




Research Article

Perilaku Produsen Dalam Menghadapi Kenaikan PPN 12%

Nihayatul Umniyah Salsabila¹, Amin Wahyudi²

1. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia
E-mail: nihayaushasa@gmail.com 
2. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Indonesia
E-mail: aminwahyudi@iainponorogo.ac.id



Copyright © 2025 by Authors, Published by AL-AFKAR: Journal For Islamic Studies. This is an open access article under the CC BY License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>).

Received : July 25, 2025
Accepted : September 12, 2025

Revised : August 27, 2025
Available online : October 31, 2025

How to Cite: Nihayatul Umniyah Salsabila and Amin Wahyudi (2025) "Producer Behavior in Facing a 12% VAT Increase", *al-Afkar, Journal For Islamic Studies*, 8(4), pp. 595–604. doi: 10.31943/afkarjournal.v8i4.1838.

Producer Behavior in Facing a 12% VAT Increase

Abstract. The increase in the Value Added Tax (VAT) rate to 12%, effective January 2025, based on Law Number 7 of 2021 concerning the Harmonization of Tax Regulations (HPP Law), has had a significant impact on production and consumption behavior in Indonesia. This increase impacts producers facing increased production costs, particularly those related to raw materials subject to VAT. Producers are required to adjust their production strategies, including price adjustments, increased operational efficiency, and product diversification. Meanwhile, consumers face the impact of rising prices for goods and services, which impacts purchasing power, particularly among low- and middle-income groups. In response to this VAT rate increase, the government is expected to implement consumer protection policies, such as subsidies for basic goods and social assistance, to maintain purchasing power and

prevent further economic inequality. This study explores the relationship between taxation and production behavior and suggests strategies that producers can adopt to maintain competitiveness in an increasingly competitive market.

Keywords: Value Added Tax (VAT), Production Behavior, Economic Inequality, Production Strategy.

Abstrak. Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% yang mulai berlaku pada Januari 2025, berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), membawa dampak signifikan terhadap perilaku produksi dan konsumsi di Indonesia. Kenaikan ini memengaruhi produsen dalam menghadapi peningkatan biaya produksi, terutama terkait dengan bahan baku yang dikenakan PPN. Produsen diharuskan untuk menyesuaikan strategi produksi mereka, baik dalam aspek penyesuaian harga, peningkatan efisiensi operasional, maupun diversifikasi produk. Di sisi lain, konsumen menghadapi dampak berupa peningkatan harga barang dan jasa yang memengaruhi daya beli, khususnya pada kelompok berpendapatan rendah dan menengah. Dalam menghadapi kenaikan tarif PPN ini, pemerintah diharapkan untuk memberikan kebijakan perlindungan bagi konsumen, seperti subsidi barang pokok dan bantuan sosial, guna menjaga daya beli dan mencegah ketimpangan ekonomi yang lebih besar. Penelitian ini menggali hubungan antara perpajakan dan perilaku produksi serta menyarankan strategi yang dapat diadopsi oleh produsen untuk tetap mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Perilaku Produksi, Ketimpangan Ekonomi, Strategi Produksi.

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia Kembali dibuat heboh dengan kebijakan pemerintah terkait perpajakan. Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) akan naik menjadi 12% di 1 Januari 2025 yang awalnya 11%. Tarif PPN 11% sudah ditetapkan pemerintah sejak 1 April 2022 lalu dan akan naik di 12%. Hal ini disebutkan dalam Undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan atau lebih dikenal dengan UU HPP Bab IV pasal 7 ayat (1) tentang PPN. Sedangkan dalam pasal 7 ayat (3) dijelaskan bahwa tarif PPN dapat diubah paling tinggi 15 persen dan paling rendah 5 persen dan perubahan tersebut diatur dengan Peraturan Pemerintah. Kelak Indonesia akan menjadi salah satu Negara di Asia dengan tarif PPN tertinggi bersama Filipina. Kebijakan untuk menaikkan tarif PPN merupakan salah satu usaha pemerintah untuk meningkatkan jumlah penerimaan negara di sektor pajak ¹.

Namun kebijakan tersebut tidak terlepas dari problematika. Di satu sisi, pemerintah membuat beberapa kebijakan terkait pajak yang tidak hanya bertujuan untuk mengoptimalkan penerimaan negara, tetapi juga demi mewujudkan sistem perpajakan yang lebih adil pada masyarakat penghasilan kecil dan menengah. Dengan menciptakan sistem perpajakan yang lebih sehat dan adil bagi masyarakat diharapkan

¹ Niken Ayuningrum, Ferdyan Wana Saputra, dan Dedy Handoko, "Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang," *Journal Economic Insights* 2, no. 1 (2023): 49-56.

akan mampu meningkatkan rasa percaya dan keadilan masyarakat terhadap pemerintah sehingga mampu mendorong penerimaan negara ².

Naiknya tarif ini mempunyai beberapa dampak negatif terhadap ekonomi dan masyarakat. Akan tetapi, hal ini akan sangat berkontribusi terhadap APBN, karena pendapatan negara akan meningkat, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk mendanai berbagai proyek pembangunan infrastruktur dan program kesejahteraan sosial. Dalam jangka panjang, taraf perekonomian akan meningkat seiring dengan bertumbuhnya sektor-sektor ekonomi yang diuntungkan oleh investasi tersebut. Bagi produsen, meskipun biaya produksi mungkin meningkat akibat tarif yang lebih tinggi, mereka juga memiliki kesempatan untuk berinovasi dan meningkatkan efisiensi operasional untuk mengurangi dampak biaya tambahan. Selain itu, produsen yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan meningkatkan kualitas produk mereka dapat mempertahankan pangsa pasar atau bahkan memperoleh peluang baru untuk ekspansi ³.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memberikan informasi secara sistematis serta konseptual mengenai dampak yang ditimbulkan oleh kenaikan tarif PPN menjadi 12% terhadap perilaku produsen. Secara akademis dan praktis, artikel ini dapat digunakan sebagai referensi literatur untuk penelitian selanjutnya serta sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang terkait dengan kenaikan tarif PPN. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas pengetahuan penulis dan pembaca mengenai dampak dari perubahan tarif PPN tersebut.

PEMBAHASAN

Pengaruh PPN terhadap Perilaku Produksi

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% pada Januari 2025 yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) ⁴, tentu akan memberikan dampak signifikan terhadap perilaku produksi. Berdasarkan Pasal 7 Ayat (1) dari UU HPP, tarif PPN yang semula 11% akan meningkat menjadi 12%, yang artinya produsen harus memperhitungkan biaya produksi yang lebih tinggi, khususnya terkait dengan bahan baku atau input yang dikenakan PPN ⁵. Kenaikan ini dapat mempengaruhi margin keuntungan produsen, terutama bagi mereka yang tidak mampu sepenuhnya mengalihkan beban pajak tersebut kepada konsumen, seperti yang dijelaskan dalam Pasal 16B yang mengatur mengenai pengalihan beban pajak dalam kegiatan ekonomi⁶.

² Achdian Anggreny Bangsawan dan Rahayu Alkam, "Implikasi atas Kenaikan Tarif PPN terhadap Orang Pribadi dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi," *SEIKO: Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 83–93.

³ K. Dunci, "Pengaruh Tarif Ppn 11% Dan Tingkat Pendapatan Selama Pandemi Terhadap Daya Beli Masyarakat," *Ekonomi & Bisnis* 22, no. 1 (2023): 8–16.

⁴ "UU No. 7 Tahun 2021," Database Peraturan | JDIH BPK, diakses 12 Desember 2024, <http://peraturan.bpk.go.id/Details/185162/uu-no-7-tahun-2021>.

⁵ Bangsawan dan Alkam, "Implikasi atas Kenaikan Tarif PPN terhadap Orang Pribadi dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi."

⁶ Suparna Wijaya dan Komang Rina Arsini, "Fasilitas ppn tidak dipungut atau dibebaskan: Perbedaan dan permasalahan," *Publik* 8, no. 1 (2021): 91–104.

Dalam menghadapi perubahan ini, produsen cenderung mencari cara untuk tetap mempertahankan daya saing di pasar. Salah satunya adalah dengan meningkatkan efisiensi operasional, seperti melalui otomatisasi atau pengurangan pemborosan, serta berinovasi dalam produk dan proses. Hal ini sesuai dengan Pasal 10 UU HPP, yang mendorong produsen untuk mengembangkan ekonomi digital dan inovasi dalam ekonomi modern, yang pada gilirannya bisa mengurangi dampak negatif dari kenaikan PPN.

Bagi produsen yang sebelumnya sudah mengoptimalkan rantai pasokan dan efisiensi produksi, mereka bisa memanfaatkan kenaikan PPN untuk meningkatkan kualitas produk dan diferensiasi, yang memungkinkan mereka untuk bertahan atau bahkan memperluas pasar. Dalam konteks ini, produsen yang memiliki kemampuan untuk menyesuaikan produk atau proses produksi dengan perubahan pasar dan kebijakan pajak akan lebih unggul. Hal ini juga mengarah pada penguatan sektor industri, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 UU HPP yang mencakup tujuan reformasi perpajakan untuk mendorong investasi dan sektor industri nasional, guna menciptakan perekonomian yang lebih berkelanjutan⁷.

Pada akhirnya, kebijakan ini juga akan mendorong para produsen untuk lebih serius dalam menerapkan teknologi baru atau beralih ke produk yang tidak tergantung pada input yang dikenakan PPN tinggi. Oleh karena itu, meski ada peningkatan biaya, produsen yang adaptif terhadap perubahan kebijakan pajak seperti yang tercantum dalam UU HPP akan dapat mempertahankan atau bahkan meningkatkan daya saingnya.

Hubungan antara Perpajakan dan Perilaku Produksi (Dengan UU yang Relevan)

Perpajakan, khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN), mempengaruhi perilaku produksi melalui beberapa saluran yang sangat relevan dalam konteks kebijakan perubahan tarif PPN yang akan berlaku pada Januari 2025. Kenaikan tarif PPN menjadi 12% berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) berpotensi membawa dampak langsung baik kepada produsen maupun konsumen⁸. Berikut penjelasan yang lebih rinci terkait hubungan tersebut:

1. Pengaruh terhadap Daya Beli Konsumen dan Permintaan Produk

Salah satu dampak utama dari kenaikan tarif PPN adalah perubahan daya beli konsumen. Pasal 4 UU HPP menyatakan bahwa reformasi perpajakan bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan kesetaraan dalam sistem pajak, tetapi tanpa pengendalian yang tepat, kenaikan PPN dapat menyebabkan konsumen merasa terbebani oleh harga barang dan jasa yang lebih tinggi. Produk yang mengalami kenaikan harga akibat PPN yang lebih tinggi akan menjadi kurang terjangkau, terutama bagi konsumen berpendapatan rendah dan menengah.

Kondisi ini akan mendorong penurunan konsumsi terhadap barang-barang tertentu, terutama barang-barang yang tidak esensial. Konsumen cenderung akan memprioritaskan pembelian barang kebutuhan pokok dan mengurangi konsumsi barang yang lebih bersifat konsumtif. Pasal 16A dalam UU HPP mengatur pengaturan tarif pajak

⁷ Ayuningrum, Saputra, dan Handoko, "Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang."

⁸ Rita Yunus dan Anas Iswanto Anwar, *Ekonomi Publik* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021).

yang fleksibel dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing dan mendorong konsumsi produk lokal, namun pada kenyataannya, kenaikan PPN dapat mereduksi konsumsi karena faktor kenaikan harga. Penurunan konsumsi ini akan berimbas pada permintaan produk dari produsen, yang pada akhirnya memaksa mereka untuk menyesuaikan output produksi mereka.

2. Dampak terhadap Strategi Produksi dan Penyesuaian Output

Jika permintaan terhadap produk menurun, produsen harus menyesuaikan output produksi mereka. Hal ini bisa berupa pengurangan volume produksi, penurunan variasi produk yang lebih mahal, atau bahkan perubahan dalam spesifikasi produk agar lebih terjangkau oleh konsumen. Pasal 9 Ayat (1) UU HPP menekankan pentingnya keberlanjutan ekonomi yang melibatkan sektor usaha yang lebih fleksibel dalam merespons perubahan kebijakan fiskal, namun dalam prakteknya, produsen akan berusaha mempertahankan daya saing dengan cara menyesuaikan penawaran produk.

Produsen mungkin juga memilih untuk meningkatkan efisiensi operasional guna mengurangi dampak dari kenaikan biaya produksi yang disebabkan oleh PPN yang lebih tinggi. Hal ini dapat mencakup peningkatan teknologi produksi, optimalisasi rantai pasokan, atau pengurangan biaya lainnya yang tidak berhubungan langsung dengan pajak. Produsen yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan ini mungkin akan menghadapi penurunan laba atau bahkan terpaksa mengurangi tenaga kerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada perekonomian secara keseluruhan.

3. Pengaruh pada Strategi Harga dan Persaingan Pasar

Perubahan tarif PPN juga akan memengaruhi strategi harga yang diambil oleh produsen. Produsen besar yang memiliki skala ekonomi lebih besar dan efisiensi operasional yang lebih tinggi mungkin akan lebih mudah menyerap sebagian besar kenaikan PPN. Pasal 4 Ayat (2) UU HPP menyebutkan bahwa kebijakan perpajakan bertujuan untuk mendukung sektor usaha besar dan menengah dalam meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Hal ini memberi keuntungan bagi produsen besar, karena mereka lebih mampu menyerap beban pajak tambahan tanpa meningkatkan harga terlalu signifikan⁹.

Namun, bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), yang biasanya tidak memiliki kapasitas untuk menyesuaikan biaya produksi dengan cepat, kenaikan tarif PPN dapat berdampak lebih besar. Produsen kecil mungkin akan terpaksa menaikkan harga jual produk atau bahkan mengurangi kualitas produk mereka untuk mempertahankan margin keuntungan. Pasal 6 UU HPP memberikan panduan untuk pengaturan pajak bagi UMKM yang lebih sederhana, tetapi kenyataannya, UMKM tetap menghadapi tantangan besar dalam berkompetisi dengan produsen besar yang memiliki sumber daya yang lebih kuat¹⁰.

⁹ "Pajak Penghasilan Pasal 4 ayat (2)," diakses 12 Desember 2024, <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/kotabumi/id/informasi/perpajakan/pph-pasal-4-ayat-2.html>.

¹⁰ Ropinov Saputro dan Farah Meivira, "Pengaruh tingkat pendidikan pemilik, praktik akuntansi dan persepsi atas insentif pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM," *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020), <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/31308>.

Dampak Perpajakan terhadap Perilaku Produksi

Dampak kenaikan tarif PPN terhadap perilaku produksi memang dapat terlihat dalam dua aspek utama: peningkatan biaya dan penyesuaian terhadap permintaan pasar. Berikut adalah penjelasan lebih rinci dengan bukti relevan yang menunjukkan bagaimana perpajakan, khususnya PPN, memengaruhi perilaku produksi dan respons produsen di berbagai sektor ekonomi.

1. Peningkatan Biaya Produksi

Peningkatan tarif PPN menyebabkan produsen harus menanggung biaya tambahan yang lebih tinggi, baik itu untuk bahan baku maupun untuk barang setengah jadi yang mereka gunakan dalam proses produksi. Hal ini tercermin dalam perubahan tarif pajak atas barang dan jasa yang dipakai oleh produsen. Bagi produsen yang bergantung pada input dengan tarif PPN tinggi, kenaikan tarif PPN akan menyebabkan peningkatan biaya produksi yang signifikan. Produsen yang tidak dapat segera mengalihkan beban ini kepada konsumen mungkin akan mengalami penurunan margin keuntungan, terutama bagi mereka yang memiliki ketergantungan besar pada input bahan baku impor yang dikenakan tarif PPN¹¹.

Contoh lain bisa ditemukan dalam analisis sektor manufaktur, di mana kenaikan PPN berpotensi menyebabkan produsen kesulitan untuk menjaga tingkat profitabilitas mereka. Dalam industri manufaktur di Indonesia, ditemukan bahwa produsen produk elektronik dan otomotif, misalnya, mengalami peningkatan biaya operasional yang cukup besar ketika pemerintah mengubah kebijakan PPN pada tahun 2022 dari 10% menjadi 11%. Penyesuaian tarif tersebut berdampak pada kenaikan harga barang, meskipun tidak seluruhnya dapat dipindahkan ke konsumen, dan akhirnya mempengaruhi daya saing produk domestik di pasar internasional¹².

Peningkatan biaya ini akan terakumulasi seiring waktu, dan jika produsen tidak mampu meningkatkan efisiensi atau mengadopsi teknologi yang lebih canggih untuk mengurangi biaya, mereka mungkin akan menghadapi penurunan profitabilitas. Dalam jangka panjang, perusahaan-perusahaan yang tidak bisa mengatasi dampak ini dapat terpaksa mengurangi produksi atau bahkan melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK) untuk menurunkan biaya tenaga kerja, seperti yang ditemukan dalam penelitian oleh Dunci (2023) yang mengamati sektor UKM di Indonesia.

2. Penurunan Daya Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Permintaan Produk

Dampak kedua dari kenaikan tarif PPN adalah penurunan daya beli konsumen. Penurunan daya beli ini akan berpengaruh langsung terhadap permintaan produk yang dihasilkan oleh produsen. Kenaikan tarif PPN umumnya akan mengarah pada kenaikan harga barang dan jasa, yang akan terasa lebih berat bagi konsumen dengan penghasilan menengah ke bawah¹³.

¹¹ Rosalita Rachma Agusti, Devi Nur Cahaya Ningsih, dan Kartika Putri Kumalasari, *Konsep Pajak Konsumsi: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di Era Digital* (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022).

¹² Lionny Mutia Ayuningrum, Yetty Murni, dan Shinta Budi Astuti, "Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Kecurangan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia," *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila (JIAP)* 1, no. 1 (2021): 1–13.

¹³ Melinda Christanti Kwan dan Bayu Sarjono, "Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Pada Perilaku Konsumen di Indonesia," *Jurnal Adijaya Multidisplin* 2, no. 03 (2024): 338–48.

Kenaikan tarif PPN di Indonesia, terutama pada sektor barang konsumsi, menyebabkan penurunan permintaan barang tertentu, terutama barang-barang non-esensial. Misalnya, produk otomotif dan barang elektronik yang lebih mahal akibat kenaikan PPN mengakibatkan permintaan menurun, khususnya di kalangan konsumen yang lebih sensitif terhadap harga. Studi ini mengonfirmasi bahwa, di sektor-sektor tertentu, produsen terpaksa menurunkan volume produksi untuk menyesuaikan dengan permintaan yang lebih rendah, atau bahkan melakukan pengurangan tenaga kerja untuk menekan biaya operasional¹⁴.

Dalam sektor makanan dan minuman cenderung lebih sensitif terhadap perubahan tarif PPN karena konsumsi barang-barang tersebut sangat dipengaruhi oleh daya beli konsumen. Ketika harga barang naik karena kenaikan PPN, konsumen akan mengurangi pengeluaran untuk barang-barang yang tidak termasuk kebutuhan pokok. Dalam hal ini, produsen perlu mencari cara untuk menyesuaikan harga atau memperkenalkan produk dengan harga yang lebih terjangkau untuk mempertahankan pasar mereka¹⁵.

Strategi yang Ditempuh Produsen

Menghadapi kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12%, produsen perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk mengurangi dampak negatif terhadap biaya produksi, daya saing di pasar, serta permintaan konsumen. Beberapa strategi yang dapat ditempuh oleh produsen, baik besar maupun kecil, termasuk:

1. Penyesuaian Harga Jual secara Bertahap

Salah satu strategi pertama yang dapat dilakukan oleh produsen adalah menyesuaikan harga jual produk secara bertahap agar konsumen tidak terlalu merasa terbebani dengan kenaikan harga yang drastis. Produsen dapat mengoptimalkan struktur harga dengan cara memecah kenaikan PPN ke dalam beberapa periode, sehingga konsumen tidak merasakan lonjakan harga yang tajam. Misalnya, produsen barang-barang konsumsi dapat menaikkan harga sedikit demi sedikit untuk menghindari reaksi negatif dari konsumen, yang mungkin akan mengurangi konsumsi jika kenaikan harga terlalu cepat atau terlalu tinggi.

Misalnya, pada tahun 2022, beberapa produsen makanan dan minuman di Indonesia mulai menyesuaikan harga secara bertahap setelah pemerintah menaikkan tarif PPN dari 10% menjadi 11%. Mereka menaikkan harga secara bertahap dan menambah variasi ukuran kemasan produk, agar konsumen tetap merasa harga relatif terjangkau

2. Peningkatan Efisiensi Operasional dan Teknologi

Untuk mengurangi dampak kenaikan PPN yang memengaruhi biaya produksi, produsen dapat fokus pada peningkatan efisiensi operasional dan adopsi teknologi baru yang lebih efisien. Salah satu cara adalah dengan otomatisasi proses produksi dan penggunaan teknologi ramah biaya yang dapat mengurangi ketergantungan pada sumber daya manusia atau mengurangi pemborosan dalam proses produksi. Optimasi Rantai

¹⁴ Bangsawan dan Alkam, "Implikasi atas Kenaikan Tarif PPN terhadap Orang Pribadi dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi."

¹⁵ Ayuningrum, Saputra, dan Handoko, "Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang."

Pasokan: Produsen dapat mengevaluasi kembali dan mengoptimalkan rantai pasokan untuk mengurangi biaya logistik dan distribusi. Salah satu cara yang bisa ditempuh adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dan sistem informasi berbasis cloud untuk memantau dan merencanakan produksi dengan lebih efisien. Automasi Proses: Untuk produsen besar, penerapan teknologi seperti Internet of Things (IoT) untuk memantau mesin dan proses produksi secara real-time dapat membantu meminimalkan waktu henti (downtime) dan mengurangi pemborosan.

3. Kolaborasi dan Aliansi Strategis

Untuk mengatasi tekanan biaya, produsen dapat mempertimbangkan kerjasama atau aliansi strategis dengan pihak lain, baik dalam bentuk joint venture, kemitraan distribusi, maupun penggabungan sumber daya untuk menekan biaya. Kerjasama Distribusi: Produsen dapat mengoptimalkan jaringan distribusi mereka dengan berkolaborasi dengan pihak ketiga yang memiliki infrastruktur distribusi yang lebih efisien. Hal ini dapat mengurangi biaya pengiriman produk dan memastikan produk tetap tersedia di pasar meski ada kenaikan harga. Beberapa produsen besar, seperti Toyota dan Honda, sering membentuk aliansi strategis dengan perusahaan lain untuk berbagi sumber daya dalam produksi atau distribusi, yang memungkinkan mereka mengurangi biaya dan meningkatkan daya saing di pasar.

Implikasi bagi Konsumen

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12% yang mulai berlaku pada Januari 2025 akan langsung memengaruhi harga barang dan jasa yang dikenakan pajak. Produk-produk seperti makanan, minuman, elektronik, dan barang mewah kemungkinan akan mengalami lonjakan harga, yang berdampak langsung pada konsumen, terutama bagi mereka yang bergantung pada barang pokok. Kenaikan harga ini dapat meningkatkan biaya hidup, sehingga menekan anggaran rumah tangga, terutama bagi kelompok berpendapatan rendah dan menengah.

Akibat kenaikan harga, daya beli konsumen berpotensi menurun. Kelompok berpendapatan rendah dan menengah yang menghabiskan sebagian besar pendapatan mereka untuk kebutuhan pokok akan merasa lebih terbebani. Mereka mungkin terpaksa mengurangi pengeluaran untuk barang-barang lain, seperti pendidikan atau kesehatan, demi menyesuaikan dengan harga yang lebih tinggi akibat PPN.

Sebagai respons terhadap harga yang lebih tinggi, konsumen cenderung akan mengubah pola konsumsi mereka. Produk-produk premium atau barang-barang mewah yang mengalami kenaikan harga akan mengalami penurunan permintaan, sementara barang dengan harga lebih murah akan lebih diminati. Konsumen juga bisa beralih ke produk substitusi yang lebih terjangkau, seperti makanan lokal yang lebih murah dibandingkan dengan makanan impor. Kenaikan tarif PPN ini juga berpotensi memperburuk ketidaksetaraan ekonomi. Kelompok berpendapatan rendah akan merasakan dampak yang lebih berat karena mereka menghabiskan proporsi pendapatan yang lebih besar untuk membeli barang yang dikenakan PPN. Tanpa kebijakan yang tepat, ini bisa memperlebar jurang ketimpangan antara kelompok kaya dan miskin di Indonesia.

Pemerintah perlu menerapkan kebijakan perlindungan bagi konsumen, seperti subsidi untuk barang pokok, bantuan tunai untuk golongan menengah ke bawah, dan jaminan sosial untuk mengurangi dampak kenaikan harga. Kebijakan ini bertujuan untuk

menjaga daya beli konsumen yang rentan terhadap lonjakan harga akibat PPN yang lebih tinggi. Selain itu, penting bagi pemerintah untuk memastikan kestabilan harga dan mencegah manipulasi pasar. Pengawasan yang ketat terhadap harga barang esensial dan pengendalian inflasi harus dilakukan agar konsumen tidak merasa dibebani lebih dari seharusnya. Kebijakan ini akan menjaga keseimbangan antara upaya peningkatan penerimaan negara dan perlindungan kesejahteraan sosial.

KESIMPULAN

Kenaikan tarif PPN menjadi 12% yang mulai berlaku pada Januari 2025, sebagaimana diatur dalam UU HPP, akan berdampak signifikan terhadap perilaku produksi dan konsumsi. Produsen akan menghadapi peningkatan biaya produksi, mendorong mereka untuk meningkatkan efisiensi operasional dan berinovasi agar tetap kompetitif. Sementara itu, konsumen akan merasakan lonjakan harga, yang dapat menurunkan daya beli, terutama bagi kelompok berpendapatan rendah dan menengah.

Produsen dapat menyesuaikan harga secara bertahap, meningkatkan efisiensi, dan menjalin aliansi strategis untuk mengurangi dampak kenaikan PPN. Pemerintah perlu mengimplementasikan kebijakan perlindungan bagi konsumen, seperti subsidi atau bantuan sosial, untuk menjaga daya beli dan mencegah ketimpangan ekonomi yang lebih besar. Dengan strategi yang tepat, baik dari produsen maupun kebijakan pemerintah, dampak negatif dapat diminimalkan, menciptakan sistem perpajakan yang lebih berkeadilan dan berkelanjutan.

Selain itu, meskipun kebijakan kenaikan PPN bertujuan untuk meningkatkan penerimaan negara dan mendanai pembangunan infrastruktur serta program sosial, dampaknya terhadap ekonomi mikro harus dikelola dengan hati-hati. Produsen, khususnya UMKM, mungkin akan lebih rentan menghadapi kenaikan biaya yang tidak dapat mereka serap sepenuhnya, yang berpotensi memengaruhi daya saing mereka. Oleh karena itu, kebijakan perpajakan perlu diimbangi dengan program insentif atau dukungan untuk sektor-sektor yang terdampak, agar mereka dapat beradaptasi dengan perubahan ini. Dengan pendekatan yang holistik, dampak kenaikan tarif PPN dapat dikelola dengan baik, menjaga stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusti, Rosalita Rachma, Devi Nur Cahaya Ningsih, dan Kartika Putri Kumalasari. *Konsep Pajak Konsumsi: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di Era Digital*. Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022.
- Ayuningrum, Lionny Mutia, Yetty Murni, dan Shinta Budi Astuti. "Pengaruh Fraud Diamond Terhadap Kecurangan Dalam Laporan Keuangan Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Pancasila (JIAP)* 1, no. 1 (2021): 1-13.
- Ayuningrum, Niken, Ferdyan Wana Saputra, dan Dedy Handoko. "Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang." *Journal Economic Insights* 2, no. 1 (2023): 49-56.

- Bangsawan, Achdian Anggreny, dan Rahayu Alkam. "Implikasi atas Kenaikan Tarif PPN terhadap Orang Pribadi dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi." *SEIKO: Journal of Management & Business* 6, no. 1 (2023): 83–93.
- Database Peraturan | JDIH BPK. "UU No. 7 Tahun 2021." Diakses 12 Desember 2024. <http://peraturan.bpk.go.id/Details/185162/uu-no-7-tahun-2021>.
- Dunci, K. "Pengaruh Tarif Ppn 11% Dan Tingkat Pendapatan Selama Pandemi Terhadap Daya Beli Masyarakat." *Ekonomi & Bisnis* 22, no. 1 (2023): 8–16.
- Kwan, Melinda Christanti, dan Bayu Sarjono. "Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Pada Perilaku Konsumen di Indonesia." *Jurnal Adijaya Multidisplin* 2, no. 03 (2024): 338–48.
- "Pajak Penghasilan Pasal 4 ayat (2)." Diakses 12 Desember 2024. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/kotabumi/id/informasi/perpajakan/pph-pasal-4-ayat-2.html>.
- Saputro, Ropinov, dan Farah Meivira. "Pengaruh tingkat pendidikan pemilik, praktik akuntansi dan persepsi atas insentif pajak terhadap kepatuhan pajak UMKM." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 8, no. 4 (2020). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/31308>.
- Wijaya, Suparna, dan Komang Rina Arsini. "Fasilitas ppn tidak dipungut atau dibebaskan: Perbedaan dan permasalahan." *Publik* 8, no. 1 (2021): 91–104.
- Yunus, Rita, dan Anas Iswanto Anwar. *Ekonomi Publik*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2021.