaruhi minat beli masyarakat Indonesia terhadap produk impor dan cenderung akan memilih produk lokal. Penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada pemerintah bahwa berlakunya PMK Nomor 199/PMK.010/2019 ternyata telah mampu menggiring minat beli masyarakat dari produk impor menuju produk lokal.

Masyarakat Indonesia sering membeli barang atau produk melalui platform *e-commerce* meliputi shopee, tokopedia, lazada, dan sebagainya dengan persentase sebesar 37,3% sangat sering membeli dan 36,1% sering membeli. Platform *e-commerce* semakin digemari dengan menghadirkan berbagai penawaran menarik dan ajang pesta belanja dengan diskon besar-besaran di setiap tahun. Shopee dan Tokopedia berdasarkan *voting* menjadi platform *e-commerce* yang banyak digemari masyarakat Indonesia.

Dari hasil sebaran instrumen pengumpulan data didapat bahwa 58,2% masyarakat Indonesia tertarik membeli produk lokal daripada produk impor. Hasil lainnya yaitu sebanyak 56,3% menyatakan produk lokal lebih murah daripada produk impor, 35,4% menyatakan kualitas produk lokal lebih bagus daripada produk impor, 38% menyatakan produk lokal lebih banyak pilihannya daripada produk impor, 50% menyatakan setuju dan sangat setuju ketersediaan produk impor tidak lebih banyak daripada produk lokal, 43% sangat setuju dan setuju membeli produk lokal karena melihat sekelilingnya membeli produk lokal, 53,8% sangat setuju dan setuju membeli produk lokal karena merk/brand, 70,9% sangat setuju dan setuju merasa puas ketika membeli produk lokal, 81% menyatakan sangat setuju dan setuju bangga ketika membeli produk lokal, dan 75,9% sering membeli produk lokal melalui *e-commerce*.

Berdasarkan hasil pertanyaan kuesioner yang diajukan, masyarakat setuju dengan diberlakukannya PMK baru sehingga dapat mendorong pertumbuhan IKM dalam negeri dan setuju dengan penurunan ambang batas melalui *e-commerce* menjadi USD 3 serta tujuan regulasi tersebut. Regulasi tersebut dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap produk lokal. Masyarakat menekan pembelian produk impor semenjak diberlakukan PMK tersebut. Masyarakat Indonesia mendukung diberlakukan regulasi dan lebih menyadari untuk mencintai produk lokal. Masyarakat mendukung kebijakan dan peraturan yang dikeluarkan pemerintah demi tujuan yang lebih baik untuk Indonesia serta menyadari pentingnya untuk lebih mencintai produk lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini memberikan hasil bahwa regulasi ambang batas USD 3 (PMK Nomor 199/PMK.010/2019) melalui *e-commerce* berpengaruh signifikan positif terhadap minat beli produk impor di Indonesia. Masyarakat Indonesia mendukung berlakunya regulasi terbaru kepebeanaan dan cukai. Regulasi tersebut dapat mempengaruhi penurunan minat masyarakat Indonesia dalam melakukan transaksi pembelian barang impor.

Peneliti berharap IKM di Indonesia dapat terus meningkatkan kualitas produk dan macam-macam pilihan produk sesuai keinginan pasar sehingga mampu bersaing dengan produk impor. Pemerintah melalui Kementerian Keuangan juga diharapkan dapat terus menyosialisasikan penerapan PMK Nomor 199/PMK.010/2019 ini melalui bahasa dan cara penyampaian yang mudah diterima oleh masyarakat, dan terus memperhatikan kebutuhan IKM di Indonesia, sehingga tujuan untuk melindungi dan mengembangkan produk hasil karya dalam negeri pun dapat tercapai.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, U. (2004). Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung. *Jurnal manajemen & kewirausahaan*, 34-53.
- DJBC. (2020, February 6). *Ketentuan Kepabeanan, Cukai dan Pajak Atas Impor Barang Kiriman Terbaru*. Retrieved Agustus 1, 2020, from beacukai: <https://www.beacukai.go.id/berita/ketentuan-kepabeanan-cukai-dan-pajak-atas-impor-barang-kiriman-terbaru.html>.
- DJBC. (2020, Januari 14). *Siap-Siap Aturan Impor Barang Kiriman Terbaru Mulai Berlaku 30 Januari 2020*. Retrieved Agustus 1, 2020, from beacukai: <https://www.beacukai.go.id/berita/siap-siap-aturan-impor-barang-kiriman-terbaru-mulai-berlaku-30-januari-2020.html>
- Harisno, Herby, & Deborah. (2018). The Analysis of Factors Affecting The Buying Interest of E-Commerce Customers. *CommIT Journal*, 13-18.
- Heryenzuz, & Nainggolan, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat beli Konsumen Dalam Memberi Rumah di Kota Batam. *Journal of Accounting & Management Innovation*, 139-155.
- Kemenkeu. (2018, Februari 14). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 112/PMK.04/2018 tentang perubahan PMK Nomor 182/PMK.04/2016 tentang Ketentuan Impor Barang Kiriman, batas nilai pembebasan bea masuk dan Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI) Barang Kiriman. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia.
- Kemenkeu. (2019, Desember 23). *Ini Alasan Ambang Batas Impor melalui E-Commerce Turun Dari USD75 ke USD3*. Retrieved Agustus 2, 2020, from kemenkeu: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-alasan-ambang-batas-impor-melalui-e-commerce-turun-dari-usd75-ke-usd3/>
- Kemenkeu. (2019, Februari 14). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 199/PMK.010/2019 Tentang Ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak Impor Atas Barang Kiriman. Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia. Retrieved Agustus 6, 2020, from kemenkeu.
- Kominfo. (2019, Desember 19). *Daya Beli Terhadap Produk Lokal Melalui E-Commerce Meningkat*. Retrieved Agustus 3, 2020, from Kominfo: https://www.kominfo.go.id/content/detail/15710/daya-beli-terhadap-produk-lokal-melalui-e-commerce-meningkat/0/berita_satker
- Nulufi, K., & Murwatingsih. (2015). Minat beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 129-141.
- Schiffman, L., Kanuk, L., & Hansen, H. (2012). *Consumer Behavior: A European Outlook, 2nd ed.* New York: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill of Building Approach, 7th ed.* New York: John Wiley & Sons Inc.