

ANALISIS DAMPAK KENAIKAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) TERHADAP OMSET PENJUALAN PADA PT. RODA MAS AUTO PRIMA

Ayu Fitriani Lubis*

Akuntansi, Universitas Dharmawangsa

ayufitriani003@gmail.com

Lukman Hakim Siregar

Akuntansi, Universitas Dharmawangsa

lukman.fe@dharmawangsa.ac.id

Nurhayati

Akuntansi, Universitas Dharmawangsa

nurhayati@dharmawangsa.ac.id

* Ayu Fitriani Lubis

Received: 29 September 2025 | Revised: 02 Oktober 2025 | Published: 09 Oktober 2025

Abstract

This study analyses the impact of the Value Added Tax (VAT) rate increase from 10% to 11% that came into effect in April 2022 on sales turnover at PT Roda Mas Auto Prima, an automotive repair shop in Medan. This VAT increase is a strategic government policy to strengthen state revenue and overcome the budget deficit due to the COVID-19 pandemic. The research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques through observation, in-depth interviews, and documentation of company financial data for 2021, 2022, and 2023. The analysis was conducted through a comparison of turnover data before and after the VAT increase and a narrative review of the company's adaptation strategy. The results showed that the turnover of PT Roda Mas Auto Prima experienced growth despite the VAT rate increase, from IDR 3.86 billion in 2021 to IDR 4.80 billion in 2022 and jumped to IDR 7.10 billion in 2023. The determining factor for success lies not only in adjusting prices after the VAT increase, but also in service innovation, improving work quality, and promotion and discount strategies to maintain customer loyalty. This research shows that with the right adaptive measures, companies can overcome the challenges of fiscal policy changes and maintain business growth. This study serves as a valuable reference for automotive businesses and fiscal policy stakeholders in the future.

Keywords: Value Added Tax, VAT 11%, Turnover, Business Adaptation, PT Roda Mas Auto Prima

Abstrak

Penelitian ini menganalisis dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% yang mulai diberlakukan pada April 2022 terhadap omset penjualan pada PT. Roda Mas Auto Prima, sebuah bengkel otomotif di Medan. Kenaikan PPN ini merupakan kebijakan strategis pemerintah untuk memperkuat penerimaan negara dan mengatasi defisit anggaran akibat pandemi COVID-19. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi data keuangan perusahaan tahun 2021, 2022, dan 2023. Analisis dilakukan melalui perbandingan data omset

sebelum dan sesudah kenaikan PPN serta telaah naratif terhadap strategi adaptasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan omset PT. Roda Mas Auto Prima mengalami pertumbuhan meski terdapat kenaikan tarif PPN, yaitu dari Rp 3,86 miliar pada 2021 menjadi Rp 4,80 miliar pada 2022 dan melonjak ke Rp 7,10 miliar pada 2023. Faktor penentu keberhasilan tidak hanya terletak pada penyesuaian harga pasca kenaikan PPN, tetapi juga pada inovasi layanan, peningkatan kualitas kerja, serta strategi promosi dan diskon untuk menjaga loyalitas pelanggan. Penelitian ini memperlihatkan bahwa dengan langkah adaptif yang tepat, perusahaan dapat mengatasi tantangan perubahan kebijakan fiskal dan tetap menjaga pertumbuhan bisnis. Studi ini menjadi referensi berharga bagi pelaku usaha otomotif dan pemangku kepentingan kebijakan fiskal di masa mendatang.

Kata kunci: Pajak Pertambahan Nilai, PPN 11%, Omset, Adaptasi Bisnis, PT. Roda Mas Auto Prima

PENDAHULUAN

Kebijakan fiskal di Indonesia berperan penting dalam menopang perekonomian nasional, terutama pada masa pemulihan pasca pandemi COVID-19 yang melanda global dan berdampak signifikan pada kegiatan ekonomi negara. Dalam konteks ini, pajak menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan penerimaan negara, mendukung program pembangunan nasional di sektor infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta berbagai bantuan sosial.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan objek pajak yang dikenakan pada setiap transaksi barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat. PPN diatur dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), dengan perubahan signifikan pada tarif PPN dari 10% menjadi 11% yang mulai berlaku 1 April 2022. Kenaikan tarif ini dilakukan untuk menutup defisit APBN akibat pandemi serta meningkatkan pendapatan negara dalam rangka mendukung program strategis nasional di tengah tekanan fiskal yang kuat.

Dampak kenaikan tarif PPN terhadap dunia usaha dan masyarakat luas menuai diskusi menarik di kalangan akademisi dan pelaku ekonomi. Sisi positifnya, kebijakan ini meningkatkan potensi penerimaan negara, namun sisi negatifnya berpotensi menaikkan harga barang dan jasa, menurunkan daya beli masyarakat, dan mengikis margin keuntungan pelaku usaha yang tidak bisa serta merta meneruskan kenaikan biaya kepada konsumen akhir.

Maka, sangat penting untuk menganalisis dampak perubahan tarif PPN terhadap dinamika bisnis, khususnya pada sektor otomotif yang memiliki peranan vital dalam menopang sektor transportasi dan distribusi barang. PT. Roda Mas Auto Prima, sebagai perusahaan jasa perawatan dan perbaikan kendaraan roda empat dan truk, telah beroperasi selama lebih dari 20 tahun dan

menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP), menghadapi tantangan kenaikan pajak di tengah upaya mempertahankan pertumbuhan omset.

Penelitian ini fokus untuk menjawab pertanyaan mendasar: Apakah kenaikan tarif PPN berdampak pada omset penjualan PT. Roda Mas Auto Prima? Latar belakang permasalahan terkait persepsi daya beli masyarakat, strategi adaptasi bisnis, serta data empiris perbandingan omset penjualan sebelum dan sesudah kenaikan tarif, menjadi bagian utama dalam analisis penelitian ini.

Perusahaan yang menjadi subjek penelitian, PT. Roda Mas Auto Prima, memberikan layanan purna jual otomotif dengan berbagai penawaran jasa, mulai dari servis berkala, body repair, hingga accesories. Keunikan penelitian ini terletak pada pendekatan deskriptif kualitatif yang tidak hanya mengukur secara numerik, namun juga menganalisis faktor-faktor non-keuangan seperti strategi pemasaran, loyalitas pelanggan, dan manajemen kualitas pelayanan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran empiris serta rekomendasi praktis mengenai adaptasi kebijakan bisnis di tengah perubahan kebijakan fiskal, sekaligus menjadi referensi akademik dan manajerial bagi pelaku usaha di sektor otomotif serta pemangku kepentingan lainnya yang terdampak oleh perubahan tarif PPN.

Secara akademis, hasil penelitian dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji dampak perubahan kebijakan fiskal pada aspek mikro perusahaan. Adapun secara praktis, penemuan dalam riset ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan lain sebagai strategi bertahan dan berkembang dalam situasi perubahan kebijakan pajak di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat terkait dampak kenaikan tarif PPN terhadap omset PT. Roda Mas Auto Prima. Lokasi penelitian berada di Jl. Gatot Subroto KM 7,8 No. 297, dalam area SPBU Lotte Mart, tempat perusahaan beroperasi.

Metode pengumpulan data utama meliputi observasi aktif terhadap proses transaksi, wawancara mendalam dengan pimpinan dan staf terkait, serta dokumentasi dari laporan penjualan bulanan dan dokumen administrasi perpajakan. Data primer diperoleh langsung dari sumber perusahaan melalui interaksi dan pengukuran di lapangan. Adapun data sekunder berupa laporan keuangan internal, dokumentasi penjualan, arsip faktur, dan dokumen pendukung lainnya.

Berikut ini jadwal penelitian secara terstruktur:

Tabel 1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Okt-24	Nov-24	Des-24	Jan-25	Feb-25	Mar-25
1	Pengajuan Judul	√					
2	Pengerjaan Proposal	√	√				
3	Bimbingan Proposal			√			
4	Menyusun Skripsi			√	√		
5	Pengumpulan Data			√	√		
6	Bimbingan Skripsi				√	√	
7	Perbaikan Skripsi					√	√
8	Sidang Meja Hijau						√

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis komparatif dan perbandingan antar tahun, khususnya antara tahun 2021 (PPN 10%), 2022 sampai 2023 (PPN 11%), untuk membandingkan perubahan omset sebelum dan sesudah kebijakan tarif baru diberlakukan.

Definisi operasional dalam penelitian ini mencakup: Omset penjualan adalah keseluruhan pendapatan kotor dari jasa dan barang yang diberikan perusahaan selama periode tertentu. DPP (Dasar Pengenaan Pajak) dan PPN (Pajak Pertambahan Nilai) diartikan sebagai nilai transaksi yang menjadi dasar perhitungan serta jumlah PPN yang harus dibayarkan sesuai ketentuan.

Teknik wawancara dilakukan secara terstruktur, menasar pertanyaan terkait strategi penyesuaian perusahaan pasca kenaikan tarif, persepsi pelanggan akan harga, hingga bagaimana promosi dan diskon dilakukan. Dokumentasi digunakan untuk menguji keakuratan dan validitas data laporan penjualan dan laporan fiskal bulanan.

Pengolahan data dilakukan melalui telaah perbandingan (cross-year analysis) pada omset bulanan dan tahunan, serta telaah naratif hasil wawancara dengan owner dan staf terkait. Data kuantitatif dan narasi kualitatif kemudian diolah menjadi satu kesatuan untuk menghasilkan pembahasan yang holistik.

Model penelitian yang digunakan juga membandingkan strategi adaptif PT. Roda Mas Auto Prima dengan temuan penelitian sebelumnya terkait dampak kenaikan PPN pada perusahaan lain di sektor berbeda, memperkaya perspektif komparatif serta menilai performa perusahaan secara obyektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi kenaikan omset penjualan PT. Roda Mas Auto Prima dari tahun ke tahun, bahkan setelah kebijakan kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11%. Tahun 2021 (PPN 10%), total omset tercatat Rp 3.865.920.155, naik menjadi Rp 4.803.479.095 pada tahun 2022 (tahun awal PPN 11%), dan kembali naik drastis menjadi Rp 7.100.378.525 pada tahun 2023. Ketahanan omset bahkan di tengah potensi penurunan daya beli ini menunjukkan adanya strategi bisnis yang adaptif.

Data perbandingan terperinci antara tahun 2021 dan 2022 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Data perbandingan terperinci antara tahun 2021 dan 2022

Bulan	Omset 2021	Omset 2022	Naik/Turun	Selisih
Januari	467,035,834	314,211,869	Turun	152,823,965
Februari	456,456,700	349,518,393	Turun	106,938,307
Maret	392,148,404	472,279,187	Naik	80,130,783
April	401,644,200	411,046,295	Naik	9,402,095
Mei	381,350,327	505,561,497	Naik	124,211,170
Juni	261,339,630	417,844,922	Naik	156,505,292
Juli	236,330,200	323,035,511	Naik	86,705,311
Agustus	228,314,699	364,526,511	Naik	136,211,812
September	235,209,665	382,664,406	Naik	147,454,741
Oktober	250,219,408	393,470,827	Naik	143,251,419
November	279,811,986	382,270,617	Naik	102,458,631
Desember	276,059,102	487,049,060	Naik	210,989,958
Total	3,865,920,155	4,803,479,095	Naik	937,558,940

Perbandingan 2022 ke 2023 juga menunjukkan lonjakan omset tahunan sebesar Rp 2.296.899.430, sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Perbandingan 2022 ke 2023

Bulan	Omset 2022	Omset 2023	Naik/Turun	Selisih
Januari	314,211,869	550,268,554	Naik	236,056,685
Februari	349,518,393	541,165,700	Naik	191,647,307
Maret	472,279,187	392,148,404	Turun	80,130,783

Bulan	Omset 2022	Omset 2023	Naik/Turun	Selisih
April	411,046,295	401,644,200	Turun	9,402,095
Mei	505,561,497	681,350,327	Naik	175,788,830
Juni	417,844,922	655,856,280	Naik	238,011,358
Juli	323,035,511	659,330,200	Naik	336,294,689
Agustus	364,526,511	612,314,699	Naik	247,788,188
September	382,664,406	635,209,665	Naik	252,545,259
Oktober	393,470,827	656,219,408	Naik	262,748,581
November	382,270,617	682,811,986	Naik	300,541,369
Desember	487,049,060	632,059,102	Naik	145,010,042
Total	4,803,479,095	7,100,378,525	Naik	2,296,899,430

Selain omset, analisis data DPP dan PPN tiap bulan setelah menjadi PKP juga dilakukan. Berikut tabel DPP dan PPN Agustus s.d. Desember 2023:

Tabel 5. DPP dan PPN Agustus s.d. Desember 2023

Bulan	DPP	PPN	Total
Agustus	551,634,864	60,679,835	612,314,699
September	572,260,959	62,948,706	635,209,665
Oktober	591,188,656	65,030,752	656,219,408
November	615,145,933	67,666,053	682,811,986
Desember	569,422,614	62,636,488	632,059,102

Secara naratif, hasil wawancara menyatakan omset tetap naik karena perusahaan responsif meningkatkan kualitas layanan, melakukan promosi/diskon, dan memperkuat strategi pemasaran untuk menarik loyalitas pelanggan. Ada segmen konsumen yang sensitif pada kenaikan harga akibat PPN, namun strategi menjaga kualitas dan memberikan nilai tambah berhasil menyeimbangkan dampak negatif yang timbul.

Perusahaan secara aktif melakukan ekspansi dan diversifikasi layanan, sehingga mampu mengimbangi penurunan pada segmen pelanggan sensitif pajak dengan pertumbuhan di segmen pelanggan korporasi yang menjadi preferensi dalam transaksi PKP.

KESIMPULAN

Meskipun terdapat potensi dampak dalam bentuk kenaikan harga barang dan jasa yang dapat berdampak pada daya beli masyarakat, namun kesimpulan ini didukung oleh hasil penelitian dan analisis mengenai bagaimana omzet penjualan PT. Roda Mas Auto Prima dipengaruhi oleh kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10%–11%, perusahaan mampu mengatasi tantangan tersebut dengan strategi yang tepat. Kenaikan PPN tidak menyebabkan penurunan omset penjualan di PT. Roda Mas Auto Prima. Sebaliknya, perusahaan berhasil meningkatkan omsetnya dari tahun ke tahun, yaitu Rp. 3,86 miliar (2021) menjadi Rp. 4,80 miliar (2022) dan Rp. 7,10 miliar (2023).

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu mempertahankan bahkan meningkatkan penjualannya meskipun tarif pajak mengalami kenaikan. Keberhasilan tersebut didukung oleh berbagai strategi yang diterapkan oleh PT. Roda Mas Auto Prima, di antaranya meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan hasil kerja, serta melakukan promosi dan pemberian diskon kepada pelanggan. Dengan strategi ini, perusahaan mampu menjaga loyalitas pelanggan dan menarik lebih banyak konsumen, sehingga dampak negatif dari kenaikan PPN dapat diminimalkan. Dengan demikian, kenaikan tarif PPN memang dapat memberikan tantangan bagi dunia usaha, tetapi dengan langkah-langkah yang tepat, Perusahaan tetap dapat mempertahankan kinerja penjualannya dan terus berkembang di Tengah perubahan kebijakan pajak.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Basir. 2024. *Perpajakan Nasional Dasar-dasar, Prinsip, dan Penerapannya*. Indigo Media, Tangerang.
- Anggita Fatmawati Putri. 2022. Kajian Pemungutan PPN Domestik Proposal untuk Indonesia. *Jurnal Pajak Indonesia* Vol. 6, No. 25, 561-577.
- Deanita Sari. 2024. *Buku Ajar Pratikum Perpajakan*. Tangguh Denara Jaya, Nusa Tenggara Timur.
- Efvlint Tjendana, Virna Sulfitri. 2025. Analisis Dampak Kenaikan Tarif PPN 11 Terhadap Penjualan PT. Sokenko Maju Jaya. *Postgraduate Management Journal* Vol. 4, No. 2, 34-40.
- Fadhlurrahman Santoso, Jullie J. Sondakh, Natalia Y.T Gerungai. 2018. Analisis Perhitungan, Penyetoran, dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada PT. Emigas Sejahtera. *Jurnal Riset Akuntansi Going Concern* 134, 819-829.

- Fanny Permata Gunawan, Venita Sofiani. 2023. Pengaruh Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Biaya Bahan Baku Terhadap Omset Penjualan Pada PT. Buana Raya Lestari. *Journal of Economics and Business UBS*.
- Fatchul Majid, Hilda Shofiatus Sholikhah, Lintang Sarwendah. 2023. Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNITA Vol. 2, No. 2*, 92-97.
- Hamidah, Junaidi, Novien Rialdy, Amusiana, Wildoms Sahusilawane, Rika Lidyah, Eliya ISfaatun, Thorman Lumbanraja, Rama Nugraha Irawan Surayuda. 2022. *Perpajakan*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, Batam.
- Khas Sukma Mulya, Dwikora Harjo, Ratih Kumala, Imam Nararudin Latif, Tiolina Evi, Ambarwati, Irawati, Mohammad Luhur Hambali, Jiwa Pribadi Agustianto, Mainita Hidayati, Yuliawan, Ryan Nugraha, Hansi Joachim, Tjandra Wasesa. 2023. *Akuntansi Perpajakan Teori, Landasan Hukum Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Mainita Hidayati, Irawati, Ahmad Nukman Ginanjar, Titik Haryanti, Apriyanto, Cecep Abdul Hakim, Dra. Caecilia Sri Haryanti. 2024. *Pengantar Perpajakan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, Jambi.
- Nataherwin, Widyasari. 2017. *Kupas Tuntas Tentang PPN dan PPnBM*. CV. Rasi Terbit, Bandung.
- Nataherwin, Syanti Dewi, Widyasari. 2023. *Kajian Lengkap Tentang PPN dan PPnBM*. Uwais Inspirasi Indonesia, Jawa Timur.
- Nikmatul Ula Wila, Nur Aini Anisa. 2023. Dampak Peningkatan Tarif PPN Terhadap Omzet Penjualan Pada PT. XYZ. *Journal of Islamic Digital Economic and Management*.
- Restoe Rahma Rizkianti, Hayati Fatimah. 2023. Analisis Dampak Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Penjualan Pada PT. XYZ Cabang Tangerang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*.
- Suparna Wijaya, Adam Panchar Nirvana. 2021. Value Addend Tax Of Trading Through Electronic Systems Case Study PT. Shopee International Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Vol. 5, No. 3*, 245-256.
- Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Barang dan Jasa Serta Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 Tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Barang dan Jasa serta Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM).

JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI DAN ILMU EKONOMI

Veni Gerhana Putri, Agus Subandoro. 2022. Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11 Terhadap Penjualan Pada PT. X. Jurnal Akuntansi.

Yunita Sari Rioni, Teuku Radhifan Syauqi. 2022. Analisis Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Dalam Pembuatan NPWP UKM di Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat.