

Pengaruh Kenaikan Tarif PPN dan Sosialisasi Tarif PPN terhadap Daya Beli Masyarakat (Studi Empiris Masyarakat Kecamatan Larangan Kabupaten Brebes)

Bela Dwi Defira^{1*}, Dumadi², Nasiruddin³, Roni⁴

¹⁻⁴Program Studi Akuntansi, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

beladwidefira@gmail.com¹, dumadi_adi@yahoo.co.id², nasir.brebes@gmail.com³, roni.umus@gmail.com⁴

Alamat: Jalan P. Diponegoro Km 2, Pesantunan, Wanasari, Brebes, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: beladwidefira@gmail.com*

Abstract. *Purchasing power is the ability of people to buy goods and services to meet their needs. This study aims to analyze the effect of increasing VAT rates and socialization of VAT rates on people's purchasing power. Sampling was obtained using purposive sampling technique, with a sample size of 400 respondents aged 20 years and over and already having jobs. The data analysis method used is data quality test (validity and reliability), classical assumption test (normality, multicollinearity, heteroscedasticity and autocorrelation) for hypothesis testing using multiple linear regression, partial significance test (t test), simultaneous test (F test) and coefficient of determination (R²). The results of the study indicate that there is an effect of increasing VAT rates and socialization of VAT rates partially and simultaneously on people's purchasing power.*

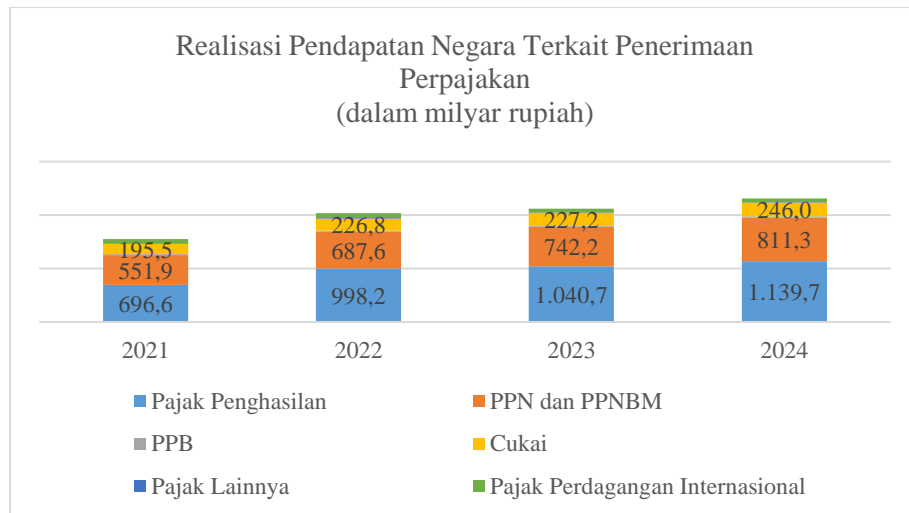
Keywords: *VAT rate increase, socialization of VAT rates on people's purchasing power*

Abstrak. Daya beli adalah kemampuan masyarakat dalam membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kenaikan tarif PPN dan sosialisasi tarif PPN terhadap daya beli masyarakat. Pengambilan sampel diperoleh menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden berusia 20 tahun ke atas dan sudah memiliki pekerjaan. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi) untuk uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda, uji signifikan parsial (uji t), uji simultan (uji F) dan koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kenaikan tarif PPN dan sosialisasi tarif PPN secara parsial dan simultan terhadap daya beli masyarakat.

Kata Kunci: Kenaikan tarif PPN, sosialisasi tarif PPN dan daya beli masyarakat

1. PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan, yang salah satunya terdapat dari daya beli. Daya beli mencerminkan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, sandang dan papan (Muliyawati & Sasana, 2022). Daya beli yang tinggi menunjukkan ekonomi yang stabil, sedangkan penurunan daya beli menunjukkan adanya tekanan ekonomi seperti kenaikan pajak, inflasi dan kebijakan lainnya (Fitriyani et al., 2023). Salah satu kebijakan yang saat ini menarik perhatian adalah kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN). PPN dikenakan kepada konsumen, pelaku usaha dalam melakukan transaksi barang dan jasa, serta impor ataupun ekspor (Putri, 2022). PPN juga menjadi salah satu sumber utama untuk mendukung Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) dan mempunyai kedudukan untuk pembangunan nasional. Pengelolaan dan peraturan tarif PPN menjadi isu strategis dalam kebijakan fiskal. Berikut merupakan tabel dan grafik yang menunjukkan penerimaan perpajakan baik dari pusat maupun daerah:



Gambar 1. Realisasi Pendapatan Perpajakan Tahun 2021-2024

Grafik menunjukkan peningkatan penerimaan negara dari sektor perpajakan selama 2021–2024. Pajak Penghasilan dan PPN/PPNBM menjadi penyumbang terbesar, dengan tren kenaikan tiap tahun. Pendapatan cukai dan pajak lainnya juga mengalami pertumbuhan, mencerminkan peran penting pajak dalam menopang keuangan negara.

Tabel 1. Realisasi Pendapatan Kabupaten Brebes Penerimaan Perpajakan

No	Uraian	Target Anggaran 2021		Jumlah Realisasi Penerimaan Pajak
		Murni	Perubahan	
1	Pajak hotel	Rp150.000.000	Rp300.000.000	Rp348.027.764
2	Pajak restoran	Rp2.750.000.000	Rp2.825.000.000	Rp3.452.652.238
3	Pajak hiburan	Rp175.000.000	Rp175.000.000	Rp175.127.470
4	Pajak reklame	Rp2.500.000	Rp300.000.000	Rp3.517.106.866
5	Pajak penerangan jalan	Rp53.000.000.000	Rp51.100.000.000	Rp51.273.016.368
6	Pajak minerba	Rp85.000.000	Rp250.000.000	Rp475.519.801
7	Pajak parkir	Rp110.000.000	Rp170.000.000	Rp227.789.744
8	Pajak ABT	Rp350.000.000	Rp700.000.000	Rp744.784.244
9	Pajak SB Walet	-	-	-
10	PBB P2	Rp40.000.000.000	Rp40.000.000.000	Rp40.812.300.672
11	BPHTB	Rp15.000.000.000	Rp21.500.000.000	Rp23.397.743.211
Jumlah		Rp114.120.000.000	Rp120.020.000.000	Rp124.424.068.358

Sumber: (BPS, 2024)

Gambar tabel 1, memperlihatkan bahwa penerimaan PPN memberikan jumlah yang tergolong tinggi untuk pendapatan negara pada penerimaan pajak di Indonesia. Sedangkan, jenis penerimaan pajak daerah di Kabupaten Brebes sebanyak 11 jenis pajak dengan jumlah keseluruhan Rp 124.424.068.358. Sosialisasi kenaikan tarif PPN yang berubah dari 11% menjadi 12% diatur melalui UU Nomor 7 Tahun 2021 dengan tujuan untuk mengoptimalkan pendapatan negara. Namun, perubahan tarif ini beresiko terhadap daya beli masyarakat yang

menurun, karena penyesuaian tarif PPN tentunya akan berimbas pada harga barang dan jasa ikut meningkat (Roni & Pangestu, 2020). Hal ini peneliti melakukan survey langsung untuk melihat kondisi masyarakat Kecamatan Larangan dalam menanggapi kebijakan kebijakan baru tersebut. Berikut hasil dari pra survey yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 2. Nilai Rata-Rata Data Kebutuhan Sekunder

Nilai Rata-Rata Data Kebutuhan Sekunder			
Oktober 2024	November 2024	Desember 2024	Januari 2025
> Rp1.000.000	> Rp1.000.000	Rp500.000-Rp1.000.000	Rp100.000-Rp500.000

Sumber: Hasil ra Survey (2025)

Berdasarkan tabel 2, menunjukkan bahwa hasil dari pra survey kebutuhan data sekunder diatas pada daya beli masyarakat Kecamatan Larangan telah menurun setelah adanya perubahan kenaikan tarif PPN pada bulan januari. Pembelian data sekunder tersebut, terdiri dari pembelian barang seperti tas, sepatu, pakaian, elektronik dan lainnya yang merupakan pembelian barang diluar kebutuhan pokok. Pra survey ini dilakukan hanya mencakup 3 desa untuk dijadikan sampel awal yaitu bagian selatan Desa Kamal, tengah Desa Larangan dan utara Desa Sitanggal untuk mendapatkan gambaran awal. Kemudian, dilanjutkan dengan pengumpulan data yang lebih mendalam melalui penyebaran kuesioner.

2. KAJIAN LITERATUR

Undang-Undang Perpajakan

UU Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) no 28 tahun 2007 mendefinisikan pajak adalah iuran yang wajib dilaksanakan oleh perseorangan maupun badan hukum dan diberikan untuk pemerintah, tanpa menerima imbalan secara langsung dan dimanfaatkan pemerintah sebagai keperluan pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UU perpajakan di Indonesia saat ini diatur oleh UU Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Perpajakan (UU HPP) (Munandar et al., 2023).

Teori Asas Daya Beli

Teori asas daya beli yang dikembangkan oleh Prof. Dr. Rochmat Soemitro S.H (2006) merupakan teori yang menyatakan bahwa kemampuan masyarakat dalam membeli barang maupun jasa dari barang sederhana hingga barang mewah. Teori ini juga menjelaskan bahwa fungsi dari pemungutan pajak yang diberikan untuk negara bertujuan untuk mendukung keberlangsungan kehidupan masyarakat (Hasibullah et al., 2020).

Kenaikan Tarif PPN

Pajak pertambahan nilai adalah pajak yang dikenakan pada barang dan jasa kena pajak di daerah pabean (dalam wilayah Indonesia). PPN dikenakan untuk orang pribadi, perusahaan maupun pemerintah yang mengkonsumsi barang atau jasa yang terkena pajak (Sam et al., 2022)). Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menjelaskan bahwa pengenaan barang dan jasa yang terkena PPN 12% merupakan barang dan jasa mewah dikategorikan mewah seperti barang elektronik, kendaraan, property, perhiasan, barang impor, dan layanan eksekutif (Fitriya, 2025). Bahan makanan premium juga terkena PPN 12% seperti beras, daging (wagyu dan kobe), udang *crustacea* premium (king crab), ikan (salmon dan tuna) (Ortax, 2025). PPN disebut pajak tidak langsung, karena disetorkan oleh pelaku usaha namun dibebankan kepada konsumen.

Berdasarkan UU HPP tentang PPN dan PPNBM, tarif pajak bisa mengalami perubahan sesuai dengan kebijakan fiskal. Kebijakan kenaikan PPN bertujuan untuk meningkatkan penerimaan negara dan mengatasi defisit Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara sejak masa pandemi (Salim et al., 2023). Tetapi, kebijakan ini bisa berdampak ke berbagai sektor ekonomi, termasuk daya beli masyarakat.

Sosialisasi Tarif PPN

Sosialisasi perpajakan yaitu kegiatan yang dilaksanakan upaya menambah pengetahuan dan pembinaan terhadap masyarakat untuk mengetahui dalam segala hal mengenai perpajakan (Runi Hasnidarini et al., 2024). Sosialisasi kebijakan perpajakan menjadi langkah penting dalam menerapkan perubahan tarif PPN. Sosialisasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terhadap masyarakat tentang pentingnya membayar pajak karena dengan sosialisasi yang dilakukan memberikan dampak kepada wajib pajak atau masyarakat manfaat dari membayar pajak (Nabilla Reza Fitria Farah & Sapari, 2020). Strategi komunikasi yang efektif bisa memberikan kesadaran terhadap masyarakat atas urgensi kenaikan tarif PPN karena bertujuan untuk mendorong optimalisasi perpajakan di Indonesia (Gunawan et al., 2021).

Daya Beli Masyarakat

Daya beli masyarakat adalah kemampuan individu dalam mengeluarkan biaya untuk mendapatkan produk maupun jasa (R. J. Amalia, 2022). Daya beli masyarakat bisa disebabkan oleh berbagai faktor salah satunya dari kebijakan ekonomi yaitu kenaikan tarif PPN, perubahan tarif ini berdampak terhadap harga barang ataupun jasa. Harga bisa menjadi komponen yang

berpengaruh terhadap minat beli suatu produk. Harga ditentukan banyak atau tidaknya terjualnya suatu produk untuk kelangsungan suatu perusahaan (Dumadi et al., 2021).

Peningkatan atau rendahnya daya beli seharusnya bisa mencerminkan pertumbuhan PPN. Artinya ketika daya beli masyarakat meningkat, PPN juga akan mengalami kenaikan, Begitu pula sebaliknya. Selain itu, harga produk memberi dampak yang besar terhadap daya beli masyarakat (Apipah et al., 2022). Jika harga produk menurun, jumlah permintaan masyarakat dalam membeli produk akan mengalami peningkatan. Namun, jika harga produk naik, maka permintaan masyarakat dalam pembelian produk akan berkurang (Niken Ayuningrum et al., 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai gejala sosial ekonomi yang terjadi di masyarakat dan mengumpulkan data yang relevan untuk penyusunan laporan ilmiah. Fokus penelitian diarahkan kepada masyarakat Kecamatan Larangan dengan jumlah populasi sebanyak 163.375 jiwa. Sampel yang digunakan berjumlah 400 orang responden yang dipilih dari masyarakat berusia 20 tahun ke atas dan telah memiliki pekerjaan, dengan pertimbangan bahwa kelompok ini memiliki penghasilan tetap sehingga data yang diperoleh diharapkan dapat mencerminkan kondisi nyata daya beli masyarakat.

Dalam proses analisis data, penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian. Pertama, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan menghasilkan estimasi yang valid dan bebas dari bias. Uji asumsi klasik yang digunakan meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Kedua, dilakukan uji hipotesis yang mencakup uji t untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, serta uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05, di mana model dianggap signifikan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, dan model regresi dianggap layak digunakan jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Ketiga, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Terakhir, dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji secara simultan pengaruh dua variabel independen, yaitu kenaikan tarif PPN (X_1) dan sosialisasi tarif PPN (X_2), terhadap daya beli masyarakat (Y). Persamaan regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah $Y = a + \beta_1 X_1 +$

$\beta_2 X_2 + e$, di mana Y adalah daya beli masyarakat, α adalah konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi dari masing-masing variabel independen, dan e adalah error atau residu.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data Penelitian

Berdasarkan pengambilan sampel yang sudah ditetapkan, penelitian ini melibatkan 400 untuk dijadikan responden. Jumlah tersebut didapatkan melalui analisis menggunakan SPSS dan dapat dijelaskan secara detail sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		3,88259163
Most Extreme Differences	Absolute		,041
	Positive		,041
	Negative		-,028
Test Statistic			,041
Asymp. Sig. (2-tailed)			.109 ^c

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 3 hasil uji normalitas dengan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,109. Karena nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data residual **terdistribusi normal**. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi, sehingga model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	4,508	,732		6,154	,000
Kenaikan Tarif PPN	-,039	,025	-,082	-1,556	,120
Sosialisasi Tarif PPN	,009	,023	,022	-,412	,680

Sumber: Data diolah, 2025

Dalam uji heteroskedastisitas penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kenaikan tarif PPN tidak terjadi heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi $0,120 > 0,05$. Variabel sosialisasi tarif PPN tidak terjadi heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi $0,680 > 0,05$

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kenaikan Tarif PPN	,881	1,135
Sosialisasi Tarif PPN	,881	1,135

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka variabel independen dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Kenaikan Tarif PPN terhadap Daya Beli Masyarakat

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	20,342	1,159		17,554	,000
Kenaikan Tarif PPN	,315	,045	,333	7,010	,000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $7,010 > t$ tabel 1,966, sehingga dapat disimpulkan bahwa kenaikan tarif PPN secara parsial berdampak signifikan terhadap daya beli masyarakat.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Sosialisasi Tarif PPN terhadap Daya Beli Masyarakat

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	23,308	1,049		22,216	,000
Sosialisasi Tarif PPN	,189	,039	,238	4,895	,000

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan t hitung $4,895 > t$ tabel 1,966, bahwa sosialisasi tarif PPN secara parsial berdampak signifikan terhadap daya beli masyarakat.

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	877,965	2	438,982	28,975	,000 ^b
Residual	6014,733	397	15,150		
Total	6892,697	399			

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil nilai uji F menunjukkan bahwa nilai signifikansi berupa 0,000 dengan tingkat signifikansinya 0,05. Dengan $df_2 = 2n - k - 1 = 400 - 2 - 1 = 397$, didapatkan nilai f tabel sebesar 3,02. Maka, nilai f-hitung $28,975 > f_{\text{tabel}} 3,02$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kenaikan tarif PPN dan sosialisasi tarif PPN berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya beli masyarakat.

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,357 ^a	,127	,123	3,89236

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil output uji R square menunjukkan nilai sebesar 0,123 atau sebesar 12,3%, artinya kenaikan tarif PPN dan sosialisasi tarif PPN memiliki pengaruh terhadap daya beli masyarakat. Sedangkan, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain sebesar 87,7%.

Tabel 9. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(constant)	18,535	1,315		14,090	,000
Kenaikan Tarif PPN	,269	,048	,283	5,667	,000
Sosialisasi Tarif PPN	,112	,040	,141	2,820	,005

Sumber: Data diolah, 2025

Daya beli masyarakat = $18,535 + 0,269 \times x_1 + 0,112$ menurut hasil tabel 9, bahwa jika tidak ada pengaruh dari kenaikan tarif ppn dan sosialisasi tarif PPN, maka daya beli masyarakat akan bernilai 18,535. Setiap peningkatan 1 unit kenaikan tarif PPN, akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0,269 atau 26,9%. Setiap peningkatan 1 unit sosialisasi tarif PPN akan meningkatkan daya beli masyarakat sebesar 0,112 atau 11,2%

Pembahasan Hasil Penelitian

Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai terhadap Daya Beli Masyarakat

Berdasarkan penelitian ini, hipotesis kesatu bahwa kenaikan tarif PPN berdampak positif signifikan terhadap daya beli masyarakat. Hal ini terbukti dari hasil uji t bahwa hipotesis pertama diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian (Prasetyo & Sari, 2023) yang menemukan bahwa perubahan tarif PPN sebesar 1% hanya berpengaruh sementara terhadap daya beli, terutama di kalangan menengah ke atas. Mereka menyatakan bahwa konsumsi masyarakat cenderung tetap stabil jika pemerintah memberikan stimulus lain, seperti bantuan sosial dan

pengendalian inflasi. Penelitian (Situmorang, 2022) juga menunjukkan bahwa persepsi terhadap kebijakan fiskal dan stabilitas ekonomi turut memoderasi dampak negatif dari kenaikan pajak terhadap konsumsi.

Namun, pengaruh positif dalam konteks ini tidak merujuk pada hal yang bagus. Maksud dari positif tersebut adalah dampak terjadinya kenaikan tarif PPN dapat mempengaruhi terhadap daya beli masyarakat turun. Kenaikkan tarif PPN bisa menyebabkan beberapa harga barang atau jasa akan naik yang mengakibatkan masyarakat mengurangi pembelian dan beralih ke produk yang lebih murah. Walaupun target tarif PPN dikategorikan hanya barang-barang tertentu saja. Namun, kenaikan tarif PPN bisa memberikan dampak ke beberapa barang atau produk yang menyebabkan inflasi. Kebijakan terbaru kenaikan tarif PPN ditahun ini dikhususkan hanya barang sekunder dan tersier yang menunjukkan peningkatan harga yang cukup signifikan. Menurut (M. Amalia et al., 2025) tujuan kebijakan pemerintah dalam menaikkan tarif PPN tersebut secara langsung untuk meningkatkan penerimaan negara di bidang perpajakan. Pemerintah mengharapkan dengan adanya perubahan tarif PPN dinaikkan ke 12% bisa meningkatkan target penerimaan dari hasil pajak tersebut, sehingga bisa memudahkan pemerintah untuk memperluas pembangunan nasional dari perolehan anggaran pajak.

Sosialisasi Tarif PPN terhadap Daya Beli Masyarakat

Berdasarkan penelitian ini, hipotesis kedua bahwa sosialisasi tarif PPN berdampak positif signifikan terhadap daya beli masyarakat. Hal ini terbukti dari hasil uji t bahwa hipotesis pertama diterima. Hasil penelitian yang mengkaji kedua konteks ini masih sangat terbatas. Sebagian besar pada jurnal membahas salah satu topik secara terpisah yang memungkinkan kedua variabel antara sosialisasi tarif PPN terhadap daya beli masyarakat terlalu spesifik. Beberapa penelitian mungkin lebih fokus di aspek lain dari sosialisasi tarif PPN seperti pendapatan, digital marketing dan inflasi, yang dilakukan secara terpisah dengan daya beli masyarakat ataupun memungkinkan penelitiannya belum dipublikasikan dalam jurnal secara luas.

Kenaikan Tarif PPN dan Sosialisasi Tarif PPN terhadap Daya Beli Masyarakat

Hasil dari uji F pada persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama terhadap variabel dependen. Hasil uji analisis data menunjukkan nilai F hitung $28,975 > F \text{ tabel } 3,02$ dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN dan sosialisasi tarif PPN berdampak signifikan secara simultan terhadap daya beli masyarakat. Berdasarkan uji koefisien determinasi variabel independen

penelitian ini hanya memiliki pengaruh sebesar 0,127 atau 127% terhadap variabel terikat di Kecamatan Larangan Kabupaten Brebes. Teori asas daya beli menjelaskan bahwa kemampuan masyarakat dalam membeli barang atau jasa kena pajak memiliki pengaruh besar terhadap penerimaan pajak. Jika terjadinya daya beli masyarakat yang menurun menyebabkan penurunan pendapatan yang diterima pemerintah. Sedangkan, semakin tinggi konsumsi masyarakat, semakin tinggi pula penerimaan negara dari PPN.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan bahwa pengaruh kenaikan tarif PPN dan sosialisasi tarif PPN secara parsial maupun simultan terhadap daya beli masyarakat. Melalui analisis dan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kenaikan tarif PPN berdampak negatif dan signifikan terhadap daya beli masyarakat Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes sebesar 26,9%. Indikator tersebut meliputi sistem pengenaan PPN, nilai jual terhadap barang yang terkena PPN dan perubahan tarif PPN yang baru. Kenaikan Sosialisasi tarif PPN berdampak positif signifikan terhadap daya beli masyarakat Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes sebesar 11,2%. Indikator tersebut meliputi pelaksanaan sosialisasi terkait tarif PPN, penyampaian informasi pemerintah yang jelas melalui media, tingkat pemahaman masyarakat yang didapatkan dan manfaat dari sosialisasi. Daya beli masyarakat di Kecamatan Larangan, Kabupaten Brebes dipengaruhi secara signifikan oleh kenaikan tarif PPN Brebes sebesar 12,7%, sedangkan sisanya 87,7% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

SARAN

Berdasar simpulan hasil penelitian, didapat rekomendasi agar pemerintah perlu memperhatikan kondisi ekonomi masyarakat sebelum mengubah kebijakan kenaikan tarif PPN, agar tidak memberatkan masyarakat dan tidak terjadinya penurunan daya beli. Penyampaian informasi PPN sebaiknya dilakukan secara transparan dengan menjelaskan secara jelas dan terbuka mengenai penggunaan dana yang diperoleh. Dengan menjelaskan bahwa pendapatan PPN digunakan untuk membiayai pembangunan dan program sosial lainnya. Sehingga, penyampaian informasi tersebut tidak hanya menyampaikan tarif tetaapi memberikan pemahaman masyarakat untuk membangun kepercayaan dan dukungan mereka. Masyarakat diharapkan bisa meningkatkan pemahaman tentang perpajakan, salah satunya mengenai fungsi dan dampaknya pada perekonomian negara, sehingga masyarakat bisa menilai bahwa kebijakan PPN bukan hanya sebagai beban semata.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, M., Azzahra, A., Sari, F. N., Zulma, M. R., & Nugraha, S. R. (2025). *Analisis Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. 2, 1–15.
- Amalia, R. J. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Daya Beli Konsumen terhadap Belanja Online di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v4i1.87.1-16>
- Apipah, N., Riono, S. B., & Dumadi. (2022). Edukasi Penetapan Harga Jual bagi Pelaku UMKM Harum Manis Desa Parereja, Brebes. *STPKat Publisher, Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 1–10.
- BPS. (2024). *Kabupaten Brebes dalam Angka 2024*. BPS Kabupaten Brebes.
- Dumadi, D., Riono, S. B., & Mulyamin, M. (2021). Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari). *Journal of Economic and Management (JECMA)*, 2(1), 45–56.
- Fitriya. (2025). *Barang Mewah Kena PPN 12%*.
- Fitriyani, N., Roni, R., & Rahmawati, T. (2023). Pengaruh Tarif Pajak, Kualitas Pelayanan Pajak dan Inovasi Pelayanan Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bumi dan Bangunan. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 1(2), 486–494.
- Gunawan, M. C., Achmad, G. N., & Rafika, M. (2021). Strategi Komunikasi DJP sebagai Respon Naiknya Tarif PPN Guna Mewujudkan Optimalisasi Penerimaan Pajak di Tahun 2022. *Simposium Nasional Perpajakan*, 1(1), 125–134.
- Hasibullah, N. A., Mursalim, M., & Su'un, M. (2020). Analisis Pengaruh PPn, PPnBM, dan PKB dengan Tarif Progresif terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Roda Empat di Makassar. *Journal of Accounting and Finance (JAF)*, 1(1), 86–101. <https://doi.org/10.52103/jaf.v1i1.119>
- Muliyawati, A., & Sasana, H. (2022). Analisis Determinan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten/Kota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Jendela Inovasi Daerah*, 5(1), 104–124. <https://doi.org/10.56354/jendelainovasi.v5i1.116>
- Munandar, A., Romli, H., & Aravik, H. (2023). Analisis Komparatif PP Nomor 55 Tahun 2022 terhadap UU Nomor 7 Tahun 2021 (Studi Kasus Pada PT. Raflesia Energi Utama). *Ekonomika Sharia: Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah*, 9(1), 95–108. <https://doi.org/10.36908/esha.v9i1.908>
- Nabilla Reza Fitria Farah, & Sapari. (2020). Pengaruh Penerapan E-Filing, Sosialisasi Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 1–21.
- Niken Ayuningrum, Ferdyan Wana Saputra, & Dedy Handoko. (2023). Dampak Kenaikan Ppn 11% Pada Penjualan PT Eloda Mitra Cabang Palembang. *Journal Economic Insights*, 2(1), 49–56. <https://doi.org/10.51792/jei.v2i1.48>

- Ortax, R. (2025). *Daftar Bahan Pokok dan Jasa Premium yang terkena PPN 12%*.
- Prasetyo, H., & Sari, R. (2023). Dampak Kenaikan PPN terhadap Daya Beli dan Konsumsi Rumah Tangga di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 14(1), 45–59.
- Putri, M. R. (2022). Implikasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Pertambahan Tarif PPN 11% terhadap Pelaku Usaha Kerajinan Lokal di Kota Malang. *Al-Muamalat: Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 8(2), 150–161.
- Roni, & Pangestu, D. (2020). Pengaruh Return On Equity (ROE) dan Earning Per Share (EPS) terhadap Harga Saham. *Journal of Accounting and Finance (JACFIN)*, 1(1), 30–36.
- Runi Hasnidarini, (2024). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 4(1), 128–133.
- Salim, P. W., Sakila, S. J., & Rasji, R. (2023). Penerapan Asas Equality dalam Kebijakan Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 9454–9464.
- Sam, U., Manado, R., & Telwe, E. J. A. (2022). Implementasi UU HPP Nomor 7 tahun 2021 Dalam Penanganan Pandemi Covid – 19 di Indonesia. *Politico: Jurnal Ilmu Politik*, 11(4), 211–225.
- Situmorang, D. (2022). Analisis Respons Konsumen Terhadap Kenaikan Tarif Pajak Konsumsi. *Jurnal Fiskal dan Pajak Indonesia*, 11(2), 101–115. <https://ejournal.pajak.go.id/index.php/jfpi/article/view/2022>