

Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan Handphone Aland Cell di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari

¹Sri Rosmawati, ²Budi Darma, ¹Kasiyati Yunita Wulansari

¹Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya Muara Bulian

²Program Studi Manajemen, Universitas Jambi

Correspondence: Srirosmawati44@gmail.com, budidarma@unja.ac.id, shekasih@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan harga terhadap minat beli konsumen handphone di Toko Aland Cell Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batanghari. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh simultan, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat beli konsumen handphone di Toko Aland Cell tidak dipengaruhi oleh Pajak Pertambahan Nilai dan harga, melainkan lebih dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Pajak Pertambahan Nilai, Harga, Minat Beli, Konsumen, Regresi Linier Berganda.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Value Added Tax (VAT) and price on consumer purchasing interest in mobile phones at the Aland Cell Store in Muara Bulian District, Batanghari Regency. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through distributing questionnaires to consumers and analyzed using multiple linear regression. Hypothesis testing was carried out using a t-test to determine the partial effect, an F-test to determine the simultaneous effect, and a coefficient of determination (R^2) test to measure the model's ability to explain the dependent variable. The results showed that consumer purchasing interest in mobile phones at the Aland Cell Store was not influenced by Value Added Tax and price, but rather by other factors.

Keywords: Value Added Tax, Price, Purchase Intention, Consumers, Multiple Linear Regression.

PENDAHULUAN

Di Indonesia, tingkat penetrasi penggunaan smartphone menunjukkan tren yang terus meningkat, seiring dengan kebutuhan masyarakat akan akses informasi yang cepat dan kemudahan berkomunikasi. Kondisi ini mencerminkan besarnya potensi pasar industri handphone, termasuk pada wilayah kabupaten dan kecamatan. Namun, tingginya tingkat kebutuhan tersebut tidak serta-merta menjamin stabilitas penjualan bagi pelaku usaha ritel handphone, karena keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor ekonomi, sosial, dan psikologis (Anwar, 2023).

Dalam kajian perilaku konsumen, harga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan dan minat beli. Harga tidak hanya mencerminkan nilai suatu produk, tetapi juga menjadi indikator keterjangkauan bagi konsumen. Menurut Kotler & Keller (2016), harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang secara langsung menghasilkan pendapatan, sekaligus elemen yang paling sensitif terhadap perubahan lingkungan eksternal, seperti kebijakan pemerintah dan kondisi ekonomi makro. Oleh karena itu, perubahan harga, khususnya kenaikan harga,

berpotensi memengaruhi minat beli konsumen secara signifikan.

Salah satu kebijakan pemerintah yang memiliki dampak langsung terhadap harga barang dan jasa adalah kebijakan perpajakan, khususnya Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pajak Pertambahan Nilai merupakan pajak tidak langsung yang dikenakan atas konsumsi barang dan jasa dan dipungut oleh pengusaha, namun bebannya pada akhirnya ditanggung oleh konsumen akhir (Mardiasmo, 2016). Dengan demikian, setiap perubahan tarif PPN akan berimplikasi pada harga jual produk di pasar.

Pemerintah Indonesia melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan menetapkan kenaikan tarif PPN secara bertahap, dari 10% menjadi 11% pada tahun 2022 dan meningkat menjadi 12% mulai 1 Januari 2025. Kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan penerimaan negara dan menjaga keberlanjutan fiskal. Namun, di sisi lain, kenaikan tarif PPN berpotensi meningkatkan beban ekonomi masyarakat, khususnya melalui kenaikan harga barang konsumsi. Rosen dan Gayer (2014) menjelaskan bahwa pajak konsumsi seperti PPN cenderung dialihkan ke konsumen melalui mekanisme harga, sehingga dapat

memengaruhi daya beli dan pola konsumsi (Sambur, 2015).

Dalam perspektif ekonomi mikro, hubungan antara harga dan permintaan dijelaskan melalui hukum permintaan (law of demand), yang menyatakan bahwa, ceteris paribus, kenaikan harga suatu barang akan menurunkan jumlah barang yang diminta (Samuelson & Nordhaus, 2010). Hal ini menjadi semakin relevan ketika barang yang dikonsumsi bukan merupakan kebutuhan primer, melainkan barang yang pembeliannya dapat ditunda, seperti handphone. Dengan demikian, kenaikan harga akibat peningkatan PPN berpotensi menurunkan minat beli konsumen terhadap produk handphone.

Minat beli merupakan konsep penting dalam studi perilaku konsumen karena mencerminkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian. Kotler & Keller (2016) mendefinisikan minat beli sebagai niat atau keinginan konsumen untuk membeli suatu produk setelah melalui proses evaluasi terhadap berbagai alternatif. Minat beli sering digunakan sebagai indikator awal untuk memprediksi perilaku pembelian aktual (Hoyer et al, 2017). Oleh karena itu, perubahan faktor-faktor eksternal seperti pajak dan harga dapat memengaruhi minat beli sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian yang sesungguhnya.

Dalam konteks penelitian ini, kenaikan Pajak Pertambahan Nilai dipandang sebagai faktor eksternal yang memengaruhi harga produk, sedangkan harga merupakan faktor internal yang secara langsung memengaruhi minat beli konsumen. Hubungan antara ketiga variabel tersebut—PPN, harga, dan minat beli—menjadi penting untuk dikaji secara empiris, khususnya pada sektor usaha ritel handphone skala kecil dan menengah.

Permasalahan tersebut tercermin pada kondisi Toko Handphone Aland Cell yang berlokasi di Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batanghari. Sebagai salah satu toko handphone yang menjual berbagai merek smartphone impor, seluruh produk yang dipasarkan Aland Cell termasuk dalam kategori Barang Kena Pajak. Berdasarkan data penjualan internal, setelah diberlakukannya kebijakan kenaikan PPN, toko mengalami fluktuasi bahkan kecenderungan penurunan penjualan pada beberapa periode. Kondisi ini juga diperparah oleh meningkatnya jumlah pesaing usaha sejenis di wilayah yang sama, sehingga konsumen memiliki lebih banyak alternatif pilihan.

Meskipun secara teoritis kenaikan PPN dan harga diperkirakan berdampak pada minat beli konsumen, besarnya pengaruh tersebut tidak dapat digeneralisasi tanpa bukti empiris, khususnya dalam konteks wilayah dan karakteristik konsumen tertentu. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara khusus menguji pengaruh kenaikan Pajak Pertambahan Nilai dan harga terhadap minat beli pelanggan handphone di tingkat lokal.

Berdasarkan landasan teoritik dan permasalahan empiris tersebut, penelitian ini merumuskan hipotesis

bahwa kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan harga berpengaruh terhadap minat beli pelanggan handphone di Toko Aland Cell Kecamatan Muara Bulian, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian perilaku konsumen dan ekonomi perpajakan, serta memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha dalam merumuskan strategi harga dan pemasaran di tengah kebijakan kenaikan PPN. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam mengevaluasi dampak kebijakan fiskal terhadap usaha kecil dan menengah di daerah.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2016). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian handphone di Toko Handphone Aland Cell yang berlokasi di Kecamatan Muara Bulian, Kabupaten Batanghari. Populasi penelitian bersifat tidak terbatas karena jumlah pelanggan tidak dapat diketahui secara pasti. Berdasarkan hasil observasi, jumlah rata-rata pelanggan yang melakukan pembelian handphone pada satu triwulan diperkirakan sekitar 150 orang. Mengingat keterbatasan waktu dan sumber daya penelitian, pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan pembelian handphone pada periode April hingga Mei 2025. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 80 responden dan dinilai telah memenuhi syarat minimal untuk dilakukan analisis regresi linier berganda.

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Penyusunan instrumen penelitian didasarkan pada indikator masing-masing variabel, yaitu variabel Pajak Pertambahan Nilai yang diukur melalui persepsi konsumen terhadap beban PPN dan dampaknya terhadap harga, variabel harga yang diukur melalui keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, serta perbandingan harga dengan produk sejenis, dan variabel minat beli yang diukur melalui niat membeli, ketertarikan terhadap produk, dan rencana pembelian. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi toko dan sumber literatur yang relevan dengan penelitian.

Sebelum digunakan dalam analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan alat ukur. Uji validitas dilakukan dengan melihat korelasi antara skor setiap item pernyataan dengan total skor variabel, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai

Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Pengujian instrumen ini bertujuan untuk menjamin bahwa data yang diperoleh benar-benar mengukur variabel yang diteliti secara konsisten.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden serta kecenderungan jawaban responden terhadap masing-masing variabel penelitian. Analisis inferensial dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan persamaan $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$, di mana Y merupakan minat beli pelanggan, X_1 adalah Pajak Pertambahan Nilai, X_2 adalah harga, α merupakan konstanta, β_1 dan β_2 adalah koefisien regresi, dan ϵ adalah error. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk

mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial, uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel Pajak Pertambahan Nilai dan harga dalam menjelaskan variasi minat beli pelanggan.

Seluruh proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 22. Penggunaan perangkat lunak ini memungkinkan analisis data statistik dilakukan secara akurat, sistematis, dan sesuai dengan kebutuhan pengujian regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X1)	1	0,745	0,2500	valid
	2	0,607	0,2500	valid
	3	0,730	0,2500	valid
	4	0,592	0,2500	valid
	5	0,799	0,2500	valid
Harga (X2)	1	0,651	0,2500	valid
	2	0,625	0,2500	valid
	3	0,786	0,2500	valid
	4	0,558	0,2500	valid
	5	0,833	0,2500	valid
Minat Beli (Y)	1	0,794	0,2500	valid
	2	0,696	0,2500	valid
	3	0,722	0,2500	valid
	4	0,654	0,2500	valid
	5	0,663	0,2500	valid

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 1 hasil uji validitas yang disajikan pada tabel, seluruh butir pernyataan pada masing-masing variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,2500. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan untuk analisis data selanjutnya. Sedangkan Tabel 2 Instrumen variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,721,

instrumen variabel harga sebesar 0,742, dan instrumen variabel minat beli sebesar 0,741. Seluruh nilai Cronbach's Alpha tersebut lebih besar dari batas minimum 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbachh's Alpha	Batas minimal	Keterangan
PPN (X1)	0,721	0,5	Reliabel
Harga (X2)	0,742	0,5	Reliabel
Minat beli (Y)	0,741	0,5	Reliabel

Sumber: data olahan

Tabel 3
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	26,674	4,162		6,409	,000
PPN	-,090	,127	-,095	-,706	,483
HARGA	-,191	,133	-,192	-1,432	,158

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis regresi linier berganda yang disajikan pada tabel, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 26,674 - 0,090 X_1 - 0,191 X_2$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- Nilai konstanta (a) sebesar 26,674 menunjukkan bahwa apabila variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan harga dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai minat beli konsumen adalah sebesar 26,674 satuan. Nilai konstanta ini merepresentasikan tingkat minat beli dasar yang dimiliki konsumen tanpa dipengaruhi oleh perubahan pada variabel PPN dan harga.
- Koefisien regresi variabel Pajak Pertambahan Nilai (b_1) sebesar $-0,090$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel PPN akan diikuti oleh penurunan minat beli konsumen sebesar 0,090 satuan, dengan asumsi variabel harga tetap atau konstan. Tanda negatif pada koefisien regresi mengindikasikan adanya hubungan yang berlawanan arah antara PPN dan minat beli.
- Koefisien regresi variabel harga (b_2) sebesar $-0,191$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada

variabel harga akan menyebabkan penurunan minat beli konsumen sebesar 0,191 satuan, dengan asumsi variabel Pajak Pertambahan Nilai tetap atau konstan. Nilai koefisien ini juga menunjukkan hubungan negatif antara harga dan minat beli konsumen.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji parsial dan uji simultan. Berikut hasil uji parsial dalam penelitian ini:

- Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji t) yang disajikan pada tabel 3, diperoleh nilai t hitung sebesar $-0,706$, yang lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,00100, serta nilai signifikansi sebesar 0,483 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh terhadap minat beli handphone di Toko Aland Cell.
- Diperoleh nilai t hitung sebesar $-1,423$, yang lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 2,00100, serta nilai signifikansi sebesar 0,158 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli handphone di Toko Aland Cell.

Tabel 4
Tabel ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	22,524	2	11,262	1,066	,351 ^b
Residual	623,218	59	10,563		
Total	645,742	61			

Sumber: data olahan

Berdasarkan hasil analisis pada tabel tersebut, diperoleh nilai F hitung sebesar 1,066 yang lebih kecil daripada nilai F tabel sebesar 4,00, serta nilai signifikansi sebesar 0,351 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan harga secara simultan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Untuk besaran kontribusi variabel independen diketahui melalui koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh bahwa besarnya keragaman variabel minat beli konsumen (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X_1) dan harga (X_2) adalah sebesar 3,5%, sedangkan 96,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun secara teoritis PPN dan harga memiliki peran dalam perilaku konsumen, dalam konteks Toko Handphone Aland Cell pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat beli relatif kecil dan tidak signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, M. S., 2023. Pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(3), 808–823.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., Northey, G., 2017. *Consumer behaviour: Asia-Pacific edition*. Cengage AU.

Sri Rosmawati, Budi Darma, Kasiyati Yunita Wulansari: *Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Harga terhadap Minat Beli Pelanggan Handphone Aland Cell di Kecamatan Muara Bulian Kabupaten Batang Hari*

Kotler, P., Keller, K. L., 2016. *Marketing management*, 15th ed. Pearson Education.

Mardiasmo. 2016. *Perpajakan*, Andi.

Sambur, N. C. P., 2015. Analisis pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) terhadap daya beli konsumen kendaraan bermotor. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(5).

Sugiyono. 2016. *Metode penelitian manajemen*, Alfabeta.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.