

DAMPAK PENINGKATAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) TERHADAP PERMINTAAN KONSUMEN DAN IMPLIKASINYA PADA KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN RITEL YANG TERCATAT DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)

Argaleka Ayu Candraningsih¹⁾, Sunu Priyawan²⁾

^{1,2}Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Correspondence author: A.A.Candraningsih, argalekayu@gmail.com, Surabaya, Indonesia

Abstract

This study aims to evaluate the effect of the increase in VAT rates on consumer behavior and its impact on the financial performance of retail companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The research approach used is quantitative descriptive. The results of the study indicate that although the increase in VAT does not directly affect consumer demand, the overall level of demand significantly impacts the financial performance of retail companies. Thus, retail companies are advised to prioritize demand-increasing strategies, such as maximizing marketing effectiveness and improving customer experience, to maintain financial sustainability. In addition, companies also need to monitor external dynamics that can affect consumer demand and adjust operational strategies based on market trends and consumer behavior patterns.

Keywords: vat, financial performance, consumer demand, retail

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efek dari kenaikan tarif PPN terhadap permintaan konsumen dan pengaruhnya pada performa finansial perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kenaikan PPN tidak secara langsung memengaruhi permintaan konsumen, tingkat permintaan secara keseluruhan memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan ritel. Dengan demikian, perusahaan ritel disarankan untuk mengutamakan strategi peningkatan permintaan, seperti memaksimalkan efektivitas pemasaran dan meningkatkan pengalaman pelanggan, guna menjaga keberlanjutan finansial. Di samping itu, perusahaan juga perlu memantau dinamika eksternal yang dapat memengaruhi permintaan konsumen dan menyesuaikan strategi operasional berdasarkan tren pasar serta pola perilaku konsumen.

Kata Kunci: ppn, kinerja keuangan, permintaan konsumen, perusahaan ritel

A. PENDAHULUAN

Sejak akhir 2019, Indonesia dan dunia menghadapi wabah penyakit menular yang akhirnya ditetapkan sebagai pandemi global. Pandemi ini mengakibatkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat di Indonesia, termasuk ekonomi, aktivitas sehari-hari, dan kesehatan (Tambunan & Fauziyah, 2023). Salah satu dampak yang paling mencolok adalah penurunan kinerja ekonomi, terlihat dari meningkatnya jumlah pemutusan hubungan kerja (PHK). Akibat permasalahan ini, pemerintah meningkatkan belanja untuk mendukung perekonomian masyarakat, sehingga muncul kebutuhan untuk merevitalisasi sektor ekonomi dan meningkatkan pendapatan negara (Martanti et al., 2020).

Sebagai salah satu alat utama untuk memulihkan perekonomian, pajak memainkan peran penting. Pemerintah aktif mendorong kepatuhan pajak dengan memperkenalkan berbagai kebijakan dan perubahan sistem perpajakan (Ahmad, 2024). Pajak, sebagai kontribusi wajib tanpa imbalan langsung, dibayar oleh wajib pajak kepada negara sesuai peraturan yang berlaku, untuk kesejahteraan masyarakat (Ariffin & Sitabuana, 2022). Salah satu pajak penting adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan atas konsumsi Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) di dalam wilayah pabean (daerah hukum Negara Republik Indonesia) yang dipungut oleh individu, badan usaha, dan pemerintah (Subur & Syata, 2024).

Pada 1 April 2022, pemerintah menaikkan tarif PPN dari 10% menjadi 11%, dengan rencana peningkatan bertahap menjadi 12% pada 2025. Kenaikan tarif ini menjadi instrumen penting untuk meningkatkan penerimaan negara guna mendanai pembangunan (Kardiyati & Karim, 2020). Namun, kebijakan ini juga membawa konsekuensi bagi kegiatan ekonomi, khususnya omzet dan kinerja perusahaan. Konsumen, yang menanggung beban PPN,

merasakan dampaknya melalui kenaikan harga barang dan jasa. Hal ini mengurangi daya beli masyarakat, terutama pada kelompok berpendapatan rendah dan menengah. Sementara itu, kelompok berpendapatan tinggi lebih mampu menahan dampak kenaikan harga, meskipun dampaknya tetap terasa dalam jangka panjang (Aulia et al., 2025).

Permintaan konsumen merujuk pada tingkat kebutuhan atau keinginan terhadap barang dan jasa yang ditawarkan di pasar pada harga tertentu dalam waktu tertentu (Frisnoiry et al., 2023). Beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan meliputi harga barang, pendapatan masyarakat, distribusi pendapatan, pertumbuhan populasi, selera konsumen, dan harapan terhadap kondisi masa depan. Dengan memahami permintaan konsumen, produsen dapat menetapkan harga dan strategi pemasaran yang lebih efektif (Venny & Asriati, 2022).

Dalam konteks ekonomi makro, kebijakan kenaikan PPN mencerminkan upaya pemerintah untuk menyeimbangkan penerimaan negara dengan stabilitas ekonomi. Namun, bagi perusahaan ritel, kebijakan ini menjadi tantangan besar dalam mengelola pemulihan ekonomi pascapandemi. Oleh sebab itu, perusahaan ritel perlu melakukan penyesuaian strategis dalam operasional dan keuangan untuk menghadapi tekanan tersebut (Rassi et al., 2025).

Kinerja keuangan merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan kaidah-kaidah pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar (Aviyatno & Kholid, 2023). Dalam konteks bisnis, kinerja keuangan mengacu pada penilaian kemampuan perusahaan dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya keuangannya serta menghasilkan laba dari kegiatan bisnisnya (Brigham & Houston, 2021). Dalam menganalisis kinerja keuangan, penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan, seperti tingkat persaingan di pasar, situasi ekonomi global, dan regulasi pemerintah. Membandingkan kinerja keuangan antara perusahaan dengan

pesaingnya dalam industri yang sama dapat membantu meningkatkan pemahaman tentang kinerja perusahaan (Ross et al., 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efek dari kenaikan tarif PPN terhadap permintaan konsumen dan pengaruhnya pada performa finansial perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik. Jenis penelitian ini termasuk dalam kategori asosiatif, yang bertujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua atau lebih variabel (Sugiyono, 2021). Objek penelitian difokuskan pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian asosiatif berupaya mengungkap keterkaitan antar variabel, baik secara simetris maupun kausal, dan memungkinkan peneliti untuk menguji hipotesis serta memprediksi nilai variabel berdasarkan hubungan yang ada.

Sampel penelitian dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan kriteria berikut:

1. Perusahaan sektor ritel yang terdaftar di BEI selama periode 2020-2022.
2. Tersedianya laporan keuangan tahunan untuk periode 2020-2023.
3. Perusahaan menggunakan Rupiah sebagai mata uang pelaporan keuangan.

Berdasarkan kriteria tersebut, sembilan perusahaan ritel dipilih sebagai sampel penelitian. Perusahaan yang memenuhi kriteria sebagai sampel sebagai berikut :

Tabel 1. Sampel Penelitian.

No.	Kode	Nama Perusahaan
1.	ACES	PT ACE Hardware Indonesia Tbk
2.	AMRT	PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk
3.	DNET	PT Indoritel Makmur Internasional Tbk
4.	ERAA	PT Erajaya Swasembada Tbk
5.	LPPF	PT Matahari Departemen Store Tbk
6.	MAPI	PT Mitra Adiperkasa Tbk

No.	Kode	Nama Perusahaan
7.	MIDI	PT Midi Utama Indonesia Tbk
8.	RALS	PT Ramayana Lestari Sentosa Tbk
9.	RANC	PT Supra Boga Lestari Tbk

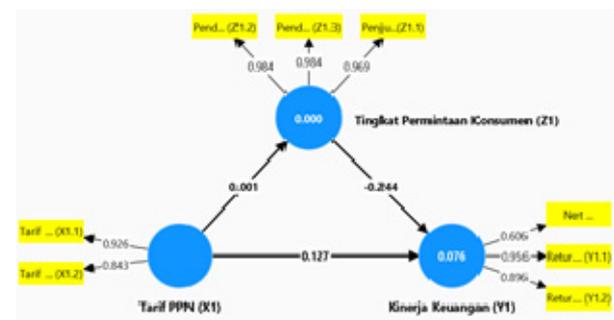
Penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif deskriptif untuk merangkum dan menyajikan data secara efektif. Teknik statistik multivariat yang digunakan adalah *Partial Least Squares* (PLS), yang menganalisis hubungan struktural kompleks secara bersamaan. PLS terdiri dari dua model utama: (Sofyani, 2025)

1. *Inner Model*: Menunjukkan hubungan struktural antara variabel laten dalam model.
2. *Outer Model*: Menghubungkan variabel laten dengan indikator-indikatornya .

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian *Outer Model*

Outer model adalah submodel yang menjelaskan hubungan antara variabel laten dan indikatornya, juga dikenal sebagai measurement model. Indikator dengan nilai *loading factor* <0,60 harus dikeluarkan karena memiliki validitas konvergen yang rendah dan tidak cukup kuat dalam merepresentasikan konstruk, sehingga dapat mengurangi akurasi model secara keseluruhan.



Gambar 1. *Outer Model*

Tabel 2. Outer Loading

	Kinerja Keuangan (Y ₁)	Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X ₁)	Tingkat Permintaan Konsumen (Z ₁)
<i>Net Profit Margin (NPM) (Y_{1.1})</i>	0,606		
Pendapatan (Z _{1.1})			0.984
Pendapatan Lain-lain (Z _{1.2})			0.984
Penjualan (Z _{1.3})			0.969
<i>Return on Asset (ROA) (Y_{1.2})</i>	0,956		
<i>Return on Equity (ROE) (Y_{1.3})</i>	0,896		
Tarif PPN 10% (X _{1.1})		0,926	
Tarif PPN 11% (X _{1.2})		0,843	

Variabel Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X₁) yang diproksikan dengan 2 (dua) indikator yaitu tarif PPN 10% dan tarif PPN 11%, hasil uji menyatakan bahwa nilai proksi tarif PPN 10% sebesar $0,926 > 0,60$ dan nilai proksi tarif PPN 11% sebesar $0,843 > 0,60$ menandakan bahwa indikator *valid* dan layak digunakan sebagai indikator yang mewakili variable Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Variabel Kinerja Keuangan (Y₁) yang diproksikan dengan 3 (tiga) indikator yaitu ROA (*Return On Assets*), ROE (*Return On Equity*) Net Profit Margin (NPM), hasil uji menyatakan bahwa nilai proksi ROA sebesar $0,956 > 0,60$ nilai proksi ROE sebesar $0,896 > 0,60$ dan nilai proksi NPM sebesar $0,606 > 0,60$ menandakan bahwa indikator *valid* dan layak digunakan sebagai indikator yang mewakili variabel kinerja keuangan.

Variabel Tingkat permintaan konsumen (Z₁) yang diproksikan dengan tiga (tiga) indikator yaitu penjualan, pendapatan dan pendapatan lain-lain, hasil uji menyatakan bahwa nilai proksi pendapatan sebesar $0,984 > 0,60$, pendapatan lain-lain sebesar $0,984 > 0,60$ nilai proksi penjualan sebesar $0,969 > 0,70$ menandakan bahwa ketiga indikator merupakan indikator *valid* dan layak digunakan sebagai indikator yang mewakili variabel Tingkat permintaan konsumen.

Tabel 3. Discriminant Validity Cross Loading

	Kinerja Keuangan (Y ₁)	Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X ₁)	Tingkat Permintaan Konsumen (Z ₁)
<i>Net Profit Margin (NPM) (Y_{1.1})</i>	0,606	-0,041	-0,198
Pendapatan (Z _{1.1})	-0,202	0,004	0.984
Pendapatan Lain-lain (Z _{1.2})	-0,204	0,004	0.984
Penjualan (Z _{1.3})	-0,289	-0,003	0.969
<i>Return on Asset (ROA) (Y_{1.2})</i>	0,956	0,223	-0,206
<i>Return on Equity (ROE) (Y_{1.3})</i>	0.896	0,066	-0,218
Tarif PPN 10% (X _{1.1})	0,129	0,926	0,006
Tarif PPN 11% (X _{1.2})	0,09	0,843	-0,006

Berdasarkan tabel 3 di atas, setiap indikator menunjukkan nilai *cross loading* tertinggi pada variabel yang dituju dibandingkan dengan variabel lain. Hal ini mengindikasikan bahwa indikator dalam blok tersebut lebih relevan daripada indikator di blok lainnya. Dengan demikian, semua indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki validitas diskriminan yang baik dalam membentuk variabel masing-masing.

Tabel 4. Composite Reliability

	Composite Reliability
Kinerja Keuangan (Y)	0,959
Tarif PPN (X)	0,879
Tingkat Permintaan Konsumen (Z)	0,976

Berdasarkan tabel 4 di atas, semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *composite reliability* di atas 0,70, yang menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel untuk analisis. Dengan demikian, semua variabel memenuhi kriteria reliabilitas yang disarankan ($> 0,70$).

Tabel 5. *Average Variance Extracted (AVE)*

	Average Variance Extracted (AVE)
Kinerja Keuangan (Y)	0,922
Tarif PPN (X)	0,953
Tingkat Permintaan Konsumen (Z)	0,543

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Average Variance Extracted (AVE)* untuk masing-masing variabel melebihi 0,50, yang menunjukkan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan, sehingga validitas diskriminan dianggap valid. Dengan semua variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini valid dan layak.

Tabel 6. *Cronbach's Alpha*

	Cronbach's Alpha
Kinerja Keuangan (Y)	0,918
Tarif PPN (X)	0,732
Tingkat Permintaan Konsumen (Z)	0,953

Berdasarkan Tabel 6, semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, menandakan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel untuk analisis. Meskipun variabel Tarif PPN memiliki nilai yang lebih rendah, kedua variabel lainnya, Tingkat Permintaan Konsumen dan Kinerja Keuangan dapat dianggap reliabel dan memenuhi kriteria yang ditetapkan.

Tabel 7. *Uji Hipotesis Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistic	P Values	Signifikansi
Tarif PPN → Kinerja Keuangan	0.127	0.125	0.231	0.548	0.583	Tidak Signifikan
Tarif PPN → Tingkat Permintaan Konsumen	0.001	-0.009	0.201	0.005	0.996	Tidak Signifikan
Tingkat Permintaan Konsumen → Kinerja Keuangan	-0.244	-0.243	0.108	2.258	0.024	Signifikan

H1 : Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pengujian pada pengaruh Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X) terhadap Kinerja Keuangan (Y) menunjukkan T-Statistics bernilai $0,548 < 1,96$, sehingga efek tidak signifikan. P-Values bernilai $0,583 > 0,05$, mendukung ketidaksinifikanan hubungan ini. Maka Tarif PPN tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Keuangan. Dalam hubungan ini hipotesis pertama ditolak.

Penelitian pada sektor tertentu seperti pertanian dan layanan digital menunjukkan bahwa perubahan tarif PPN cenderung tidak berdampak langsung karena sifat konsumsi produk tersebut yang tidak elastis terhadap

harga. Sektor ini tetap stabil meskipun ada perubahan tarif PPN (Auliasari et al., 2025).

H2 : Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh signifikan terhadap permintaan konsumen pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)

Pengujian pada pengaruh Tarif PPN terhadap tingkat permintaan konsumen T-Statistics bernilai $0,001 < 1,96$, sehingga efek tidak signifikan. P-Values bernilai $0,996 > 0,05$, mendukung ketidaksinifikanan hubungan ini. Maka Tarif PPN tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Tingkat Permintaan Konsumen. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa data Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X1) gagal membuktikan hubungan dengan Kinerja

Keuangan (Y). Maka dalam hubungan ini hipotesis kedua ditolak.

Tarif PPN tidak secara signifikan mempengaruhi permintaan konsumen karena elastisitas permintaan yang rendah untuk kebutuhan pokok atas barang dan jasa. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen lebih dipengaruhi oleh kebutuhan dasar dan daya beli daripada kenaikan akibat tarif PPN (Subur & Syata, 2024).

Menurut (Auliasari et al., 2025) yang menunjukkan bahwa untuk barang atau jasa yang dianggap esensial, perubahan tarif PPN tidak berdampak signifikan terhadap permintaan karena konsumen tetap membelinya meskipun harga sedikit meningkat. Barang yang lebih elastis terhadap harga, seperti produk mewah atau barang tidak esensial, dapat menunjukkan penurunan permintaan jika tarif PPN naik. Namun, studi di Indonesia menunjukkan bahwa dampaknya lebih kecil dibandingkan faktor lain seperti pendapatan dan preferensi konsumen.

H3 : Tingkat permintaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Pengujian pada pengaruh tingkat permintaan konsumen terhadap kinerja keuangan *T-Statistics* bernilai $2,258 > 1,96$, sehingga efek signifikan. *P-Values* bernilai $0,024 < 0,05$, mendukung signifikansi hubungan ini. Maka Tingkat Permintaan Konsumen memiliki pengaruh signifikan negatif terhadap Kinerja Keuangan. Semakin rendah permintaan konsumen, semakin buruk kinerja keuangan. Dalam penelitian ini hipotesis ketiga diterima, dimana Tingkat permintaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan.

Hal ini mendukung penelitian (Nauli, 2025) bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap permintaan dan kinerja keuangan, melalui alokasi sumber daya yang strategis dan pengelolaan pendapatan yang optimal.

Menurut (Kustiawati et al., 2022) tingkat permintaan konsumen yang tinggi terhadap produk yang dijual dapat mempengaruhi

stabilitas finansial secara signifikan. Jika tidak terjadi hukum elastisitas dalam suatu perusahaan maka kemungkinan perusahaan akan berisiko dengan kinerja keuangannya.

Didukung dengan penelitian (Adriani et al., 2022) Permintaan yang tinggi terhadap produk/jasa perusahaan menghasilkan peningkatan pendapatan, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja keuangan. Penelitian menunjukkan bahwa pendapatan yang berasal dari konsumsi konsumen adalah determinan utama dari kinerja keuangan perusahaan.

Tabel 8. *Specific Indirect Effects*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic	P Value	Significance
Tarif PPN → Tingkat Permintaan Konsumen → Kinerja Keuangan	0	-0.001	0.053	0.005	0.996	Tidak Signifikan

H4 : Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan ritel yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan tingkat permintaan konsumen sebagai intervening.

Dengan *T-Statistics* yang bernilai 0,005 menunjukkan hubungan ini sangat jauh dari nilai minimum signifikan ($> 1,96$). Hal ini mengindikasikan bahwa efek yang diukur tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan. Nilai *P-Values* 0,996 jauh lebih besar dari 0,05, menegaskan bahwa hubungan ini tidak signifikan secara statistik.

Berdasarkan hasil ini, hipotesis bahwa Tarif PPN memengaruhi Tingkat Permintaan Konsumen dan pada akhirnya memengaruhi Kinerja Keuangan ditolak. Dengan nilai *T-Statistics* yang sangat rendah dan *P-Values* yang sangat tinggi, tidak ada bukti yang mendukung hubungan ini.

Studi lain menunjukkan bahwa pada sektor ritel menunjukkan bahwa faktor harga sering lebih dominan dibandingkan variabel

lain, seperti lokasi atau kenyamanan belanja, dalam memengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen. Variabel lain seperti tarif PPN kurang signifikan terhadap permintaan konsumen (Iwan et al., 2024). Penelitian lain menemukan bahwa variabel eksternal seperti kebijakan pajak, memiliki pengaruh terbatas dan tidak menunjukkan hubungan langsung terhadap kinerja keuangan perusahaan.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian ini menegaskan bahwa permintaan konsumen memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus pada strategi yang dapat meningkatkan permintaan untuk memastikan keberlanjutan finansial.

Meskipun tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak menunjukkan pengaruh signifikan, penting bagi perusahaan untuk tetap memantau faktor-faktor eksternal lainnya yang dapat memengaruhi permintaan dan kinerja keuangan. Perusahaan perlu fokus pada aspek-aspek ini untuk mempertahankan permintaan konsumen, terlepas dari perubahan regulasi perpajakan.

Tingkat permintaan konsumen adalah faktor kunci yang memengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Dengan strategi pemasaran yang efektif dan fokus pada pengalaman pelanggan, perusahaan dapat memanfaatkan tingkat permintaan untuk memastikan stabilitas dan pertumbuhan finansial. Perusahaan perlu menyesuaikan strategi operasional berdasarkan tren permintaan pasar yang terus berubah. Ini termasuk melakukan analisis mendalam terhadap perilaku konsumen dan kondisi pasar.

Tingkat permintaan konsumen terbukti signifikan memengaruhi kinerja keuangan, perusahaan ritel perlu fokus pada strategi pemasaran yang efektif, inovasi produk, dan peningkatan pengalaman pelanggan untuk menjaga permintaan tetap stabil atau

meningkat. Meskipun tarif PPN tidak memiliki pengaruh signifikan, perusahaan harus tetap memperhatikan regulasi perpajakan sebagai bentuk kepatuhan hukum dan tata kelola yang baik.

Mengingat kenaikan tarif PPN tidak memengaruhi secara langsung, perusahaan dapat memanfaatkan kondisi ini untuk mengeksplorasi peluang di pasar baru atau kategori produk lain guna menjaga stabilitas keuangan. Studi tambahan dapat dilakukan untuk mengeksplorasi pengaruh tarif PPN pada sektor lain atau dalam kondisi ekonomi yang berbeda, misalnya dengan memperhitungkan faktor-faktor seperti pendapatan konsumen, elastisitas harga, dan jenis produk yang dijual.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, D., Sinaga, A. F., Puspitasari, D., & Sinulingga, F. A. B. (2022). Analisis Harga, Pendapatan, Dan Permintaan Bahan Pokok Di Medan: Suatu Kajian Literatur. *PROMOSI: Jurnal Program Studi Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 71–81. <https://doi.org/10.24127/pro.v10i1.5413>
- Ahmad, U. S. (2024). Analisis Kebijakan Pajak Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Negara Berkembang. *Brilliant: Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 49–67. <https://journal.yibri.id/index.php/brijief/article/view/49>
- Ariffin, M., & Sitabuana, T. H. (2022). Sistem Perpajakan di Indonesia. *Prosiding Serina : Seri Seminar Nasional*, 523–534. <https://journal.untar.ac.id/index.php/PSERINA/article/view/19631>
- Aulia, A., Maisaroh, S., Ananta, A. F., & Pangestoeti, W. (2025). Dampak Kenaikan PPN 12% terhadap Pendapatan Negara dan Kesejahteraan Masyarakat. *Amandemen : Jurnal Ilmu Pertahanan, Politik Dan Hukum Indonesia*, 2(1), 192–201. <https://doi.org/10.62383/amandemen.v2i1.>

- 773
- Auliasari, R. P., Nugroho, S. W., & Kurniawan, Y. D. (2025). Pengaruh Kenaikan PPN 11%, Kenaikan Harga Sembako dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kota Madiun. *Equivalent: Journal of Economic, Accounting and Management*, 3(1), 26–45. <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i1.662>
- Aviyatno, A. F., & Kholid, M. N. (2023). Analisis Kinerja Keuangan pada Perusahaan Jaringan Distribusi Ritel di Indonesia. *KOMPAK: Jurnal Ilmiah Komputer Akuntansi*, 16(2), 394–404. <https://doi.org/10.51903/kompak.v16i2.1341>
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2021). *Fundamentals of Financial Management, 16th Edition*. Boston : Cengage Learning.
- Frisnoiry, S., Harianja, T. Y. W., Simanullang, S., & Pandiangan, W. R. (2023). Analisis Permintaan dan Penawaran Barang Pokok dan Non Pokok. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 1(12), 1536–1542. <https://doi.org/10.55904/nautical.v1i12.748>
- Iwan, Sopyan, & Purwatiningsih. (2024). Analisis Harga, Lokasi Usaha dan Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli Ulang Mie Gacoan (Studi Kasus di Kota Jakarta Barat). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2), 42–49. <https://doi.org/10.31294/jab.v4i2.5699>
- Kardiyati, E. N., & Karim, A. (2020). Analisis Restitusi Pajak Pertambahan Nilai Pada Kepatuhan Pengusaha Kena Pajak Kantor Pelayanan Pajak Pratama (KPP Cirebon Tahun 2016-2018). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 17(2), 87–94. <https://doi.org/10.30651/blc.v17i2.5271>
- Kustiawati, D., Irsyadah, L., Gayatri, M. A., Arni, M. W., & Millati, S. (2022). Analisis Elastisitas Permintaan Terhadap Masalah Kenaikan Harga Bahan Bakar Minyak (BBM) Di Indonesia. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(1), 79–86. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.502>
- Martanti, D. M., Magdalena, F., Ariska, N. P. D., Setiyawati, N., & Rumboirusi, W. C. B. (2020). Dampak Pandemi Covid-19 terhadap Tenaga Kerja Formal di Indonesia. *Populasi: Jurnal Kependudukan Dan Kebijakan*, 28(2), 32–53. <https://doi.org/10.22146/jp.63345>
- Nauli, K. P. (2025). Pengaruh Strategi Pemasaran, Inovasi Produk dan Kualitas Manajemen terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *JGIT: Jurnal Greenation Ilmu Teknik*, 3(1), 30–40. <https://doi.org/10.38035/jgit.v3i1.289>
- Rassi, Y. W., Olivia, D., Humairoh, F., Sutomo, M. M., Fauziah, N. S., & Nuraya, A. S. (2025). Impact of Value Added Tax Policy on Retail Sector and Public Consumption. *FJAS: Formosa Journal Of Applied Sciences*, 4(4), 1001–1008. <https://doi.org/10.55927/fjas.v4i4.75>
- Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B. (2022). *Corporate Finance, 13th Edition*. New York : Mc Graw Hill.
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan Teknik Partial Least Square (PLS) dalam Riset Akuntansi Berbasis Survei. *REVIU: Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Subur, H., & Syata, W. M. (2024). Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Masyarakat Dan Inflasi Di Indonesia. *JRME: Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 1(5), 205–210. <https://doi.org/10.61722/jrme.v1i5.3045>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cetakan*

Ketiga. Bandung : Alfabeta.

Tambunan, N., & Fauziah, S. (2023). Analisis Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 719–726.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.10134216>

Venny, S., & Asriati, N. (2022). Permintaan dan Penawaran Dalam Ekonomi Mikro. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(1), 184–194.
<https://doi.org/10.31932/jpe.v7i1.1583>