

Pengaruh Kebijakan PPN Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat Pada Sektor Perdagangan Di Kecamatan Pamulang

Nur Rachmah Wahidah¹, Desilia Purnama Dewi², Rhoma Iskandar³

^{1,2}Universitas Pamulang, ³Universitas Panca Sakti

Email : ¹Dosen02317@unpam.ac.id, ²Dosen00810@unpam.ac.id,

³rhomaiskandar@panca-sakti.ac.id

Abstrak, Kebijakan tarif PPN 11% mendapatkan kontra dari beberapa pihak karena waktunya yang dinilai kurang tepat. Walaupun saat ini pandemi sudah mulai membaik, tetapi masih banyak masyarakat yang pendapatannya belum stabil. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh tarif PPN 11% dan tingkat pendapatan selama pandemi terhadap daya beli masyarakat. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive random sampling dengan rumus Lemeshow sehingga diperoleh jumlah sampel 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial tarif PPN 11% tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat, sedangkan tingkat pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli masyarakat. Adapun secara simultan tarif PPN 11% dan tingkat pendapatan berpengaruh terhadap daya beli masyarakat dengan tingkat pengaruh sebesar 34,4%.

Kata kunci, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11%, Tingkat Pendapatan, Daya Beli Masyarakat

Pendahuluan

Kebijakan peningkatan tarif PPN dari 10% menjadi 11% resmi diberlakukan di Indonesia pada 1 April 2022 berdasarkan Undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Berdasarkan UU tersebut, tarif PPN juga akan meningkat bertahap menjadi 12% paling lambat pada 1 Januari 2025 yang akan datang. Salah satu faktor yang melatarbelakangi dikeluarkannya kebijakan ini adalah karena anggaran Indonesia yang defisit akibat banyaknya pengeluaran pemerintah untuk penanganan pandemi Covid-19. Selama pandemi Covid-19 banyak sekali upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia untuk menjaga kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Mulai dari pemberian vaksin, penyediaan fasilitas kesehatan, sampai dengan pemberian bantuan sosial baik berupa uang tunai maupun sembako bagi masyarakat. Akibat dari banyaknya pengeluaran pemerintah selama pandemi ini membuat anggaran Indonesia menjadi defisit karena lebih besarnya pengeluaran daripada pemasukan. Oleh karena itu, pemerintah mengeluarkan kebijakan meningkatkan tarif PPN dengan maksud untuk meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak khususnya PPN.

Namun kebijakan peningkatan tarif PPN ini memunculkan penolakan dari beberapa masyarakat karena waktunya yang dianggap kurang tepat. Walaupun pandemi sudah mulai membaik dan jumlah kasus Covid-19 di Indonesia sudah mulai menurun pada tahun 2022, ekonomi masyarakat Indonesia masih belum stabil sepenuhnya. Banyak masyarakat maupun perusahaan yang pendapatannya belum pulih seperti sediakala. Kenaikan tarif PPN secara tidak langsung memiliki dampak pada daya beli masyarakat. Ketika tarif PPN naik, harga-harga produk yang merupakan objek PPN juga akan mengalami kenaikan terutama produk konsumsi dan ritel sebagai objek utama dari PPN. Salah satu perusahaan ritel yang ada di Indonesia adalah Indomaret. Peningkatan tarif PPN tentunya juga akan meningkatkan harga beberapa produk yang dijual di Indomaret walaupun besarnya tidak terlalu besar. Ketika tarif PPN naik, jumlah uang yang harus dibayarkan seseorang untuk membeli suatu produk akan juga lebih tinggi dari biasanya.

Selain harga produk dan PPN, faktor lain yang juga mempengaruhi daya beli masyarakat adalah tingkat pendapatan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula daya beli orang tersebut. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan seseorang, semakin rendah pula daya beli orang tersebut. Namun, di masa pandemi tingkat pendapatan masyarakat dan perusahaan banyak yang mengalami penurunan. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh BPS Jawa Barat tanggal 10 sampai 26 Juli 2020 terhadap 5.000 pelaku usaha di Jawa Barat, ada 86,12% perusahaan yang pendapatannya menurun akibat pandemi (BPS Jawa Barat, 2020:11). Penurunan pendapatan perusahaan ini juga berdampak pada pendapatan masyarakat seperti yang terlihat pada gambar 1. Selain itu, berdasarkan penelitian Erni (2020) juga menyebutkan terdapat penurunan pendapatan masyarakat khususnya masyarakat di Kota Pontianak sebesar 30-70% di awal masa pandemi.

Tinjauan

Berdasarkan UU No. 42 Tahun 2009 tentang perubahan ketiga atas UU No. 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah, PPN adalah pajak konsumsi barang dan jasa di daerah pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi. Sedangkan menurut Pohan (2016:34), PPN adalah pajak yang dibebankan kepada konsumen akhir (ultimate consumer) atau pihak yang mengonsumsi barang dan atau jasa yang merupakan objek pajak. Pembebanan PPN dilakukan dengan cara mengalihkan ke pihak lain (pedagang/penyalur: mulai dari sole agent atau wholesaler hingga retailer) sebagai sasaran antara sebelum PPN, sampai ke konsumen akhir atau pemikul pajak. Menurut Sulastri dan Kholis (Sulastri, 2021), tarif PPN memiliki pengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat. Pramesti dan Supadmi (Pramesti, 2017) juga menyatakan bahwa PPN memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya beli. Adapun indikator PPN menurut Indirayuti (Indrayuti, 2019) adalah: (1) tarif PPN, (2) pengenaan PPN, (3) nilai jual barang, dan (4) harga barang. Wibowo (Wibowo, 2017) mengartikan bahwa pendapatan adalah semua jenis pendapatan yang diperoleh seseorang, baik berasal dari gaji, bunga bank, dividen maupun pendapatan lain yang diperoleh tanpa melakukan suatu pekerjaan apapun, seperti pemberian orang tua atau pemerintah berupa bantuan sosial, beasiswa, bantuan prakerja, dan sebagainya.

Lestari dan Latrini (Lestari, 2020) menyatakan bahwa PPN dan pendapatan wajib pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen. Indikator pendapatan menurut Mursanto (2008:74) sebagaimana dikutip oleh Ulya (Ulya, 2020) adalah: (1) penghasilan yang diterima per bulan, (2) tambahan penghasilan dari lembur, bonus atau usaha, (3) pola konsumsi, dan (4) jumlah kebutuhan atau tanggungan yang harus dipenuhi. Yuniati dan Amini (Yuniati, 2020), mengartikan bahwa daya beli adalah kemampuan seseorang dalam mengonsumsi suatu produk. Sedangkan menurut Pawenang (Pawenang, 2016), daya beli adalah kemampuan seseorang sebagai konsumen dalam membeli barang atau jasa yang diperlukan. Daya beli dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah tingkat pendapatan, tingkat pendidikan, tingkat kebutuhan, harga barang, inflasi, dan sebagainya. Indikator daya beli menurut Sukirno (2009:76) sebagaimana dikutip oleh Muzaki (Muzaki, 2018) ada 4, yaitu: (1) harga barang lain yang berkaitan erat, (2) corak distribusi pendapatan masyarakat, (3) cita rasa masyarakat, dan (4) ramalan keadaan di masa mendatang.

Metode

Penelitian ini termasuk penelitian dengan metode kualitatif karena bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Pamulang yang terdiri dari beberapa kelurahan yaitu bla bla bla bla. Penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 1 bulan, yaitu pada bulan oktober 2024. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cafe Warkop 2 Lantai Kecamatan Pamulang dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah blablah blablah dengan teknik blablah blablah. Sedangkan penghitungan jumlah sampel menggunakan rumus blablah dan diperoleh sampel sebanyak 30 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dan diolah sendiri secara langsung. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau tidak perlu diolah terlebih dahulu karena sudah diolah oleh pihak lain. Untuk data primer, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan angket dengan skala Likert 5 poin. Sedangkan data sekunder, melalui studi kepustakaan atau studi literatur. Uji instrumen yang digunakan terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan

Hasil dan Pembahasan

Hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh signifikan tarif PPN 11% terhadap daya beli masyarakat khususnya konsumen Cafe Warkop 2 Lantai di Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan. Hal ini berdasarkan hasil uji t untuk variabel tarif PPN 11% diperoleh nilai t hitung < t tabel dan nilai signifikansi > 0,05. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun terjadi peningkatan tarif PPN menjadi 11% tidak mengakibatkan daya beli masyarakat atau kemampuan membeli produk yang dijual di Warkop 2 Lantai menurun maupun meningkat. Konsumen Warkop 2 Lantai di Kecamatan Pamulang tetap mampu membeli produk-produk yang dijual di Warkop 2 Lantai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka walaupun terdapat peningkatan harga akibat kenaikan tarif PPN. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian Lestari dan Latrini (Lestari, 2020) yang menyatakan

bahwa PPN berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli konsumen. Hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan hasil penelitian Pramesti dan Supadmi (Pramesti, 2017) yang menyatakan bahwa PPN memberikan pengaruh positif signifikan terhadap daya beli.

Ada beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab variabel tarif PPN 11% dalam penelitian ini tidak memiliki pengaruh pada daya beli masyarakat. Salah satunya adalah karena objek penelitian ini merupakan produk konsumsi, yang mana sebagian besar masyarakat tidak dapat terlepas dari kegiatan mengonsumsi produk-produk konsumsi yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Sehingga peningkatan tarif PPN yang hanya 1% tidak terlalu dihiraukan oleh masyarakat karena merasa perlu akan produk-produk tersebut. Masyarakat mau tidak mau tetap membeli produk-produk konsumsi tersebut karena mereka memerlukannya. Selain itu, karena harga produk yang dijual di Warkop 2 Lantai relatif murah, peningkatan tarif PPN sebesar 1% tidak terlalu dirasakan oleh masyarakat.

Hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima atau terdapat pengaruh signifikan tingkat pendapatan terhadap daya beli masyarakat. Hal ini berdasarkan nilai t hitung yang diperoleh $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diperoleh hubungan yang positif antara tingkat pendapatan dengan daya beli masyarakat. Artinya semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat, maka semakin tinggi juga daya beli mereka. Ketika seseorang memiliki pendapatan yang tinggi, orang tersebut akan lebih leluasa dalam membelanjakan uangnya untuk membeli apa saja yang diinginkan. Berbeda dengan seseorang yang pendapatannya rendah ketika menginginkan suatu barang dengan harga yang cukup tinggi, mereka akan mempertimbangkan dengan matang apakah akan membelinya atau tidak, apakah uang yang dimiliki cukup atau tidak, dan sebagainya. Dalam arti, daya beli mereka lebih rendah karena pendapatannya tidak tinggi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Muzaki (Muzaki, 2018) yang menyatakan bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap daya beli masyarakat.

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima atau terdapat pengaruh tarif PPN 11% dan tingkat pendapatan secara simultan terhadap daya beli masyarakat. Hal ini berdasarkan nilai F hitung yang diperoleh $> F$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Walaupun secara parsial tarif PPN 11% tidak berpengaruh terhadap daya beli masyarakat, tetapi secara simultan tarif PPN 11% memberikan pengaruh terhadap daya beli masyarakat dengan tingkat pendapatan sebagai X_2 sebesar 34,4%. Artinya masih terdapat 65,5% faktor atau variabel lain yang mempengaruhi daya beli konsumen cafe Warkop 2 Lantai di Kecamatan Pamulang yang tidak dibahas dalam penelitian ini, seperti harga, diskon, inflasi, deflasi, tingkat kebutuhan, tingkat pendidikan, dan lain sebagainya.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan, kesimpulan dalam penelitian ini adalah tarif PPN 11% tidak berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat, khususnya konsumen Cafe Warkop 2 Lantai di Kecamatan Pamulang Kota Tangerang Selatan, sedangkan tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap daya beli masyarakat, dan secara simultan tarif PPN 11% dan tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap daya beli masyarakat dengan besar pengaruh 34,4%.

DAFTAR PUSTAKA

- Febrisah, K. (2023). PENGARUH TARIF PPN 11% DAN TINGKAT PENDAPATAN SELAMA PANDEMI TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT. *JURNAL EKONOMI BISNIS*, 16.
- Indrayuti, A. (2019). Pengaruh PPN dan PKB Tarif Progresif Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Kendaraan Roda Empat di Yogyakarta). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1.
- Lestari, I. G. (2020). Pengaruh PPN, PKB Tarif Progresif, dan pendapatan WP pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, 8.
- Muzaki, F. (2018). Pengaruh Pendapatan dan Tingkat Harga Jual Produk Terhadap Daya Beli Masyarakat Muslim (Pada UD Santoso di Klaten Desa Tegalrejo Kec. Rejongan Kab. Tulungagung). *Skripsi*, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung Jurusan Ekonomi Syariah.
- Pawenang, S. (2016). *Modul Perkuliahan Lingkungan Ekonomi Bisnis*. Surakarta: Program Pascasarjana UNIBA.
- Pramesti, S. A. (2017). Pengaruh PPN, PPnBM, dan PKB Tarif Progresif pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 18.
- Sulastri, & N. (2021). Pengaruh Intensif Pajak dan Subsidi Upah Pandemi Covid-19 Terhadap Daya Beli Masyarakat. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 1.
- Ulya, A. (2020). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang (Studi Kasus Pada Toko Goedank Housewear Koto Tuo Balai Gurah Kecamatan Ampek Angkek Kabupaten Agam)*. Bukittinggi: Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Wibowo, R. (2017). *Ekonomi Makro Pengantar Analisis Ekuilibrium*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Yuniati, M. &. (2020). Analisis Dampak Covid-19 Terhadap Daya beli Masyarakat NTB. *Jurnal penelitian Manajemen*, 2.