

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan harga jual dalam industri sepatu terhadap daya beli konsumen merupakan fenomena yang penting untuk dipelajari. PPN merupakan pajak tidak langsung, konsekuensi yuridis bahwa antara pemikul beban pajak dengan penanggung jawab atas pembayaran pajak berada pada pihak yang berbeda (Siti Kurnia Rahayu & Ely Suhayati 2010:234-235).

Adanya fenomena diberlakukannya kenaikan tarif PPN yang semula 10% menjadi 11% per 1 April 2022, hal tersebut tentunya menimbulkan pro dan kontra dari berbagai lapisan masyarakat. Kenaikan tarif pajak tersebut sesuai dengan amanat sebagaimana yang tertuang di dalam aturan tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. (Veni Gerhana Putri, Agus Subandoro, 2020).

Menurut Bhima Yudhistira Adhinegara, selaku Direktur *Center of Economic and Law Studies* (CELIOS) PPN pada Masyarakat dan Pengusaha, fenomena yang terjadi karena adanya peningkatan tarif Pajak Pertambahan Nilai akan meningkatkan pula pada penjualan harga barang dan berdampak pada daya beli masyarakat kelas menengah sampai bawah, karena Pajak Pertambahan Nilai termasuk pajak objektif yang dasar pengenaan pajaknya secara adil, tidak melihat status maupun penghasilan subjek pajaknya. Jadi semua masyarakat harus membayar tarif Pajak Pertambahan Nilai tersebut jika melakukan transaksi barang/jasa kena pajak.

Dirilis dari Pajak.com Menteri Keuangan Sri Mulyani menjelaskan bahwa alasan utama dinaikannya tarif PPN 11 persen yaitu menambah pemasukan penerimaan negara guna memperbaiki kondisi Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) yang secara berturut-turut mengalami defisit selama pandemi. Agar kondisi APBN bisa pulih dan surplus kembali dibutuhkan terobosan baru yang dapat memulihkannya. PPN dipilih pemerintah sebagai *space* yang tepat untuk pemulihan APBN karena tarif PPN di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan dengan negara lain.

Pajak merupakan suatu kontribusi atau iuran wajib yang bersifat memaksa dan tidak mendapat imbalan secara langsung yang dibayarkan oleh rakyat atau wajib pajak kepada negara baik oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah berdasarkan Undang-Undang serta aturan pelaksanaan pemungutan pajak untuk digunakan sebesar-besarnya kepentingan dan kemakmuran masyarakat Indonesia (Mardiasmo 2019: 4-5).

Sementara itu, harga jual adalah upaya untuk menyeimbangkan keinginan untuk memperoleh manfaat sebesar-besarnya dari perolehan pendapatan yang tinggi dan penurunan volume penjualan jika harga jual yang dibebankan ke konsumen terlalu mahal (Krismiaji & Anni 2011).

Harga jual merupakan faktor kunci yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk sepatu. Pada industri sepatu, terutama di daerah Cibaduyut, terdapat banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam produksi dan penjualan sepatu.

Pada saat ini, industri sepatu di Cibaduyut menghadapi berbagai tantangan, termasuk persaingan yang ketat dengan produk impor dan fluktuasi harga bahan baku. Selain itu, pemerintah juga memberlakukan PPN pada sektor ini, yang dapat mempengaruhi harga jual sepatu. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bagaimana PPN dan harga jual berkontribusi terhadap daya beli konsumen di industri sepatu.

Dirilis dari [Republika.co.id](https://republika.co.id), Bandung – Syamsudin selaku pengrajin sepatu di Cibaduyut menyatakan bahwa seiring waktu, pamor sentra industri sepatu di Cibaduyut terus menurun. Ia memperkirakan hal itu terjadi karena gempuran produk impor yang masuk ke Indonesia khususnya ke Kota Bandung. "Dulu berjaya bahkan jadi nomor satu, tapi sekarang menurun karena ada produk impor," ujarnya, Kamis (10/11/2022).

Studi kasus pada UMKM pengusaha sepatu di Cibaduyut menjadi relevan karena daerah ini dikenal sebagai pusat industri sepatu di Indonesia. Para pengusaha sepatu di Cibaduyut didominasi dengan pengusaha yang sudah UMKM. Menurut Oktavian & Rumaisa (2022), UMKM di Indonesia mengalami kondisi di mana bisnis atau usaha tidak mengalami perkembangan tetapi tidak juga mengalami kerugian (stagnan) sejak 10 tahun terakhir dengan kurang lebih 98,7% yang didominasi oleh usaha mikro.

UMKM merupakan tulang punggung perekonomian lokal dan memiliki peran yang penting dalam menciptakan lapangan kerja dan kontribusi ekonomi. Oleh karena itu, memahami pengaruh PPN dan harga jual terhadap daya beli konsumen pada UMKM pengusaha sepatu di Cibaduyut dapat memberikan

wawasan yang berharga bagi pengusaha, pemerintah, dan peneliti dalam mengembangkan strategi yang tepat untuk meningkatkan pertumbuhan industri sepatu.

Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indrayuti (2019) bahwa PPN berpengaruh terhadap daya beli konsumen. Sedangkan menurut penelitian Pudjo Melanie menunjukkan bahwa adanya hubungan penetapan harga jual dan daya beli konsumen, maka kenaikan maupun penurunan salah satu dari kedua variabel tersebut akan menaikkan atau menurunkan variabel lainnya karena mempunyai hubungan positif

Melalui studi ini, akan dikumpulkan data mengenai perubahan harga sepatu setelah pemberlakuan PPN, perilaku konsumen dalam menghadapi kenaikan harga, dan dampaknya terhadap daya beli konsumen. Selain itu, akan dipelajari juga faktor-faktor lain yang mempengaruhi daya beli konsumen, seperti kualitas produk, merek, preferensi gaya, dan faktor demografis. Perbedaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dari penelitian sebelumnya yaitu terletak pada judul penelitian, metode penelitian, tempat dan tahun penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Harga Jual pada Industri Sepatu Terhadap Daya Beli Konsumen pada UMKM Pengusaha Sepatu di Cibaduyut”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah menurut Ninit Alfianika (2018:42) adalah pengenalan suatu masalah penelitian yang ada pada latar belakang.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% dapat memiliki dampak terhadap daya beli konsumen pada industri sepatu. Peningkatan beban pajak ini dapat meningkatkan harga jual sepatu, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kemampuan konsumen untuk membeli sepatu,
2. Peningkatan tarif PPN dan harga jual sepatu dapat mengakibatkan penurunan daya beli konsumen, terutama bagi masyarakat kelas menengah dan bawah. Pajak PPN yang dikenakan pada semua transaksi barang/jasa kena pajak dapat mengurangi pendapatan yang tersedia untuk konsumsi sepatu.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh PPN terhadap daya beli konsumen
2. Seberapa besar pengaruh harga jual terhadap daya beli konsumen

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan dia atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh PPN terhadap daya beli konsumen

2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh harga jual terhadap daya beli konsumen

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Praktis (Kegunaan Operasional)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi dan menyelesaikan permasalahan Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Harga Jual Pada Industri Sepatu Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Pengusaha Sepatu di Cibaduyut). Berdasarkan teori yang dibangun dan bukti empiris yang dihasilkan, dengan adanya Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Harga Jual Pada Industri Sepatu Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Pengusaha Sepatu di Cibaduyut).

### **1.5.2 Kegunaan Akademis (Pengembangan Ilmu)**

Hasil penelitian ini sebagai pembuktian kembali dari teori-teori dan hasil penelitian terdahulu dan diharapkan dapat menunjukkan bahwa Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Harga Jual Pada Industri Sepatu Terhadap Daya Beli Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Pengusaha Sepatu di Cibaduyut). Hasil penelitian ini untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi dengan topik yang sama terkait Daya Beli Konsumen.