

PENGARUH PERUBAHAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI TERHADAP VOLUME PENJUALAN (STUDI KASUS PADA RESTO X DI KOTA KUPANG)

Mesima Matelda Kause¹

¹Universitas AKI Semarang

Email : mesimakause6@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan dampak perubahan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% terhadap volume penjualan pada Resto X di Kota Kupang. Perubahan tarif PPN yang berlaku efektif pada April 2022 ini diperkirakan akan mempengaruhi perilaku konsumen, khususnya di sektor makanan dan minuman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode perbandingan dan analisis statistik menggunakan Uji T Sampel Berpasangan. Sampel terdiri dari 13 item makanan yang secara konsisten dijual selama periode Oktober 2022 hingga September 2023, dengan data penjualan dikumpulkan selama enam bulan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN. Hasil penelitian menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam volume penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN. Nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0.000 menunjukkan bahwa perubahan PPN secara signifikan mempengaruhi penurunan volume penjualan. Temuan ini mendukung teori elastisitas harga permintaan, di mana kenaikan harga akibat penambahan pajak dapat mengurangi permintaan, terutama untuk barang dan jasa yang elastis.

Kata Kunci: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Volume Penjualan.

Abstract

This study aims to determine the impact of the Value Added Tax (VAT) rate change from 10% to 11% on the sales volume of Resto X in Kupang City. The VAT rate adjustment, which took effect in April 2022, was expected to influence consumer behavior, particularly within the food and beverage sector. The study employed a quantitative approach utilizing comparative methods and statistical analysis via the Paired Sample T-Test. The sample consisted of 13 food items consistently sold between October 2022 and September 2023, with sales data collected for the six-month periods preceding and following the VAT rate increase. The results revealed a significant difference in sales volume before and after the VAT rate hike. A significance value (Sig. 2-tailed) of 0.000 indicates that the VAT change significantly contributed to a decline in sales volume. These findings support the theory of price elasticity of demand, wherein price increases resulting from tax adjustments can reduce demand, particularly for goods and services characterized by elastic demand.

Keywords: Value Added Tax (VAT), Sales Volume.

PENDAHULUAN

PPN merupakan sumber penerimaan negara yang signifikan (sekitar 40% dari total penerimaan pajak nasional). PPN di Indonesia diatur sejak UU No. 8 Tahun 1983 hingga UU HPP No. 7 Tahun 2021, dengan tarif yang naik bertahap dari 10% menjadi 11% (berlaku 1 April 2022) dan rencana naik menjadi 12% paling lambat 2025. Kenaikan ini merupakan strategi pemerintah meningkatkan tax ratio Indonesia yang masih rendah (10-11% dari PDB) dibandingkan rata-rata OECD (34%).

Industri makanan dan minuman memiliki elastisitas harga tinggi (0,27–0,81), sehingga sensitif terhadap perubahan biaya akibat pajak. Studi terdahulu menunjukkan hasil bervariasi: Harju & Kosonen (2013) di Finlandia menemukan penurunan PPN restoran berdampak positif pada penjualan dan tenaga kerja, sedangkan Artavanis (2015) di Yunani menemukan kenaikan PPN justru menurunkan penjualan dan mendorong penghindaran pajak, terutama pada usaha kecil.

Terdapat *research gap* karena studi-studi di Indonesia belum secara khusus mengisolasi dampak kenaikan tarif PPN (10%→11%→12%) terhadap volume penjualan restoran baru berstatus PKP. Penelitian ini menggunakan salah satu

Resto di Kota Kupang sebagai objek studi karena posisinya yang unik (konsep beach club, segmen middle-to-upper class, target domestik & internasional), serta memiliki data historis penjualan sebelum-sesudah penerapan PPN 11% yang cocok sebagai *natural experiment*. Restoran baru PKP menghadapi tantangan ganda: penyesuaian sistem harga/administrasi dan risiko penurunan margin/konsumsi akibat kenaikan tarif.

Rumusan Masalah

Apakah perubahan tarif PPN berpengaruh terhadap volume penjualan pada Resto X di Kota Kupang?

Tujuan Penelitian

Menganalisis dan menguji secara empirik pengaruh perubahan tarif PPN terhadap volume penjualan pada Resto X di Kota Kupang.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis:

- Kontribusi pada ilmu perpajakan (tax incidence dan perilaku perpajakan) — merujuk Slemrod & Gillitzer (2014)
- Kontribusi pada teori manajemen pemasaran (elastisitas harga, penetapan harga) — merujuk Kotler dkk. (2019)

- Kontribusi pada teori perilaku konsumen dan ekonomi perilaku — merujuk Thaler & Sunstein (2021)
- Referensi akademis untuk penelitian dampak kebijakan pajak selanjutnya
- Perspektif heterogenitas dampak kebijakan pajak di wilayah non-metropolitan — merujuk Gruber (2019)
- Kontribusi metodologis (analisis deret waktu, studi peristiwa)
- Kerangka konseptual yang dapat diadaptasi untuk kebijakan pajak lain (PPh, PBB, pajak daerah)

Manfaat Praktis:

- a. **Bagi perusahaan:** masukan strategis untuk penyesuaian harga, promosi, dan manajemen beban pajak; tolok ukur bagi perusahaan sejenis; dasar perencanaan skenario dan manajemen risiko (merujuk Porter, 2020); dasar advokasi ke regulator (merujuk Freeman dkk., 2018).
- b. **Bagi pemerintah dan regulator pajak:** evaluasi empiris efektivitas kebijakan PPN; masukan bagi Direktorat Jenderal Pajak terkait tax incidence; wawasan kepatuhan perusahaan; masukan bagi Pemerintah Kota Kupang; adaptasi

metodologi untuk kajian kebijakan lain (merujuk prinsip OECD, 2021).

- c. **Bagi masyarakat/konsumen:** edukasi mekanisme pajak dan dampaknya pada harga; informasi untuk keputusan konsumsi yang lebih rasional; dasar advokasi konsumen; wawasan strategi konsumsi efisien (merujuk teori pilihan konsumen, Varian 2019).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif kausal-komparatif (eksplanatori), yang digunakan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara perubahan tarif PPN (variabel X) dan volume penjualan (variabel Y), serta mengetahui apakah kenaikan tarif PPN benar-benar menyebabkan perubahan volume penjualan dan seberapa besar pengaruhnya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena data yang dikumpulkan berbentuk angka/statistik, dengan mengukur volume penjualan sebelum dan sesudah kenaikan tarif PPN menggunakan teknik statistik (uji beda atau regresi moderasi). Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengukur perubahan perilaku ekonomi sebagai respons terhadap kebijakan fiskal dengan kontrol statistik

yang kuat, serta menghasilkan kesimpulan berbasis data nyata sebagai dasar rekomendasi bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan.

Variabel Penelitian

1. Variabel Independen (X):

perubahan tarif PPN dari 10% menjadi 11% per 1 April 2022 — bersifat manipulatif, dikendalikan kebijakan oleh otoritas fiskal, diasumsikan menyebabkan perubahan aktivitas ekonomi usaha termasuk restoran yang baru menjadi PKP; merupakan faktor eksternal dari pemerintah yang mempengaruhi perusahaan.

2. Variabel Dependen (Y): volume penjualan — diukur dari total transaksi penjualan Restoran tersebut sebelum dan sesudah perubahan tarif PPN, menunjukkan sejauh mana perubahan tarif PPN berdampak terhadap daya beli konsumen dan permintaan.

Populasi dan Sampel Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada salah satu Resto di Kota Kupang (kawasan pesisir, konsumen kelas menengah ke atas, berstatus PKP sejak 2022), dipilih karena

mengalami langsung dampak kenaikan PPN 10%→11% sejak 1 April 2022.

Populasi: volume penjualan bulan Oktober 2021–September 2022 yang tercatat selama periode tarif PPN 10% hingga 11%.

Sampel diambil dengan **teknik sampling purposif**, dengan kriteria:

1. Menu makanan yang dijual konsisten selama Oktober 2021–September 2022.
2. Transaksi yang dikenakan PPN sesuai peraturan perpajakan.
3. Data volume penjualan lengkap dan valid selama periode sebelum dan setelah kenaikan PPN.

Data dua periode ini memungkinkan analisis komparatif dan statistik untuk menguji perbedaan signifikan volume penjualan. Populasi terbatas dan sampel berbasis waktu pada satu objek (studi kasus) dianggap representatif karena fokus penelitian mendalam dan kontekstual, mendukung metode uji beda (paired sample t-test).

Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif sekunder berupa laporan penjualan bulanan dari bagian keuangan restoran, bersumber dari arsip

internal perusahaan yang memuat total volume penjualan dan penerapan PPN secara periodik.

Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi, yaitu memperoleh catatan penjualan dari pihak manajemen restoran, meliputi volume penjualan bulan pengamatan dan tarif PPN yang berlaku pada periode tersebut.

Teknik Analisis Data Paired Sample t-Test:

untuk menentukan apakah ada perbedaan yang signifikan antara rata-rata penjualan saat dikenakan PPN 10% dan sesudah kebijakan PPN 11%.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Data

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh perubahan tarif PPN dari 10% menjadi 11% terhadap volume penjualan pada Resto X di Kota Kupang. Data terdiri dari volume penjualan menu makanan dan minuman selama enam bulan sebelum perubahan tarif PPN (Oktober 2021–Maret 2022, tarif 10%) dan enam bulan setelah perubahan tarif PPN (April 2022–September 2022, tarif 11%). Data dikumpulkan melalui laporan penjualan

internal perusahaan dan dianalisis menggunakan metode statistik inferensial, yaitu Uji Paired Sample T-Test, untuk melihat perbedaan dan pengaruh perubahan tarif PPN pada volume penjualan.

Data volume penjualan berasal dari menu-menu di yang terdapat di resto tersebut, antara lain: Bebek Garing Sari Laut Teluk Kupang, Kalio Sapi, Seafood Skewers, Fish and Chips, Sapi Napolitana, Ayam Ala Parmagiana, Pisang Keju, Caramel Latte, La Cove Coffee, dan lain-lain. Pemilihan menu dilakukan berdasarkan data internal restoran, bukan secara acak.

2. Hasil Uji Paired Sample t-Test

Uji ini bertujuan menentukan apakah terdapat perbedaan signifikan secara statistik antara rata-rata kedua periode waktu, guna mengidentifikasi perubahan pada objek pengamatan yang sama dalam dua kondisi berbeda. Uji ini dianggap tepat karena dapat mengevaluasi langsung dampak kebijakan fiskal terhadap kinerja penjualan restoran sekaligus mengurangi pengaruh variabel eksternal yang tidak teramati.

Hasil menunjukkan nilai signifikansi 0,000, yang berarti probabilitas kesalahan dalam menyimpulkan adanya perbedaan hanya $< 0,001$ (kurang dari 0,1%). Oleh

karena itu, hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_1) diterima — kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% memiliki dampak signifikan terhadap volume penjualan. Data menunjukkan rata-rata volume penjualan per menu menurun pada periode setelah kenaikan tarif PPN, diduga karena kenaikan harga jual akhir kepada konsumen yang meningkatkan sensitivitas harga dan mengurangi minat pembelian.

3. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis Uji T Sampel Berpasangan pada volume penjualan 13 menu makanan, diperoleh nilai signifikansi 0.000 untuk semua pasangan bulan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN, menunjukkan perbedaan yang sangat signifikan antara volume penjualan sebelum dan setelah tarif PPN dinaikkan dari 10% menjadi 11% pada April 2023. Temuan ini menunjukkan bahwa kebijakan menaikkan tarif PPN dari 10% menjadi 11% tidak secara langsung berdampak pada penurunan volume penjualan dalam jangka pendek, terutama di sektor restoran seperti Resto X.

Rata-rata volume penjualan per menu mengalami penurunan setelah kebijakan pajak diterapkan. Hal ini dijelaskan secara ekonomi melalui konsep elastisitas harga

permintaan — ketika harga produk meningkat (akibat penambahan pajak), jumlah yang diminta konsumen cenderung berkurang, terutama untuk barang/jasa elastis seperti makanan dan minuman di restoran. Dalam konteks psikologi konsumen, kenaikan harga akibat kenaikan PPN dapat menciptakan persepsi "lebih mahal" di mata pelanggan meskipun kenaikan nominalnya kecil. Hasil ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menemukan bahwa kebijakan pajak konsumsi (termasuk PPN) cenderung mempengaruhi perilaku pembelian.

Dalam jangka pendek, kenaikan PPN dapat mengurangi jumlah transaksi dan total penjualan. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa perubahan tarif PPN memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap volume penjualan resto X, dan hal ini perlu ditangani oleh manajemen dengan pendekatan kebijakan harga yang tepat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Perubahan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% memiliki dampak signifikan terhadap volume penjualan pada Resto X di Kota Kupang. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0.000 dalam hasil Uji Paired Sample T-Test, yang menunjukkan adanya perbedaan yang

signifikan secara statistik dalam volume penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN.

Volume penjualan mengalami penurunan pada periode setelah kenaikan PPN, menunjukkan dampak negatif terhadap perilaku pembelian konsumen. Konsumen menjadi lebih sensitif terhadap harga, yang dapat mengurangi baik frekuensi pembelian maupun nilai transaksi tiap konsumen. Hasil penelitian ini memperkuat teori elastisitas harga permintaan dan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kenaikan pajak konsumsi dapat mengurangi permintaan, terutama di sektor makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, B., & Putri, D. A. (2022). Dampak Kenaikan Tarif PPN Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Ritel Modern di Jabodetabek. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 18(2), 45-62.
- Darussalam, D., Kristiaji, B. B., & Dhora, K. A. (2021). *Konsep dan Studi Komparasi Pajak Pertambahan Nilai*. Jakarta: DDTC Publishing.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023). *Laporan Tahunan DJP 2022*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Ferdiansyah, A., & Cita, C. S. (2022). Analisis Kebijakan Kenaikan Tarif PPN di Indonesia: Perspektif Tax Ratio. *Jurnal Administrasi Bisnis Fiskal*, 3(1), 78-95.
- Kementerian Keuangan. (2020). *Peraturan Menteri Keuangan Nomor 121/PMK.03/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi Corona Virus Disease 2019*.
- Kementerian Keuangan. (2021). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*.
- Kementerian Keuangan. (2023). *Laporan APBN 2022*. Jakarta: Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Maramis, J. B. (2023). Strategi Pelaku Usaha Food and Beverage dalam Menghadapi Kenaikan Tarif PPN: Studi Kasus di Sulawesi Utara. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 12(1), 112-130.
- OECD. (2023). *Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise Rates*,

- Trends and Policy Issues*. Paris: OECD Publishing.
- Oktaviani, R. (2023). Analisis Dampak Kenaikan Tarif PPN Terhadap Inflasi dan Daya Beli Masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 22(2), 155-172.
- PT Fast Food Indonesia Tbk. (2022). *Annual Report 2021*. Jakarta: PT Fast Food Indonesia Tbk.
- PT Fast Food Indonesia Tbk. (2023). *Annual Report 2022*. Jakarta: PT Fast Food Indonesia Tbk.
- Rosdiana, H., & Irianto, E. S. (2014). *Pengantar Ilmu Pajak: Kebijakan dan Implementasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Steffensen, M. (2022). Consumer Behavior and Tax Incidence: Empirical Evidence from VAT Changes in the Food and Beverage Industry. *Journal of Public Economics*, 205, 104-123.
- Susilo, A. B., & Hakim, R. (2023). Elastisitas Permintaan terhadap Produk Restoran Cepat Saji di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 28(1), 67-84.
- World Bank. (2023). *Indonesia Economic Prospects: Boosting the Recovery*. Jakarta: World Bank.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., & De Colle, S. (2018). *Stakeholder Theory: The State of the Art*. Cambridge University Press.
- Gruber, J. (2019). *Public Finance and Public Policy* (6th ed.). Worth Publishers.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management* (4th European ed.). Pearson Education Limited.
- OECD. (2021). *Government at a Glance 2021*. Paris: OECD Publishing.
- Porter, M. E. (2020). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors* (Revised ed.). Free Press.
- Slemrod, J., & Gillitzer, C. (2014). *Tax Systems*. MIT Press.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2021). *Nudge: The Final Edition*. Yale University Press.
- Varian, H. R. (2019). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (9th ed.). W. W. Norton & Company.
- Henderson, J. M., & Quandt, R. E. (2020). *Microeconomic Theory: A Mathematical Approach* (4th ed.). McGraw-Hill Education.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Krugman, P., & Wells, R. (2020). *Economics* (5th ed.). Worth Publishers.
- Mankiw, N. G. (2018). *Principles of Economics* (8th ed.). Cengage Learning.
- Mardiasmo. (2021). *Perpajakan Indonesia* (Rev. ed.). Andi Offset.
- Nicholson, W., & Snyder, C. (2017). *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions* (12th ed.). Cengage Learning.
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2018). *Microeconomics* (9th ed.). Pearson Education.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2019). *Economics* (20th ed.). McGraw-Hill Education.
- Stiglitz, J. E., & Rosengard, J. K. (2019). *Economics of the Public Sector* (4th ed.). W. W. Norton & Company.
- Tirole, J. (2019). *The Theory of Industrial Organization* (2nd ed.). MIT Press.
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate Microeconomics: A Modern Approach* (9th ed.). W. W. Norton & Company.
- Waluyo. (2020). *Perpajakan Indonesia* (13th ed.). Salemba Empat.
- Rosen, H. S., & Gayer, T. (2014). *Public Finance* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (2019). *Public Finance in Theory and Practice* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Stiglitz, J. E. (2017). *Economics of the Public Sector* (4th ed.). W.W. Norton & Company
- Artavanis, N. (2015). The Effect of the VAT rate on Tax Evasion : Evidence from the Restaurant Industry in Greece.
- Mira, M., & Saptanto, S. (2018). PENGARUH KEBIJAKAN PERUBAHAN TARIF IMPOR TERHADAP KINERJA SEKTOR KELAUTAN DAN PERIKANAN. , 7, 13-25.
<https://doi.org/10.15578/JKSEKP.V7I1.5745>.
- Dewi, N., Sujana, M., & Meitriana, S. (2017). PENGARUH HARGA JUAL DAN BIAYA PROMOSI TERHADAP VOLUME PENJUALAN KARTU IM3 PADA PT. MELIANA PERKASA SEJAHTERA DI KABUPATEN

KARANGASEM TAHUN 2013-
2016. , 9, 25.

[https://doi.org/10.23887/JJPE.V9I1.1
9985..](https://doi.org/10.23887/JJPE.V9I1.19985..)