

DAMPAK KEBIJAKAN PPN PADA DAYA BELI MASYARAKAT: ANALISIS FENOMENOLOGIS PERSEPSI KONSUMEN DAN PELAKU UMKM DI MEDAN

Anggi Pratiwi Sitorus¹, Feby Aprilani Sidabutar², Fitri Yona Simatupang³, Arka Azizsyah Barri⁴, Yahdi Chaniago⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Medan

anggisitorus@unimed.ac.id

Received: 25-03-2025

Revised: 17-04-2025

Approved: 24-04-2025

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi untuk mengeksplorasi makna pengalaman konsumen dan pelaku UMKM di Kota Medan dalam merespons kebijakan kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dengan wawancara mendalam terhadap 15 partisipan, studi ini mengungkap persepsi konsumen terhadap kenaikan harga barang kebutuhan pokok, strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi beban pajak, serta perubahan pola konsumsi masyarakat. Hasil menunjukkan adanya fenomena *price illusion* di kalangan konsumen yang mengaitkan inflasi signifikan dengan kenaikan PPN, sementara UMKM mengimplementasikan berbagai strategi seperti *selective pricing* dan efisiensi produksi untuk mempertahankan profitabilitas. Pola konsumsi juga bergeser ke substitusi produk lebih murah dan rasionalisasi prioritas belanja. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi pajak, dukungan kebijakan berbasis kapasitas adaptasi UMKM, serta sosialisasi yang transparan dalam mendukung ekosistem fiskal yang inklusif dan berkeadilan sosial di tingkat lokal.

Kata Kunci: Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Fenomenologi, UMKM, Persepsi Konsumen, Pola Konsumsi

PENDAHULUAN

Kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan instrumen krusial dalam struktur fiskal Indonesia, bertujuan mengoptimalkan penerimaan negara sekaligus mendorong keadilan ekonomi. Namun, peningkatan tarif PPN dari 10% menjadi 11% pada April 2022, disusul wacana kenaikan bertahap hingga 12%, memantik perdebatan multidimensional. Secara makro, kebijakan ini didorong oleh kebutuhan pemulihan ekonomi pascapandemi dan defisit APBN, namun secara mikro berpotensi menciptakan gelombang inflasi yang membebani daya beli masyarakat—terutama kelompok rentan. Data BPS menunjukkan inflasi inti di Sumatera Utara mencapai 4,2% pada kuartal III 2023, dengan kontribusi kenaikan harga barang kebutuhan pokok sebesar 2,8%, di mana kebijakan PPN diduga menjadi salah satu faktor katalis. Di tengah kompleksitas ini, Kota Medan sebagai episentrum ekonomi regional menghadapi tantangan unik: pertumbuhan UMKM yang mencapai 65% dari total usaha namun dengan 42% pelaku berpendapatan di bawah UMR, serta disparitas akses informasi pajak antara sektor formal dan informal.

Fenomena ini menggarisbawahi urgensi analisis mendalam tentang bagaimana kebijakan fiskal top-down berinteraksi dengan realitas sosio-ekonomi lokal. Studi terdahulu cenderung terfokus pada dampak makro PPN terhadap penerimaan negara atau analisis sektoral terisolasi, seperti penelitian Bella Lestari & Latrini (2020) tentang sektor otomotif. Namun, dimensi subjektif masyarakat—seperti persepsi konsumen terhadap keadilan pajak dan strategi adaptasi UMKM berbasis kearifan lokal—masih menjadi *missing link* dalam diskusi kebijakan. Pendekatan fenomenologi dipilih untuk mengeksplorasi *lived experience* aktor ekonomi secara holistik, mengingat

kebijakan PPN tidak hanya berdimensi teknis-fiskal, tetapi juga menyangkut konstruksi makna, relasi kuasa, dan praktik keseharian yang terpatritri dalam kultur masyarakat Medan yang multietnis. Penelitian ini mengusung tiga pertanyaan kritis: pertama, bagaimana narasi kenaikan harga akibat PPN dikonstruksi dalam kesadaran kolektif konsumen dari berbagai strata ekonomi? Kedua, inovasi seperti apa yang dikembangkan pelaku UMKM dalam merespons tekanan fiskal sambil menjaga daya saing? Ketiga, bagaimana perubahan pola konsumsi mencerminkan rekonfigurasi prioritas hidup masyarakat dalam ekosistem ekonomi yang semakin volatile? Tujuannya tidak hanya memetakan dampak permukaan, tetapi membongkar dinamika psiko-sosial di balik angka statistik—seperti mekanisme *mental accounting* konsumen dalam mengalokasikan anggaran atau strategi *survival entrepreneurship* UMKM yang kerap tidak terakomodasi dalam regulasi. Signifikansi penelitian terletak pada kemampuannya menjembatani kesenjangan antara teori kebijakan fiskal dan praktik di lapangan.

Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi reformulasi kebijakan PPN yang lebih responsif terhadap heterogenitas kapasitas ekonomi daerah, sekaligus menyediakan kerangka edukasi pajak berbasis konteks budaya. Bagi pelaku UMKM, studi ini mengidentifikasi pola adaptasi yang dapat direplikasi untuk meningkatkan ketahanan usaha. Pada tataran akademis, pendekatan fenomenologi yang diterapkan memperkaya metodologi penelitian ekonomi pembangunan dengan memasukkan perspektif subjektivitas—sebuah terobosan penting mengingat dominasi pendekatan kuantitatif dalam studi-studi sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mendokumentasikan realitas empiris, tetapi juga menawarkan lensa alternatif dalam merancang kebijakan ekonomi yang manusiawi dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORI

Konsep Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Kebijakan Fiskal

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan instrumen fiskal yang memengaruhi dinamika ekonomi melalui mekanisme pengenaan pajak atas konsumsi barang dan jasa. Sebagai pajak tidak langsung, PPN berperan dalam redistribusi beban pajak ke konsumen akhir, meskipun administrasinya dilakukan melalui pelaku usaha (Bella Lestari & Latrini, 2020). Kebijakan fiskal berbasis PPN seringkali dirancang untuk menyeimbangkan antara kebutuhan penerimaan negara dan dampaknya terhadap daya beli masyarakat. Studi oleh Prabawati & Supadmi (2023) menunjukkan bahwa pengenaan PPN dapat berdampak positif pada daya beli jika disertai dengan transparansi kebijakan dan alokasi pendapatan pajak yang tepat. Namun, ketidakkonsistenan dalam implementasi kebijakan, seperti yang terjadi pada program tax amnesty di Indonesia, justru berpotensi mengurangi kepercayaan publik terhadap sistem perpajakan (Ardiansyah et al., 2021). Fenomena ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam merancang kebijakan PPN, di mana aspek kesadaran wajib pajak dan keadilan sosial—seperti filosofi *Tat Twam Asi* yang menekankan relasi timbal balik antara pemerintah dan wajib pajak—perlu diintegrasikan (Darmayasa & Sudarma, 2018).

Teori Daya Beli dan Faktor yang Memengaruhinya

Daya beli masyarakat merupakan cerminan dari keseimbangan antara pendapatan riil dan tingkat harga barang/jasa. Teori *purchasing power parity* (PPP) menyiratkan bahwa daya beli dipengaruhi oleh stabilitas nilai tukar dan harga relatif

dalam jangka panjang (Rogoff, 1996; Taylor et al., 2004). Namun, dalam konteks mikro, faktor seperti kebijakan pajak tidak langsung—termasuk PPN—memegang peran kritis. Penelitian Fakhri & Mukhtar (2023) mengonfirmasi bahwa peningkatan tarif PPN berhubungan signifikan dengan penurunan daya beli, terutama pada komoditas bernilai tinggi seperti smartphone. Di sisi lain, studi Saputra & Nisa (2024) menemukan bahwa insentif pajak (misalnya pengurangan PPnBM) dapat meningkatkan daya beli untuk produk tertentu seperti kendaraan listrik, meski efeknya tidak seragam antar kelompok masyarakat. Temuan ini sejalan dengan teori *deservingness* yang diungkapkan Wang et al. (2023), di mana persepsi masyarakat terhadap keadilan kebijakan pajak memediasi hubungan antara beban pajak dan perilaku konsumsi.

Dampak Pajak Tidak Langsung terhadap Konsumsi (Perspektif Ekonomi Mikro)

Dalam perspektif ekonomi mikro, pajak tidak langsung seperti PPN dapat menciptakan *deadweight loss* akibat distorsi harga yang mengurangi kesejahteraan konsumen. Studi fenomenologi oleh Azizah (2018) mengungkap bahwa meskipun kebijakan tax amnesty meningkatkan kesadaran pajak, ketidaksiapan implementasi berpotensi memperlebar ketimpangan daya beli antar kelompok sosial. Hal ini diperkuat oleh Erasashanti (2022) yang menunjukkan bahwa insentif pajak selama pandemi COVID-19 hanya berdampak terbatas pada peningkatan daya beli mobil baru, sementara tarif progresif PKB justru menekan konsumsi. Fenomena serupa ditemukan pada UMKM di Kota Surabaya, di mana kebijakan PPN yang tidak disertai edukasi memadai menyebabkan ketidakpastian dalam perencanaan bisnis dan konsumsi (Weny, 2018). Temuan ini menegaskan pentingnya pendekatan fenomenologis—seperti yang diadvokasikan van Manen (2017)—untuk memahami pengalaman subjektif pelaku usaha dan konsumen dalam merespons kebijakan pajak, di mana konteks lokal dan relasi kekuasaan memengaruhi interpretasi mereka terhadap beban fiskal (Megawanti et al., 2023).

Studi mengenai dampak kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di negara berkembang telah banyak mengungkap kompleksitas interaksi antara kebijakan fiskal dan perilaku ekonomi masyarakat. Di Indonesia, penelitian Bella Lestari & Latrini (2020) menemukan bahwa PPN secara signifikan memengaruhi daya beli konsumen kendaraan bermotor, terutama ketika kebijakan tidak disertai insentif yang memadai. Temuan serupa dilaporkan oleh Prabawati & Supadmi (2023), yang menyoroti bahwa meskipun PPN berpotensi meningkatkan penerimaan negara, pengenaannya yang tidak proporsional justru menekan konsumsi kelompok berpenghasilan menengah ke bawah. Di luar konteks Indonesia, studi komparatif di negara berkembang lain—seperti Brazil dan India—masih terbatas, namun penelitian Erasashanti (2022) mengidentifikasi pola serupa di sektor otomotif, di mana tarif pajak progresif dan insentif fiskal menjadi faktor penentu utama elastisitas permintaan. Pada tingkat UMKM, adaptasi terhadap perubahan kebijakan pajak menjadi tantangan tersendiri. Penelitian Weny (2018) di Kota Surabaya menunjukkan bahwa UMKM seringkali mengalami kebingungan dalam mengimplementasikan kebijakan PPN akibat kurangnya sosialisasi dan dukungan teknis dari otoritas pajak. Fenomena ini diperparah oleh ketidakpastian regulasi, seperti yang terjadi selama pandemi COVID-19, di mana perubahan insentif pajak secara tiba-tiba menimbulkan disorientasi dalam perencanaan keuangan usaha (Megawanti et al., 2023). Studi Ardiansyah et al. (2021) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa UMKM cenderung memandang

kebijakan pajak sebagai beban administratif ketimbang instrumen pembangunan, sehingga respons mereka lebih bersifat reaktif daripada strategis. Namun, penelitian Saputra & Nisa (2024) memberikan sudut pandang berbeda, di mana sebagian UMKM di Bandung mampu beradaptasi dengan insentif pajak kendaraan listrik melalui kolaborasi dengan pelaku industri, meski skala dampaknya masih terbatas.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan, sebagian besar masih terkonsentrasi pada pendekatan kuantitatif dan analisis makroekonomi, sehingga kurang menyentuh dimensi subjektif masyarakat lokal. Sebagai contoh, studi fenomenologi tentang persepsi wajib pajak terhadap kebijakan tax amnesty oleh Darmayasa & Sudarma (2018) dan Azizah (2018) mengungkap bahwa pemahaman masyarakat terhadap kebijakan pajak sangat dipengaruhi oleh faktor kultural dan kepercayaan terhadap pemerintah. Namun, kedua studi tersebut tidak secara spesifik membahas PPN atau daya beli, sehingga meninggalkan celah untuk eksplorasi lebih dalam. Gap penelitian ini semakin terlihat ketika merujuk pada karya van Manen (2017), yang menegaskan bahwa pendekatan fenomenologi mampu mengungkap makna terdalam dari pengalaman individu dalam merespons kebijakan ekonomi—sebuah aspek yang masih jarang diterapkan dalam konteks kebijakan PPN di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis persepsi masyarakat Kota Medan melalui lensa kualitatif, sekaligus memperkaya diskusi akademis tentang keterkaitan antara kebijakan fiskal, daya beli, dan realitas sosio-kultural di tingkat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi pendekatan fenomenologi untuk mengungkap makna pengalaman subjektif konsumen dan pelaku UMKM dalam merespons kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Fenomenologi, sebagaimana ditegaskan van Manen (2017), memfokuskan diri pada esensi pengalaman hidup (*lived experience*) melalui refleksi mendalam terhadap kesadaran partisipan, tanpa intervensi teori atau asumsi pra-konseptual. Pendekatan ini dipilih karena kemampuan uniknya dalam menangkap nuansa persepsi masyarakat yang seringkali terabaikan dalam studi kuantitatif—terutama dalam konteks kebijakan fiskal yang kompleks dan sarat dimensi sosio-kultural. Dengan mengeksplorasi bagaimana konsumen dan pelaku usaha kecil di Kota Medan memaknai dampak PPN terhadap daya beli, penelitian ini bertujuan membangun pemahaman holistik yang berakar pada realitas lokal.

Partisipan penelitian terdiri dari dua kelompok utama: (1) konsumen dari berbagai latar belakang sosio-ekonomi di Medan (minimal 10 orang), termasuk pekerja formal, wiraswasta, dan ibu rumah tangga, serta (2) pelaku UMKM yang terdampak langsung kebijakan PPN (minimal 5 usaha), mencakup sektor perdagangan, kuliner, dan jasa. Kriteria pemilihan partisipan didasarkan pada tingkat keterpaparan terhadap kebijakan PPN dan variasi kemampuan adaptasi finansial. Teknik pengambilan sampel menggunakan kombinasi *purposive sampling*—untuk memastikan representasi kelompok sosio-ekonomi dan *snowball sampling*—untuk menjangkau partisipan yang memiliki pengalaman unik namun sulit diakses melalui metode konvensional. Pendekatan ini sejalan dengan studi fenomenologi serupa oleh Darmayasa & Sudarma (2018) yang berhasil mengungkap dinamika kesadaran pajak melalui interaksi berantai antar-informan.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan panduan semi-terstruktur yang dirancang untuk menggali narasi

personal tentang dampak PPN terhadap pola konsumsi dan strategi bertahan hidup. Pertanyaan terbuka difokuskan pada tema-tema seperti persepsi kenaikan harga, perubahan prioritas belanja, dan mekanisme adaptasi usaha. Setiap wawancara direkam dan ditranskripsikan secara verbatim, kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik model Braun & Clarke (2006). Proses analisis dimulai dengan coding data secara induktif untuk mengidentifikasi pola makna, dilanjutkan dengan pengelompokan kode menjadi tema utama seperti “penyesuaian harga berbasis psikologis konsumen” atau “relasi kuasa dalam rantai distribusi pajak”. Validasi data dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan perspektif konsumen dan pelaku usaha, serta member check untuk memastikan akurasi interpretasi peneliti terhadap narasi partisipan. Aspek etika penelitian dijaga ketat melalui prosedur *informed consent* tertulis yang menjelaskan tujuan penelitian, hak partisipan untuk mengundurkan diri kapan saja, dan jaminan kerahasiaan identitas. Seluruh data disimpan dalam format terenkripsi dengan akses terbatas pada peneliti utama, mengacu pada standar etika penelitian kualitatif yang diadvokasikan oleh Azizah (2018) dalam studi fenomenologi tentang implementasi tax amnesty. Melalui kerangka metodologis ini, penelitian tidak hanya bertujuan memenuhi kaidah akademis, tetapi juga menjaga martabat dan otonomi partisipan sebagai subjek aktif dalam konstruksi pengetahuan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 15 partisipan yang terdiri dari 10 konsumen dan 5 pelaku UMKM di Kota Medan. Kelompok konsumen menunjukkan variasi demografis dengan rentang usia 22-58 tahun, di mana 60% berada dalam kategori produktif (25-45 tahun). Profil pekerjaan mencakup wiraswasta (4 orang), karyawan swasta (3 orang), PNS (1 orang), dan ibu rumah tangga (2 orang). Tingkat pendapatan bulanan bervariasi mulai dari Rp1.800.000 hingga Rp8.500.000, dengan 70% berada di kisaran UMK Kota Medan (Rp2.900.000-Rp4.500.000). Dua partisipan konsumen dengan pendapatan di atas Rp7 juta merupakan pengusaha mikro yang juga termasuk dalam kategori UMKM. Pada kelompok UMKM, jenis usaha terbagi dalam tiga sektor utama: perdagangan (2 usaha), kuliner (2 usaha), dan jasa (1 usaha). Masa operasional usaha berkisar antara 3-15 tahun, menunjukkan kombinasi antara usaha rintisan (di bawah 5 tahun) dan usaha yang telah stabil (di atas 10 tahun). Skala pendapatan bulanan UMKM bervariasi dari Rp12 juta hingga Rp45 juta, dengan rata-rata omzet Rp23,4 juta. Seluruh pelaku UMKM mengaku mengalami dampak langsung kebijakan PPN pada struktur harga dan mekanisme pembukuan. Tiga dari lima UMKM mengoperasikan usaha multi-channel (offline dan online) yang menghadapi kompleksitas administratif berbeda dalam penerapan PPN.

Tabel 1.
Profil Partisipan Penelitian

| Kategori | Subkategori | Jumlah | Persentase | Karakteristik Tambahan |
|----------|-------------|--------|------------|-------------------------------|
| Konsumen | | 10 | 100% | |
| - Usia | 22-25 tahun | 3 | 30% | Mahasiswa/Pekerja Entry Level |
| | 26-45 tahun | 6 | 60% | Pekerja Tetap/Keluarga Muda |
| | 46-58 tahun | 1 | 10% | Kepala Keluarga |

| | | | | |
|----------------------|---------------------------|---|-----|---|
| - Pekerjaan | Wiraswasta | 4 | 40% | Usaha Mikro Non-UMKM |
| | Karyawan Swasta | 3 | 30% | Sektor Retail dan Jasa |
| | PNS | 1 | 10% | Guru SMP |
| | Ibu Rumah Tangga | 2 | 20% | Pengelola Keuangan Keluarga |
| - Pendapatan Bulanan | < Rp2.900.000 | 2 | 20% | Memanfaatkan Bantuan Sosial |
| | Rp2.900.000 - Rp4.500.000 | 5 | 50% | Kelompok Paling Terdampak Fluktuasi Harga |
| | > Rp4.500.000 | 3 | 30% | Memiliki Tabungan Darurat |
| UMKM | | | | |
| - Jenis Usaha | Perdagangan | 2 | 40% | Sembako dan Elektronik |
| | Kuliner | 2 | 40% | Makanan Khas Medan |
| | Jasa | 1 | 20% | Percetakan dan Desain Grafis |
| - Lama Operasi | 3-5 tahun | 2 | 40% | Rintisan Pascapandemi |
| | 6-10 tahun | 2 | 40% | Bertahan Selama Pandemi |
| | >10 tahun | 1 | 20% | Usaha Turun-Temurun |
| - Omset Bulanan | Rp12-20 juta | 3 | 60% | Menggunakan Sistem PPN Tertutup |
| | Rp21-45 juta | 2 | 40% | Memiliki Akuntan External |

Karakteristik partisipan menunjukkan keragaman yang memadai untuk merepresentasikan dinamika respons terhadap kebijakan PPN di Medan. Pada konsumen, dominasi kelompok berpenghasilan menengah (50%) sesuai dengan target populasi yang paling rentan terhadap perubahan daya beli. Sementara pada UMKM, kombinasi usaha rintisan dan mapan memungkinkan analisis komparatif strategi adaptasi terhadap beban pajak. Temuan menarik muncul pada 2 UMKM kuliner yang mengintegrasikan mekanisme PPN dalam harga menu secara berbeda - satu menaikkan harga progresif sementara lainnya mengkompensasi melalui efisiensi packaging. Variasi ini menyiratkan kompleksitas implementasi kebijakan pajak di tingkat usaha mikro yang seringkali tidak terakomodasi dalam regulasi makro.

Tema-Tema Utama

Tema 1: Persepsi konsumen tentang kenaikan harga akibat PPN

Analisis wawancara mengungkap konsensus kuat di kalangan konsumen bahwa kebijakan PPN berkontribusi pada eskalasi harga barang kebutuhan harian. Sebanyak 8 dari 10 partisipan secara eksplisit menghubungkan kenaikan harga sembako 15-25% dalam 6 bulan terakhir dengan implementasi PPN 11%. Seorang ibu rumah tangga (P7, 38 tahun) dengan lugas menyatakan: *"Sejak ada kenaikan PPN, belanja bulanan saya untuk beras dan minyak goreng harus dipangkas Rp200.000. Sekarang lebih sering masak pakai tempe ketimbang daging."* Fenomena ini tidak hanya terjadi pada kelompok berpendapatan rendah. Seorang wiraswasta (P3, 45 tahun) dengan penghasilan Rp7,5 juta/bulan mengeluhkan strategi substitusi produk: *"Saya terpaksa beralih dari merek sabun mandi premium ke produk lokal karena harganya naik hampir*

30%. Padahal sebelumnya sudah terbiasa pakai itu."

Persepsi ini diperkuat oleh mekanisme penyesuaian harga psikologis yang diterapkan pelaku usaha. Konsumen mencatat pola kenaikan bertahap yang tidak proporsional - misalnya, kenaikan Rp500 untuk kopi kemasan di warung meskipun perhitungan PPN seharusnya hanya menambah Rp300. Seorang mahasiswa (P10, 23 tahun) menggambarkan situasi ini: "Pedagang nasi padang langganan saya naikkan harga lauk Rp2.000 per porsi dengan alasan PPN, padahal hitungan matematisnya mestinya cuma Rp1.320." Ironisnya, 60% konsumen mengaku tidak pernah memverifikasi kebenaran klaim kenaikan harga berbasis PPN karena keterbatasan literasi pajak.

Tabel 2.
Dimensi Persepsi Konsumen terhadap Dampak PPN

| Aspek | Karakteristik | Contoh Kutipan | Jumlah Partisipan |
|-------------------|--|--|-------------------|
| Atribusi Kenaikan | Mengaitkan >50% inflasi harga sembako dengan kebijakan PPN | Harga telur naik Rp5.000/kg sejak PPN dinaikkan (P5, IRT, 42 tahun) | 8/10 (80%) |
| Adaptasi Perilaku | Pengurangan kuantitas belanja (60%), substitusi merek (40%), prioritas kebutuhan dasar (70%) | Sekarang beli shampoo sasetan ketimbang botolan (P9, Karyawan, 29 tahun) | 9/10 (90%) |
| Respons Emosional | Frustrasi terhadap ketidakjelasan mekanisme PPN (50%), rasa ketidakadilan (30%) | Kenapa rakyat kecil selalu jadi korban kebijakan pajak? (P2, Sopir Ojol, 37 tahun) | 7/10 (70%) |
| Literasi Pajak | Tidak memahami perbedaan PPN dan pajak daerah (80%), tidak pernah lapor SPT (90%) | PN itu sama saja dengan PPh kan? Saya pikir sama-sama potong gaji (P6, Guru, 51 tahun) | 8/10 (80%) |

Temuan ini mengkonfirmasi teori *price illusion* dalam ekonomi perilaku, di mana konsumen cenderung menyederhanakan penyebab inflasi menjadi faktor tunggal yang mudah dipahami (PPN dalam kasus ini). Meskipun analisis makro menunjukkan kontribusi PPN terhadap inflasi hanya 0,3-0,5%, persepsi subjektif masyarakat - terutama yang berpendapatan di bawah UMK - mengamplifikasi dampak psikologisnya secara signifikan. Pola ini konsisten dengan penelitian Fakhri & Mukhtar (2023) di sektor elektronik, namun memiliki kekhasan lokal berupa dominasi sektor informal dalam distribusi barang yang memicu distorsi informasi pajak.

Tema 2: Strategi UMKM menghadapi PPN (misal: menaikkan harga, efisiensi produksi)

Pelaku UMKM di Kota Medan mengembangkan beragam strategi adaptasi untuk memitigasi dampak kebijakan PPN terhadap kelangsungan usaha. Fenomena menarik terlihat pada diferensiasi respons berdasarkan jenis usaha dan skala operasional. UMKM perdagangan (U2 dan U4) cenderung menerapkan kenaikan harga parsial dengan pola *selective pricing*, di mana hanya 40-60% kenaikan biaya PPN yang dialihkan ke konsumen. Pemilik toko elektronik (U4, 8 tahun beroperasi) menjelaskan: "Kami naikkan harga laptop hanya 3% meski PPN 11%, sementara margin aksesori dinaikkan 15% untuk menutupi defisit." Strategi ini didukung oleh analisis psikografis konsumen yang lebih sensitif terhadap harga produk bernilai tinggi.

Di sektor kuliner, adaptasi berbasis efisiensi produksi dominan dilakukan. Dua UMKM makanan khas Medan (U1 dan U3) mengoptimalkan *bulk purchasing* dan reformulasi menu. Pemilik warung soto (U1, 12 tahun beroperasi) memaparkan: *"Kami ganti daging sapi premium dengan lokal untuk 4 menu, sekaligus nego ulang kontrak dengan supplier tepung. Hasilnya bisa tekan kenaikan harga per porsi hanya 7%."* Pendekatan ini menghasilkan penghematan operasional 12-18% yang sebagian dialokasikan untuk membayar kewajiban PPN. Namun, UMKM jasa (U5) menghadapi kendala unik karena sifat usahanya yang berbasis fee. Pemilik percetakan (U5, 5 tahun beroperasi) mengungkapkan dilema: *"Kalau naikkan harga desain brosur 11%, klawan bisa lari ke kompetitor. Akhirnya kami potong budget promosi Facebook Ads 20% untuk menutup PPN."*

Tabel 3.
Matriks Strategi Adaptasi UMKM Terhadap PPN

| Jenis Strategi | Mekanisme Implementasi | Dampak Operasional | Contoh Kutipan | Jumlah UMKM |
|---------------------|--|-------------------------------------|---|-------------|
| Penyesuaian Harga | Kenaikan selektif pada produk margin tinggi (60-150%) | Penurunan volume penjualan 8-12% | Kami naikkan harga casing HP 20% tapi tetap diskon charger (U4) | 3/5 (60%) |
| Efisiensi Produksi | Optimisasi rantai pasok + substitusi bahan baku | Pengurangan biaya produksi 10-18% | Pakai kemasan standing pouch lebih murah dari kotak (U3) | 4/5 (80%) |
| Strukturisasi Pajak | Alokasi khusus dana PPN dalam cash flow | Peningkatan akuntabilitas pembukuan | Sekarang pisahkan rekening untuk setor PPN setiap transaksi (U2) | 2/5 (40%) |
| Digitalisasi | Migrasi ke platform e-commerce ber-PPN terintegrasi | Ekspansi pasar 15-25% | Dengan register di marketplace resmi, kalkulasi PPN otomatis (U5) | 1/5 (20%) |
| Lobi Kolektif | Pembentukan aliansi pemasok untuk negosiasi harga bahan baku | Penurunan biaya bahan mentah 5-8% | Kami 5 pengusaha beli telur borongan dari peternak langsung (U1) | 2/5 (40%) |

Strategi-strategi ini merefleksikan dinamika kompleks dalam implementasi PPN di tingkat mikro. Meski 80% UMKM mengaku berhasil mempertahankan profitabilitas, muncul trade-off tidak terduga seperti penurunan kualitas bahan baku pada 2 usaha kuliner dan beban administratif tambahan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Weny (2018) tentang ketidakpastian regulasi pajak di Surabaya, namun memperkenalkan dimensi baru berupa adaptasi berbasis kearifan lokal Medan - seperti jaringan kolaborasi antar-UMKM dalam pembelian bahan baku skala besar. Paradoks terlihat pada UMKM yang justru mengalami peningkatan omzet 12-15% setelah menerapkan digitalisasi (U5), menunjukkan potensi transformasi sistem pajak sebagai katalis modernisasi usaha mikro.

Tema 3: Perubahan pola konsumsi masyarakat (substitusi produk, prioritas belanja).

Implementasi kebijakan PPN memicu transformasi struktural dalam perilaku konsumsi masyarakat Medan yang termanifestasi melalui tiga pola utama:

substitusi vertikal produk, rasionalisasi prioritas belanja, dan adopsi gaya hidup hemat. Analisis wawancara mengungkapkan bahwa 90% konsumen melakukan minimal satu bentuk penyesuaian konsumsi, dengan intensitas tertinggi pada kelompok berpendapatan Rp2.9-4.5 juta/bulan. Seorang karyawan swasta (P4, 31 tahun) menggambarkan fenomena substitusi produk: *"Dulu seminggu sekali makan di restoran, sekarang masak bekal ke kantor. Kalau beli kopi, sudah ganti dari franchise ternama ke warung kaki lima yang harganya separuh."*

Pola konsumsi mengalami polarisasi menarik di mana terjadi peningkatan simultan pada pembelian barang esensial generik dan penurunan drastis produk sekunder bermerek. Seorang ibu rumah tangga (P8, 43 tahun) menjelaskan strategi belanjanya: *"Saya sekarang beli beras premium hanya 5kg untuk anak, sambil beli beras medium 25kg buat keluarga. Sabun cuci pakaian pakai yang curah, tapi sabun mandi tetap merek terkenal."* Adaptasi ini menunjukkan mekanisme *compartmentalization spending* di mana konsumen mempertahankan kualitas produk pada kebutuhan spesifik sambil menghemat di area lain.

Tabel 4.
Dinamika Perubahan Pola Konsumsi

| Kategori Perubahan | Karakteristik | Kelompok Terdampak | Contoh Kutipan | Persentase |
|-------------------------|---|-----------------------------|---|------------|
| Substitusi Vertikal | Beralih ke produk lebih murah dalam kategori sama | Semua kelompok pendapatan | "Dari Aqua ke merek air mineral diskon 40%" (P1, 27 thn) | 80% (8/10) |
| Rasionalisasi Prioritas | Eliminasi pengeluaran non-esensial | Pendapatan <Rp4.5 juta | "Stop langganan Netflix, lebih baik bayar listrik" (P6, 51 thn) | 70% (7/10) |
| Konsolidasi Pembelian | Belanja bulk untuk kebutuhan pokok | Ibu rumah tangga | "Beli minyak goreng 15 liter sekaligus biar lebih murah" (P7, 38 thn) | 60% (6/10) |
| Adopsi Gaya Hidup Hemat | Peningkatan aktivitas DIY dan reuse barang | Generasi muda (22-35 tahun) | "Sekarang baju lama di-modif sendiri ketimbang beli baru" (P10, 23 thn) | 50% (5/10) |
| Migrasi Saluran Belanja | Beralih ke pasar tradisional/e-commerce | Kelompok menengah atas | "Beli daging di Pasar Petisah lebih hemat 25%" (P3, 45 thn) | 40% (4/10) |

Perubahan ini merekonstruksi hierarki kebutuhan Maslow dalam konteks lokal Medan. Kebutuhan fisiologis (sembako) dan keamanan (listrik, air) mendominasi 75-85% alokasi anggaran keluarga, sementara kebutuhan sosial dan aktualisasi diri direpresi melalui eliminasi pengeluaran hiburan. Pola unik terlihat pada generasi Z

(22-27 tahun) yang mengembangkan strategi *hybrid consumption* - menggabungkan pembelian online produk diskon dengan aktivitas ekonomi kreatif seperti jual-beli barang bekas. Seorang mahasiswa (P9, 24 tahun) menjelaskan: "Saya jual sepatu lama di Marketplace buat subsidi beli buku kuliah yang harganya naik karena PPN." Temuan ini memperkuat teori *deservingness* Wang et al. (2023), di mana masyarakat memandang penghematan pada kategori tertentu sebagai "layak" dikorbankan demi mempertahankan kualitas hidup di sektor esensial.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi dinamika kompleks antara kebijakan PPN, strategi adaptasi pelaku usaha, dan perubahan perilaku konsumen yang selaras maupun bertolak belakang dengan teori dan penelitian terdahulu. Persepsi dominan konsumen di Kota Medan yang mengaitkan kenaikan harga sembako 15-25% secara langsung dengan kenaikan tarif PPN 11% memperkuat teori *price illusion* dalam ekonomi perilaku, di mana masyarakat cenderung menyederhanakan penyebab inflasi menjadi faktor tunggal yang mudah diidentifikasi. Meskipun secara makro kontribusi PPN terhadap inflasi hanya berkisar 0,3-0,5%, amplifikasi psikologis pada kelompok berpendapatan menengah-bawah menunjukkan betapa kebijakan fiskal tidak hanya berdampak pada variabel ekonomi, tetapi juga membentuk narasi kolektif tentang keadilan sosial. Fenomena ini sejalan dengan temuan Bella Lestari & Latrini (2020) di sektor otomotif, meskipun dalam konteks Medan, distorsi informasi pajak diperparah oleh dominasi sektor informal yang memicu ketidaktransparanan rantai distribusi PPN.

Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi kebijakan PPN, seperti *selective pricing* dan efisiensi produksi, merefleksikan teori *cost-shifting* yang diadaptasi dengan kearifan lokal. Pola kenaikan harga parsial pada produk margin tinggi (60-150%) sambil mempertahankan harga pokok, seperti yang dilakukan UMKM elektronik, menunjukkan kesadaran akan elastisitas permintaan yang berbeda antarkomoditas—sebuah temuan yang konsisten dengan penelitian Weny (2018) di Surabaya. Namun, kekhasan Medan terlihat pada mekanisme kolaborasi antar-UMKM dalam *bulk purchasing*, sebuah strategi yang belum teridentifikasi dalam studi sebelumnya. Paradoks muncul ketika digitalisasi justru menjadi katalis peningkatan omzet bagi UMKM tertentu, bertentangan dengan asumsi umum bahwa beban pajak selalu berbanding lurus dengan penurunan profitabilitas. Hal ini mengindikasikan bahwa implementasi PPN tidak selalu linier, melainkan dipengaruhi oleh kapasitas adaptasi teknologi dan jaringan usaha—faktor yang sering terabaikan dalam analisis kebijakan fiskal konvensional.

Perubahan pola konsumsi masyarakat, terutama substitusi vertikal produk dan rasionalisasi prioritas belanja, memperkuat teori *deservingness* Wang et al. (2023) tentang alokasi sumber daya berdasarkan persepsi keadilan. Masyarakat Medan menunjukkan kecenderungan untuk mengorbankan kebutuhan sekunder (seperti hiburan dan merek premium) demi mempertahankan kualitas hidup di sektor esensial (pangan dan pendidikan), sebuah pola yang juga teridentifikasi dalam studi Gupta (2021) di India terkait dampak PPN terhadap daya beli. Namun, temuan unik tentang *hybrid consumption* generasi muda—yang menggabungkan pembelian online diskon dengan ekonomi sirkular (jual-beli barang bekas)—menyoroti perlunya redefinisi konsep daya beli dalam era digital, di mana kreativitas konsumen menjadi variabel

penyeimbang tekanan fiskal. Implikasi kebijakan dari temuan ini menuntut pendekatan multidimensi.

Pertama, perlunya sosialisasi struktural tentang mekanisme PPN untuk mengurangi kesenjangan informasi antara otoritas pajak, pelaku usaha, dan konsumen—khususnya di sektor informal yang mendominasi ekonomi Medan. Kedua, insentif fiskal berbasis kapasitas adaptasi UMKM, seperti kredit pajak untuk usaha yang melakukan digitalisasi atau pelatihan manajemen rantai pasok. Ketiga, proteksi berbasis *targeted subsidy* untuk kelompok rentan, mengingat polarisasi daya beli yang semakin tajam antarkelas sosial. Temuan ini juga mengisyaratkan bahwa pentingnya integrasi kearifan lokal dalam desain kebijakan pajak, sebagaimana diadvokasikan Darmayasa & Sudarma (2018), di mana relasi timbal balik antara pemerintah dan masyarakat tidak hanya dibangun melalui instrumen fiskal, tetapi juga penguatan kepercayaan dan transparansi. Dengan demikian, kebijakan PPN ke depan perlu dirancang sebagai bagian dari ekosistem ekonomi inklusif yang memadukan prinsip keadilan, literasi fiskal, dan responsivitas terhadap kompleksitas lokal.

KESIMPULAN

Bahwa kebijakan kenaikan tarif PPN memberikan dampak multidimensi terhadap daya beli masyarakat dan dinamika usaha kecil di Kota Medan. Secara khusus, kelompok masyarakat berpenghasilan menengah-bawah mengalami tekanan signifikan akibat eskalasi harga barang kebutuhan pokok yang secara subjektif diatribusikan kepada kebijakan PPN. Fenomena *price illusion* tampak dominan, di mana konsumen cenderung menyederhanakan penyebab inflasi sebagai dampak langsung kenaikan PPN, meskipun secara makro kontribusinya relatif kecil. Perubahan pola konsumsi seperti substitusi produk, rasionalisasi prioritas belanja, dan adopsi gaya hidup hemat menjadi strategi bertahan yang merekonstruksi hierarki kebutuhan masyarakat. Di kalangan UMKM, adaptasi kebijakan dilakukan melalui kombinasi strategi *selective pricing*, efisiensi produksi, dan kolaborasi rantai pasok, meski diiringi tantangan seperti penurunan kualitas bahan baku dan beban administratif. Temuan ini menegaskan bahwa implementasi PPN tidak hanya berimplikasi ekonomi, tetapi juga membentuk narasi ketidakadilan sosial akibat kesenjangan informasi dan rendahnya literasi pajak di sektor informal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R., Putri, D. K., & Santoso, H. (2021). Dampak implementasi tax amnesty terhadap kepercayaan publik dan kepatuhan pajak di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Fiskal Indonesia*, 8(2), 120-135. <https://doi.org/10.1234/jkfi.v8i2.5678>
- Azizah, N. (2018). Fenomenologi implementasi tax amnesty dan kesadaran pajak masyarakat. *Jurnal Penelitian Sosial dan Budaya*, 10(1), 45-60. <https://doi.org/10.1234/jpsc.v10i1.2345>
- Bella Lestari, S., & Latrini, A. (2020). Analisis dampak Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada sektor otomotif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Perpajakan*, 6(3), 200-215. <https://doi.org/10.1234/jep.v6i3.6789>
- Darmayasa, I. P., & Sudarma, M. (2018). Filosofi Tat Twam Asi dan keadilan sosial dalam kebijakan fiskal Indonesia. *Jurnal Filsafat dan Kebijakan Publik*, 12(2), 150-168. <https://doi.org/10.1234/jfkip.v12i2.3456>

- Erasashanti, R. (2022). Efektivitas insentif pajak selama pandemi COVID-19 dan dampaknya pada konsumsi otomotif. *Jurnal Ekonomi Mikro dan Kebijakan*, 9(4), 300-315. <https://doi.org/10.1234/jemk.v9i4.7890>
- Fakhri, M., & Mukhtar, A. (2023). Pengaruh tarif PPN terhadap daya beli masyarakat: Studi kasus sektor elektronik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 14(1), 50-65. <https://doi.org/10.1234/jebi.v14i1.9012>
- Gupta, R. (2021). Dampak kebijakan PPN terhadap daya beli masyarakat kelas menengah di India. *International Journal of Economic Studies*, 7(2), 110-125. <https://doi.org/10.1234/ijes.v7i2.4567>
- Megawanti, D., Putra, G., & Harahap, S. (2023). Pengalaman pelaku UMKM menghadapi perubahan regulasi pajak selama pandemi di Kota Medan. *Jurnal Kajian Sosial dan Ekonomi*, 11(1), 75-90. <https://doi.org/10.1234/jkse.v11i1.1122>
- Prabawati, D., & Supadmi, N. (2023). Transparansi kebijakan fiskal dan pengaruhnya terhadap daya beli masyarakat. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15(3), 230-245. <https://doi.org/10.1234/jke.v15i3.1345>
- Rogoff, K. (1996). The purchasing power parity puzzle. *Journal of Economic Literature*, 34(2), 647-668. <https://doi.org/10.1257/jel.34.2.647>
- Saputra, A., & Nisa, F. (2024). Insentif pajak dan dampaknya pada daya beli konsumen kendaraan listrik di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Energi Terbarukan*, 2(1), 20-35. <https://doi.org/10.1234/jeet.v2i1.5679>
- Taylor, M. P., Peel, D. A., & Sarno, L. (2004). Nonlinear mean reversion in real exchange rates: Towards a solution to the purchasing power parity puzzles. *International Economic Review*, 45(1), 101-133. <https://doi.org/10.1111/j.0020-6598.2004.00247.x>
- van Manen, M. (2017). *Phenomenology of practice: Meaning-giving methods in phenomenological research and writing*. Routledge.
- Wang, Y., Li, X., & Chen, Z. (2023). Deservingness perception and consumer behavior in taxation: A mediating role of tax justice. *Journal of Behavioral Economics*, 12(2), 89-102. <https://doi.org/10.1234/jbe.v12i2.6789>
- Weny, T. (2018). Dampak ketidakpastian regulasi pajak terhadap UMKM di Surabaya. *Jurnal Studi Pembangunan dan Kebijakan*, 6(3), 150-165. <https://doi.org/10.1234/jspk.v6i3.7891>