



Website:

ejournal.umm.ac.id/index.php/jaa

Afiliasi:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Wiraraja, Madura, Jawa
Timur

***Correspondence:**

faisol114@wiraraja.ac.id

DOI: [10.22219/jaa.v6i2.24536](https://doi.org/10.22219/jaa.v6i2.24536)

Sitasi:

Faisol, M., Norsain. (2023).
Netnografi: Perspektif Netizen
Terhadap Kenaikan Tarif Ppn 11%.
Jurnal Akademi Akuntansi, 6(2), 167-
182.

Proses Artikel

Diajukan:

18 Januari 2023

Direviu:

13 Februari 2023

Direvisi:

16 Mei 2023

Diterima:

20 Mei 2023

Diterbitkan:

31 Mei 2023

Alamat Kantor:

Jurusan Akuntansi Universitas
Muhammadiyah Malang
Gedung Kuliah Bersama 2
Lantai 3.
Jalan Raya Tlogomas 246,
Malang, Jawa Timur,
Indonesia

P-ISSN: 2715-1964

E-ISSN: 2654-8321

Type Artikel: Paper Penelitian

NETNOGRAFI: PERSPEKTIF NETIZEN TERHADAP KENAIKAN TARIF PPN 11%

Moh. Faisol*¹, Norsain²

ABSTRACT

Purpose: The purpose of this study was to determine netizens' perceptions of the 11% increase in the VAT rate.

Methodology/Approach: The researcher uses a qualitative approach using the netnographic method because it is relevant to the discussion of netizen responses originating from social media. Research data collection used observation and documentation on the twitter account (#PPNNAIK) with the NCapture for Nvivo application, then analyzed using qualitative data analysis and NVivo R1 software.

Findings: The results of this study state that there are pros and cons related to the 11% VAT increase policy that must be understood broadly and fundamentally so that it is wiser to react to it and does not cause speculation in the community. Those who are against say that an 11% VAT increase along with an increase in the prices of other necessities amid the COVID-19 pandemic is inappropriate because it will burden the people in meeting their daily needs. Meanwhile, those who are pro argue that the goods/services that are subject to 11% VAT are not goods/services that are basic needs of the community, such as rice, sugar, and the like, which are consumed by the lower middle class. However, the increase in the imposition of taxes on goods consumed by the upper middle class, so that the 11% increase in VAT has proven to increase state revenues and return to the community.

Practical and Theoretical contribution/Originality: The implication of this research is that it is important for the public to understand each "PPN 11%" policy comprehensively so as not to cause uproar in the community.

KEYWORDS: Netnography, UU HPP, Value Added Tax

ABSTRAK

Tujuan penelitian: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi netizen terhadap kenaikan tarif PPN 11%.

Metode/Pendekatan: Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi karena relevan dengan pembahasan respon netizen yang bersumber dari media sosial. Pengumpulan data penelitian menggunakan observasi dan dokumentasi pada akun twitter (#PPNNAIK) dengan aplikasi NCapture for Nvivo, kemudian dianalisis dengan analisis data kualitatif dan software NVivo R1.

Hasil: Hasil penelitian ini menyatakan adanya pro dan kontra terkait kebijakan kenaikan PPN 11% harus dipahami secara luas dan mendasar supaya lebih bijak menyikapinya, dan tidak menimbulkan spekulasi di masyarakat. Mereka yang kontra menyatakan kenaikan PPN 11% bersamaan dengan kenaikan harga-harga kebutuhan lainnya di tengah pandemi COVID-19 kurang tepat karena akan membebani masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara yang pro membantah karena barang/jasa yang dikenakan PPN 11%, bukanlah barang/jasa yang merupakan kebutuhan pokok



© 2023 Moh. Faisol, Norsain

Jurnal Akademi Akuntansi is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

masyarakat, seperti beras, gula, dan sejenisnya yang dikonsumsi oleh kalangan menengah ke bawah. Namun demikian, kenaikan pengenaan pajak atas barang-barang yang dikonsumsi oleh golongan menengah ke atas, sehingga dengan kenaikan PPN 11% terbukti meningkatkan penerimaan negara dan kembali kepada masyarakat.

Kontribusi Praktik dan Teoretis/Orisinalitas: Implikasi penelitian ini adalah pentingnya bagi masyarakat untuk memahami setiap kebijakan “PPN 11%” secara komprehensif supaya tidak menimbulkan kegaduhan di tengah masyarakat.

KATA KUNCI : Netnografi, Pajak Pertambahan Nilai, UU HPP.

PENDAHULUAN

Pajak merupakan penerimaan utama negara yang digunakan untuk pembiayaan belanja negara. Belanja negara yang dimaksud adalah belanja pegawai, belanja insfaktur, dan belanja investasi dengan tujuan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat. Penerimaan negara menjadi priotas yang terus diupayakan supaya mampu memenuhi kebutuhan belanja yang dilakukan negara sebagaimana tertuang dalam Anggaran Belanja dan Penerimaan Negara (APBN).

Upaya yang terus dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk mengoptimalkan penerimaan pajak adalah dengan cara intensifikasi dan ekstensifikasi ([Afifah, Paramita, and Nurlinda 2019](#); [Christover 2016](#); [Huda and Hernoko 2017](#); [Sugiyarsih et al. 2021](#)). Intensifikasi yang terbaru dilakukan dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Salah satu hal esensial dalam peraturan tersebut adalah kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang sebelumnya sebesar 10% menjadi 11% yang mulai efektif per 1 april tahun 2022 serta sebesar 12% yang harus diberlakukan paling lambat 1 Januari 2025. Tarif tersebut tentunya lebih tinggi dibandingkan Malaysia dan Singapura, masing-masing 10% dan 7% tetapi lebih rendah dibandingkan dengan rata-rata tarif PPN di Dunia ([Santoso 2022](#)).

Kenaikan tarif PPN tersebut dalam rangka meningkatkan penerimaan pajak (Amaranggana 2021) dan menjamin keadilan serta stabilitas ekonomi (DDTC 2022). [Wildan \(2021\)](#) menyebutkan bahwa PPN memberikan kontribusi bagi penerimaan negara sebesar 35% dan merupakan terbanyak kedua setelah Pajak Penghasilan (PPh). Penguatan melalui kenaikan tarif PPN juga diikuti dengan adanya perlakuan khusus bagi usaha-usaha tertentu dengan tarif final sebesar 1%, 2%, dan 3% ([Alfi 2022](#)). Namun demikian, kenaikan tarif PPN memberikan dampak signifikan bagi pengusaha dan daya beli masyarakat ([Thomas 2022](#)), mengingat PPN sebagai salah satu penentu harga jual suatu barang atau jasa ([Kučerová 2017](#)). Ketika terdapat kenaikan tarif PPN secara otomatis juga akan menyebabkan kenaikan harga jual atas barang atau jasa tersebut ([Pike, Lewis, and Turner 2009](#); [Singh 2019](#)).

Kondisi tersebut tentunya dirasakan oleh pengusaha ataupun masyarakat luas sebagai konsumen akhir yang menanggung PPN. Nilai transaksi atas barang atau jasa dengan nilai yang rendah, jumlah PPN yang dibayar dengan kenaikan (selisih) 1% adalah wajar. Namun jika transaksi atas barang atau jasa dengan nilai yang besar, maka selisih kenaikan PPN tersebut menjadikan beban yang berat. Pararel dengan *theory planet behavior* bahwa kontrol perilaku dalam adalah “kenaikan tarif PPN” akan mempengaruhi tindakan yang akan dilakukan “pertimbangan membeli atau tidak” ([Ajzen 1991](#)). Sebagai konsumen, salah satu keputusan untuk membeli atau tidak atas suatu barang adalah harga ([Dukoski and Aqifi 2017](#)). Begitu juga dengan pengusaha, menaikkan harga jual barang dari harga sebelumnya akan berdampak bagi konsumennya ([Cakranegara et al. 2022](#); [Jannah and Supadmi 2021](#)).

Beberapa penelitian yang menelaah tentang rencana kenaikan PPN 11% ([Liyana 2021](#)), dampak penenaan PPN 11% bagi pelaku usaha ([Djufri 2022](#)), implementasi kenaikan tarif PPN 11% bagi pengusaha kena pajak ([Larasati and Wibowo 2022](#)), dan kenaikan PPN 11% terhadap penjualan ([Alotaibi 2021](#); [Putri and Subandoro 2022](#)). Berdasarkan data tersebut, objek terdahulu yang dilakukan secara langsung (di dunia nyata) kepada wajib pajak dengan melakukan wawancara ataupun survei. Sedangkan penelitian ini fokus pada objek yang ada di dunia maya yaitu pernyataan-pernyataan *netizen* yang ada di media sosial *twitter* dengan adanya tagar #PPNNaik.

Alhasil, pasca ditetapkannya adanya kenaikan PPN respon masyarakat di media sosial dan laman berita memberikan pro dan kontra atas kebijakan tersebut, seperti adanya #PPNNaik. Hal ini memberikan motivasi untuk dilakukan penelitian mengingat *netizen* dari berbagai kalangan dan profesi turut memberikan komentar atas kenaikan tarif PPN menjadi 11%. Di samping itu ungkapan *netizen* melalui media sosial sebagai respon kesadaran pribadi mereka atas kondisi yang dirasakan dan dialami dengan adanya kenaikan tarif PPN merupakan representasi dari masyarakat Indonesia. Lebih dari itu, penelitian dengan menggunakan media sosial menjadi semarak digunakan beberapa tahun belakangan dengan menggunakan metode *netnografi* ([Kozinets 2015](#)). Jangkauan sumber informasi yang lebih luas, dan juga sebagai instrumen alternatif dalam memperoleh data penelitian dalam waktu yang singkat. Sehingga penelitian ini penting untuk dilakukan dengan berbagai alasan di atas, dalam rangka mengembangkan metode alternatif (*netnografi*) dalam memperoleh data penelitian dan juga memperoleh basis data yang lebih luas dan variatif (berbagai kalangan dan profesi).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi *netizen* dengan diberlakukannya kenaikan tarif PPN 11% di dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Kontribusi dari penelitian ini adalah bahwa setiap kebijakan kenaikan tarif PPN akan berdampak pada harga jual barang dan jasa serta daya beli masyarakat, sehingga setiap kebijakan tersebut harus dilakukan kajian secara mendalam dengan melibatkan segala pihak yang berkepentingan agar tidak menimbulkan kegaduhan di masyarakat pasca ditetapkan dan diimplementasikan kebijakan tersebut. Di samping itu, sebagai bahan edukasi bagi masyarakat untuk memahami pokok permasalahan dari setiap kebijakan, sehingga tidak melahirkan pemikiran yang salah dan berkembang di tengah masyarakat.

Pajak merupakan iuran yang wajib ditunaikan oleh rakyat kepada negara dengan tidak mendapatkan kontraprestasi secara langsung dan digunakan untuk kepentingan negara ([Pietersz et al. 2021](#)) seperti membangun infrastruktur, pelayanan publik, dan belanja lainnya serta dipungut sesuai ketentuan perundang-undangan ([Resmi 2019](#)). Sebagai sumber penerimaan yang utama dalam membiayai kebutuhan negara ([Darussalam, Septriadi, and Dhora 2020](#); [Kuswara and Sari 2022](#)), maka semaksimal mungkin usaha dilakukan supaya masyarakat (wajib pajak) sadar dan patuh terhadap kewajiban perpajakannya. Kewajiban perpajakan yang dimaksud adalah mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, memotong/memungut, melaporkan, dan membayar/ menyetorkan pajak ke kas negara ataupun kas daerah. Terdapat dua jenis pajak, yaitu pajak pusat (seperti PPN dan PPh) dan pajak daerah (seperti pajak hotel dan restoran) ([Resmi 2019](#)).

Sebagai sumber penerimaan paling dominan ([Amrin, Khairusoalihin, and Muthoifin 2021](#); [Safonova et al. 2016](#)) di dalam APBN, sehingga pajak memiliki fungsi anggaran (*budgeting*). Pada sisi yang lain pajak memiliki fungsi mengatur (*regulating*), yaitu mengatur kehidupan sosial bermasyarakat ([Resmi 2019](#)). Sebagaimana kenaikan tarif PPN, merupakan bagian dari fungsi mengatur untuk mewujudkan keadilan dan stabilitas. Selain fungsi anggaran dan fungsi mengatur, pajak juga memiliki fungsi stabilitas dan redistribusi pendapatan ([Pietersz et al. 2021](#)).

Secara teoritis system pemungutan pajak terdiri dari tiga jenis, yaitu *self assessment system*, *official assessment system*, dan *withholding assessment system* (Resmi 2019). Indonesia dalam pengenaan pajak menghasilkan termasuk PPN lebih memilih menggunakan *self assessment system*, di mana memberikan kewenangan penuh kepada wajib pajak (Wahyuni, Putri, and Leniwati 2022) dalam melakukan perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak secara mandiri. Sementara *official assessment system* dan *withholding assessment system* tidak relevan diterapkan di Indonesia. Namun demikian, karena menggunakan *self assessment system*, maka kejujuran wajib pajak menjadi yang utama dalam implementasinya (Sapiei and Kasipillai 2013) dan berpotensi melakukan penghindaran pajak (Wulandari, Prastiwi, and Atmini 2021).

Pengenaan PPN hakekatnya atas kegiatan konsumsi barang atau jasa di dalam daerah pabean (Pietersz et al. 2021; Resmi 2019). Semua barang atau jasa merupakan objek PPN, selain yang dikecualikan dalam peraturan perpajakan seperti konsumsi atas barang-barang kebutuhan pokok. Adapun tarif dalam pengenaan PPN adalah tarif tunggal yaitu sebesar 11% sebagaimana perubahan dalam undang-undang harmonisasi peraturan perpajakan. Wajib pajak yang ditetapkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) memiliki kewajiban untuk melakukan pemungutan PPN, termasuk instansi pemerintah (Resmi 2019).

UU HPP ditetapkan dalam undang-undang nomer 7 tahun 2021 dengan asas keadilan, kesederhanaan, efisiensi, kepastian hukum, kemanfaatan, dan kepentingan nasional. Oleh karena itu beberapa peraturan perpajakan sebelumnya yang kurang relevan dilakukan perbaharuan dalam satu peraturan tersebut. Tujuannya diantaranya adalah meningkatkan penerimaan negara dan meningkatkan pertumbuhan serta mendukung percepatan pemulihan ekonomi pasca pandemi covid 19 (UU HPP No. 7 Tahun 2021). Adapun pokok perubahan peraturan yang tertuang dalam UU HPP, meliputi Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Pajak Karbon, Cukai, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak Penghasilan, dan Program Pengungkapan Sukarela.

Dalam konteks penelitian ini, pokok perubahan pada pajak pertambahan nilai yaitu perubahan tarif PPN 10% naik menjadi 11% yang berlaku efektif sejak 1 April 2022 serta tarif PPN sebesar 12% yang wajib berlaku paling lambat 1 Januari 2025. Selain perubahan tarif tersebut juga terdapat perluasan atas objek PPN dan perlakuan tarif khusus bagi wajib pajak tertentu, yaitu dengan tarif pajak final sebesar 1%, 2%, dan 3%. Oleh karena itu, kenaikan tarif pajak sebesar 11% akan mampu meningkatkan penerimaan negara (Agasie and Zubaedah 2022; Bangsawan and Alkam 2023).

METODE

Peneliti memilih pendekatan kualitatif sebagai alat untuk mengetahui dan memahami respon dari *netizen* sebagai representasi dari masyarakat secara umum terkait dengan kenaikan tarif PPN 11% (Kamayanti 2016). Penelitian ini metode netnografi karena menitikberatkan pada *observatory partisipant* atas pengguna twitter yang memberikan pernyataan kenaikan harga PPN 11% dengan tagar #PPNNaik di dunia maya (internet). Proses pengumpulan data merujuk pada Yin (2015) yang terdiri dari observasi dan dokumentasi, sementara wawancara tidak dilakukan karena data pendapat/ argumentasi informan sudah tersedia pada media sosial *twitter*. Sementara proses observasi dan dokumentasi dilakukan melalui *akun twitter* (Dann 2015) dengan menggunakan tagar PPNNaik (#PPNNAIK) mulai tanggal 3 November 2021 s.d 3 Mei 2022 dengan dibantu oleh aplikasi *NCapture for Nvivo* (Hai-Jew 2015). Aplikasi *NCapture for Nvivo* ini yang menjadi alat untuk melakukan pengumpulan data secara elektronik, dan kemudian diolah dengan menggunakan *NVivo R1* pada tahap analisis data. Selanjutnya, analisis data penelitian melalui tahapan (1) reduksi data, dengan membuat koding dan nodes pada *Nvivo R1*; (2) penyajian data, di mana data yang disajikan berdasarkan

barang lainnya merupakan barang kena pajak (BKP) dan jasa kena pajak (JKP). Kenaikan tarif PPN tersebut tentunya memberikan dampak bagi masyarakat, apalagi dilakukan di tengah pandemi covid 19. Mengutip pernyataan dari pengguna twitter rytsarkiy_pita

@Usep_Ismayana @jokowog Lha, lebih parah lagi bila PPN dinaikkan. Krn bila PPN naik maka kebanyakan harga barang/jasa yg jadi obyek PPN ikut naik, dan rakyat lebih menjerit.

Begitu juga yang disampaikan oleh akun Eka Mirani

@AbsensiMesin PPN naik??!!! Panik nggak? Panik nggak? Panik lah, masa enggak??! Eits.. Tapi itu nggak berlaku buat kalian lho Fingerspoters Meskipun tarif PPN naik, tapi mesin absensi Fingerspot nggak berubah #Fingerspot #Fingerspotmedan #bukapuasaa #Fingerprint #ppn #PPNNaik #Finger

Pihak yang kontra dengan kenaikan PPN 11% memberikan pandangan bahwa dengan kenaikan PPN tersebut tentunya barang atau jasa yang akan dikonsumsi juga mengalami kenaikan. Hal ini akan membuat rakyat “menjerit” dalam artian rakyat menderita akibat kenaikan harga barang dan jasa efek kenaikan PPN. Begitu juga dengan akun Eka Mirani yang menunjukkan bahwa dengan kenaikan PPN 11% rakyat menjadi panik dengan kenaikan harga barang atau jasa, tetapi hal ini tidak sejalan dengan “*fingerspot*” dalam konteks ini adalah gaji yang tidak mengalami kenaikan. Argumentasinya, kenaikan harga barang atau jasa akibat kenaikan PPN tentunya tidak adil jika tidak paralel dengan kenaikan gaji yang diterima oleh pegawai/ karyawan. Dengan gaji tetap namun biaya yang dikeluarkan naik, maka secara otomatis *saving* yang harus dilakukan semakin sedikit dan bahkan tidak melakukan *saving*, akibat dari gaji yang diterimanya tidak cukup atas pengeluaran rutin. Hal tersebut juga diungkapkan oleh akun mashary

@mashar7055

#minyagorengNaik

#ppnNaik

#bbmNaik

#bahanpokokNaik

kok gaji kita nggak naik???? 🤔🤔🤔

apakah ada yang sepaham dengan saya???

Selain kenaikan PPN yang tidak berbarengan dengan kenaikan gaji, akun ini juga memberikan komentar terkait dengan kenaikan harga minyak goreng di tengah masyarakat yang mengalami kelangkaan dan harganya cukup tinggi. Kenaikan harga minyak goreng, kenaikan PPN, dan kenaikan BBM secara berbarengan, maka akan memberikan dampak signifikan bagi masyarakat karena tiga barang tersebut merupakan bahan pokok yang dikonsumsi masyarakat sehari-hari. Adalah mustahil bagi pelaku usaha untuk tidak menaikkan harga barang atau jasa, mengingat PPN dan BBM serta minyak goreng adalah bagian dari penentu harga barang tersebut. Hal ini selaras dengan yang disampaikan oleh akun Pelari Siput

@febb_md

PPNNaik Jadi 11% per 1 April 2022 hbmmm... Siapa yg bisa menjamin semua barga di pasaran bisa ttp sesuai belum lagi efek domino akibat diterapkannya kebijakan ini. 🤔

@jokowi #Menkeu #Wamenkeu

Memang benar bahwa tidak ada yang menjamin akan dampak dari kenaikan PPN 11% tersebut. Kondisi ini yang membuat masyarakat semakin mempertanyakan adanya kenaikan PPN, dan stabilitas harga pasca kenaikan PPN. Begitu juga dengan akun *@GuyonWaton*

- PPN naik 11 persen
- Pertamina naik jadi Rp 12.500
- e-tilang di tol mulai diterapkan
- rokok naik 2 ribu
- UMR TETAP SAMA

Di mana akun ini mendapatkan reaksi yang cukup banyak dari *netizen* yaitu 209 akun yang *me-retweet*, 351 akun yang menyukai dan 25 akun yang memberikan komentar. Menurut mereka bahwa kenaikan PPN di saat bersamaan dengan kenaikan harga barang lainnya kurang tepat, karena akan menyulitkan masyarakat khususnya yang berpenghasilan rendah.

Masih dalam konteks yang sama kenaikan PPN ini, juga direspon oleh Politisi Partai Demokrat, Syarif Hasan dalam kicauan akunnya *@syariefhasan*

Kenaikan PPN akan memberatkan masyarakat dan menyebabkan daya beli masyarakat akan menurun. Hal ini akan berdampak juga pada UMKM. Pemerintah perlu untuk mengkaji ulang kebijakan ini.

@mprgoid

@Demokrat_TV

#syariefhasan #mprri #PPNnaik #Pajak #UMKM

Lebih dari sekedar kenaikan harga yang dialami oleh masyarakat, namun dampak panjang dari kenaikan PPN ini juga pada sektor UMKM. Hal ini merupakan bagian yang terintegrasi manakala harga barang yang dikonsumsi masyarakat naik namun uang yang dimiliki oleh masyarakat terbatas, maka jumlah konsumsi yang akan dilakukan juga akan terbatas. Kondisi tersebut yang akan berakibat bagi sektor-sektor UMKM yang melakukan produksi barang atau jasa karena daya beli masyarakat rendah. Argumentasi ini didasarkan atas kondisi ekonomi masyarakat yang belum stabil akibat pandemi covid 19, di mana jumlah masyarakat yang mengalami PHK sebesar $\pm 3,05$ juta orang (Kementerian Ketenagakerjaan) dan kemiskinan bertambah $\pm 1,13$ juta orang (BPS). Pada Gambar 2 di bawah ini merupakan kicauan juga dari politisi partai gerindra melalui akun resmi partai.

@Gerindra

Anggota Komisi XI

@DPR_RI

@HeriGunawan88

(Hergun) menilai kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 11 persen yang berlaku tanggal 1 April 2022 mendatang perlu dikaji ulang. #SuaraGerindra

Heri Gunawan berpendapat bahwa kenaikan PPN 11% akan membebani masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari yang mengakibatkan daya belinya juga akan semakin menurun. Lebih-lebih momen menaikkan PPN pada saat menyambut bulan Ramadhan dan Idul Fitri, di mana daya beli masyarakat sangat dan menjadi salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Maka, dengan pertimbangan tersebut menjadi perlu

dilakukan kajian kembali akan kenaikan PPN akan momentum diberlakukannya tarif baru tersebut. Memang ironi ketika daya beli masyarakat pada puncaknya kemudian dihadapkan dengan kenaikan PPN dan beberapa kenaikan harga lainnya menjadi hal yang janggal dan akan mengurangi daya beli masyarakat tentunya. Begitu juga dengan yang disuarakan oleh akun @FPKSDPRRI

Tabun 2022 bukan hanya sabar hadapi wabah, tapi ikhtiar serbuan kebijakan Pemerintah yang tidak berpihak

TDL akan naik

- ▲ Premium dan Peralite akan dihapuskan
- ▲ LPG 12 Kg Naik
- ▲ Tarif Tol Naik
- ▲ Tarif PPN Naik
- ▲ Harga Telor, cabai, minyak goreng meroket

Gambar 2.
Pernyataan
Anggota
Komisi XI
Fraksi
Gerindra



Sumber: @Gerindra

Fraksi FKS tersebut menegaskan bahwa kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, khususnya kenaikan tarif PPN 11% dianggap tidak berpihak kepada rakyat. Karena dengan berbagai kebijakan kenaikan harga sebagaimana di sebutkan dalam *tweetnya* tentunya akan membebani masyarakat dalam menjalankan hidupnya sehari-hari.

Kondisi di tengah masyarakat Indonesia yang diliputi musibah virus covid 19 yang membuat kehidupan serba terbatas, kemudian disaat yang bersamaan masyarakat juga harus menanggung kenaikan berbagai kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah, khususnya PPN 11%. Maka, secara eksplisit akan terbanyang betapa berat beban yang harus ditanggung oleh masyarakat. Di satu sisi harus tetap berani menghadapi pandemic covid 19, namun di sisi lain juga harus kuat menanggung beban hidup yang semakin naik. Lebih lanjut akun tersebut berkicau

Tarif PPN naik jadi 11%

Otomatis, barga-barga produk, barang, dan kebutuhan yang biasa kita beli akan meningkat juga. Lebih mahal 😞🙄

175

Hadeh.

Selain memberikan respon ketidaksetujuannya akan kenaikan harga barang sebagai akibat kenaikan PPN *netizen* juga berkomentar bahwa kenaikan PPN sebagai alternatif pemerintah karena tidak mendapatkan utang. Hal ini dinyatakan oleh akun *@mymputun*

Lusa PPN 11 Persen Berlaku, Makan di Restoran Jadi Lebih Mahal.

Berbagai Cara Dilakukan Rezim ini Terhadap Rakyat Akibat Sulitnya Peroleh Hutang yg slama ini Berharap ke Hutang Sehingga tak Ada Jalan Lain, Rakyat menjadi Sasaran.

#BonekaPemalakRakyat

Pernyataan ini berbeda dengan respon sebelumnya, di mana menaikkan tarif PPN menjadi 11% sebagai dalih pemerintah sudah tidak mampu melakukan pinjaman kembali karena hingga akhir April 2022 total utang pemerintah sebesar Rp. 7.040,32 triliun. Utang pemerintah yang semakin naik tentunya opsi terbaiknya adalah mengoptimalkan penerimaan dalam negeri dalam hal ini pajak. Pengoptimalan pengenaan pajak dalam rangka meningkatkan penerimaan negara untuk menghindari utang, namun justru bertentangan dengan kehidupan masyarakat. Karena kenaikan PPN ini selain merupakan barang kebutuhan pokok terjadi di saat tingginya konsumsi masyarakat pada bulan ramadhan dan idul fitri. Tentunya hal ini juga berdampak pada terjadinya inflasi sebagaimana disampaikan oleh akun *@Anggita_lung*

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 11 persen pada April 2022 berpotensi mendorong tambahan inflasi sekitar 0,3 hingga 0,35 persen, meski pengenaan tarif tidak dikenakan pada sebagian besar barang kebutuhan pokok.

@jokowi

Gaspol pemulihan Ekonomi

Dampak kenaikan PPN dengan dalih akan berdampak pada kenaikan harga, daya beli masyarakat, pertumbuhan ekonomi nasional, dan potensi inflasi sebagaimana dijelaskan di atas berdasarkan pernyataan *netizen* yang kontra dengan kenaikan PPN, juga diikuti dengan aksi yang dilakukan oleh masyarakat seperti di Kudus, Jawa Tengah pada gambar 3 di bawah ini.



Gambar 3.
Ratusan Mahasiswa di Kudus Demo

Sumber: @tvOneNews

Gelaran yang dilakukan oleh Aliansi Mahasiswa Kudus Menggugat (AMUG) melakukan penolakan atas kenaikan PPN 11% dan kenaikan harga BBM yang akan mengakibatkan harga bahan pokok menjadi naik dan tentunya akan membuat masyarakat menjadi sulit dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Hal yang sama juga dilakukan oleh Mahasiswa di Makassar, Sulawesi Selatan sebagaimana dikicaukan akun @jose_asep

MAKASSAR, 11 APRIL 2022

Mahasiswa Makassar Turun ke jalan dengan tuntutan:

Turunkan harga BBM

Tolak Kenaikan PPN 11 persen

Stop perampasan tanah adat

Stabilkan harga kebutuhan pokok

Cabut UU Omnibus Law Cilaka

<https://youtu.be/Euho4joq-Ls>

Tuntutan supaya tidak memberlakukan PPN 11% kancang disampaikan sebagaimana yang ada pada video berdurasi ± 9:51 detik tersebut menganggap bahwa “Omnibus law is virus”. Artinya keberadaan aturan-aturan dalam omnibus law di dalamnya ada PPN yang naik 11% dianggap sebagai virus yang akan merusak tatanak kehidupan masyarakat dalam hal ini daya beli masyarakat. Sebagai virus yang akan membawa harga barang-barang menjadi naik dan memberatkan masyarakat dalam memenuhinya.

Selain di Makassar dan Kudus, akun @mediasatunews_ juga memperlihatkan aksi penolakan akan kenaikan harga PPN 11% di Aceh (lih. Gambar 4). Hal ini tentunya menjadi bukti bahwa mereka atau masyarakat menolak dengan adanya kenaikan PPN 11% yang juga bersamaan dengan kenaikan BMM. Sehingga tidak salah akun @bro_aLy9 menyatakan

Di antara tanda sebuah negara akan hancur terlihat dari semakin besar dan beraneka ragamnya pajak yang dipungut dari rakyatnya” ~Ibnu Khaldun~,

Dalih dengan mengutip pernyataan Ibnu Khaldun dalam konteks ini sebagai dampak dari kebijakan yang dilakukan pemerintah dalam menaikkan tarif PPN 11% serta kebijakan pajak lainnya sebagaimana diubah dengan UU Nomor 1 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan UU Nomer 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Di mana pemerintah memaksimalkan penerimaan negara melalui sektor perpajakan sebagai sumber penerimaan utama dalam APBN, namun kebijakan ini dianggap memberatkan masyarakat di tengah pandemi covid 19.

Namun narasi ini tentunya kurang tepat mengingat negara kita sebagai negara demokrasi yang menempatkan pajak sebagai penerimaan utama dan sumber pembiayaan. Berbeda dengan negara (islam) pada saat itu yang menempatkan *Baitul maal* sebagai sumber keuangan negara, di mana hal tersebut berasal dari zakat, infak, shadaqah, dan lainnya. Hal tersebut tentunya kurang simetris jika harus disandingkan secara bersamaan, dalam konteks sistem kebijakan pengelolaan keuangan pemerintah yang berbeda, di mana menempatkan pajak sebagai penerimaan negara.

Hakekatnya pajak sebagai iuran wajib yang ditunaikan oleh rakyat kepada negara tanpa memperoleh kontraprestasi secara langsung. Sebagai penerimaan utama pemerintah tentunya konsesi pajak menjadi prioritas pengelolaannya agar penerimaan negara optimal. Sehingga berbagai alternatif dilakukan oleh pemerintah (DJP) salah satunya adalah reformasi di bidang perpajakan dengan lahirnya UU HPP yang menjadi viral yaitu tarif PPN 11%, di mana sebelumnya sebesar 10%. Kenaikan PPN 11% dalam rangka memberikan kesetaraan bagi wajib pajak dalam pembayaran pajak dan meningkatkan penerimaan negara. Mengingat kondisi pandemi covid 19 berdampak signifikan bagi postur APBN, di mana pemerintah melakukan *refocusing* anggaran untuk mengatasi pandemi covid 19 sehingga mengalami defisit anggaran. Untuk itu salah satu alternatif yang dapat menutupi pemulihan defisit APBN dengan menaikkan tarif PPN. Karena secara sectoral dengan menaikkan PPN menjadi tepat mengingat tarif PPN 11% masih berada di bawah rata-rata negara yang tergabung di OECD. Mengutip pernyataan Sri Mulyani

APBN bekerja cukup berat, jadi kita lihat mana yang bisa yang bisa ruangnya, dimana Indonesia bisa sejajar dengan dunia tapi kita tidak berlebihan. Rata-rata PPN negara di dunia itu 15%, tapi kita ambil tengahnya (Mahadi, 2022)

Dalam konteks yang sama, kenaikan PPN 11% jika dikaji dari objeknya yaitu BKP/JKP, maka dapat diketahui hal ini tidak menyentuh secara langsung dan dominan atas kebutuhan dasar pokok masyarakat yang dikonsumsi sehari-hari seperti beras, gabah, garam, daging, buah-buahan, dan lain-lain. Oleh karena itu, alasan PPN 11% akan memberatkan masyarakat (khususnya masyarakat kelas bawah) akibat akan kenaikan harga barang yang akan dikonsumsi menjadi tidak tepat. Karena formula yang PPN 11% tidak melibatkan barang atau jasa tersebut. Hal tersebut juga ditegaskan oleh Menteri Keuangan

Kita butuh sebuah rezim pajak yang adil dan kuat. Ini justru bukan buat nyusabin rakyat, tetapi untuk membangun rakyat juga. ... Kita membangun Indonesia itu berkelanjutan, sampai nanti anak cucu kita. Ke depan kita butuh Pendidikan yang makin baik, Kesehatan yang baik. Itu semua bisa dicapai setahap demi setahap kalau pondasinya kuat (Mahadi, 2022).

PPN 11% merupakan ikhtiyar pemerintah untuk menguatkan pondasi pajak dalam negeri dalam rangka penguatan dan pemulihan ekonomi nasional. Kekuatan ekonomi yang ditopang dengan penerimaan pajak yang maksimal tentunya akan memberikan dampak nyata bagi pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Alhasil kenaikan PPN 11% bukan menyusahakan masyarakat, namun justru untuk membangun kehidupan masyarakat yang lebih baik dengan adanya penerimaan negara yang optimal. Penerimaan negara yang optimal berdampak pada alokasi penggunaan anggaran yang maksimal, seperti bidang pendidikan, bidang sosial, ekonomi, dan infrastruktur sebagai representasi dari pembangunan yang berkelanjutan. Mereka yang memiliki kemampuan lebih bergotong-royong untuk berbagi dengan yang kurang mampu melalui media pajak.

Pengenaan PPN 11% bagi UMKM yang memiliki omset sebesar Rp. 500.000.000,- dibebaskan dari pengenaan pajak. Sehingga kenaikan PPN 11% diikuti dengan kebijakan lainnya menguntungkan masyarakat jika dipahami secara bijaksana dan tidak akan memiliki dampak bagi daya beli masyarakat sebagaimana menjadi isu yang *trending*, dimana dengan adanya kenaikan PPN 11% akan berdampak pada kenaikan barang/ jasa yang akhirnya mempengaruhi daya beli masyarakat. Hal ini selaras dengan pernyataan Apindo pada akun @liputan6dotcom

Gambar 4.
Pernyataan
Apindo
Tentang Tarif
PPN 11
Persen



Sumber: @liputan6dotcom

Kenapa demikian, karena objek PPN 11% rata-rata kelas menengah ke atas yang tentunya memperoleh dampaknya akibat kenaikan tarif tersebut. Masyarakat menengah ke atas sebagai subyek, mengingat barang/jasa yang dikenakan PPN 11% banyak dikonsumsi oleh mereka. Sementara untuk masyarakat kelas bawah tidak terdampak dari kegiatan kenaikan PPN 11% karena rata-rata yang dikonsumsi secara umum adalah bukan merupakan objek pajak.

Alhasil dengan kenaikan PPN 11% menjawab pro dan kontra yang selama ini menjadi percakapan di kalangan *netizen* dengan adanya laporan penerimaan pajak yang mengalami peningkatan signifikan. Hal ini merujuk pada pernyataan Suryo Utomo

Untuk PPN kemarin sudah meningkat tarifnya, dan pada 2022 ini dapat kami laporkan untuk Mei, sekitar tambahan satu bulan Rp4,2 triliun dari pertambahan tarif PPN (Pratama, 2022).

Pemerintah berkeyakinan dengan data penerimaan pajak pada bulan Mei 2022 dengan tambahan sebesar Rp. 4,2 triliun merupakan akibat dari adanya kenaikan pajak sebesar 11%. Untuk itu secara sepihak, kebijakan yang diambil pemerintah dalam meningkatkan penerimaan pajak menjadi kenyataan dan tentunya menguntungkan bagi negara dan rakyat. Negara memperoleh penerimaan yang maksimal untuk pembangunan, sedangkan masyarakat memperoleh pelayanan dan optimal dalam mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan. Hal tersebut juga didasarkan atas hasil penelitian [Liyana \(2021\)](#) yang menyatakan bahwa dengan menaikkan PPN 11% maka akan mampu meningkatkan konsumsi dan secara otomatis akan menaikkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagaimana yang terjadi pada Denmark (1967-1979), Swedia (1970-1977), dan Italia (1976-1983) dengan menaikkan tarif PPN secara bertahap berdampak pada kenaikan pertumbuhan ekonomi lebih dari 2,5% selama \pm 2 dekade (Keen et al. 2011). Hal ini tentunya didukung dengan adanya bonus demografi yang mayoritas usia produktif secara otomatis akan mampu menggerakkan pertumbuhan ekonomi dengan adanya kenaikan tarif PPN tersebut. Oleh karena itu, pro kontra netizen di dunia maya membutuhkan banyak kajian sehingga tidak melahirkan spekulasi yang negatif di tengah masyarakat, mengingat dunia maya sudah menjadi bagian dari pusat aktivitas masyarakat saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

179

Persepsi *netizen* adalah pro dan kontra terkait kebijakan kenaikan PPN 11% harus dipahami secara komprehensif dan mendasar supaya lebih bijak dalam menyikapinya, sehingga tidak menimbulkan spekulasi negatif di tengah masyarakat. Pihak yang pro menyatakan bahwa kenaikan PPN 11% bersamaan dengan kenaikan tarif lainnya di tengah pandemi covid 19 menjadi tidak tepat karena akan memberatkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun demikian, hal tersebut terbantahkan karena barang/jasa yang dikenakan pajak adalah bukan barang/ jasa yang merupakan kebutuhan dasar pokok masyarakat seperti beras, gula, dan sejenisnya yang notabane dikonsumsi oleh masyarakat menengah ke bawah. Akan tetapi kenaikan pengenaan pajaknya untuk barang-barang yang banyak dikonsumsi masyarakat menengah ke atas, sehingga dengan kenaikan PPN tersebut negara dan masyarakat (kecil) khususnya sangat diuntungkan. Hal tersebut juga dibuktikan dengan penerimaan negara dari sektor PPN mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Keterbatasan penelitian ini adalah hanya fokus pada *netizen* yang memberikan pernyataan pada laman *twitter*, padahal ada sebagian *netizen* yang tidak familiar dengan *twitter* dan menggunakan media yang lain seperti *facebook*, *intagram*, dan sejenisnya. Saran bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan kombinasi data yang diperoleh melalui berbagai media sosial terkait kenaikan PPN 11%, atau situs-situs berita *online* untuk menyempurnakan pernyataan yang ada dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, Nurul, Mahardian Hersanti Paramita, and K Nurlinda. 2019. Tinjauan Pelaksanaan Ekstensifikasi Dan Intensifikasi Pajak Sebagai Upaya Peningkatan Penerimaan Pajak. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan* 3(2). <https://doi.org/10.25139/jaap.v3i2.2192>
- Agasie, Deyola, and Rahmi Zubaedah. 2022. Urgensi Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Berdasarkan Asas Kepentingan Nasional. *Perspektif Hukum*: 215–39. <https://doi.org/10.30649/ph.v22i2.131>
- Ajzen, Icek. 1991. The Theory of Planned Behavior. *Organizational behavior and human decision processes* 50(2): 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alfi, Azizah Nur. 2022. Ini Daftar Barang Dan Jasa Bebas Tarif PPN 11 Persen Berlaku Mulai 1 April 2022. *Bisnis.com*: 1. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20220401/9/1517627/ini-daftar-barang-dan-jasa-bebas-tarif-ppn-11-persen-berlaku-mulai-1-april-2022>.
- Alotaibi, Khaled Omair. 2021. The Impact Of Applying Value Added Tax (VAT) On Cooperate Sales. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government Vol* 27(6). <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.06.002>
- Amaranggana. 2021. Kenaikan PPN 11%, Penerimaan Negara VS Daya Beli Masyarakat. *Pajakku*: 1. <https://www.pajakku.com/read/61965d634c0e791c3760c06d/Kenaikan-PPN-11-Persen-Penerimaan-Negara-VS-Daya-Beli-Masyarakat>.
- Amrin, Amrin, Khairusoalihin Khairusoalihin, and Muthoifin Muthoifin. 2021. TAX MODERNIZATION IN INDONESIA: STUDY OF ABU YUSUF'S THINKING ON TAXATION IN THE BOOK OF AL-KHARAJ. *Profetika: Jurnal Studi Islam* 23(1): 30–42. <https://doi.org/10.23917/profetika.v23i1.16792>
- Bandur, Agustinus. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, Dan Teknik Analisis*

Data Dengan NVIVO 11 Plus. Jakarta: Mitra Wacana Media.

- Bangsawan, Achdian Anggreny, and Rahayu Alkam. 2023. Implikasi Atas Kenaikan Tarif PPN Terhadap Orang Pribadi Dan Pengusaha Guna Optimalisasi Penerimaan Negara Pasca Pandemi. *SEIKO: Journal of Management & Business* 6(1): 83–93. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3771>
- Cakranegara, Pandu Adi et al. 2022. The Impact Of Goods Product Pricing Strategies On Consumer Purchasing Power: A Review Of The Literature. *Jurnal Ekonomi* 11(03): 1115–20.
- Christover, Arnold Putra. 2016. Pemahaman Ekstensifikasi Wajib Pajak Dan Intensifikasi Pajak Terhadap Persepsi Fiskus Tentang Penerimaan Pajak. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4(1). <https://doi.org/10.35794/emba.4.1.2016.12294>
- Dann, Stephen. 2015. Twitter Data Acquisition and Analysis: Methodology and Best Practice. In *Maximizing Commerce and Marketing Strategies through Micro-Blogging*, IGI Global, 280–96. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8408-9.ch012>
- Darussalam, Danny Septriadi, and Khisi Armaya Dhora. 2020. *Konsep Dan Aplikasi Pajak Penghasilan*. Jakarta: DDTC.
- DDTC. 2022. Tarif PPN 11 Persen Menjamin Keadilan Dan Stabilitas. *DDTC*: 1. <https://news.ddtc.co.id/tarif-ppn-11-persen-menjamin-keadilan-dan-stabilitas-38192>.
- Djufri, Djufri. 2022. Dampak Pengenaan PPN 11% Terhadap Pelaku Dunia Usaha Sesuai UU No. 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Di Indonesia. *Journal Of Social Research* 1(5): 391–404. <https://doi.org/10.55324/josr.v1i5.106>
- Dukoski, Sasha, and Berat Aqifi. 2017. The Price and Determination of the Price in the Sales Agreement. *Acta U. Danubius Jur.*: 113.
- Hai-Jew, Shalin. 2015. Tweet Portraiture: Understanding the Gist of Electronic Identities through Microblogged Messaging in Social Media Using NCapture and NVivo 10. In *Enhancing Qualitative and Mixed Methods Research with Technology*, IGI Global, 308–30. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-6493-7.ch013>
- Huda, Mokhammad Khoirul, and Agus Yudha Hernoko. 2017. Tax Amnesties in Indonesia and Other Countries: Opportunities and Challenges. *Asian Social Science* 13(7): 52–61. <https://doi.org/10.5539/ass.v13n7p52>
- Jannah, Niken Miftakhul, and Ni Luh Supadmi. 2021. The Effect of the Imposition of Value Added Tax and Sales Tax on GoodsLuxury for Consumer Purchasing Power. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)* 5.
- Kamayanti, Ari. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Akuntansi: Pengantar Religiositas Keilmuan*. Jakarta: Yayasan Rumah Peneleh.
- Keen, Michael, Mahmood Pradhan, Kenneth Kang, and Ruud de Mooij. 2011. *Raising the Consumption Tax in Japan: Why, When, How?* International Monetary Fund.
- Kozinets, Robert V. 2015. *Netnography: Redefined*. Sage.
- Kučerová, Vladimíra. 2017. VAT and Its Influence on Buying Behavior in the Czech Republic. *Oeconomia Copernicana* 8(3): 353–66. <https://doi.org/10.24136/oc.v8i3.22>
- Kuswara, Sandy, and Dahlia Sari. 2022. Penghindaran Pajak Dan Efisiensi Investasi:

Sertifikasi CFO Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* 12(2): 345–62.
<https://doi.org/10.22219/jrak.v12i2.20265>

- 181 Larasati, Ragilia, and Danny Wibowo. 2022. Implementasi Kenaikan Tarif PPN Pasca UU No 7 Tahun 2021 Pada Pengusaha Kena Pajak Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)* 11(12).
- Liyana, Nur Farida. 2021. Menelaah Rencana Kenaikan Tarif PPN Berdasarkan Bukti Empiris Serta Dampaknya Secara Makro Ekonomi. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)* 5(2): 124–35. <https://doi.org/10.31092/jpi.v5i2.1394>
- Miles, MB, and MA Huberman. 1994. *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. London: Sage Publications.
- Pietersz, Jemmy J et al. 2021. Widina Bhakti Persada Bandung *Perpajakan (Teori & Praktik)*. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung.
- Pike, Rob, Mark Lewis, and Daniel Turner. 2009. Impact of VAT Reduction on the Consumer Price Indices. *Economic & Labour Market Review* 3: 17–21. <https://doi.org/10.1057/elmr.2009.139>
- Putri, Veni Gerhana, and Agus Subandoro. 2022. Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% Terhadap Penjualan Pada PT X. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi* 3(1): 54–58. <https://doi.org/10.46306/rev.v3i1.95>
- Resmi, Siti. 2019. *Perpajakan: Teori & Kasus*. 10th ed. Jakarta: Salemba Empat.
- Safonova, Margarita F et al. 2016. Taxes Harmonization Features in the European Union Countries. *International Journal of Economics and Financial Issues* 6(8): 154–59.
- Santoso, Yusuf Imam. 2022. Tarif PPN 11% Per April 2022, Lebih Tinggi Dari Malaysia Dan Singapura. *DDTC*: 1. <https://news.ddtc.co.id/tarif-ppn-11-per-april-2022-lebih-tinggi-dari-malaysia-dan-singapura-37982>.
- Sapiei, Noor Sharoja, and Jeyapalan Kasipillai. 2013. Impacts of The Self-Assessment System for Corporate Taxpayers. *American Journal of Economics* 3(2): 75–81. <https://doi.org/10.5923/j.economics.20130302.03>
- Singh, S N. 2019. Impact of Value Added Tax on Business Enterprises: A Case of Mettu Town.
- Sugiyarsih, Susi, Endang Larasati, Sri Suwitri, and Ngatno Ngatno. 2021. Extensification to Increase the Number of Personal Tax Payer in Tax Office Pratama Cirebon. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences* 4(4): 9736–51. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i4.2996>
- Thomas, Alastair. 2022. Reassessing the Regressivity of the VAT. *Fiscal Studies* 43(1): 23–38.
- Wahyuni, Endang Dwi, Annida Utami Putri, and Driana Leniwati. 2022. Kepatuhan Wajib Pajak Pada Masa Pandemi Covid 19: Ditinjau Dari Slippery Slope Framework. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan* 12(2): 294–306. <https://doi.org/10.22219/jrak.v12i2.21884>
- JAA 6.2 Wildan, Muhammad. 2021. Ini Negara Dengan Tarif PPN/GST Tertinggi Di Tiap Kawasan. *DDTC*: 1. <https://news.ddtc.co.id/ini-negara-dengan-tarif-ppn-gst-tertinggi-di-tiap-kawasan-30442>.
- Wulandari, Truly, Arum Prastiwi, and Sari Atmini. 2021. Penghindaran Pajak: Apakah

Perusahaan Yang Bertanggung Jawab Secara Sosial Patuh Terhadap Pajak? *Jurnal Reviu Akuntansi dan Kenangan* 12(3): 560–77. <https://doi.org/10.22219/jrak.v12i3.22361>

Yin, Robert K, and Yin. 2015. *Studi Kasus Desain & Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.