

Pajak Pertambahan Nilai dan Dampaknya Terhadap Konsumsi Barang Mewah

Herianto sipahutar¹, Aldry Bremana Purba², Andrianus Brian Feri Laia³

¹ Program Studi Akuntansi, Universitas Prima Indonesia

Article Info:

Article history:

Received Date: 28/06/2025

Accepted Date: 21/07/2025

Published Date: 30/09/2025

Keywords:

PPN

Dampak Konsumsi Barang Mewah

Dampak PPN Terhadap Konsumsi Pengaruh Pendapatan Terhadap PPN

ABSTRACT

This study discusses the impact of the increase in the Value Added Tax (VAT) rate to 12% on luxury goods consumption patterns in Indonesia. This rate increase, which will come into effect on January 1, 2025, specifically targets luxury goods and services, thus causing various reactions in society, especially among business actors and upper middle class consumers. Proportional VAT is considered unfair because the tax burden is relatively lighter for high-income consumers compared to low-income groups. This study uses the systematic literature review (SLR) method by reviewing regulations, journals, and related literature to evaluate the effectiveness of the VAT increase policy in regulating luxury goods consumption fairly and sustainably. The increase in the VAT rate has been proven to increase the price of luxury goods, thereby reducing consumer purchasing power and can suppress the turnover of business actors in the sector. Although effective in increasing state revenues and controlling luxury goods consumption, this policy also carries the risk of declining household consumption, economic slowdown, and pressure on low-income groups due to inflation. Therefore, continuous evaluation of the VAT policy is very important so that state revenues remain optimal without sacrificing people's purchasing power, and as input for fairer and more sustainable tax regulations.

This is a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License (CC BY-NC 4.0)

Corresponding Author:

Herianto Sipahutar
Universitas Prima Indonesia

1. PENDAHULUAN

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) mejadi salah satu sumber penerimaan negara yang penting dalam sistem perpajakan Indonesia. PPN dikenakan atas pajak konsumsi yang dikenakan secara bertingkat pada setiap tahap produksi dan distribusi barang dan jasa, dengan beban akhir pajak ditanggung oleh konsumen akhir. Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), pemerintah menaikkan tarif PPN dari 11% menjadi 12% mulai 1 Januari 2025. Kenaikan tarif ini khusus diterapkan pada barang dan jasa yang tergolong mewah, seperti kendaraan bermotor dan barang-barang lain yang dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) (Kantor, Direktorat, and Pajak 2025).

Namun, PPN yang bersifat proporsional ini dianggap regresif karena beban pajaknya cenderung lebih ringan untuk konsumen dengan pendapatan tinggi dibandingkan yang memiliki pendapatan rendah. Untuk menangani ketidakadilan ini, pemerintah menerapkan Pajak Penjualan untuk Barang Mewah (PPnBM) sebagai pajak tambahan untuk barang-barang yang termasuk dalam kategori mewah, seperti mobil mewah dan beberapa perangkat elektronik (Ummah 2019).

PPnBM dikenakan atas pajak yang dibebankan atas barang-barang mewah yang diproduksi di dalam negeri atau diimpor oleh produsen sebagai bagian dari aktivitas usaha mereka di Indonesia. Pengaturan mengenai PPnBM tercantum dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 serta Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, yang keduanya telah mengalami beberapa kali perubahan, termasuk melalui Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai Nomor 18 Tahun 2000 (Liza Asri, Uzlah Hansel Bahrin Hasibuan, and Widiya Indah Lestari 2024).

Kenaikan tarif PPN menimbulkan berbagai reaksi di tengah masyarakat, terutama dari kalangan pelaku usaha serta konsumen kelas menengah ke atas yang selama ini menjadi pembeli utama barang-barang mewah. Tambahan

beban pajak yang harus ditanggung akibat kenaikan ini menyebabkan pengeluaran mereka menjadi lebih besar. Kondisi tersebut menimbulkan kekhawatiran bahwa konsumsi terhadap barang-barang mewah akan mengalami penurunan, karena sebagian konsumen mungkin akan menahan diri untuk berbelanja atau mencari alternatif lain guna mengurangi beban biaya yang harus dikeluarkan. Hal ini juga berpotensi memengaruhi omzet pelaku usaha yang bergerak di bidang penjualan barang mewah, sehingga menimbulkan perdebatan mengenai efektivitas dan dampak kebijakan kenaikan PPN terhadap perekonomian secara keseluruhan (Kharisma et al. 2023).

Kebijakan kenaikan tarif PPN tidak terlepas dari tantangan besar yang berpotensi memengaruhi daya beli masyarakat serta kesejahteraan ekonomi secara keseluruhan. Penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN sering kali memicu inflasi yang menyebabkan naiknya harga barang dan jasa, sehingga mengurangi konsumsi rumah tangga. Dampak ini terutama dirasakan oleh kelompok berpenghasilan rendah, yang kesejahteraannya cenderung menurun akibat beban biaya hidup yang semakin berat, kenaikan tarif PPN menjadi 11 persen terjadi di tengah tekanan global berupa inflasi komoditas dan ketidakpastian ekonomi, yang meningkatkan risiko perlambatan ekonomi dan penurunan daya beli masyarakat (Resti 2022), kenaikan PPN juga dapat memicu pemutusan hubungan kerja (PHK) (Habibi and Hasanah 2023).

Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya memahami sejauh mana kenaikan PPN dan PPnBM mempengaruhi daya beli konsumen kelas menengah ke atas dalam membeli barang mewah. Dimana kenaikan tarif PPN menjadi 12% yang diterapkan khusus pada barang-barang mewah, bersamaan dengan pengenaan PPnBM, secara langsung menyebabkan harga jual produk mewah di Indonesia meningkat. Konsumen kelas menengah ke atas, yang menjadi pembeli utama barang-barang tersebut, harus menanggung beban pajak tambahan sehingga harga yang harus dibayar menjadi lebih tinggi. Akibatnya, daya beli mereka terhadap barang mewah cenderung menurun karena pengeluaran yang harus dikeluarkan menjadi lebih besar.

Meskipun pemerintah berpendapat bahwa peningkatan tarif PPN akan menambah penerimaan negara guna mendukung pembangunan nasional, tantangan utama tetap terletak pada upaya menjaga daya beli masyarakat di tengah lonjakan harga yang disertai kenaikan PPN. Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk menjadi bukti yang dapat membantu pemerintah dalam merumuskan strategi kebijakan yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di berbagai negara, di Rusia, penelitian (Zemlyakova 2018) menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN dari 18% menjadi 20% memperlambat pertumbuhan ekonomi, menurunkan PDB sebesar 0,4%, serta meningkatkan tekanan inflasi yang melampaui target bank sentral. Sementara itu, di Indonesia (Ricardo and Tambunan 2024) menyoroti bahwa rencana kenaikan tarif PPN menjadi 12% akan membawa sejumlah tantangan, seperti peningkatan biaya administrasi pajak dan dampak negatif terhadap bisnis serta daya beli masyarakat. Penelitian ini memberikan bukti awal bahwa kebijakan kenaikan tarif PPN perlu dirancang dengan mempertimbangkan dampak sosial-ekonomi yang lebih luas.

Berdasarkan berbagai studi yang telah dilakukan, penelitian ini akan mengisi kesenjangan dalam literatur dengan memfokuskan bagaimana kenaikan tarif PPN dan PPnBM secara langsung mempengaruhi perilaku konsumsi barang mewah di berbagai segmen masyarakat masih terbatas. Hal ini bertujuan untuk membantu para pembuat kebijakan dalam mengelola dampak kebijakan secara lebih efektif dan berkelanjutan.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menitikberatkan pada analisis kebijakan kenaikan tarif PPN menjadi 12% yang mulai berlaku pada 1 Januari 2025, khususnya terkait dampaknya terhadap perilaku konsumsi barang mewah di Indonesia. Kebijakan ini menjadi kelanjutan dari kenaikan tarif sebelumnya dari 10% menjadi 11% pada tahun 2022, namun dengan mekanisme penghitungan PPN yang berbeda untuk barang mewah. Perbedaan ini menyebabkan beban pajak yang lebih jelas dan terukur bagi konsumen kelas atas, sehingga memberikan gambaran baru mengenai distribusi pajak yang lebih adil.

Selain itu, penelitian ini juga menyoroti dampak makroekonomi, termasuk potensi penurunan konsumsi barang mewah, perlambatan pertumbuhan ekonomi mikro, dan tekanan sosial ekonomi pada daya beli kelompok menengah ke bawah, yang sebelumnya kurang mendapat perhatian khusus dalam konteks barang mewah di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas, rumusan masalah yang dapat diangkat diantaranya, bagaimana pengaruh penerapan Pajak Pertambahan Nilai terhadap pola konsumsi barang mewah di Indonesia, dan sejauh mana kenaikan tarif PPN berdampak pada perubahan daya beli konsumen barang mewah. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Pajak Pertambahan Nilai terhadap perilaku konsumsi barang mewah oleh Masyarakat dan untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan PPN dan PPnBM dalam mengatur konsumsi barang mewah secara adil dan berkelanjutan.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak atas konsumsi barang dan jasa di dalam Daerah Pabean Indonesia, yang dikenakan secara bertingkat pada setiap tahap produksi dan distribusi disebut sebagai Pajak Pertambahan Nilai (PPN). PPN dipungut saat terjadi penyerahan barang kena pajak (BKP) atau jasa kena pajak (JKP), di mana penjual yang telah menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP) wajib memungut, menyetor, dan melaporkan PPN, sementara beban pajak akhirnya ditanggung oleh konsumen akhir. Pada 29 Oktober 2021, pemerintah mengesahkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, yang menetapkan tarif PPN naik dari 10% menjadi 11% mulai 1 April 2022, dan menjadi 12% mulai 1 Januari 2025 (Jenderal Bea Dan Cukai 2022).

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di Indonesia diatur secara utama oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), yang menjadi dasar hukum terbaru dalam pengaturan tarif dan mekanisme PPN. Berdasarkan ketentuan dalam UU ini, mulai 1 Januari 2025, tarif PPN dinaikkan dari 11% menjadi 12% khususnya untuk seluruh Barang Kena Pajak (BKP) dan Jasa Kena Pajak (JKP) yang termasuk dalam kategori barang mewah (Eko 2025).

2.2 PPN dan Konsumsi Barang Mewah

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas barang mewah di Indonesia mulai diberlakukan tarif khusus sebesar 12% sejak 1 Januari 2025, Mulai 1 Januari 2025, pemerintah Indonesia memberlakukan tarif PPN khusus sebesar 12% untuk barang mewah, sebagaimana diatur dalam PMK Nomor 131 Tahun 2024. Tarif ini lebih tinggi dari tarif PPN umum sebesar 11% yang berlaku untuk barang dan jasa non-mewah. (Wulandari 2024).

Barang mewah yang dikenai PPN 12% meliputi kendaraan bermotor mewah dan barang selain kendaraan bermotor yang sebelumnya sudah dikenakan PPN BM. Contohnya termasuk hunian mewah dengan harga jual di atas Rp30 miliar, balon udara, kapal pesiar, perhiasan mahal, dan produk *fashion* eksklusif.

Selama Januari 2025, diberlakukan masa transisi di mana Dasar Pengenaan Pajak (DPP) untuk barang mewah dihitung sebesar 11/12 dari harga jual sebelum pengenaan tarif penuh 12% mulai Februari. Tujuan dari kebijakan ini menegakkan prinsip keadilan ekonomi dengan mengenakan pajak lebih tinggi pada konsumsi barang yang umumnya dinikmati oleh kalangan berpenghasilan tinggi, tanpa membebani barang kebutuhan pokok dan jasa esensial yang tetap dikenakan tarif PPN 11% (Wulandari 2024).

Kebijakan PPN 12% pada barang mewah ini berpotensi menurunkan konsumsi barang mewah karena kenaikan harga akibat pajak, sekaligus meningkatkan penerimaan negara dari kelompok konsumen berpendapatan tinggi. Dengan demikian, kebijakan ini menjadi instrumen pengendalian konsumsi barang mewah agar lebih berkeadilan dan berkelanjutan secara sosial ekonomi. Singkatnya, PPN dan konsumsi barang mewah di Indonesia kini diatur dengan tarif PPN yang berbeda, menjadi 12% khusus untuk barang mewah sebagai bagian dari strategi fiskal untuk meningkatkan keadilan pajak dan menjaga daya beli masyarakat luas (Ni 2024).

2.3 Dampak PPN terhadap Konsumsi

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) secara langsung menyebabkan peningkatan harga barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat, termasuk produk-produk seperti makanan, pakaian, kendaraan, dan elektronik. Kenaikan harga ini berpotensi menekan daya beli, terutama bagi kelompok menengah ke bawah yang sebagian besar pendapatannya digunakan untuk konsumsi sehari-hari. Akibatnya, masyarakat menjadi lebih selektif dalam membelanjakan uang dan cenderung mengurangi pembelian barang-barang yang dianggap tidak pokok. Selain itu, pola konsumsi masyarakat juga mengalami perubahan, di mana konsumen lebih memilih produk lokal yang lebih terjangkau dibandingkan barang impor yang harganya lebih mahal. Kenaikan PPN juga menurunkan minat masyarakat dalam membeli barang mewah dan mengurangi kunjungan ke tempat hiburan, sehingga pengeluaran lebih difokuskan pada kebutuhan pokok (Yohannes 2025).

Dampak lebih lanjut dari kenaikan PPN mencakup perlambatan pertumbuhan konsumsi masyarakat secara keseluruhan. Masyarakat cenderung menahan pengeluaran karena harga barang yang semakin tinggi, yang juga memberikan tekanan pada sektor industri makanan dan minuman serta memperlambat pemulihan ekonomi nasional. Kenaikan tarif ini berisiko menyebabkan kontraksi konsumsi, terutama di tengah tekanan inflasi global, yang

melemahkan daya beli masyarakat dan berdampak negatif pada utilisasi serta penjualan perusahaan, sehingga kinerja keuangan perusahaan ikut terpengaruh. Penurunan konsumsi rumah tangga sebagai akibat dari kenaikan PPN juga dapat memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, mengingat konsumsi rumah tangga menjadi salah satu kontributor utama Produk Domestik Bruto (PDB)(Pratiwi 2022).

2.4 Pengaruh Pendapatan terhadap PPN

Pendapatan masyarakat memiliki peran krusial dalam menentukan besaran penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Semakin tinggi pendapatan per kapita, semakin besar pula kemampuan masyarakat untuk membeli barang dan jasa yang dikenakan PPN, sehingga konsumsi meningkat dan penerimaan PPN ikut bertambah. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa pertumbuhan ekonomi, yang tercermin dari kenaikan Produk Domestik Bruto (PDB), mendorong peningkatan daya beli masyarakat yang pada akhirnya meningkatkan konsumsi barang dan jasa kena pajak (Keuangan 2024).

Dalam konteks barang mewah, hubungan antara pendapatan dan pajak menjadi lebih spesifik melalui Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM). PPnBM dikenakan pada barang-barang yang umumnya dikonsumsi oleh kelompok masyarakat berpendapatan tinggi, seperti kendaraan mewah, perhiasan, dan properti bernilai tinggi. Oleh karena itu, peningkatan pendapatan pada kelompok ini secara langsung mendorong konsumsi barang mewah, yang kemudian meningkatkan penerimaan dari PPnBM (Firda 2024).

Meski demikian, konsumsi barang mewah cenderung kurang sensitif terhadap perubahan harga akibat pajak, terutama di kalangan konsumen berpendapatan tinggi yang relatif tidak terlalu terpengaruh oleh kenaikan tarif PPnBM. Dengan kata lain, meskipun tarif PPnBM dinaikkan, konsumsi barang mewah mungkin tidak mengalami penurunan signifikan karena kemampuan finansial konsumen kelas atas tetap kuat. Kondisi ini menjadikan PPnBM sebagai instrumen fiskal yang efektif untuk mengendalikan konsumsi barang mewah sekaligus meningkatkan penerimaan negara dari segmen ekonomi yang mampu (Ayu, N. 2023).

Selain itu, PPnBM juga berfungsi sebagai alat redistribusi pendapatan yang berkontribusi pada keadilan sosial. Dengan mengenakan pajak tambahan pada barang mewah, pemerintah dapat mengurangi ketimpangan ekonomi dan mendorong pola konsumsi yang lebih berkelanjutan. Kebijakan PPnBM yang fleksibel, seperti relaksasi saat krisis ekonomi, terbukti mendukung pemulihan ekonomi tanpa mengorbankan penerimaan pajak secara signifikan.

Secara keseluruhan, pendapatan masyarakat memengaruhi penerimaan PPN secara luas melalui peningkatan konsumsi barang dan jasa, sementara PPnBM secara khusus menargetkan konsumsi barang mewah oleh kelompok berpendapatan tinggi. Kedua instrumen pajak ini saling melengkapi dalam meningkatkan penerimaan negara dan mengatur pola konsumsi yang lebih adil dan berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode literature review, yang menghasilkan rangkuman data serta penjelasan atas temuan yang ada, sehingga dapat menjadi contoh untuk kajian penelitian dalam menyusun pembahasan yang terarah terhadap isu yang diteliti. Penulis memperoleh data dan referensi dari jurnal, artikel, serta buku sebagai landasan yang kuat untuk pembahasan. Dalam penelitian ini, metode systematic literature review (SLR) digunakan dengan cara mengumpulkan data sekunder dan melakukan sintesis atas hasil-hasil penelitian terdahulu. (Hosea and Susilawati 2023).

Metode literature review yang digunakan dalam penelitian mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan pengaruhnya terhadap konsumsi barang mewah. Tahap awal meliputi pengumpulan data sekunder dari berbagai sumber literatur yang relevan, seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, laporan penelitian sebelumnya, peraturan perundang-undangan, serta sumber kepustakaan lain yang membahas PPN, Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), dan konsumsi barang mewah. Selanjutnya, peneliti melakukan pencarian dan seleksi literatur menggunakan kata kunci tertentu, "*Pajak Pertambahan Nilai*", "*Dampak PPN Terhadap Konsumsi*", "*Pengaruh Pendapatan terhadap PPN*", "*Dampak Konsumsi Barang Mewah*". Literatur yang diperoleh kemudian disaring berdasarkan relevansi dengan topik, tahun terbit, serta kualitas sumber agar hanya kajian yang terpercaya dan terbaru yang dianalisis (Wijayanti 2018).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) salah satu instrumen utama dalam sistem perpajakan Indonesia yang berperan penting sebagai sumber penerimaan negara. PPN dikenakan pada setiap tahap produksi dan distribusi barang maupun

jasa, dengan beban akhir yang ditanggung oleh konsumen akhir. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), pemerintah menetapkan kenaikan tarif PPN dari 11% menjadi 12% mulai 1 Januari 2025, khusus untuk barang dan jasa yang tergolong mewah, seperti kendaraan bermotor mewah dan barang-barang lain yang juga dikenai Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) (Tri 2024).

Namun, penerapan PPN yang bersifat proporsional ini dinilai regresif, sebab beban pajaknya relatif lebih ringan bagi konsumen berpendapatan tinggi dibandingkan dengan kelompok berpendapatan rendah. Untuk mengatasi ketidakadilan tersebut, pemerintah juga menerapkan PPnBM sebagai pajak tambahan atas barang-barang mewah, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun diimpor. Pengaturan PPnBM diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983, Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009, dan perubahannya, yang menegaskan bahwa pajak ini ditujukan untuk mengatur konsumsi barang mewah dan meningkatkan penerimaan negara dari kelompok masyarakat berpenghasilan tinggi (PUTRA 2025).

Kenaikan tarif PPN dan penerapan PPnBM menimbulkan berbagai reaksi di masyarakat, terutama dari pelaku usaha dan konsumen kelas menengah ke atas yang menjadi pembeli utama barang mewah. Tambahan beban pajak ini menyebabkan pengeluaran konsumen meningkat, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan terjadinya penurunan konsumsi barang mewah. Sebagian konsumen diperkirakan akan menahan diri untuk berbelanja atau mencari alternatif guna mengurangi beban biaya, yang pada akhirnya dapat memengaruhi omzet pelaku usaha di sektor barang mewah dan menimbulkan perdebatan mengenai efektivitas kebijakan tersebut terhadap perekonomian nasional (Yuniawaty 2025).

Dampak kenaikan tarif PPN juga tidak terlepas dari tantangan besar yang berpotensi menekan daya beli masyarakat dan kesejahteraan ekonomi secara umum. Penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN dapat memicu inflasi yang menyebabkan naiknya harga barang dan jasa, sehingga konsumsi rumah tangga menurun. Dampak ini paling dirasakan oleh kelompok berpenghasilan rendah, yang kesejahteraannya cenderung menurun akibat beban biaya hidup yang semakin berat. Selain itu, kenaikan PPN juga dapat memicu pemutusan hubungan kerja (PHK) di sektor-sektor tertentu akibat penurunan permintaan (Fitriya 2025).

Penelitian ini terletak pada perlunya memahami sejauh mana kenaikan PPN dan PPnBM mempengaruhi daya beli konsumen kelas menengah ke atas dalam membeli barang mewah. Dengan kenaikan tarif PPN menjadi 12% khusus pada barang-barang mewah, harga jual produk mewah di Indonesia meningkat secara signifikan. Konsumen kelas menengah ke atas harus menanggung beban pajak tambahan, sehingga daya beli mereka terhadap barang mewah cenderung menurun akibat pengeluaran yang lebih besar.

Pemerintah berpendapat bahwa kenaikan tarif PPN akan meningkatkan penerimaan negara guna mendukung pembangunan nasional. Namun, tantangan utama tetap terletak pada upaya menjaga daya beli masyarakat di tengah lonjakan harga barang dan jasa. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memberikan bukti empiris yang dapat membantu pemerintah dalam merumuskan strategi kebijakan yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Fadilah 2019).

Berbagai penelitian di negara lain juga menunjukkan bahwa kenaikan tarif PPN dapat memperlambat pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan tekanan inflasi. Di Rusia, misalnya, kenaikan PPN dari 18% menjadi 20% menyebabkan penurunan PDB dan tekanan inflasi yang melampaui target bank sentral. Di Indonesia, rencana kenaikan tarif PPN menjadi 12% juga diperkirakan akan meningkatkan biaya administrasi pajak serta berdampak negatif terhadap bisnis dan daya beli masyarakat.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menitikberatkan pada analisis dampak kebijakan kenaikan tarif PPN menjadi 12% terhadap perilaku konsumsi barang mewah di Indonesia. Kebijakan ini menjadi kelanjutan dari kenaikan tarif sebelumnya dari 10% menjadi 11% pada tahun 2022, namun dengan mekanisme penghitungan PPN yang berbeda untuk barang mewah. Perbedaan ini memberikan gambaran baru mengenai distribusi pajak yang lebih adil dan terukur bagi konsumen kelas atas (Natamihardja 2025).

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kenaikan tarif PPN menjadi 12% pada barang mewah berpotensi menurunkan konsumsi barang mewah, meningkatkan penerimaan negara. Namun, kebijakan ini juga membawa risiko perlambatan pertumbuhan konsumsi, tekanan pada daya beli masyarakat, dan potensi dampak negatif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Oleh karena itu, pemerintah perlu merancang kebijakan pajak yang seimbang agar dapat mengoptimalkan penerimaan negara tanpa mengorbankan stabilitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara luas.

Untuk mengatasi permasalahan yang timbul akibat kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap konsumsi barang mewah, pemerintah perlu menerapkan kebijakan pajak yang lebih berkeadilan dengan mengenakan tarif progresif khusus pada barang-barang mewah yang dikonsumsi oleh kelompok berpenghasilan tinggi, sehingga beban pajak tidak memberatkan masyarakat berpendapatan rendah. Selain itu,

untuk mengatasi dampak negatif pada daya beli kelompok rentan, diperlukan penguatan program subsidi dan bantuan sosial agar kebutuhan pokok mereka tetap terpenuhi meskipun harga barang meningkat. (Yuniawaty 2025).

5. KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12% yang mulai diberlakukan pada 1 Januari 2025, khusus untuk barang mewah, menjadi upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara dan menciptakan keadilan fiskal. Penerapan ini diiringi pula dengan pengenaan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), yang secara khusus ditujukan untuk mengendalikan konsumsi barang mewah oleh kalangan berpendapatan tinggi.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kenaikan tarif PPN dan pemberlakuan PPnBM berdampak langsung terhadap pola konsumsi barang mewah. Konsumen kelas menengah ke atas mengalami penurunan daya beli terhadap barang mewah akibat harga jual yang lebih tinggi karena beban pajak tambahan. Hal ini memengaruhi tingkat permintaan terhadap barang mewah, menurunkan omzet pelaku usaha di sektor terkait, dan berpotensi memperlambat pertumbuhan ekonomi secara mikro.

Selain itu, kebijakan ini dapat menimbulkan efek lanjutan berupa tekanan inflasi dan penurunan konsumsi rumah tangga, terutama di tengah kondisi ketidakpastian ekonomi global. Kelompok masyarakat berpenghasilan rendah paling rentan terdampak, karena beban hidup meningkat tanpa ada konsumsi pengganti yang sepadan. Oleh karena itu, penerapan tarif pajak yang bersifat proporsional belum sepenuhnya mampu mengatasi ketimpangan konsumsi, sehingga perlu ada pendekatan yang lebih adil.

5.2 SARAN

1. Penerapan Tarif Progresif PPN dan PPnBM
Pemerintah disarankan untuk merancang sistem tarif pajak progresif yang lebih adil, di mana barang-barang super mewah dikenakan tarif pajak yang lebih tinggi dibandingkan barang mewah dengan kategori nilai lebih rendah. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan keadilan fiskal tanpa membebani seluruh lapisan masyarakat secara merata.
2. Peningkatan Transparansi dan Edukasi Pajak
Diperlukan sosialisasi yang luas dan berkelanjutan mengenai tujuan serta manfaat kebijakan pajak. Hal ini penting untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran publik, mendorong kepatuhan pajak, serta mengurangi resistensi dari pelaku usaha maupun konsumen.
3. Diversifikasi Strategi Penerimaan Negara
Selain mengandalkan kenaikan tarif PPN dan PPnBM, pemerintah perlu mengeksplorasi sumber penerimaan negara lainnya yang tidak membebani konsumsi masyarakat secara langsung. Misalnya, melalui optimalisasi pemungutan pajak penghasilan, pengenaan cukai terhadap barang-barang yang berdampak negatif pada kesehatan, serta peningkatan kepatuhan pajak dari sektor informal.
4. Penguatan Jaring Pengaman Sosial
Untuk menjaga daya beli masyarakat, khususnya kelompok kelas bawah dan menengah, diperlukan penguatan program subsidi dan bantuan sosial. Langkah ini bertujuan agar kebijakan fiskal tidak memperbesar kesenjangan sosial dan tetap mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

6. REFERENSI

- Ayu, N., Hidayat. 2023. "Dampak Implementasi PPnBM Terhadap Daya Beli Konsumen."
- Eko, Priyono. 2025. "PMK 131/2024: Terobosan Hukum Dalam Mengatur PPN 2025." *DJP Online*. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/pmk-1312024-terobosan-hukum-dalam-mengatur-ppn-2025>.
- Fadilah. 2019. "ANALISIS PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPNBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PADA BARANG ELEKTRONIKA (Studi Empiris Pada Konsumen Barang Elektronik Di Glodok Jakarta Kota), Repository UIN JKT." *ANALISIS PENGARUH PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) DAN PAJAK PENJUALAN ATAS BARANG MEWAH (PPNBM) TERHADAP DAYA BELI KONSUMEN PADA BARANG ELEKTRONIKA (Studi Empiris Pada Konsumen Barang Elektronik di Glodok Jakarta Kota), Repository UIN JKT*.

- Firda, Risqi Khoirina. 2024. "Analisis Pengaruh Ekonomi Dan Konsumsi Atas Kebijakan Pajak Barang Mewah (PPnBM) Di Indonesia Risqi Khoirina Firda 1 ,." 2: 63–74.
- Fitriya. 2025. "Dampak Kenaikan Tarif PPN 12 Persen Pada Barang Mewah." *PJAP mitra resmi DJP*. <https://klikpajak.id/blog/dampak-kenaikan-ppn-12-persen/>.
- Habibi, Fariza, and Uswatun Hasanah. 2023. "Dampak Pemutusan Hubungan Kerja (Phk) Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan Tahun 2012-2022." *Value* 3(2): 87–96. doi:10.36490/value.v3i2.592.
- Hosea, Seth, and Neni Susilawati. 2023. "Systematic Literature Review Terhadap Konsep Optimal Tax." *Sebatik* 27(1): 415–30. doi:10.46984/sebatik.v27i1.2241.
- Jenderal Bea Dan Cukai, Direktorat. 2022. "Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai Kantor Wilayah Djbc Jakarta." https://k1cstatic.kemenkeu.go.id/kms/document/2022/10/14/1665708247578tqs/PPN_2022.pdf?X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=adminklc%2F20230217%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20230217T151106Z&X-Amz-Expires=86400&X-Amz-SignedHeader.
- Kantor, Januari, Wilayah Direktorat, and Jenderal Pajak. 2025. "PPN 2025 : Kebijakan Baru , Beban Pajak Tetap Ringan Untuk Masyarakat."
- Kuangan, Kementrian. 2024. "Laporan Kebijakan Pajak Dan Penerimaan Negara."
- Kharisma, Nurul, Imahda Khori Furqon, Uin K H Abdurrahman, and Wahid Pekalongan. 2023. "Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Masyarakat Dan Inflasi Di Indonesia." *Jurnal Sahmiyya* 2: 295–303.
- Liza Asri, Uzlal Hansel Bahrin Hasibuan, and Widiya Indah Lestari. 2024. "Analisis Pengaruh Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM) Terhadap Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor." *Jurnal Pajak dan Analisis Ekonomi Syariah* 1(3): 197–205. doi:10.61132/jpaes.v1i3.296.
- Natamihardja, Mintarsih. 2025. "PPN 12% Kebijakan Untuk Barang Mewah, Begini Kata BPR Parinama." *bpr panirama*. <https://bprparinama.co.id/berita/ppn-12-kebijakan-untuk-barang-mewah-begini-kata-bpr-parinama/>.
- Ni, Sulinda Desi Putu. 2024. "Barang-Barang Yang Dikenakan PPN 12%." <https://www.hukumonline.com/klinik/a/barang-barang-yang-dikenakan-ppn-12-lt6489e0a257733/>.
- Pratiwi, Dwi Resti. 2022. "Menilik Potensi Dampak Kenaikan Ppn Menjadi 11 Persen Di Tengah Ketidakpastian Global." *Ekonomi dan Keuangan Budget Issue Brief* 02(6): 1–2. www.puskajianggaran.dpr.go.id.
- PUTRA, DHAHANA. 2025. "KETENTUAN NILAI LAIN SEBAGAI DASAR PENGENAAN PAJAK DAN BESARAN TERTENTU PAJAK PERTAMBAHAN NILAI Lebih Lanjut Di: [https://www.pajak.go.id/id/peraturan/ketentuan-nilai-lain-sebagai-dasar-pengenaan-pajak-dan-besaran-tertentu-pajak-pertambahan#:~:text=Undang-Undang Nomor 8 Tahun, Undang Nomor 6 Tahun 2023](https://www.pajak.go.id/id/peraturan/ketentuan-nilai-lain-sebagai-dasar-pengenaan-pajak-dan-besaran-tertentu-pajak-pertambahan#:~:text=Undang-Undang%20Nomor%208%20Tahun%202023).
- Resti, Pratiwi Dwi. 2022. "Menilik Potensi Dampak Kenaikan Ppn Menjadi 11 Persen Di Tengah Ketidakpastian Global." Pratiwi, Dwi Resti. (2022). Menilik Potensi Dampak Kenaikan Ppn Menjadi 11 Persen Di Tengah%0AKetidakpastian Global. *Ekonomi dan Keuangan Budget Issue Brief Vol 02, Ed 6, April%0A2022*.
- Ricardo, Maykel, and Maria R.U.D Tambunan. 2024. "Tantangan Dan Strategi Penerapan Kebijakan Tarif PPN 12%." *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 7(5): 2114–28. doi:10.31539/costing.v7i5.11917.
- Tri, Kriswaningsih Angga. 2024. "Barang Apa Saja Yang Kena PPnBM Atau Pajak Penjualan Barang Mewah?" *Kompas . TV*. Barang Apa Saja yang Kena PPnBM atau Pajak Penjualan Barang Mewah?
- Ummah, Masfi Sya'fiatul. 2019. "PENERAPAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DI DINAS PERHUBUNGAN DAN LALU LINTAS ANGKUTAN JALAN PROVINSI JAWA TIMUR." *Sustainability (Switzerland)* 11(1): 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.
- Wijayanti, Wiwit. 2018. "Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Hasil Produksi." *Universitas Brawijaya* 2(5): 6. http://repository.ub.ac.id/id/eprint/165450/1/Wiwit_Wijayanti.pdf.
- Wulandari. 2024. "Tarif PPN Sebelas-Dua Belas." <https://www.pajak.go.id/id/artikel/pmk-1312024-tarif-ppn-sebelas-dua-belas>.

- Yohannes, Corneles Reinhard. 2025. "DAMPAK KENAIKAN PPN 12% TERHADAP PEREKONOMIAN DAN KONSUMEN DI INDONESIA." <https://binus.ac.id/bekasi/2025/02/dampak-kenaikan-ppn-12-terhadap-perekonomian-dan-konsumen-di-indonesia/>.
- Yuniawaty, Yenny. 2025. "Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Dikaitkan Dengan Kemanfaatan Hukum." 8(4): 974–85.
- Zemlyakova, A. V. 2018. "Increase of Tax for Added Value." *Scientific bulletin of the Southern Institute of Management* (2): 31–36. doi:10.31775/2305-3100-2018-2-31-36.