

Pengaruh Kenaikan Tarif PPN Terhadap Penjualan Pada PT Gruti Lesatari Pratama

Susilawati¹, Frida Yasmine Nasution²

Prodi Studi Akuntansi, Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Medan, Medan, Indonesia

Email Address:

susimiza@gmail.com¹, fridayasminenst@gmail.com²

ARTICLE INFORMATION	ABSTRACT
Received: 5 Mei 2025 Revised: - Accepted: 13 Juni 2025 Published: 15 Juni 2025	<p>This study aims to determine whether there is an effect of increasing the Value Added Tax rate from 10% to 11% on sales. The data used is qualitative data in the form of interview results with the Head of Taxation at PT Gruti Lestari Pratama and sales data from October 2021 to December 2022. The data collection techniques used were interviews and documentation. The collected data were then processed using the t-test and analyzed using the descriptive analysis <i>method</i>. The results of the research and discussion that have been conducted indicate that the factors that influence the sales of PT Gruti Lestari Pratama are government policies in this case including tax rates, global economic conditions that can affect prices and demand, socio-economic changes in society, intense competitive environment, company production capacity and appropriate and competitive pricing policies. There is a difference in sales levels before and after the increase in VAT rates.</p> <p>Keywords: <i>Value added tax, Tariff, Sales</i></p>
	<p>A B S T R A K</p>
	<p>Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% . Data yang digunakan adalah data kualitatif berupa hasil wawancara dengan Kepala Bagian Perpajakan di PT Gruti Lestari Pratama dan data penjualan bulan Oktober 2021 sampai bulan Desember 2022. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan dokumentasi. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan uji -t dan dianalisis dengan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan PT Gruti Lestari Pratama adalah kebijakan pemerintah dalam hal ini termasuk tarif pajak, kondisi ekonomi global yang dapat mempengaruhi harga dan permintaan, perubahan sosial ekonomi masyarakat, lingkungan persaingan yang intens, kapasitas produksi perusahaan dan kebijakan harga yang tepat dan kompetitif. Terdapat perbedaan tingkat penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN</p> <p>Kata Kunci: <i>Pajak Pertambahan Nilai, Penjualan, Tarif</i></p>

INTRODUCTION

Penjualan merupakan salah satu faktor penggerak perekonomian di Indonesia, sehingga ketika perekonomian Indonesia menurun pasca covid-19 tingkat penjualan para pelaku usaha juga ikut menurun. Penurunan tersebut dapat dilihat melalui perlambatan pertumbuhan ekonomi yang turun dari 5,02% di tahun 2019 menjadi 2,97% pada tahun 2020 (Melati, 2023). Adapun upaya pemerintah untuk meningkatkan perekonomian Indonesia adalah dengan memberikan berbagai bantuan kepada masyarakat, mulai dari bantuan sosial tunai, bantuan langsung tunai (BLT) desa, bantuan sosial produktif kepada 13 juta pelaku UMKM dan bantuan lainnya. Akibat dari banyaknya bantuan yang mencapai Rp498 triliun yang diberikan dan besarnya pengeluaran untuk penanganan Covid-19, maka ada yang perlu diperhatikan yaitu Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN). Pengeluaran lebih banyak daripada pemasukan selama pandemi menyebabkan Indonesia mengalami defisit anggaran.

Pemerintah memutuskan untuk memulihkan perekonomian Indonesia melalui sektor pajak khususnya Pajak Pertambahan Nilai. Pajak pertambahan nilai (PPN) merupakan pajak tidak langsung karena pengenaannya dapat dibebankan kepada pihak lain. Upaya yang dilakukan pemerintah dalam

mengatasi hal tersebut adalah mengesahkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Perpajakan. Isi dalam Undang-Undang Harmonisasi Perpajakan yang terdapat pada Bab IV pasal 7 ayat (1) adalah perubahan tarif PPN yang berlaku mulai pada tanggal 1 April 2022, yang awalnya 10% menjadi 11%, dan akan naik pada tahun 2025 sebesar 12%. Adanya kenaikan tarif PPN tersebut diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi penerimaan negara.

PT Gruti Lestari Pratama merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit pada bagian hulu dan hilir khususnya Pabrik Pengolahan Kelapa Sawit, Tandan Buah Segar (TBS) yang diolah menjadi Crude Palm Oil (CPO) dan Palm Kernel (PK). Perusahaan ini termasuk ke dalam perusahaan kena pajak. Berikut adalah data penjualan PT Gruti Lestari Pratama pada tahun 2020 sampai 2022.

Tabel 1. Penjualan PT Gruti Lestari Pratama tahun 2020-2022

Tahun	Penjualan
2020	360.867.723.810
2021	589.091.026.690
2022	601.950.369.790

Sumber: Laporan Keuangan PT Gruti Lestari Pratama

Berdasarkan data penjualan PT Gruti Lestari Pratama, penjualan tahun 2020 sampai 2022 mengalami kenaikan. Pada 1 April 2022 tarif PPN naik dari 10% menjadi 11%, apakah kenaikan penjualan di PT Gruti Lestari Pratama disebabkan oleh kenaikan tarif PPN? Hal ini menarik untuk diteliti.

Penelitian tentang hal ini telah dilakukan oleh beberapa peneliti, antara lain penelitian yang dilakukan oleh Gunawan dan Sofiani (2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Biaya Bahan Baku Terhadap Omset Penjualan pada PT Buana Raya Lestari”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tarif PPN dan biaya bahan baku PT Buana Raya Lestari berpengaruh signifikan terhadap omset penjualan. Penelitian lain dilakukan oleh Febrisha (2023) dengan judul penelitian “Pengaruh Tarif PPN 11% dan Tingkat Pendapatan Selama Pandemi terhadap Daya Beli Masyarakat (Studi Kasus Konsumen Indomaret di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor)” mendapatkan hasil bahwa tarif PPN 11% tidak berpengaruh terhadap daya beli masyarakat dengan kata lain penjualan tetap terjaga dengan baik. Selanjutnya Ayuningrum dkk (2023) juga melakukan penelitian tentang PPN dengan judul “Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan tarif PPN 11% berpengaruh signifikan terhadap penjualan hasil produksi Perusahaan

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dipaparkan di atas maka disusun penelitian dengan judul “Pengaruh Kenaikan Tarif PPN terhadap Penjualan pada PT Gruti Lestari Pratama”. Masalah utama yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah: Faktor apa saja yang mempengaruhi penjualan PT Gruti Lestari Pratama?, dan Apakah ada perbedaan tingkat penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN?. Agar penulisan laporan akhir ini lebih fokus dan pembahasan masalah tidak terlalu luas, maka penelitian ini dibatasi pada Laporan Laba-Rugi PT Gruti Lestari Pratama pada bulan Oktober 2021 sampai Desember 2022.

THEORETICAL REVIEW

Pengertian Pajak

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (Sembiring dkk., 2022) menyatakan bahwa pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Menurut Soemitro dalam buku (Ramandey, 2020:2) menyatakan bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat

dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi), yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.

Pengertian Pajak Pertambahan Nilai

Menurut UU Nomor 42 Tahun 2009 (Sibarani & Tarigan, 2018:2) Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah: Pajak yang dibayar oleh Pengusaha Kena Pajak karena: Perolehan barang kena pajak (BKP) dan/atau; Perolehan jasa kena pajak (JKP) dan/atau; Pemanfaatan BKP tidak berwujud dari daerah pabean dan/atau; Impor BKP. Berbagai kondisi di atas yang menyebabkan pengusaha tersebut harus membayar pajak maka disebut menjadi PPN Masukan.

PPN terutang yang wajib dipungut oleh PKP yang melakukan: Penyerahan BKP, Penyerahan JKP, Ekspor BKP Berwujud, Ekspor BKP tidak berwujud, Ekspor JKP. Berbagai kondisi di atas yang menyebabkan pengusaha tersebut memungut pajak maka disebut menjadi PPN Keluaran.

Subjek dan Objek Pajak Pertambahan Nilai

Menurut Thian (2021:62-63) subjek PPN adalah Pengusaha Kena Pajak (PKP). Pengusaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apa pun yang dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengespor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean. Pengusaha Kena Pajak (PKP) adalah pengusaha yang melakukan penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak. Objek PPN adalah: Penyerahan Barang Kena Pajak di dalam daerah pabean yang dilakukan dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaan oleh pengusaha, Impor Barang Kena Pajak, Penyerahan Jasa Kena Pajak di dalam daerah pabean yang dilakukan dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaan oleh pengusaha, Pemanfaatan Barang Kena Pajak tidak berwujud dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean, Pemanfaatan Jasa Kena Pajak dari luar daerah pabean di dalam daerah pabean, Ekspor Barang Kena Pajak berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak, Ekspor Barang Kena Pajak tidak berwujud oleh Pengusaha Kena Pajak, Ekspor Jasa Kena Pajak oleh Pengusaha Kena Pajak, Kegiatan membangun sendiri yang dilakukan tidak di dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaan oleh orang pribadi atau badan yang hasilnya akan digunakan sendiri atau digunakan oleh pihak lain, Penyerahan aset oleh Pengusaha Kena Pajak yang menurut tujuan semula aset tersebut tidak untuk diperjualbelikan, sepanjang PPN yang dibayar pada saat perolehannya menurut ketentuan dapat dikreditkan.

Karakteristik Pajak Pertambahan Nilai

Wiratna (2019:60) liquidity ratio analysis is a ratio used to measure a company's ability to meet short-Menurut Salman (2017:241-242) karakteristik PPN adalah sebagai berikut: PPN merupakan salah satu jenis pajak tidak langsung. Sebagai pajak tidak langsung, beban pembayaran pajak pertambahan nilai dipikul oleh konsumen atau pembeli akhir, sedangkan penanggung jawab atas penyetoran PPN ke kas Negara dibebankan kepada penjual atau pengusaha. Dengan kata lain, apabila dilihat secara ekonomis, beban pajak dialihkan kepada pihak lain yaitu pihak yang akan mengkonsumsi barang atau jasa yang menjadi objek pajak. Adapun apabila dilihat secara yuridis, tanggung jawab pembayaran pajak ke kas Negara bukan pada pihak yang memikul beban pajak tetapi kepada pihak penjual yang memungut pajak.

PPN merupakan salah satu jenis pajak objektif. PPN merupakan jenis pajak yang saat timbulnya kewajiban pajak ditentukan oleh faktor objektif yaitu berdasarkan keadaan, perbuatan dan peristiwa hukum yang harus dikenakan pajak (objek pajak). PPN merupakan multi stage tax, artinya PPN dikenakan pada setiap transaksi yang dilakukan pada setiap mata rantai jalur produksi maupun distribusi. Contohnya dalam setiap penyerahan yang menjadi objek pajak PPN mulai dari tingkat pabrikan (manufaktur) kemudian di tingkat pedagang besar sampai pedagang pengecer (retailer) dikenakan PPN.

Pajak terutang dihitung atas dasar nilai tambah. Hal ini dilakukan dengan cara menggunakan salah satu metode perhitungan yaitu *addition method*, *subtraction method* dan *credit method*. *Addition method*, artinya PPN dihitung dari penjumlahan seluruh unsur nilai tambah dikalikan tarif yang berlaku. *Subtraction method*, artinya PPN dihitung dari selisih antara harga jual dengan harga beli dikalikan tarif. *Credit method/indirect subtraction method*, artinya PPN dihitung dari selisih antara PPN yang dibayar dengan PPN yang dipungut.

Dari ketiga metode tersebut, Indonesia sendiri menganut metode yang ketiga yaitu *credit method* atau *indirect subtraction method*. Mekanisme pemungutan PPN menggunakan Faktur Pajak. Sebagai konsekuensi penggunaan kredit pajak untuk menghitung PPN yang terutang maka setiap penyerahan BKP atau JKP yang bersangkutan diwajibkan untuk membuat Faktur Pajak sebagai bukti pemungutan pajak. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam UU No. 42 Tahun 2009 tentang Pajak Pertambahan Nilai di dalam Pasal 13. PPN adalah pajak atas konsumsi dalam negeri. Hal ini sesuai dengan “*destination principle*” yang digunakan dalam pengenaan PPN yaitu PPN dikenakan ditempat tujuan barang atau jasa akan dikonsumsi. PPN di Indonesia menganut tarif tunggal (*single rate*). Berdasarkan UU No. 42 Tahun 2009 Pasal 7, tarif yang digunakan di Indonesia adalah sebesar 10%. PPN dipungut atas nilai tambah saja. Nilai tambah adalah suatu nilai yang merupakan hasil penjumlahan biaya produksi atau distribusi yang meliputi penyusutan, bunga modal, gaji/upah yang dibayarkan, telepon, listrik, pengeluaran lainnya, laba yang diharapkan oleh pengusaha dan lain-lain. Nilai tambah di bidang perdagangan dapat juga diartikan sebagai selisih harga jual dengan harga beli barang dagangan.

Tarif Pajak Pertambahan Nilai

Tarif Pajak Pertambahan Nilai yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Pasal 7 Ayat (1), (2), dan (3) yaitu sebagai berikut:

Tarif Pajak Pertambahan Nilai, yaitu: Sebesar 11% (sebelas persen) yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022 sebesar 12% (dua belas persen) yang mulai berlaku paling lambat pada tanggal 1 Januari 2025. Tarif Pajak Pertambahan Nilai sebesar 0% (nol persen) diterapkan atas: Ekspor Barang Kena Pajak Berwujud, Ekspor Barang Kena Pajak Tidak Berwujud, Ekspor Jasa Kena Pajak. Tarif Pajak Pertambahan Nilai sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diubah menjadi paling rendah 5% (lima persen) dan paling tinggi 15% (lima belas persen).

Pengertian Penjualan

Penjualan adalah suatu proses dimana penjual memuaskan atau memenuhi segala kebutuhan dan keinginan pembeli agar dicapai manfaatnya bagi penjual maupun pembeli yang berkelanjutan dan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak (Ramadhani & Ardhiansyah, 2021:11). Penjualan merupakan tujuan utama dilakukannya kegiatan perusahaan. Oleh karena itu, penjualan memegang peranan penting bagi perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat terjual dan memberikan penghasilan bagi perusahaan (Munawwar, 2024).

Faktor-Faktor Penjualan

Menurut Dunan dkk. (2020) dalam praktek penjualan, adakalanya kegiatan penjualan itu tidak berjalan lancar atau terjadinya penurunan volume penjualan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu: Faktor dari luar Perusahaan berupa Kebijakan pemerintah terutama di bidang ekonomi moneter dan perdagangan dapat mempengaruhi situasi penawaran dan permintaan barang dan jasa di pasar. Perkembangan ekonomi dunia. Dengan struktur ekonomi terbuka saat ini perkembangan ekonomi dalam negeri tidak dapat terlepas dari perkembangan ekonomi dunia, seperti perkembangan harga minyak internasional. Perkembangan sosial ekonomi Masyarakat. Perubahan sosial ekonomi yang terjadi di masyarakat sangat berpengaruh terhadap pola permintaan mereka atas berbagai macam barang dan jasa. Situasi persaingan. Besar kecilnya situasi persaingan di pasar akan mempengaruhi kedudukan jasa masing-masing perusahaan yang bersaing.

Faktor dari dalam Perusahaan. Kapasitas produksi yang dimiliki perusahaan akan membatasi kemampuan mereka dalam memproduksi barang dan jasa sampai jumlah tertentu. Kesan pembeli terhadap barang dan jasa serta layanan yang mengiringinya sangat besar pengaruhnya terhadap kelancaran penjualan hasil produksi dimasa yang akan datang. Kebijakan harga jual Harga jual produk yang diterapkan perusahaan dimasa mendatang dapat menentukan kedudukan perusahaan dalam persaingan. Padahal kemampuan perusahaan untuk bersaing akan mempengaruhi besar kecilnya jumlah penjualan barang dan jasa.

METHOD

Lokasi penelitian ini berada di Jl. Jenderal Ahmad Yani No.96, Kesawan, Kec. Medan Barat., Kota Medan, Sumatera Utara. Lokasi penelitian ini dipilih karena PT Gruti Lestari Pratama adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit selama 28 tahun, sehingga data dari perusahaan lebih mudah untuk didapatkan. Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu kurang lebih 8 bulan, yakni dari bulan Desember 2023 sampai Juli 2024.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa hasil wawancara yang dilakukan dengan Kepala Bagian Perpajakan di PT Gruti Lestari Pratama. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu laporan laba-rugi tahun 2020 sampai 2022 dan hasil wawancara. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui wawancara dan dokumentasi. Data dokumentasi yang digunakan adalah struktur organisasi, laporan laba-rugi, dan dokumen terkait pajak pertambahan nilai.

Teknik pengolahan data yang digunakan adalah Metode Deskriptif. Untuk menjawab rumusan masalah tentang perbedaan tingkat penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN, maka digunakan uji-t. Uji-t adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam statistik. Menurut Marisyah (2023) adapun kriteria dari uji-t ini adalah: Jika nilai signifikansi uji $t > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada perbedaan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi uji $t < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat perbedaan antara variabel independen dengan variabel dependen.

Hipotesis dirumuskan sebagai berikut: H_0 : Tidak ada perbedaan tingkat penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN. H_a : Ada perbedaan tingkat penjualan sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN. Adapun rumus untuk menghitung tingkat penjualan menurut Philip Kotler dalam (Munawwar, 2024) adalah sebagai berikut:

$$Y = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}} \dots\dots\dots (1)$$

Keterangan:

Y = Tingkat Penjualan

Y_t = Penjualan periode tertentu

Y_{t-1} = Penjualan periode sebelumnya

Output dari tingkat penjualan tersebut selanjutnya di analisis dengan Metode Statistik Deskriptif. Menurut Sugiyono (2019) metode statistik deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Berikut ini adalah data penjualan yang diperoleh dari Laporan Laba-Rugi PT Gruti Lestari Pratama. Data penjualan tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 2. Data Penjualan PT Gruti Lestari

(dalam rupiah)

Periode	Tahun	
	2021	2022
Januari	44.606.447.240	69.343.167.870
Februari	37.360.572.580	61.184.067.800
Maret	48.722.991.670	60.223.981.640
April	48.637.260.610	84.620.852.060
Mei	36.559.412.220	14.639.981.080
Juni	50.833.753.260	37.719.789.820
Juli	52.826.751.840	39.393.671.990
Agustus	49.968.067.230	49.564.167.320
September	52.672.228.640	49.121.187.610
Oktober	50.100.642.640	48.246.552.330
November	63.186.295.770	49.057.468.290
Desember	53.616.602.990	38.835.481.980

Sumber: Laporan Keuangan PT Gruti Lestari Pratama

Berdasarkan data penjualan PT Gruti Lestari Pratama pada tahun 2021 dan 2022 yang terdapat pada tabel di atas, terlihat bahwa penjualan PT Gruti Lestari Pratama mengalami fluktuasi dari bulan ke bulan. Pada tahun 2021, penjualan tertinggi terjadi pada bulan November yaitu sebesar 63.186.295.770 dan penjualan terendah terjadi pada bulan Mei yaitu sebesar 36.559.412.220. Pada awal tahun 2022, sebelum kenaikan tarif PPN 11% yaitu bulan Januari 2022 sampai April 2022 penjualan mengalami peningkatan dibanding akhir tahun 2021, namun masih berfluktuasi. Penjualan tertinggi pada tahun 2022 terjadi pada bulan April 2022 yaitu sebesar 84.620.852.060 dan penjualan terendah terjadi pada bulan Mei yaitu sebesar 14.639.981.080.

Setelah diberlakukannya tarif 11%, tepatnya pada bulan Mei 2022 sampai Desember 2022 terjadi penurunan yang signifikan dalam penjualan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Meskipun ada sedikit fluktuasi, penjualan kembali meningkat menjelang akhir tahun, meskipun tidak mencapai level yang sama seperti pada tahun 2021.

Penelitian ini menghitung tingkat penjualan perusahaan kelapa sawit yaitu PT Gruti Lestari Pratama pada periode sebelum dan sesudah berlakunya tarif PPN 11%. Rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat penjualan ini adalah :

$$Y = \frac{Y_t - Y_{t-1}}{Y_{t-1}} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan:

Y = Tingkat Penjualan

 Y_t = Penjualan bulan berjalan Y_{t-1} = Penjualan bulan sebelumnya**RESULT AND DISCUSSION**

Perusahaan mulai menerapkan tarif PPN 11% pada bulan Mei 2022, sehingga perlu dihitung tingkat penjualan sebelum kenaikan dan setelah kenaikan supaya perbandingannya sama, maka peneliti mengolah data penjualan mulai bulan Oktober 2021 sampai Desember 2022 atau 7 bulan sebelum kenaikan tarif dan 7 bulan setelah kenaikan tarif PPN. Berikut ini adalah hasil perhitungan tingkat penjualan PT Gruti Lestari Pratama periode Oktober 2021 sampai Desember 2022 yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Data Tingkat Penjualan Sebelum dan Setelah Kenaikan Tarif 11%

Periode	Tingkat Penjualan
Oktober (2021)	-0,0488
November (2021)	0,2612
Desember (2021)	-0,1515
Januari (2022)	0,2933
Februari (2022)	-0,1177
Maret (2022)	-0,0157
April (2022)	0,4051
Mei (2022)	-0,8270
Juni (2022)	1,5765
Juli (2022)	0,0444
Agustus (2022)	0,2582
September (2022)	-0,0090
Oktober (2022)	-0,0178
November (2022)	0,0168
Desember (2022)	-0,2084

Sumber: Data Diolah (2024)

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa tingkat penjualan yang bernilai positif menandakan bahwa perusahaan mengalami peningkatan penjualan. Sedangkan tingkat penjualan yang bernilai negatif menandakan bahwa perusahaan mengalami penurunan penjualan. Dapat dilihat bahwa sebelum berlakunya tarif PPN 11% yaitu pada bulan Oktober 2021 sampai dengan April 2022 tingkat penjualan di PT Gruti Lestari Pratama berfluktuasi dengan beberapa bulan menunjukkan peningkatan yang signifikan (November 2021, Januari 2022, April 2022) dan beberapa bulan menunjukkan penurunan (Oktober 2021, Desember 2021, Februari 2022, Maret 2022). Setelah berlakunya tarif PPN 11% pada bulan Mei 2022 tingkat penjualan PT Gruti Lestari Pratama juga berfluktuasi, ada yang bernilai negatif yang menandakan bahwa penjualan PT Gruti Lestari Pratama mengalami penurunan dan ada yang bernilai positif yang menandakan tingkat penjualannya naik. Periode setelah kenaikan tarif PPN menunjukkan beberapa perubahan yang lebih drastis, baik penurunan maupun peningkatan, dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Uji t adalah metode statistika yang digunakan untuk membandingkan perbedaan rata-rata dua kelompok atau perlakuan. Maka dari itu untuk mengetahui apakah ada perbedaan antara tingkat penjualan sebelum kenaikan tarif PPN dan setelah kenaikan tarif PPN maka digunakan uji t untuk menguji apakah perbedaan tersebut signifikan secara statistik. Berikut ini adalah tabel hasil pengujian uji-t:

Tabel 4. Hasil pengujian uji-t

t-Test: Two-Sample Assuming Equal Variances		
	Sebelum kenaikan tarif PPN	Setelah kenaikan tarif PPN
Mean	63,182,230,110	44,562,617,049
Variance	1.28824E+20	3.09856E+19
Observations	7	7
Pooled Variance	7.99049E+19	
Hypothesized Mean Difference	0	
df	12	
t Stat	3.896889585	
P(T<=t) one-tail	0.001060993	
t Critical one-tail	1.782287556	
P(T<=t) two-tail	0.002121987	
t Critical two-tail	2.17881283	

Sumber : data diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa statistik t sebesar 3.896889585 menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara rata-rata sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN. P-Value Satu Arah (0.001060993) lebih kecil dari tingkat signifikansi umum (0.05), yang berarti kita dapat menolak hipotesis nol dan menyatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara dua rata-rata tersebut dalam arah yang dihipotesiskan. P-Value dua arah (0.002121987) juga lebih kecil dari tingkat signifikansi umum yaitu 0.05, yang berarti kita dapat menolak hipotesis nol dan menyatakan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara dua rata-rata tersebut tanpa memperhatikan arah perbedaannya. Nilai t kritis satu arah (1.782287556) dan dua arah (2.17881283) menunjukkan batas dimana nilai t Stat harus melebihi untuk menolak hipotesis nol. Karena t Stat (3.896889585) lebih besar dari kedua nilai kritis ini, hipotesis nol ditolak. Secara keseluruhan, hasil uji t ini menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan secara statistik antara rata-rata nilai sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN.

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan PT Gruti Lestari Pratama adalah sebagai berikut: kebijakan pemerintah terkait ekonomi moneter dan perdagangan dapat mempengaruhi situasi penawaran dan permintaan produk kelapa sawit seperti CPO dan PK. Salah satu kebijakan pemerintah yang mempengaruhi penjualan di PT Gruti Lestari Pratama adalah tarif pajak, kebijakan yang mendukung ekspor, dan regulasi lingkungan yang ketat dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Struktur ekonomi terbuka menghubungkan PT Gruti Lestari Pratama dengan kondisi ekonomi global, termasuk harga minyak internasional dan faktor-faktor ekonomi lainnya yang dapat mempengaruhi harga dan permintaan CPO dan PK di pasar global.

Perubahan dalam sosial ekonomi masyarakat dapat mempengaruhi pola permintaan mereka terhadap produk kelapa sawit. Misalnya, peningkatan pendapatan masyarakat dapat meningkatkan permintaan produk berbasis kelapa sawit. Lingkungan persaingan yang intens di pasar akan mempengaruhi posisi PT Gruti Lestari Pratama dalam pasar kelapa sawit. Kemampuan perusahaan untuk bersaing dalam hal kualitas produk, harga, dan layanan akan mempengaruhi penjualan. Kapasitas produksi perusahaan akan membatasi jumlah produk yang dapat dipasarkan. Peningkatan kapasitas produksi yang efisien dapat meningkatkan volume penjualan CPO dan PK. Kebijakan harga yang tepat dan kompetitif akan mempengaruhi daya saing perusahaan. Fleksibilitas dalam menyesuaikan harga dengan kondisi pasar dapat meningkatkan penjualan produk.

Perubahan tarif PPN dari 10% menjadi 11%” membuat beberapa harga barang, baik bahan mentah maupun bahan jadi meningkat sehingga biaya bahan baku dalam sebuah usaha juga meningkat. Biaya bahan baku yang tinggi menyebabkan harga jual menjadi lebih tinggi dan pajak ini dibebankan kepada konsumen sehingga menurunkan daya beli masyarakat. Perhitungan tingkat penjualan pada penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang perkebunan kelapa sawit yaitu PT Gruti Lestari Pratama. PT Gruti Lestari Pratama merupakan salah satu perusahaan yang merasakan dampak dari kenaikan tarif PPN 11%.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan uji-t yang mendapatkan hasil bahwa rata-rata nilai sebelum kenaikan tarif PPN adalah 63,182,230,110, sedangkan setelah kenaikan tarif PPN turun menjadi 44,562,617,049. Varians kedua kelompok juga menunjukkan perbedaan. Hal ini menunjukkan bahwa variasi data sebelum kenaikan tarif lebih besar dibandingkan setelah kenaikan tarif. Uji t ini menghasilkan statistik t sebesar 3.896889585 dengan derajat kebebasan (df) 12. P-Value satu arah sebesar 0.001060993 dan P-Value dua arah sebesar 0.002121987, keduanya jauh lebih kecil dari tingkat signifikansi umum yaitu 0.05, yang mengindikasikan bahwa hipotesis nol ditolak. Nilai t kritis satu arah dan dua arah masing-masing adalah 1.782287556 dan 2.17881283, yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai statistik t yang diperoleh. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara rata-rata nilai (penjualan) sebelum dan setelah kenaikan tarif PPN.

Penurunan rata-rata setelah kenaikan tarif menunjukkan bahwa kebijakan kenaikan tarif PPN memiliki dampak nyata terhadap nilai yang diamati. Hasil ini mendukung keputusan untuk menolak hipotesis nol dan menerima hipotesis alternatif bahwa kenaikan tarif PPN menyebabkan perubahan signifikan pada nilai yang diamati. Selain itu, penurunan penjualan tersebut juga dikarenakan oleh adanya kebijakan pemerintah yang mempengaruhi penjualan di PT Gruti Lestari Pratama adalah kebijakan pelarangan ekspor minyak sawit mentah atau *crude palm oil* (CPO), minyak sawit merah atau *red palm oil* (RPO), serta *refined, bleached, deodorized* (RBD) *palm olein* dan *used cooking oil*. Kebijakan ini mulai berlaku pada tanggal 28 April 2022 sebelum akhirnya presiden resmi mencabut larangannya pada akhir Mei 2022, hal inilah yang menyebabkan penjualan pada bulan Mei mengalami penurunan drastis dari bulan sebelumnya.

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% terhadap penjualan dapat diambil kesimpulan bahwa:

Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan PT Gruti Lestari Pratama antara lain kebijakan pemerintah terkait tarif impor dan investasi infrastruktur termasuk tarif pajak, perkembangan ekonomi dunia seperti harga minyak, perubahan sosial ekonomi masyarakat, persaingan pasar yang ketat, kapasitas produksi perusahaan dan kebijakan harga yang tepat dan kompetitif. Semua faktor ini secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi harga jual produk dalam industri kelapa sawit. Ada perbedaan tingkat penjualan sebelum kenaikan tarif PPN dan setelah kenaikan tarif PPN.

REFERENCE

- Ayuningrum, N., Saputra, F. W., & Handoko, D. (2023). Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT. Eloda Mitra Cabang Palembang. *Journal Economic Insights*, 2(1), 49–56.
- Badan Pemeriksaan Keuangan RI. (2021). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/185162/uu-no-7-tahun-2021>
- Dunan, H., Antoni, M. R., Redaputri, A. P., & Jayasinga, H. I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penjualan “Waleu” Kaos Lampung di Bandar Lampung. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 17(2), 167–185. <https://doi.org/10.26487/jbmi.v17i2.10626>
- Febrisha. (2023). *Pengaruh tarif pppn 11% dan tingkat pendapatan selama pandemi terhadap daya beli masyarakat*. 22(1), 8–16.
- Marisyah, M. (2023). *Analisis Data Menggunakan Uji T: Menentukan Perbedaan yang Signifikan antara Dua Kelompok*.
- Melati, W. P. (2023). *Pandemi Covid-19 Dan Menurunnya Perekonomian Indonesia*. DJKN Kemenkeu. <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/16064/Pandemi-Covid-19-Dan-Menurunnya-Perekonomian-Indonesia.html>
- Munawwar, Muhammad. (2024). *Analisis Perbandingan Tingkat Penjualan Sebelum dan Setelah Kenaikan PPN 11% (Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*.
- Permata Gunawan, F., & Sofiani, V. (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*, 12(5), 2706–2721. <https://doi.org/10.52644/joeb.v12i5.469>
- Ramadhani, F. D., & Ardiansyah, M. (2021). *Sistem Prediksi Penjualan Dengan Metode Single Exponential Smoothing Dan Trend Parabolik*. Pascal Books.
- Ramandey, L. (2020). *Perpajakan Suatu Pengantar*. Deepublish.
- Salman, K. R. (2017). *Perpajakan PPh dan PPN*. Indeks Jakarta.
- Sembiring, Y. F. B., Sibarani, P., & Situngkir, A. (2022). Pengaruh Pajak Daerah dan Retribusi Daerah terhadap Belanja Daerah di Kabupaten/Kota Sumatera Utara. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 5(1), 40–47. <https://doi.org/10.51510/jakp.v5i1.772>

- Sibarani, P., & Tarigan, T. M. (2018). *Kontemporer Perpajakan Indonesia Dilengkapi Akuntansi Pajak (Termasuk PSAK 46)*. ANDI (Anggota IKAPI).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). ALFABETA.
- Tambunan, R. O., Susilawati, & Siahaan, S. B. (2023). *Analisis Perhitungan dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai pada Perum Perumnas Proyek Sukaramai*. 15(2), 91–101. <https://ejournal.upr.ac.id/index.php/blnc/article/view/10755/5111>
- Thian, D. A. (2021). *Dasar-Dasar Perpajakan*. Andi.