



## **Perubahan Perilaku Konsumen Sebagai Dampak Kebijakan PPnBM di Surabaya Pada Tahun 2021**

**Danny Soegianto**

Universitas Widya Kartika

### **Informasi Artikel**

*Histori Artikel:*

*Submit* 10 September 2022

*Accepted* 15 September 2022

*Published* 20 September 2022

*Email Author:*

[soegiantodanny@gmail.com](mailto:soegiantodanny@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*During the Covid-19 pandemic, the Indonesian economic sector experienced a significant decline, one of which was the car market. The strategy taken by the government to increase people's purchasing power, especially cars, to receive PPnBM relaxation starting in March 2021. This PPnBM relaxation aims to encourage the industry to move and boost car sales so that in some sectors things can return to normal. This study aims to determine changes in consumer behavior from the impact of PPnBM policies in terms of consumer behavior in Surabaya. This research was conducted using a qualitative method with a non-probability sampling technique, and also used in-depth interviews with resource persons who met the criteria determined by the author. Based on the results of the analysis of the author's in-depth interview with the resource person, it was found that there was a correlation between the answers given by the resource person and the theory used by the author as a reference in conducting this research.*

**Keywords** – *Consumer Behavior, Qualitative Method, Sales Tax on Luxury Goods, Purchasing Power*

### **ABSTRAK**

Pada masa pandemi Covid-19 sektor ekonomi Indonesia mengalami penurunan yang signifikan salah satunya adalah pasar kendaraan bermobil. Strategi yang dilakukan oleh pemerintah untuk menaikkan daya beli masyarakat kembali khususnya mobil mendapat relaksasi PPnBM yang dimulai pada bulan maret 2021 Relaksasi PPnBM ini bertujuan untuk mendorong agar industri bergerak dan mendongkrak penjualan mobil agar di beberapa sektor dapat kembali berjalan dengan normal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan perilaku konsumen dari dampak kebijakan PPnBM ditinjau dari perilaku konsumen di Surabaya. Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan Teknik non probability sampling, dan juga menggunakan wawancara mendalam terhadap para narasumber yang memenuhi kriteria yang sudah ditentukan oleh penulis. Berdasarkan hasil Analisis dari wawancara mendalam penulis dengan narasumber,

ditemukan adanya korelasi antara jawaban yang diberikan oleh narasumber dengan teori yang digunakan oleh penulis sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini.

**Kata Kunci** – Perilaku Konsumen, Metode Kualitatif, Pajak Penjualan Atas Barang Mewah, Daya beli

---

## PENDAHULUAN

Perekonomian Indonesia mengalami minus yang terbilang cukup rendah tetapi keadaan harus dilakukan dikarenakan angka covid yang naik secara cukup signifikan yang mengakibatkan sejumlah tempat wisata dan tempat perbelanjaan harus ditutup sementara demi mengurangi jumlah masyarakat yang keluar rumah dan tidak melakukan hal yang tidak terlalu penting (Gunawan & Yulita, 2020). Dan dengan penerapan PPKM dan Protokol kesehatan yang ditambah menjadi 6 M karena tingkat mobilitas masyarakat ketika sebelum lonjakan terjadi di beberapa tempat wisata dan tempat makan terpantau mengalami peningkatan kerumunan dan banyak yang tidak menjalankan proses dengan baik (Khoiriyah, n.d.). Mengakibatkan lonjakan yang tinggi dalam kurun waktu 14 hari tersebut, jumlah kematian Covid-19 mencapai 20.360 orang. pada 21 Juli dengan 1.383 kasus, 22 Juli dengan 1.449 kasus, dan 23 Juli dengan 1.566 kasus membuat Indonesia kewalahan dalam mengatasi pandemi ini oleh karena itu pemerintah mengambil kebijakan yang darurat ini agar angka lonjakan dapat ditekan. Dan ketika masa pemberlakuan PPKM berlangsung dampak yang diterima cukup berat bagi sebagian pedagang sepi pengunjung dan beberapa gerai harus ditutup karena tidak bisa bertahan dengan biaya operasional yang terus berjalan dan tempat kerja ditinjau harus ketat dalam melaksanakan protokol kesehatan yang dianjurkan pemerintah serta menambahkan biaya untuk membeli peralatan untuk proses yang harus diterapkan di tempatnya bekerja agar tetap bisa beroperasi pada saat lonjakan sedang tinggi, dan beberapa tempat makan tidak boleh menerima dine in dan harus take away (Trismayarni Elen, 2021).

Setiap individu yang melaksanakan perjalanan wajib menerapkan dan mematuhi protokol kesehatan 6M: Memakai masker, Mencuci tangan dengan sabun di air mengalir, Menjaga jarak, Menjauhi kerumunan, Mengurangi mobilitas, Menghindari makan Bersama, yang berdampak terhadap ekonomi Indonesia menjaga jarak dan mengurangi mobilitas wajib diterapkan karena dapat mengurangi penularan covid-19. Masyarakat yang kesulitan bertransaksi pada saat pandemi dan membeli beberapa kebutuhan dengan cara online shop atau belanja jarak jauh untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara itu pemerintah melihat di beberapa sektor penjualan kendaraan terdampak turunnya pesanan dan daya beli masyarakat oleh karena itu pemerintah memiliki strategi untuk menaikkan daya beli masyarakat dan khususnya mobil mendapat relaksasi PPnBM yang dimulai pada bulan maret 2021 untuk kelasmen 1.500cc ke bawah dan hanya akan dikenakan pajak pertambahan nilai (PPN). Dalam Relaksasi PPnBM ini bertujuan untuk mendorong agar industri bergerak dan mendongkrak penjualan mobil agar di beberapa sektor dapat kembali berjalan dengan normal. Dan Relaksasi ini diperluas pada bulan april 2021 sampai ke kelasmen 2.500cc dan ini dapat menambah daya beli masyarakat di kelas menengah keatas, ternyata kebijakan ini disambut dengan baik oleh masyarakat Indonesia dan berdampak baik untuk perekonomian. Beberapa pengusaha tertarik dengan momen yang dibuat pemerintah tersebut karena potongan yang lumayan besar dan memberi dampak positif untuk masyarakat yang membutuhkan kendaraan untuk bekerja pada saat pandemi.



**Gambar 1. Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Penjualan Mobil**

Resesi ekonomi menghantam Indonesia pada 2020 sebagai dampak dari merosotnya perekonomian selama wabah merebak. Ekonomi pun anjlok, membuat penjualan mobil terseok-seok. Daya beli masyarakat terjun bebas karena pandemi COVID-19. Pabrik otomotif sempat tutup sementara begitu juga dengan pameran mobil yang bahkan batal karena pembatasan sosial untuk menghindari penularan wabah. Alhasil, penjualan mobil sepanjang tahun 2020 pun turun. Berdasarkan data Gabungan Industri Kendaraan Bermotor Indonesia (GAIKINDO), penjualan mobil secara wholesales (distribusi dari pabrik ke dealer) sepanjang 2020 hanya 532.027 unit. Padahal, tahun 2019 penjualan mobil 1.030.126 unit. Kriteria itu rata-rata per bulan pabrikan otomotif yang terdaftar dalam anggota Gaikindo bisa menjual 80 ribu sampai 90 ribu unit. Namun situasi 2020 sangat berbeda. Membandingkan dengan data 2019, penjualan mobil pada 2020 turun 48,35 persen. Penjualan mobil di Indonesia pada 2020 mulai anjlok drastis pada April 2020. Saat itu, industri otomotif hanya mampu mengirim 7.868 unit mobil baru, padahal sebelumnya mampu menjual 80-90 ribu unit per bulan. Angka penjualan terendah terjadi pada Mei 2020 dengan penjualan hanya 3.551 unit. Selepas itu, penjualan mobil terus bangkit. Desember 2020 menjadi puncak penjualan mobil selama pandemi dengan angka sebanyak 57.129 unit dan menutup tahun 2020 dengan total penjualan sebanyak 532.027 unit. GAIKINDO pada awal pandemi merevisi target penjualan mobil turun 40 persen dari 1,1 juta unit menjadi 600 ribu unit. Jelang akhir tahun, GAIKINDO lagi-lagi terpaksa merevisi target penjualan mobil hanya 525 ribu. Kini, target tersebut terealisasi di angka 532.027 unit. Adapun penjualan mobil pada 2020 didominasi oleh kendaraan penumpang sebanyak 388.886 unit atau 73,1 persen. Sisanya sebesar 26,9 persen atau 143.141 unit mobil jenis niaga (komersial).

Alasan pemerintah Pemerintah resmi memberikan relaksasi insentif pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) resmi berlaku pada, Senin 1 Maret 2021. Pemerintah akan terus mendorong konsumsi melalui berbagai stimulus dan meningkatkan utilisasi dari industri otomotif yang di tahun lalu mengalami tekanan signifikan hingga kontraksi 50 persen. Insentif ini dapat berimplikasi positif pada sektor otomotif, misalnya dapat mempertahankan basis industri otomotif. Kemudian, berpotensi menyerap 1,5 juta tenaga kerja langsung dan 4,5 juta tenaga kerja tidak langsung, serta berdampak pada 7.451 pabrik yang menyumbang Rp 700 triliun pada PDB dan memiliki multiplier effect yang cukup luas.

Kebijakan relaksasi PPnBM yang mulai berjalan 1 Maret 2021 diberikan untuk segmen KBM roda empat segmen sedan dan 4x2 dengan kapasitas mesin di bawah 1500 cc, diproduksi di

dalam negeri, serta harus memenuhi persyaratan pembelian lokal (local purchase) yang meliputi pemenuhan jumlah penggunaan komponen yang berasal dari hasil produksi dalam negeri yang dimanfaatkan dalam kegiatan produksi kendaraan bermotor paling sedikit 70 persen. Kebijakan ini akan berlaku hingga akhir tahun. Pemberian keringanan dilakukan secara bertahap, yakni diskon pajak 100% pada Maret-Mei, 50% di bulan Juni-Agustus, dan diskon pajak 25% pada Oktober-Desember 2021. meningkatkan daya jual Relaksasi PPnBM 0% mobil baru disebut upaya pemerintah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dimana insentif ini diharapkan bisa mendongkrak kinerja industri manufaktur sekaligus meningkatkan daya beli dan konsumsi rumah tangga.

Kabar baiknya, pihaknya sedang mengkaji perluasan cakupan pajak penjualan atas barang mewah (PPnBM) untuk penjualan mobil baru. Di mana saat ini berlaku pajak 0% yang dimulai sejak 1 Maret 2021 lalu. Perluasan ini terutama untuk kapasitas isi silinder mobil tersebut. Penghapusan ppnBM oleh pemerintah diharapkan bisa menaikkan volume penjualan mobil baik cash maupun kredit untuk kredit bank juga menawarkan suku bunga kredit yang menarik.

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2021, populasi pada penelitian ini adalah seluruh warga kota Surabaya yang membeli mobil Ketika relaksasi PPnBM, Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 6 responden, Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dalam (Purba, 2019) menyatakan bahwa yang dimaksud dengan teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran, populasi agar diperoleh sampel yang representative menurut pengertian tersebut kriteria yang ditentukan penulis yaitu sampel tinggal di kota Surabaya dan sampel sedang membeli mobil Ketika PPnBM berlangsung. metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan pengamatan yang sistematis dan terdokumentasi dengan baik

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tanggapan Konsumen Terhadap PPnBM**

Tanggapan konsumen terhadap ppnBM disambut baik dan konsumen karena potongan harga yang signifikan dapat mengurangi beban konsumen dalam membeli kendaraan. dan berikut jawaban dari narasumber tentang ppnBM

Davin	saya menyambut baik dan menanggapi dengan positif.
Kevin Liem	saya menanggapi hal ini dengan baik dan sangat beruntung dengan adanya moment ini.
Agus Winata	saya senang karena adanya ppnBM ini dan ini moment yang sangat baik untuk dimanfaatkan.
Elsye	saya senang dengan ppnBM ini karena ini adalah hal yang tidak terduga.
Kevin Nauli	Saya senang mendapati adanya kebijakan seperti ini.
Eva	Saya senang dan tidak menduga waktu ppnBM ini adalah momen yang tepat dengan kebutuhan saya.

Berdasarkan jawaban narasumber di atas memiliki keterkaitan dengan teori sikap Hawkin, Best, & Coney dalam (Hastutik et al., n.d.) bahwa terdapat komponen afektif dalam teori sikap yang menunjukkan perasaan senang dari konsumen terhadap suatu produk atau fenomena yang terjadi di sekitar konsumen.

Hal ini dikarenakan tanggapan pribadi konsumen yang menerima dan sangat senang terhadap kebijakan ppnbnm yang diterapkan. Dan konsumen juga terpacu oleh moment dan terdapat perubahan sikap yang terlihat jelas. Kebijakan ini menjadi nilai positif bagi masyarakat yang berkeinginan membeli karena moment yang tidak pernah ada sebelumnya.

### **Kenapa Konsumen Membeli Mobil Pada Saat PPnBM**

Davin	kalo beli mobil waktu ppnbnm gini ya waktu paling benar karena banyak potongan harga dan bisa beli mobil dengan harga yang lebih terjangkau.
Kevin Liem	saya membeli mobil ketika PPnBM ini untuk kebutuhan ketika saya bekerja dan memudahkan membawa barang ke kantor.
Agus Winata	Membeli mobil waktu ppnbnm karena saya ada kebutuhan khusus ketika ingin membawa keluarga saya yang berkebutuhan khusus agar bisa dengan mudah bepergian untuk berobat.
Elsye	mobil waktu ppnbnm bisa dapet yang canggih dengan potongan banyak kan lumayan dan seharusnya saya beli di merk T tetapi saya bisa melirik merk lain yang lebih canggih dan beli mobil idaman saya. Dan juga bisa beralih dari saya yang dulu beli second sekarang bisa beli yang terbaru dengan harga yang lebih terjangkau.
Kevin Nauli	Saya beli mobil saat ppnbnm karena butuh transportasi yang flexible untuk pulang pergi kerja.
Eva	Saya beli mobil karena kondisi mobil lama yang saya pakai sudah mulai banyak yang perlu di ganti atau aus sehingga saya membeli mobil pada saat ppnbnm ini.

Berdasarkan jawaban narasumber diatas memiliki keterkaitan dengan teori persepsi (Best Hawkin, 2001) bahwa terdapat persepsi dari konsumen yang memberikan stimulus untuk melakukan pembelian pada saat momen tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa narasumber memilih membeli mobil pada saat relaksasi ppnbnm karena menurut persepsi narasumber merupakan hal yang dapat dimanfaatkan bagi mereka sehingga menimbulkan stimulus untuk membuat narasumber membeli mobil.

### **Keuntungan Yang Didapat Konsumen Ketika Membeli Saat PPnBM**

Keuntungan yang diterima setelah narasumber mendapat informasi dari internet dan

masyarakat sekitar dengan adanya kebijakan ppnbn ini narasumber memiliki kesempatan menghemat biaya yang akan dikeluarkan untuk membeli kendaraan. Dan berikut beberapa jawaban narasumber:

Davin	Keuntungan yang saya dapat pada saat momen ini karena bisa mendapatkan mobil type tertinggi dengan harga mobil type terendah Ketika sebelum kebijakan PPnBM ini karena mobil yang lebih tinggi memiliki fitur-fitur dengan kecanggihan yang saya butuhkan untuk keamanan saat berkendara bersama keluarga.
Kevin Liem	Keuntungan yang saya dapat ketika membeli mobil saat ini adalah biaya yang seharusnya saya mempunyai target atau budget untuk membeli kendaraan dengan harga yang terbatas seketika berubah karena kebijakan ini jadi saya bisa lebih hemat banyak ada uang lebih digunakan untuk membeli barang kebutuhan pokok.
Agus Winata	Keuntungannya ya keluarga saya bisa menggunakan untuk kebutuhan keluarga yang masih berkebutuhan khusus ketika ingin berobat.
Elsye	Saya membeli mobil pada saat PPnBM ini dan keuntungan yang saya dapat adalah seharusnya sebelum adanya kebijakan ini dulu saya membeli mobil second untuk kebutuhan sehari-hari dan kebijakan ini dapat saya manfaatkan karena saya bisa beli mobil baru dan menghemat biaya yang harus saya keluarkan ketika membeli mobil bekas seperti biaya pengecekan dan beberapa part yang sudah harus diganti efek pemakaian dari pemilik sebelumnya.
Kevin Nauli	keuntungan yang saya rasakan harga yang murah jadi bisa dapat mobil tanpa mengeluarkan uang yang lebih mahal dari harga biasanya.
Eva	mendapatkan mobil baru dengan harga yang lebih murah dan kebutuhan terpenuhi untuk bekerja pulang pergi toko.

Berdasarkan jawaban narasumber di atas memiliki keterkaitan dengan teori motivasi (Hawkins, 2020) bahwa narasumber mendapatkan motivasi dan memberi dorongan kepada narasumber karena informasi yang mereka dapatkan yang memberikan keuntungan ketika kebijakan ppnbn. Hal ini menunjukkan bahwa keuntungan membeli mobil pada saat ppnbn adalah karena mendapat potongan harga yang besar ketika mendapat informasi yang didapat dan narasumber merasa termotivasi untuk membeli mobil.

### **Kerugian Yang Diterima Konsumen Ketika Membeli Saat PPnBM**

Pada saat melakukan pembelian mobil pada saat event tertentu pasti ada terdapat

konsekuensinya. Peneliti ingin mengetahui jawaban narasumber mengenai kerugian yang kemungkinan akan dialami ketika membeli mobil pada saat kebijakan PPnBM

Davin	kalo kerugian yang di dapat ketika ingin menjual lagi beberapa showroom mobil bekas akan mengetahui kalau mobil yang terdampak ppnbnm atau tidak dan mempengaruhi harga ketika dijual bekas.
Kevin Liem	Pasti rugi karena harga second pada saat dijual pasti lebih anjlok dari harga pasaran.
Agus Winata	kerugian yang pasti harga pasar mobil second khusus yang terdampak ppnbnm akan lebih tidak stabil dan cenderung turun jauh.
Elsye	ketika ingin menjual di beberapa tahun kedepan akan terjadi penurunan yang signifikan akibat harga baru yang cenderung lebih murah daripada harga normal.
Kevin Nauli	kerugiannya sudah pasti harga setelah pemakaian akan jatuh dan tidak sebanding dengan mobil yang tidak terdampak ppnbnm.
Eva	Kerugiannya karena harga sudah mengikuti ppnbnm biasanya harga second tidak sesuai dengan harga di pasar saat ini dan harga cenderung lebih anjlok dari harga pada umumnya.

Berdasarkan jawaban narasumber di atas memiliki keterkaitan teori pembelajaran dengan (Del I. Hawkin & Roger, n.d.) bahwa narasumber mendapat pengalaman dalam pembelian dan mendapat pengetahuan baru dan menjadi pembelajaran bagi narasumber ketika memanfaatkan moment.

Hal ini menunjukkan bahwa kerugian yang diterima dan informasi yang didapat akan mengalami penurunan harga yang signifikan dan narasumber harus menerima konsekuensi tersebut karena sudah membeli mobil pada saat ppnbnm.

### **Sebelum PPnBM Diterapkan Uang Yang Ingin Dibelanjakan Mobil Akan Digunakan Untuk Apa?**

Sebelum kebijakan ini diterapkan masyarakat atau konsumen sebelumnya pasti memiliki tujuan sebelum membeli mobil pada saat ini, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bahwa kebutuhan atau barang apa yang diinginkan konsumen sebelum kebijakan relaksasi PPnBM:

Agus Winata	Sebelum kebijakan relaksasi PPnBM ini saya menggunakan uang saya untuk keluarga saya yang berkebutuhan khusus untuk berobat dan setiap ingin pergi kerumah sakit saya dulu menggunakan layanan taksi online agar bisa membawa keluarga saya yang berkebutuhan khusus tersebut untuk berobat dan oleh karena itu saya kadang juga panik karena menggunakan taksi online ketika covid sekarang tidak aman dan sementara itu saya mengantisipasi kebersihan kendaraan taksi online tersebut dengan menggunakan hand sanitizer agar tidak berdampak ke keluarga saya. Setelah di tahun 2021 saya mendengar bahwa ada berita akan ada penghapusan pajak atau kebijakan PPnBM ini saya membeli mobil agar bisa mempermudah keluarga saya berobat dan bisa lebih lega karena menggunakan kendaraan pribadi.
Kevin Nauli	Sebelumnya saya dulu menggunakan motor untuk bepergian ke tempat kerja setelah itu ada pandemic yang harus kita waspadai karena menggunakan motor saya sering berdekatan dengan orang-orang disaat lampu merah jalan dan juga banyak yang tidak menggunakan masker oleh karena itu antisipasi saya membeli antiseptik, alkohol, masker dan vitamin agar menjaga imun tubuh tetap sehat dan baik. Ketika covid berlangsung lama saya mendapat kabar bahwa ada kebijakan relaksasi PPnBM ini dan itu membuat saya ingin membeli mobil agar ketika ingin pergi ke tempat kerja atau kemana pun bisa aman dan mengurangi kontak langsung dengan masyarakat yang tidak menggunakan masker karena dirumah saya banyak orang yang sudah tua dan renta, dan karena itu saya membeli mobil meskipun itu kredit.
Eva	Sebelum dibelanjakan untuk mobil dulu saya menyisihkan untuk membeli vitamin dan alkohol untuk kepentingan Kesehatan keluarga saya supaya terhindar dari covid dan masih menggunakan mobil lama saya untuk bepergian Bersama keluarga, dan setelah ada kebijakan ini saya ada uang untuk disisihkan dan membeli mobil baru karena mobil lama saya yang dulu sudah sering rusak dan lebih cenderung membeli agar biaya perawatan mobil saya yang lama bisa untuk membeli persediaan vitamin dan alkohol. Mengurangi kegiatan di luar dan kontak langsung karena mobil lama sering service itu sering bertemu dengan orang-orang luar yang tidak dikenal. Karena sebelumnya keluarga saya ada yang terkena covid karena saya atau beberapa keluarga saya

	sering kontak langsung dengan mekanik yang menservice mobil lama saya
--	---

Berdasarkan jawaban narasumber di atas memiliki keterkaitan dengan teori kepribadian (Hawkin, 2001) kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia yang khas yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya menggambarkan ciri bawaan seseorang seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, dominasi, kemampuan beradaptasi, dan pertahanan diri. Karena narasumber memiliki ada kebutuhan yang harus dipenuhi agar menyesuaikan dengan lingkungan atau keadaannya yang sedang dialami.

Melalui hasil data yang akan dibahas tentang kebijakan relaksasi PPnBM yang diterapkan untuk mendongkrak pembelian mobil sebagai kebutuhan narasumber akibat dari pandemic Sebelum adanya pandemi masyarakat lebih bebas untuk berkegiatan di luar dan kontak langsung dengan orang-orang tanpa merasa takut. Sejak adanya pandemic masyarakat mengalami perubahan perilaku dengan menjaga jarak dan mengurangi kontak langsung dengan orang lain selain keluarga. Ketika diberlakukannya kebijakan PPnBM memberi kesempatan bagi konsumen untuk dapat membeli mobil dengan harga yang lebih terjangkau dan mendapatkan rasa aman apabila ingin melakukan perjalanan diluar rumah tanpa takut berkontak langsung dengan orang asing. Sebelumnya sebagian besar dari jawaban yang diwawancarai lebih mendominasi ke arah yang diinginkan narasumber, lebih cenderung menginginkan keamanan yang dibutuhkan, oleh karena itu beberapa dari narasumber membeli mobil agar menghindari kontak secara langsung dengan orang asing dan memicu rasa takut.

Dan mengakibatkan beberapa faktor yang mempengaruhi narasumber untuk membeli mobil pada saat PPnBM ini seperti ingin membawa keluarga pulang pergi berobat dan keamanan dalam berkendara bersama keluarga. Maka dari beberapa jawaban narasumber di atas tersebut terdapat korelasi dengan teori kepribadian Hawkin, Best, & Coney dalam (Kustianti, 2019) kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia yang khas yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya menggambarkan ciri bawaan seseorang seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, dominasi, kemampuan beradaptasi, dan pertahanan diri. Hal ini terbukti dari hasil wawancara peneliti dengan narasumber dan mengetahui bahwa narasumber mendapat rangsangan dari informasi adanya kebijakan relaksasi PPnBM dan adanya pandemi yang mengakibatkan narasumber cenderung menginginkan rasa aman sehingga mereka mengambil keputusan dengan membeli mobil pada saat kebijakan PPnBM.

Setiap konsumen mengalami perubahan perilaku karena sebelum pandemic mereka tidak masalah jika sering berkegiatan di luar dan selalu kontak dengan orang asing dan pada saat pandemic sikap yang paling menunjukkan bahwa mereka menjadi takut dan lebih baik mengurangi kontak agar dapat melindungi keluarga dan membeli mobil ketika Relaksasi PPnBM yang ditunjukkan dengan perubahan sikap dalam menanggapi fenomena tersebut. Sikap yang menginginkan keamanan terhadap keluarga dan menghindari kontak dengan orang asing yang tidak dikenal. Yang dimana hal ini ditunjukkan di teori kepribadian Hawkin, Best, & Coney dalam (Gusti, 2011) kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia yang khas yang menghasilkan

tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian biasanya menggambarkan ciri bawaan seseorang seperti kepercayaan diri, kemampuan bersosialisasi, dominasi, kemampuan beradaptasi, dan pertahanan diri.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, kesimpulan yang dapat dirumuskan bahwa dengan adanya kebijakan relaksasi PPnBM yang di terapkan perilaku masyarakat yang yang cenderung memberikan sikap positif dan menerima dengan baik. Dikarenakan faktor demografi yang menjadi acuan masyarakat agar mau membeli mobil karena kebutuhan masyarakat akan keamanan saat melakukan perjalanan keluar dari rumah agar terhindar dari kontak langsung atau berkerumun dengan orang-orang di luar rumah.

## BIBLIOGRAFI

- Gunawan, Cakti Indra, & Yulita, S. E. (2020). *Anomali Covid-19: Dampak Positif Virus Corona Untuk Dunia*. IRDH Book Publisher.
- Gusti, Yenni Kurnia. (2011). PERLUASAN KONSEP DIRI DALAM BIDANG PEMASARAN. *Jurnal Kajian Bisnis*, 19(3), 1396–1403.
- Hastutik, Sri, Kusuma, Gusti Putu Eka, Sudirman, Acai, Sangadji, Suwandi S., Wardhana, Aditya, Kartika, Riana Dewi, & Hilal, Nur. (n.d.). *PERILAKU KONSUMEN (TINJAUAN KONSEPTUAL & PRAKTIS)*.
- Hawkin, Best. (2001). Coney" Consumer Behavior. *Building Marketing Strategy*, 650.
- Hawkin, Del I., & Roger, J. (n.d.). Best, and Kenneth A. Coney, 2000. *Consumer Behavior, Building Marketing Strategy*.
- Khoiriyah, Rahmawati. (n.d.). *Membangun resiliensi masyarakat di masa pandemi: ekonomi, kesehatan, pendidikan, dan agama*. Madza Media.
- Kustianti, Dwi Desy Ninik. (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian ulang kartu seluler telkomsel. *Jurnal Ilmiah Psikologi (Psikoborneo) Vol, 7*, 83–92.
- Mothersbaugh, David L., Hawkins, Del I., Kleiser, Susan Bardi, Mothersbaugh, Linda L., & Watson, Carolyn Findley. (2020). *Consumer behavior: Building marketing strategy*. McGraw-Hill Education New York, NY, USA.
- Purba, Mortigor Afrizal. (2019). Analisis penerapan SAK EMKM pada penyusunan laporan keuangan umkm di KOTA BATAM. *Jurnal Akuntansi Bareleng*, 3(2), 55–63.
- Trismayarni Elen, S. E. (2021). *Menyusuri Jalan Panjang Pertaruhan Ekonomi Dan Kesehatan Pada Masa Covid-19*. Deepublish.

**Copyright holder:**  
Danny Soegianto (2022)  
**First publication right:**  
ETNIK : Jurnal Ekonomi dan Teknik