

## ANALISIS DAMPAK KENAIKAN TARIF PPN 11% TERHADAP PENJUALAN PT. SOKENKO MAJU JAYA

Efvlint Tjendana<sup>1</sup>, Virna Sulfitri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta  
Barat

e-mail: [efvlinttjendana@gmail.com](mailto:efvlinttjendana@gmail.com), [virna\\_s@trisakti.ac.id](mailto:virna_s@trisakti.ac.id)

### Abstract

*Indonesia, which is in a state of economic instability caused by the Covid-19 Pandemic, making the country's income drastically has decreased dramatically, and it is even predicted that it will enter the brink of recession. In order for this to happen not happen, then the government took the decision to normalize the the economic situation in Indonesia, through increasing the VAT rate to 11%. However However, the increase in the VAT rate resulted in an increase in selling prices, causing a decrease in sales that occurred in the company. decrease in sales that occur in the company. This research uses qualitative descriptive research method, to find out how the impact of the 11% VAT rate increase on sales. the 11% VAT rate increase on sales. The results of this study show that the higher the VAT rate, the selling price will automatically increase and can be one of the factors in the decline in sales obtained from the company. can be one of the factors in the decline in sales obtained from the company.*

**Keywords:** Tax, VAT, 11%, Increase, Comparison.

### 1. Pendahuluan

Seiring berjalannya waktu, aktivitas perdagangan global terus berkembang, membuat negara-negara saling bergantung satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan mereka. Indonesia, dengan wilayah kepulauannya yang luas, sangat mengandalkan perdagangan untuk pembangunan daerah dan nasional. Era perdagangan bebas telah memperluas perdagangan tidak hanya antar wilayah tetapi juga antar negara. Namun, di akhir 2019, wabah penyakit menular yang dinyatakan sebagai pandemi global menyebabkan perubahan besar pada perekonomian, aktivitas masyarakat, dan kesehatan di Indonesia. Pandemi Covid-19 sangat membatasi aktivitas masyarakat dan mengandalkan teknologi yang ada. Dampaknya, pendapatan bisnis dan penerimaan pajak pemerintah menurun, menyebabkan perekonomian Indonesia terpuruk pada tahun 2020 (BBC News Indonesia, 2020). Untuk mencegah resesi, pemerintah Indonesia mengambil berbagai inisiatif seperti bantuan sosial tunai, bantuan langsung tunai (BLT), subsidi listrik, dan bantuan untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Masyarakat yang kehilangan pekerjaan juga menerima bantuan berupa kartu pekerjaan. Namun, pengeluaran pemerintah untuk memerangi pandemi melebihi pendapatan, memperlebar defisit anggaran. Pemerintah memutuskan untuk melakukan pelonggaran anggaran dan melakukan perubahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) untuk mencerminkan situasi yang krisis akibat pandemi. Meskipun langkah-langkah ini diambil, pendapatan pemerintah terus menurun sementara anggaran meningkat, menyebabkan defisit anggaran yang semakin besar (Kementerian Penguatan Kelembagaan dan Reformasi Birokrasi Nasional, 2020).

Untuk meningkatkan pendapatan negara, pemerintah memutuskan untuk menaikkan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% mulai 1 April 2022, dan diharapkan mencapai 12% paling lambat 1 Januari 2025. Kebijakan kenaikan tarif PPN ini berdampak pada

perusahaan di Indonesia, termasuk industri garmen. Pemilik perusahaan menaikkan harga penjualan, menyebabkan daya beli masyarakat menurun. Meskipun demikian, penjualan di industri garmen tetap berjalan. Veni & Agus (2022) dalam penelitian mereka menemukan bahwa kenaikan tarif PPN sebesar 11% mempengaruhi penjualan PT. X, menunjukkan dampak signifikan dari kebijakan ini pada perusahaan. Contoh perusahaan yang menerapkan tarif PPN 11% adalah PT. Sokenko Maju Jaya, perusahaan manufaktur di bidang industri garmen. PT. Sokenko Maju Jaya dipilih karena perusahaan ini sudah lama berdiri dan penjualan mereka stabil selama pandemi. Perusahaan ini memiliki pelaporan pajak yang rapi dan mampu bersaing di era transaksi penjualan digital. Studi ini menyoroti bagaimana kebijakan kenaikan tarif PPN berdampak pada penjualan dan operasional perusahaan, serta tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mempertahankan stabilitas di tengah situasi ekonomi yang tidak menentu (Ditjen Anggaran Kementerian Keuangan, 2020).

## **1. Kajian Pustaka**

### ***Tax Incidence (Insiden Pajak)***

Tax incidence dapat diartikan dengan pembagian beban pajak yang melibatkan transaksi antar penjual dan pembeli. Biasanya teori ini, dikaitkan dengan elastisitas harga pada penawaran dan permintaan. Jika penawaran lebih tinggi daripada permintaan, maka beban pajak akan di tanggung pada pembeli, jika permintaan lebih tinggi daripada penawaran, maka beban pajak akan di tanggung oleh produsen. Insiden pajak ini, menunjukkan siapa yang akan menanggungnya, bukan hanya siapa yang secara langsung membayar pajak itu.

Elastisitas harga merupakan mengukur seberapa pengaruh penawaran atau permintaan terhadap perubahan. Jika adanya perubahan penawaran atau permintaan ketika harga berubah sedikit, maka penawaran tersebut dapat dikatakan penawaran atau permintaan elastis. Jika tidak ada perubahan penawaran atau permintaan ketika harga berubah cukup banyak, maka penawaran atau permintaan dapat dikatakan tidak elastis.

Ketika pemerintah mulai memberlakukan pajak, maka terjadi perbedaan pada harga yang diterima oleh penjual (harga setelah pajak) dan harga yang dibayar oleh pembeli (harga pasar). Perbedaan itu disebut beban pajak, yang dibagi 2 bagian, beban pajak pembeli dan beban pajak penjual. Apabila pemerintah mengenakan pajak kepada penjual, kemudian pajak digeser kepada konsumen, maka beban pajak tersebut tidak semuanya digeser kepada pembeli. Ketika pembeli harus membayar pajak penjualan yang lebih tinggi, maka akan menyebabkan penurunan penjualan.

### **Pajak Pertambahan Nilai (PPN)**

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah sumber penerimaan negara yang dikenakan pada konsumsi barang dan jasa. Menurut Waluyo (2017), PPN wajib dibayar saat mengonsumsi barang atau jasa di suatu negara. Priantara (2018) menyatakan bahwa sebagai pajak tidak langsung, beban PPN dapat dialihkan kepada pihak lain jika memenuhi syarat sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Dasar hukum PPN di Indonesia diatur oleh beberapa undang-undang, termasuk UU No. 42 Tahun 2009 tentang PPN dan barang mewah, serta UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP). Tarif PPN dinaikkan menjadi 11% dan 12% berdasarkan UU HPP, dengan tarif maksimal yang diizinkan adalah 15%. UU lainnya yang mengatur PPN termasuk UU No. 8 Tahun 1983, UU No. 11 Tahun 1994, dan UU No. 18 Tahun 2000. Dasar pengenaan pajak (DPP) adalah pedoman untuk menghitung nilai pajak. Ini meliputi harga jual, nilai impor, dan nilai ekspor. Harga jual adalah total biaya yang harus dibayar oleh penjual untuk menyediakan barang atau jasa kena pajak, sedangkan nilai impor dan ekspor ditentukan oleh peraturan bea dan cukai.

Subjek PPN meliputi PKP, non-PKP, dan pemilik bisnis skala kecil. PKP adalah pengusaha yang menyerahkan barang atau jasa kena pajak dan mengekspor barang atau jasa. Non-PKP tetap terutang PPN meskipun tidak berstatus PKP. Pemilik bisnis kecil yang pendapatannya melebihi Rp 4,8 miliar harus melaporkan perusahaan untuk dikukuhkan sebagai PKP. Objek PPN adalah barang dan jasa yang dikenakan pajak. Berdasarkan UU No. 42 Tahun 2009, objek PPN terbagi menjadi barang kena pajak (BKP) dan jasa kena pajak (JKP). BKP termasuk barang bergerak dan tidak bergerak, sementara JKP adalah layanan yang terkait dengan kontrak atau undang-undang. PPN memiliki beberapa karakteristik, termasuk sebagai pajak tidak langsung dan pajak objektif. PPN dipungut secara bertahap sepanjang rantai produksi dan distribusi, tanpa adanya pajak berganda. Pemungutan PPN menggunakan faktur pajak, yang sejak 1 Oktober 2020 diwajibkan dalam bentuk e-faktur. PPN adalah pajak atas konsumsi dalam negeri yang bersifat netral, dengan tujuan akhir dipungut atas konsumsi barang dan jasa.

### **Penjualan**

Penjualan adalah aktivitas untuk memengaruhi, mencari, dan membimbing pembeli agar membeli produk sesuai kebutuhan dan mencapai kesepakatan harga. Penjualan merupakan sumber kehidupan bisnis karena menghasilkan keuntungan dan menarik konsumen. Untuk mencapai tujuan perusahaan, promosi seperti iklan dan penjualan harus dikelola dengan baik. Penjualan sering disamakan dengan promosi, namun penjualan hanya mencakup penyediaan barang atau jasa oleh penjual, sedangkan promosi bertujuan meningkatkan permintaan. Periklanan berhubungan langsung dengan jumlah pelanggan, sehingga penting dalam meningkatkan penjualan. Menurut Swasta Basu (2019), penjualan adalah seni dan pengetahuan yang digunakan oleh tenaga penjualan untuk meyakinkan orang lain mengenai barang atau jasa yang ditawarkan. Transaksi penjualan terdiri dari beberapa jenis, antara lain penjualan tunai, kredit, pelelangan, ekspor, konsinyasi, dan grosir. Penjualan tunai dilakukan dengan pembayaran langsung, sedangkan penjualan kredit dilakukan dengan angsuran. Penjualan pelelangan sesuai aturan yang berlaku, penjualan ekspor melibatkan pembeli luar negeri, penjualan konsinyasi dilakukan oleh pengecer, dan penjualan grosir melibatkan jumlah besar untuk pedagang besar atau pengecer. Tujuan penjualan meliputi meningkatkan keuntungan, mencapai volume penjualan, dan pertumbuhan bisnis. Penjualan yang sesuai rencana dapat mencapai tujuan ini, namun proses penjualan juga penting dalam strategi penjualan perusahaan. Penjualan bisnis melibatkan beberapa jenis, seperti penjualan tukar tambah, penjualan misionaris, penjualan teknis, usaha baru, dan penjualan responsif.

Penjualan tukar tambah memberi kesempatan pengecer meningkatkan penjualan, penjualan misionaris dilakukan oleh agen atau distributor, penjualan teknis menawarkan solusi kepada pembeli, usaha baru mengubah pembeli potensial menjadi pembeli sebenarnya, dan penjualan responsif melibatkan penjual menjawab pertanyaan konsumen. Faktor yang mempengaruhi penjualan antara lain kondisi dan keterampilan penjual, modal, kondisi pasar, kondisi organisasi bisnis, dan faktor lain seperti iklan, demonstrasi, dan promosi. Kondisi dan keterampilan penjual sangat penting dalam mencapai tujuan penjualan, modal diperlukan untuk mengangkut barang atau mengembangkan usaha, kondisi pasar berhubungan dengan pembeli, dan kondisi organisasi bisnis terutama di perusahaan besar biasanya ditangani oleh departemen khusus. Iklan, demonstrasi, dan promosi diharapkan dapat membuat pembeli membeli produk yang sama lagi, sehingga mempengaruhi penjualan. Penjualan teknis bertujuan memberikan solusi kepada pembeli, sehingga produsen menjual produk yang dibutuhkan untuk mengatasi masalah konsumen. Penjualan usaha baru berupaya mengubah

pembeli potensial menjadi pembeli sebenarnya dari produk yang ditawarkan. Penjualan responsif melibatkan dua elemen utama, yakni routing dan retail merchandising, di mana tenaga penjual bertanggung jawab menjawab pertanyaan konsumen. Dengan memahami berbagai jenis penjualan dan faktor yang mempengaruhinya, perusahaan dapat mengembangkan strategi penjualan yang efektif untuk mencapai tujuan mereka.

## **2. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsi kualitatif untuk mengumpulkan informasi atau gambaran sistematis dan akurat tentang karakteristik populasi atau area tertentu. Penelitian kualitatif mengungkapkan data sesuai keadaan tanpa mengolahnya menjadi simbol atau angka. Objek penelitian ini adalah PT. Sokenko Maju Jaya yang berlokasi di Jakarta Selatan, dan bertujuan untuk menggambarkan pengaruh perubahan tarif PPN terhadap penjualan. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari subjek penelitian, seperti wawancara dengan Direktur Utama dan Supervisor Keuangan PT. Sokenko Maju Jaya mengenai analisis PPN penjualan. Data sekunder berasal dari dokumen yang relevan dengan penelitian, seperti biografi, buku harian, dan catatan perusahaan. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan dokumentasi. Analisis data kualitatif dilakukan secara induktif untuk memahami dan menginterpretasikan data, serta membuat hipotesis berdasarkan pemahaman tersebut. Validitas temuan penelitian diuji dengan triangulasi sumber, yaitu verifikasi data dari berbagai sumber menggunakan teknik yang sama, seperti wawancara dengan pemilik perusahaan dan bagian pencatatan, untuk mendapatkan pernyataan yang konsisten dari berbagai sumber.

## **3. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

PT. Sokenko Maju Jaya adalah perusahaan manufaktur di bidang garmen yang didirikan pada awal tahun 2017 berdasarkan akta notaris Martina, S.H. No. 23 tanggal 10 Agustus 2017. Perusahaan ini fokus memproduksi pakaian bayi siap pakai dengan visi untuk menjadi perusahaan terpercaya yang menyediakan produk berkualitas standar SNI untuk semua kalangan. Produk-produk utama yang dihasilkan meliputi bedong newborn, selimut newborn, baju newborn, dan gurita bayi. Dasar pengenaan pajak di PT. Sokenko Maju Jaya didasarkan pada harga jual yang mencakup nilai berupa uang termasuk biaya yang diminta penjual, kecuali PPN yang dipungut dari potongan harga pada faktur pajak. Dasar pengenaan pajak ini sesuai dengan ketentuan yang dijelaskan dalam bab II penelitian ini.

Perusahaan menggunakan tarif PPN sesuai dengan UU No. 42 tahun 2009 pasal 7 ayat 1 yaitu 10% dari Dasar Pengenaan Pajak (DPP) untuk semua jenis Barang Kena Pajak (BKP). Sesuai UU No. 7 tahun 2021, tarif ini naik menjadi 11% yang berlaku mulai 1 April 2022. PT. Sokenko Maju Jaya mematuhi tarif ini dalam kegiatan penjualan barang dan jasa yang dikenakan pajak. PT. Sokenko Maju Jaya menghitung Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 dan Undang-Undang Nomor 7 tahun 2021. Pajak keluaran dihitung berdasarkan faktur pajak yang dikeluarkan perusahaan dengan tarif 10% dan 11% dari Dasar Pengenaan Pajak (DPP). Penelitian ini menekankan analisis perhitungan PPN pada laporan penjualan dan perhitungan PPN periode April 2021 s/d Maret 2022 dengan tarif 10%, serta periode April 2022 s/d Maret 2023 dengan tarif 11%. Berikut adalah rincian jumlah Pembayaran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada Penjualan PT. Sokenko Maju Jaya Periode April 2021 s/d Maret 2022 sesuai dengan Undang-undang Nomor 42 Tahun 2009, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 1** Rincian Penjualan Dan PPN Keluaran Periode April 2021 s/d Maret 2022 PT. Sokenko Maju Jaya Undang-undang Nomor 42 tahun 2009

| Total Penjualan Ketika tarif PPN 10% |              |                      |                    |
|--------------------------------------|--------------|----------------------|--------------------|
| no                                   | Bulan        | DPP                  | PPN Keluaran       |
| 1                                    | Apr-21       | 1.082.240.908        | 108.224.092        |
| 2                                    | Mei-21       | 654.913.636          | 65.491.364         |
| 3                                    | Jun-21       | 933.972.775          | 93.397.275         |
| 4                                    | Jul-21       | 332.363.636          | 33.236.364         |
| 5                                    | Agu-21       | 965.172.728          | 96.517.271         |
| 6                                    | Sep-21       | 987.927.269          | 98.792.731         |
| 7                                    | Okt-21       | 833.977.270          | 83.397.730         |
| 8                                    | Nov-21       | 795.513.640          | 79.551.359         |
| 9                                    | Des-21       | 435.563.638          | 43.556.361         |
| 10                                   | Jan-22       | 482.881.818          | 48.288.182         |
| 11                                   | Feb-22       | 770.095.454          | 77.009.546         |
| 12                                   | Mar-22       | 517.690.912          | 51.769.088         |
|                                      | <b>Total</b> | <b>8.792.313.684</b> | <b>879.231.363</b> |

Tabel di atas menunjukkan adanya penurunan penjualan pada bulan Januari 2022. Setelah penulis melakukan wawancara tambahan dengan Supervisor Keuangan penjualan di PT. Sokenko Maju Jaya, penurunan omset pada bulan Januari 2022 disebabkan oleh suasana liburan Nataru (Natal dan Tahun Baru). Oleh karena itu, pada bulan Januari 2022 terjadi penurunan penjualan. Namun, PT. Sokenko Maju Jaya mengalami kenaikan penjualan yang signifikan pada bulan Februari 2022, bahkan naik lebih dari Rp. 200.000.000,-. Setelah penulis kembali mewawancarai Supervisor Keuangan, kenaikan penjualan pada Februari 2022 diakibatkan oleh perubahan kebijakan pemerintah terkait peraturan perpajakan dalam Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang akan diterapkan pada tanggal 1 April 2023. Selanjutnya, menganalisis hasil penjualan dengan perhitungan tarif PPN 11% menurut UU No. 7 Tahun 2021.

Selanjutnya menganalisis hasil Penjualan dengan Perhitungan Tarif PPN 11% menurut UU No. 7 Tahun 2021. Berikut adalah rincian jumlah Pembayaran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada Penjualan PT. Sokenko Maju Jaya Periode April 2022 s/d Maret 2023 sesuai dengan Undang-undang Nomor 7 tahun 2021, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2** Rincian Penjualan Dan PPN Keluaran Periode April 2022 s/d Maret 2023 Pt. Sokenko Maju Jaya Undang-undang Nomor 7 tahun 2021

| Total Penjualan Ketika tarif PPN 11% |        |             |              |
|--------------------------------------|--------|-------------|--------------|
| no                                   | Bulan  | DPP         | PPN Keluaran |
| 1                                    | Apr-22 | 573.597.297 | 60.905.243   |
| 2                                    | Mei-22 | 68.810.811  | 7.509.189    |
| 3                                    | Jun-22 | 369.734.233 | 40.670.767   |
| 4                                    | Jul-22 | 588.675.671 | 64.754.324   |
| 5                                    | Agu-22 | 632.824.323 | 69.610.677   |
| 6                                    | Sep-22 | 318.644.144 | 35.050.856   |
| 7                                    | Okt-22 | 305.837.837 | 33.642.163   |
| 8                                    | Nov-22 | 516.986.486 | 56.868.514   |
| 9                                    | Des-22 | 332.806.045 | 36.608.603   |
| 10                                   | Jan-23 | 446.330.331 | 49.096.669   |
| 11                                   | Feb-23 | 246.716.218 | 27.138.782   |
| 12                                   | Mar-23 | 498.459.460 | 54.830.540   |

|  |       |               |             |
|--|-------|---------------|-------------|
|  | Total | 4.899.422.853 | 536.686.327 |
|--|-------|---------------|-------------|

Tabel di atas menunjukkan adanya penurunan omset dari bulan April 2022 hingga Maret 2023. Setelah melalui proses wawancara dengan Supervisor Keuangan, diketahui bahwa penurunan ini disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku pada bulan Mei. Menurut Direktur Utama, penurunan penjualan PT. Sokenko Maju Jaya pada bulan Mei juga diakibatkan oleh penumpukan stok, yang sebelumnya terjadi karena kenaikan pembelian atau permintaan barang oleh pelanggan sebelum kenaikan harga bahan baku dan perubahan tarif PPN. Untuk menjaga agar penjualan tetap berjalan, PT. Sokenko Maju Jaya memutuskan untuk memberikan keringanan pembayaran berupa skema cicilan kepada setiap pembelian atau pelanggan dalam pembelian produk. Peraturan terbaru pada Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, yang salah satunya mengubah tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11%, mulai berlaku pada 1 April 2022. Perubahan ini merupakan faktor yang paling menonjol dalam penelitian yang dilakukan pada PT. Sokenko Maju Jaya kali ini. Berdasarkan data penjualan PT. Sokenko Maju Jaya, terlihat bahwa banyak pelanggan melakukan pembelian barang dengan memanfaatkan tarif PPN 10% untuk memaksimalkan penyimpanan barang. Ketika pajak naik menjadi 11%, bahan baku dan harga jual juga naik, menyebabkan keuntungan perusahaan menurun sebesar Rp. 3.892.890.831.

Setelah wawancara dengan Direktur Utama, diketahui bahwa penurunan omset dari bulan April 2022 hingga Maret 2023 juga disebabkan oleh kenaikan harga bahan baku pada bulan Mei. Direktur Utama beranggapan bahwa penurunan penjualan PT. Sokenko Maju Jaya pada bulan Mei diakibatkan oleh penumpukan stok, yang terjadi karena sebelumnya ada kenaikan pembelian atau permintaan barang oleh pelanggan sebelum kenaikan harga bahan baku dan perubahan tarif PPN. Untuk menjaga agar penjualan tetap berjalan, PT. Sokenko Maju Jaya memutuskan memberikan keringanan pembayaran berupa skema cicilan kepada setiap pembelian atau pelanggan dalam pembelian produk. Perubahan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11%, yang mulai berlaku pada 1 April 2022, merupakan faktor utama yang mempengaruhi penelitian ini. Berdasarkan data penjualan PT. Sokenko Maju Jaya, terlihat bahwa banyak pelanggan melakukan pembelian barang dengan memanfaatkan tarif PPN 10% untuk memaksimalkan penyimpanan barang. Ketika pajak naik menjadi 11%, bahan baku dan harga jual juga naik, menyebabkan keuntungan perusahaan menurun sebesar Rp. 3.892.890.831.

**Tabel 3** Rincian Penjualan Dan PPN Keluaran Periode April 2022 s/d Maret 2023 Pt. Sokenko Maju Jaya Undang-undang Nomor 7 tahun 2021

| Tahun     | Hasil Penjualan ketika Tarif PPN 10% (April 2021 s/d Maret 2022) | Hasil Penjualan ketika Tarif PPN 11% (April 2022 s/d Maret 2023) | Perbandingan       |      |
|-----------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|--------------------|------|
|           |                                                                  |                                                                  | Kenaikan/Keturunan | %    |
| April     | 1.082.240.908                                                    | 573.597.297                                                      | -508.643.611       | -47% |
| Mei       | 654.913.636                                                      | 68.810.811                                                       | -586.102.825       | -89% |
| Juni      | 933.972.775                                                      | 369.734.233                                                      | -564.238.542       | -60% |
| Juli      | 332.363.636                                                      | 588.675.671                                                      | 256.312.035        | 77%  |
| Agustus   | 965.172.728                                                      | 632.824.323                                                      | -332.348.405       | -34% |
| September | 987.927.269                                                      | 318.644.144                                                      | -669.283.125       | -68% |
| Oktober   | 833.977.270                                                      | 305.837.837                                                      | -528.139.433       | -63% |
| November  | 795.513.640                                                      | 516.986.486                                                      | -278.527.154       | -35% |
| Desember  | 435.563.638                                                      | 332.806.045                                                      | -102.757.593       | -24% |
| Januari   | 482.881.818                                                      | 446.330.331                                                      | -36.551.487        | -8%  |
| Februari  | 770.095.454                                                      | 246.716.218                                                      | -523.379.236       | -68% |

|              |                      |                      |                       |             |
|--------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-------------|
| Maret        | 517.690.912          | 498.459.460          | -19.231.452           | -4%         |
| <b>Total</b> | <b>8.792.313.684</b> | <b>4.899.422.853</b> | <b>-3.892.890.831</b> | <b>-44%</b> |

#### 4. Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pembahasan, penulis menyimpulkan bahwa kenaikan tarif PPN berpengaruh terhadap penjualan perusahaan. Semakin tinggi tarif PPN, semakin besar kemungkinan terjadinya penurunan penjualan dan penghasilan perusahaan. Perubahan tarif PPN sangat mempengaruhi penjualan PT. Sokenko Maju Jaya. Berdasarkan data yang telah dijelaskan, PT. Sokenko Maju Jaya mengalami penurunan penjualan sebesar Rp. 3.892.890.831 atau sebesar 44% setelah penerapan tarif PPN sebesar 11%.

#### Daftar Pustaka

- Jannah, A.N., Nuraina, E., & Yusdita, E. E. (2021). Laporan Keberlanjutan PT. XYZ Dan Realitanya. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi*, 2(1), 48-74
- Gerhana, V., & Agus Subandoro. (2022). Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% Terhadap Penjualan Pada PT.X. Surabaya. *Jurnal Revenue: Jurnal Akunatnsi*, 3(1), 54-58
- Erika,K.W., Khasanah,S., & Imarotus,S. (2023). Analisis Perhitungan Pajak Pertambahan Nilai Sebelum dan Sesudah Undang-Undang Harmonisasi Perpajakan Nomor 7 Tahun 2021 Guna Meentukan Pajak Pertambahan Nilai Terutang (Studi Kasus Pada CV. Elraya). *Jurnal Ilmiah: Cendekia Akuntansii*,8(2), 56-63.
- Akashi, N.U. (2024) PPN Direncanakan Naik Jadi 12%, Ini Alasan Hingga Dampaknya. *Detik Com: Detik Jogja*
- Maulida, Rani. (2018). UU PPN: Sejarah Pajak Pertambahan Nilai Di Indonesia. *Blog Online Pajak*
- Komisi XI. (2020). Indonesia Resmi Resesi, Pemulihan Ekonomi Harus Dipercepat.
- Lestari, Reni. (2022). PPN 11%, Pengusaha Hilir Tekstil Kena Dampak Duluan. *Bisnis. com*.
- Qotrun A. Penelitian Kualitatif: Pengertian, Ciri-ciri, Tujuan, Jenis dan Prosedurnya. *Gramedia Blog*.
- Lathifa, Dina. (2023). Berlaku 2022, Pahami Poin Penting dalam UU HPP Terbaru ini. *Blog: Pajakpay*.
- Perpajakan, U. (1945). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. 1–6.
- Perpajakan, U. (2009). UU Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009. Kementrian Sekretariat Negara.
- Waluyo. (2010). Akuntansi Pajak. (Ema Sri Suharsi, Ed.) (3 ed.). Jakarta.