

# Analisis Dampak Kenaikan Ppn 11% Terhadap Daya Beli Gen Z Di Bidang Kuliner

**Puspita Sari Asri H.**

Universitas Islam Kediri – Kediri, Indonesia

Email : [saripuspita147@gmail.com](mailto:saripuspita147@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini menganalisis bagaimana peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% memengaruhi daya beli Generasi Z di sektor kuliner. Sejak berlaku pada 1 April 2022, kenaikan PPN ini dapat berdampak pada pola pengeluaran dan konsumsi masyarakat, terutama di antara kaum muda yang memiliki kebiasaan konsumsi yang cepat berubah. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan mengumpulkan data melalui kuesioner yang melibatkan 30 responden, penelitian ini mengungkapkan bahwa peningkatan tarif PPN menyebabkan penurunan frekuensi makan di luar dan pergeseran pilihan makanan ke yang lebih ekonomis, seperti memasak di rumah atau membeli di *street food*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun total pengeluaran untuk makan berkurang, biaya per transaksi justru meningkat. Penelitian ini memberikan informasi berharga bagi pelaku bisnis kuliner dan pembuat kebijakan tentang bagaimana konsumen bereaksi terhadap perubahan dalam kebijakan pajak.

**Kata Kunci:** PPN, Gen Z, Kuliner

## Abstract

*This study analyzes how the increase in Value Added Tax (VAT) from 10% to 11% affects Generation Z's purchasing power in the culinary sector. Since it came into effect on April 1, 2022, the VAT increase may have an impact on people's spending and consumption patterns, especially among young people who have fast-changing consumption habits. Using quantitative methods and data collection through questionnaires involving 30 respondents, this study revealed that the increase in VAT rates led to a decrease in the frequency of eating out and a shift to more frugal food choices, such as cooking at home or buying at street food stands. The results showed that although total expenditure on food decreased, the cost per transaction increased. This research provides valuable information for culinary businesses and policymakers on how consumers react to tax policy changes.*

**Keywords:** VAT. GEN Z. CULINARY

## PENDAHULUAN

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah salah satu sumber penting bagi pendapatan negara yang dipakai untuk mendanai berbagai proyek pembangunan. Di tahun 2022, pemerintah Indonesia secara resmi meningkatkan tarif PPN dari 10% menjadi 11% sebagai bagian dari Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan negara serta memperkuat ketahanan fiskal di tengah tantangan global, seperti pandemi COVID-19 dan ketidakpastian ekonomi internasional. Meskipun demikian, kenaikan tarif PPN tidak hanya berpengaruh pada bertambahnya pendapatan negara, tetapi juga berdampak pada kemampuan beli masyarakat dan beberapa sektor ekonomi, termasuk industri kuliner. Bidang makanan memiliki posisi penting dalam ekonomi Indonesia, berfungsi sebagai penyedia pekerjaan dan juga sebagai kontributor terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Generasi Z, yang lahir antara tahun

1997 dan 2012, merupakan salah satu kelompok pembeli terbesar dalam sektor ini. Pola makan generasi Z sangat beragam, meliputi makan di restoran, memesan makanan lewat aplikasi online, hingga menikmati makanan kaki lima. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai pembeli, tetapi juga sebagai pengusaha kecil dalam industri makanan, dengan banyak yang mengelola bisnis berbasis digital.

Pajak telah menjadi sumber utama pendapatan bagi negara sejak lama. Seiring dengan kemajuan dalam perekonomian global, aktivitas jual beli terus meningkat di berbagai sektor pasar. Pajak berperan sebagai pendapatan bagi suatu negara, yang digunakan untuk menutupi biaya pemerintah. Mulai 1 April 2022, tarif pajak pertambahan nilai (PPN) akan meningkat dari 10% menjadi 11%. Kenaikan ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 mengenai Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Jika beberapa pihak menyatakan bahwa efek dari kenaikan PPN dianggap sepele, dampaknya akan tetap dirasakan. Pelaku usaha perlu melakukan perhitungan ulang dalam menetapkan harga produk mereka (Kharisma et al., 2023).

Seiring berjalannya waktu, sistem perpajakan di Indonesia mengalami berbagai transformasi. Kebutuhan ekonomi, kepentingan negara, pembangunan, dan berbagai faktor lain membuat masyarakat saling berkolaborasi untuk mendukung kemajuan negara dengan membayar pajak. Pajak adalah kewajiban yang harus dibayar dan tidak memperoleh imbalan secara langsung, dibayarkan oleh individu atau wajib pajak kepada pemerintah sesuai dengan undang-undang. Salah satu jenis pajak yang telah ditetapkan oleh pemerintah adalah Pajak Pertambahan Nilai, yang dikenakan untuk konsumsi pada setiap pembelian barang atau layanan. Menurut Prof. Dr. Rochmat Sumitro, SH, pajak merupakan kontribusi yang diberikan masyarakat kepada pemerintah berdasarkan peraturan, bersifat wajib tanpa imbalan yang langsung terlihat, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran publik. Ciri-ciri pajak antara lain adalah sebagai berikut :

- a. Pajak diterapkan ketika pemerintah, baik pusat maupun daerah, mengumpulkannya
- b. Pajak bersifat wajib, berdasarkan pada peraturan dan ketentuan pelaksanaannya
- c. Pembayaran pajak tidak akan memberikan imbalan langsung dari pihak pemerintah
- d. Dana pajak digunakan untuk pengeluaran rutin pemerintah dalam menjalankan tugas-tugas administrasi dan jika ada surplus, dipakai untuk investasi publik
- e. Pajak berfungsi untuk mengatur hal-hal tertentu (non budgetair)

Pajak memainkan peranan yang sangat berarti dalam ekonomi Indonesia, karena pajak memberikan sumbangan besar terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) serta menjadi sumber pendapatan utama. Pemerintah terus berusaha untuk memaksimalkan penerimaan pajak, mengingat adanya kebutuhan yang semakin meningkat untuk pembangunan dan berbagai permasalahan ekonomi yang sering muncul. Usaha pemerintah dalam meningkatkan pendapatan negara dapat dilihat dari berbagai peraturan, kebijakan, dan keputusan resmi yang dikeluarkan. Penyempurnaan regulasi yang berkaitan dengan pajak penghasilan dan dasar perhitungan pajak selalu dilakukan secara optimal (Rusli & Nainggolan, 2021). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan jenis pajak yang diterapkan pada penggunaan barang dan jasa, di mana beban pajak ini ditanggung oleh konsumen yang memanfaatkan produk dan layanan tersebut, berdasarkan tarif yang dikenakan untuk barang dan jasa yang terdaftar di daerah pabean. Dengan demikian, studi ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh peningkatan PPN sebesar 11% terhadap kekuatan beli generasi Z dalam sektor kuliner.

Selain itu, kemampuan finansial generasi Z dalam sektor makanan juga dipengaruhi oleh keadaan pendapatan dan ekonomi secara keseluruhan. Generasi Z yang sedang beralih menuju kemandirian finansial sering kali mengalami keterbatasan pendapatan, terutama bagi mereka yang masih menjalani studi atau berada di fase awal karir. Dengan peningkatan PPN, beban pada pengeluaran mereka semakin berat, yang berdampak pada pengaturan anggaran untuk kebutuhan yang lain. Namun, terdapat kesempatan bagi generasi Z untuk menyesuaikan diri dengan adanya peningkatan PPN ini. Sebagai kelompok yang inovatif dan fleksibel, mereka dapat menemukan cara-cara baru, seperti memanfaatkan tawaran atau diskon dari situs belanja online, beralih ke barang-barang lokal yang lebih terjangkau, atau bahkan merintis tren makanan baru yang lebih hemat. Dalam hal bisnis, generasi Z juga bisa menggunakan teknologi untuk memperbaiki efisiensi dalam operasional dan memberikan manfaat tambahan bagi pelanggan.

Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk meneliti dampak peningkatan PPN 11% terhadap daya beli generasi Z di sektor makanan, baik sebagai konsumen maupun sebagai pelaku usaha. Dengan mengetahui pergeseran dalam pola konsumsi, preferensi, dan metode penyesuaian yang diterapkan oleh generasi Z, studi ini diharapkan dapat memberikan informasi berharga bagi pelaku bisnis, pemerintah, dan platform digital untuk meminimalkan dampak dari kebijakan ini sambil juga mendukung pertumbuhan sektor kuliner yang berkelanjutan.

## **LANDASAN TEORI**

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

Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara, bersama dengan pendapatan dari sumber migas dan non-migas. Pajak adalah pendapatan yang strategis dan diatur dengan baik. Sesuai dengan struktur keuangan negara, pengelolaan pendapatan pajak dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Pajak di bawah Kementerian Keuangan Republik Indonesia (Regyna et al., 2022). Pada awalnya, pajak tidak dipandang sebagai bea, melainkan sebagai sumbangan sukarela dari masyarakat kepada penguasa untuk memenuhi kebutuhan negara. Warga yang tidak melakukan pembayaran pajak diwajibkan untuk melakukan kerja bakti demi kepentingan umum selama beberapa hari dalam setahun. Pendapatan negara berasal dari masyarakat melalui pajak, atau dari pemanfaatan sumber daya alam yang ada di negara tersebut (Majid et al., 2023). Generasi Z, khususnya yang tergolong dalam kelompok pelajar, mahasiswa, atau pekerja muda, biasanya memiliki pendapatan yang tidak terlalu besar. Peningkatan PPN ini mengakibatkan harga barang dan layanan yang lebih tinggi, terutama untuk kebutuhan sehari-hari seperti makanan, pakaian, transportasi, dan teknologi (gadget serta layanan digital). Sebagai dampaknya:

1. Mereka lebih cenderung untuk dengan hati-hati merencanakan pengeluaran dan memilih produk yang lebih ekonomis.
2. Kenaikan harga barang membuat mereka mengurangi pembelian barang-barang yang tidak penting atau barang-barang mewah.
3. Beralih ke barang-barang dari dalam negeri yang harganya lebih terjangkau dan memiliki mutu yang sebanding.
4. Menggunakan potongan harga, tawaran khusus, atau situs belanja online untuk mendapatkan tarif yang lebih bersaing.
5. Meningkatkan pemahaman mengenai nilai menabung atau berinvestasi sebagai persiapan menghadapi peningkatan biaya hidup.

Dampak dari peningkatan tarif ini cukup besar, terutama bagi masyarakat, karena biaya barang dan layanan yang sebelumnya dikenakan PPN 10% menjadi 11%, yang secara otomatis mengakibatkan kenaikan harga sekitar 1% dari nilai barang atau layanan. Sebagai contoh, barang yang awalnya dijual seharga Rp 1.000.000 dengan PPN 10% kini menjadi Rp 1.100.000, di mana PPN 11% yang diterapkan adalah Rp 110.000. Kebijakan ini juga merupakan bagian dari rencana pemerintah dalam jangka panjang, di mana tarif PPN akan kembali dinaikkan menjadi 12% paling lambat pada tahun 2025. Kenaikan bertahap ini dirancang untuk mengurangi dampak langsung pada ekonomi, sekaligus memastikan pendapatan negara terus meningkat untuk mendukung prioritas pembangunan nasional.

Di sisi lain, para pelaku bisnis, khususnya di sektor makanan dan minuman, menghadapi berbagai kendala yang cukup berarti. Perubahan dalam kebiasaan konsumsi ini dapat berakibat pada penurunan pendapatan, terutama bagi usaha kecil yang mengalami kesulitan dalam mengatur harga atau menawarkan promo khusus. Untuk menangani masalah ini, langkah pencegahan sangat penting. Pemerintah bisa memberikan dukungan atau bantuan finansial untuk usaha kecil, serta memperluas akses terhadap barang dan layanan yang tidak dikenakan PPN untuk keperluan sehari-hari. Sementara itu, para pelaku bisnis harus berinovasi dengan menawarkan paket hemat atau promosi menarik demi menjaga loyalitas konsumen. Di sisi konsumen, perencanaan anggaran yang lebih hati-hati seperti memanfaatkan promosi dan mengurangi pengeluaran yang tidak perlu bisa menjadi langkah untuk menghadapi dampak dari kenaikan PPN ini. Secara keseluruhan, kebijakan ini memerlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku bisnis, dan konsumen agar tujuan peningkatan pendapatan negara dapat tercapai tanpa merugikan stabilitas daya beli masyarakat.

Dampak dari kebijakan ini juga dirasakan oleh para pengusaha di sektor makanan, terutama mereka yang baru memulai usaha dan lebih peka terhadap pergeseran perilaku konsumen. Penurunan daya beli masyarakat menyebabkan pendapatan usaha menurun. Para pengusaha juga mengalami tantangan untuk tetap bersaing tanpa harus menaikkan harga secara signifikan, yang justru dapat memperparah penurunan minat beli. Dalam situasi seperti ini, strategi inovasi menjadi sangat penting, seperti menawarkan paket harga yang lebih terjangkau, menjalankan promosi menarik, atau meningkatkan kualitas layanan untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Dalam jangka panjang, untuk mengurangi dampak negatif dari kebijakan ini, kerjasama antara pemerintah, pelaku usaha, dan konsumen sangat diperlukan. Pemerintah dapat mempertimbangkan memberikan insentif pajak bagi usaha kecil, memberikan dukungan untuk kebutuhan dasar, atau merevisi regulasi PPN untuk sektor-sektor yang paling terdampak. Sementara itu, para pengusaha harus beradaptasi dengan perubahan dan tuntutan pasar melalui inovasi produk, digitalisasi layanan, dan peningkatan efisiensi. Di sisi lain, konsumen dapat memanfaatkan promo khusus, mengelola anggaran dengan lebih baik, dan mencari pilihan yang lebih hemat untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Secara keseluruhan, peningkatan PPN merupakan elemen penting dalam transformasi sistem pajak, tetapi perlu pengelolaan yang cermat agar efeknya terhadap masyarakat dan pelaku usaha dapat diminimalkan. Dengan pendekatan yang menyeluruh dan solusi inovatif, kebijakan ini dapat dilaksanakan lebih efektif tanpa merugikan daya beli masyarakat dan keberlangsungan bisnis kecil. Menaikkan tarif PPN menjadi 11% mempengaruhi banyak aspek kehidupan Generasi Z, termasuk cara berbelanja, gaya hidup, dan pengelolaan keuangan mereka. Namun, karena mereka adalah generasi yang cepat beradaptasi, Gen Z mampu menemukan cara untuk menyesuaikan diri, seperti memilih

produk lokal, memanfaatkan diskon, dan meningkatkan kreativitas demi menjaga stabilitas finansial. Walaupun dampaknya cukup signifikan, kebiasaan baru yang muncul dapat memberikan keuntungan positif di masa depan, terutama dalam pemahaman keuangan dan efisiensi hidup.

## Gen Z

Generasi Z atau Gen Z, mencakup individu yang lahir di antara tahun 1997 dan 2012, yang dikenal sebagai generasi yang terlahir dalam era digital karena mereka dibesarkan dengan teknologi digital sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari mereka. Mereka sangat terbiasa dengan internet, ponsel pintar, dan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, yang menjadi saluran utama untuk berinteraksi dan mengekspresikan diri. Gen Z juga dikenal karena komitmennya terhadap keberagaman dan inklusi, menunjukkan sikap yang lebih terbuka terhadap berbagai perbedaan budaya, jenis kelamin, dan pandangan hidup. Generasi ini memiliki kesadaran yang tinggi terhadap isu-isu sosial, termasuk perubahan iklim, kesetaraan, dan hak asasi manusia, serta sering terlibat secara aktif dalam berbagai inisiatif yang berkaitan.

Generasi Z, atau Gen Z merupakan segmen dalam masyarakat yang muncul setelah generasi milenial dan sebelum generasi alfa. Berdasarkan penjelasan Dimock (2019) dari Pew Research Center, individu yang tergolong dalam generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, periode yang menunjukkan peningkatan dalam aspek sosioekonomi yang lebih konsisten serta perkembangan pesat dalam teknologi informasi (Kamil & Laksmi, 2023). Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki rasa keterhubungan dan ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi. Mereka lahir pada era di mana komputer pribadi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari (Tim Penyusun KBBI edisi lima, 2016). Selain itu, nilai keberagaman yang sangat dijunjung oleh Gen Z membuat mereka bersikap terbuka terhadap penjelajahan kuliner dari berbagai budaya. Mereka senang mencoba hidangan baru, terutama yang memiliki latar belakang atau nilai lokal yang mendalam. Generasi ini juga sangat memperhatikan keberlanjutan, sehingga mereka mendukung makanan berbasis nabati, makanan organik, dan produk yang ramah lingkungan. Mereka juga menghargai usaha kuliner kecil atau lokal yang menyajikan hidangan autentik atau memiliki tujuan sosial.

Generasi Z memperlihatkan cara konsumsi yang berbeda dibandingkan dengan generasi terdahulu. Mereka lebih selektif dalam menentukan produk atau layanan yang ingin mereka gunakan. Merek-merek yang berhasil menarik minat Gen Z adalah yang jujur, memiliki tujuan sosial, dan berkomitmen pada keberlanjutan. Mereka cenderung memilih barang yang memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat. Sebagai contoh, banyak dari mereka yang memilih mendukung industri fesyen yang ramah lingkungan dan menolak fast fashion yang dianggap merusak lingkungan. Selain itu, mereka juga memfavoritkan model ekonomi berbagi, seperti layanan yang berbasis langganan atau sistem peminjaman.

Meskipun memiliki banyak keunggulan, Generasi Z juga menghadapi sejumlah besar hambatan, terutama terkait kesehatan mental. Penelitian menunjukkan bahwa mereka lebih mudah terpengaruh oleh stres, kecemasan, dan depresi, yang sebagian besar disebabkan oleh tekanan dari media sosial, ketidakpastian ekonomi, dan perubahan sosial yang cepat. Isu ini mendorong Gen Z untuk lebih bersuara dalam memperjuangkan akses yang lebih baik terhadap kesehatan mental, mulai dari layanan konseling di sekolah hingga terapi yang lebih terjangkau. Selain itu, Generasi Z juga menghadapi kesulitan dalam hal

keuangan, seperti tingginya biaya pendidikan tinggi, harga rumah yang melambung, dan ketidakpastian keadaan ekonomi global. Banyak dari mereka yang perlu berpikir inovatif untuk menemukan cara baru dalam menghasilkan uang, seperti lewat bisnis berbasis media sosial, berinvestasi, atau menjadi pekerja lepas.

Bagi pelaku bisnis di bidang makanan, peningkatan PPN ini menimbulkan tantangan yang signifikan. Usaha mikro dan kecil (UMKM) yang mengandalkan generasi Z sebagai pasar utama perlu menyesuaikan rencana bisnis mereka. Menawarkan promosi, diskon, atau paket produk bisa menjadi salah satu metode untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan. Selain itu, pelaku bisnis juga dapat memanfaatkan kemajuan digital, seperti aplikasi pengantaran makanan dan layanan online, untuk menjangkau pelanggan dengan cara yang lebih efektif dan sesuai dengan keinginan generasi ini. Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai ini juga memicu pemerintah untuk menilai pengaruhnya terhadap kelompok demografi seperti generasi Z. Kebijakan keuangan yang lebih fleksibel, seperti memberikan dukungan untuk UMKM di sektor makanan atau mengurangi beban pajak tertentu, dapat membantu mengurangi efek dari kenaikan harga pada kemampuan beli masyarakat. Di sisi lain, pemerintah juga harus memperkuat pendidikan tentang pentingnya pajak untuk pembangunan negara, sehingga kelompok muda seperti generasi Z dapat memahami tujuan jangka panjang dari kebijakan tersebut.

Generasi Z merupakan kelompok yang berbeda, fleksibel, dan maju, dengan peluang besar untuk menciptakan dampak positif di banyak bidang kehidupan. Meskipun demikian, mereka juga menghadapi hambatan besar yang memerlukan bantuan dari komunitas internasional. Dengan kepedulian terhadap masalah sosial, kemampuan menyesuaikan diri dengan teknologi, serta prinsip yang teguh terhadap keberlanjutan dan inklusivitas, Generasi Z tidak hanya menentukan masa depan mereka sendiri tetapi juga memberikan petunjuk baru bagi seluruh dunia. Secara umum, peningkatan PPN menjadi 11% mempengaruhi secara signifikan cara konsumsi, kebiasaan berbelanja, dan pilihan makanan generasi Z. Walaupun mereka biasanya dapat beradaptasi dengan inovatif, kebijakan ini tetap memberikan tantangan yang jelas terhadap kemampuan beli mereka. Oleh karena itu, kerja sama antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat sangat penting untuk merumuskan solusi yang mendukung keberlangsungan ekonomi tanpa mengurangi akses untuk konsumen muda seperti generasi Z.



**Gambar 1. Kerangka Pikiran**

*Sumber. Data Penelitian 2024*

### **Hipotesis**

**H1** : Kenaikan PP 11% secara signifikan menurunkan daya beli generasi Z dibidang kuliner.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif, menurut Sugiyono (2016:147) yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskriptifkan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi (Rizki Annisa, 2018) . Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan Gen Z sebagai pelaku. Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner sederhana dengan lima pertanyaan utama, disebarikan kepada 30 responden.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah teknik untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara memberikan berbagai jenis pertanyaan yang berkaitan dengan isu penelitian. Berdasarkan Sugiyono (2017:142), kuesioner adalah teknik untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada orang yang menjawab (Prawiyogi et al., 2021).

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menawarkan wawasan tentang pengaruh peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% terhadap kemampuan beli Generasi Z di sektor kuliner. Informasi yang dikumpulkan melalui survei dianalisis untuk mengetahui perubahan dalam pola konsumsi, reaksi terhadap kenaikan harga, serta cara penyesuaian perilaku konsumsi. Diskusi ini mencakup penurunan dalam frekuensi makan di luar, peningkatan kepekaan terhadap harga, serta dampaknya terhadap kebiasaan konsumsi Generasi Z. Hasil-hasil ini menyediakan pemahaman yang berharga bagi pelaku industri kuliner dan pemerintah dalam menanggapi efek dari kebijakan pajak terhadap kelompok konsumen muda. Saya mengambil contoh angka Rp 50.000 sebagai harga rata-rata makanan saat sekali makan di luar. Ini merupakan perkiraan untuk memudahkan perhitungan.

**Tabel 1. Tabel Perkiraan**

<b>Kategori</b>	<b>Respons</b>	<b>Sebelum Kenaikan PPN (10%)</b>	<b>Setelah Kenaikan PPN (11%)</b>
<b>Frekuensi makan di luar</b>	Setiap hari	3,3	3,3
	3-5 kali seminggu	36,7	13,3
	1-2 kali seminggu	30,0	30,0
	Jarang	26,7	53,3
<b>Pengaruh kenaikan harga di kafe</b>	Ya, sangat berpengaruh	53,3	-
	Ya, sedikit berpengaruh	20,0	-
	Tidak berpengaruh	20,0	-
	Tidak tahu	6,7	-
<b>Frekuensi penggunaan promo/diskon</b>	Ya, sangat sering	-	26,7
	Ya, kadang – kadang	-	40,0

	Tidak pernah	-	26,7
	Tidak tahu	-	6,7
<b>Cara adaptasi terhadap kenaikan harga</b>	Memasak sendiri	-	28,7
	Beralih ke <i>street food</i>	-	23,3
	Mengurangi konsumsi	-	23,3
	Tetap sama seperti sebelumnya	-	28,7

Rumus perpajakan :

PPN dihitung dengan rumus :

$$\text{PPN} = \text{Harga Jual} \times \text{Tarif PPN}$$

Harga akhir yang dibayar konsumen setelah kenaikan PPN :

$$\text{Harga akhir} = \text{Harga Jual} + \text{PPN}$$

1. Identifikasi perubahan pola konsumsi:
  - a. Sebelum adanya kenaikan PPN, banyak responden yang makan di luar 3 – 5 kali dalam seminggu (36,7%)
  - b. Setelah kenaikan PPN, frekuensi makan di luar berkurang. Dengan lebih banyak responden yang makan di luar 1 – 2 kali seminggu (53,3%)

2. Hitung dampak kenaikan harga akibat PPN:

Misalkan harga rata – rata makanan adalah Rp 50.000 sebelum PPN naik (10%). Setelah PPN menjadi 11% harga baru adalah :

$$\text{Harga Baru} = 50.000 + (50.000 \times 0,11) = \text{Rp}55.500$$

Ini menunjukkan kenaikan harga sebesar Rp 500 per transaksi.

3. Analisis dampak berdasarkan pola pengeluaran:

1. Jik sebelumnya responden makan di luar 4 kali/minggu (rata rata dari rentang 3-5), total pengeluaran adalah :

$$50.000 \times 4 = \text{Rp} 200.000/\text{minggu}$$

2. Setelah kenaikan PPN dan penurunan frekuensi menjadi 1-2 kali/ perminggu (rata – rata 1-5), total pengeluaran :

$$55.500 \times 1,5 = \text{Rp} 83.250/\text{minggu}$$

Pengeluaran setiap minggu turun sekitar 58%, menunjukkan pengaruh besar dari peningkatan PPN terhadap pengeluaran untuk kuliner.



4. Korelasikan dengan adaptasi konsumen:

Diagram menunjukkan bahwa peserta cenderung lebih rutin memasak untuk diri sendiri atau memilih makanan dari pedagang kaki lima (masing-masing 28,7%), yang umumnya lebih murah.

Dampak kenaikan PPN terhadap daya beli Gen Z di bidang kuliner adalah :

1. Penurunan frekuensi makan di luar lebih dari 50%.
2. Peralihan pilihan makanan ke opsi yang lebih terjangkau, seperti memasak di rumah atau membeli *street food*.

Kenaikan biaya akibat PPN membuat rata-rata pengeluaran setiap transaksi naik, tetapi total pengeluaran menurun karena volume konsumsi yang berkurang. Kenaikan PPN hingga 11% memberikan pengaruh besar pada kebiasaan berbelanja Generasi Z, terutama dalam hal makan di restoran dan konsumsi makanan di kafe. Hasil ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menunjukkan bahwa fluktuasi harga dapat memengaruhi pilihan dan keputusan belanja seseorang.

1. Frekuensi Makan di Luar

Perubahan signifikan dalam frekuensi makan di luar menunjukkan bahwa kenaikan harga menjadi alasan bagi Generasi Z untuk lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang untuk kebutuhan sekunder. Penurunan dalam frekuensi makan di luar dapat dihubungkan dengan usaha mereka untuk mengatur pengeluaran di tengah meningkatnya harga barang dan layanan.

2. Pengaruh pada Konsumsi Kuliner di Kafe

Sebagian besar responden merasakan bahwa kenaikan harga berpengaruh besar terhadap konsumsi mereka di kafe, yang menunjukkan betapa sensitifnya Generasi Z terhadap kenaikan biaya barang dan jasa yang tidak penting. Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam prioritas konsumsi, dengan penekanan pada kebutuhan yang lebih mendesak.

3. Pemanfaatan Promo dan Diskon

Temuan dari survei menunjukkan bahwa Generasi Z lebih cenderung memakai promo dan diskon untuk mengurangi efek dari kenaikan harga. Ini mencerminkan sifat adaptif Generasi Z ketika menghadapi perubahan ekonomi. Adanya promo dan diskon menjadi cara untuk menjaga tingkat konsumsi tanpa memberikan beban berat pada keuangan.

4. Pola Adaptasi Konsumsi

Responden yang memilih untuk memasak di rumah atau memilih makanan kaki lima menunjukkan strategi untuk mengurangi pengeluaran tanpa sepenuhnya menghilangkan kebutuhan konsumsi. Di sisi lain, sejumlah kecil responden masih mempertahankan pola konsumsi yang sama seperti sebelumnya, yang mungkin menggambarkan kondisi keuangan yang lebih stabil atau adanya prioritas berbeda.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Kenaikan pajak pertambahan nilai sebesar 1% memberikan pengaruh signifikan terhadap kemampuan beli dan gaya konsumsi Generasi Z dalam sektor kuliner. Para responden cenderung mengurangi seberapa sering mereka makan di luar dan beralih ke opsi yang lebih terjangkau. Peningkatan PPN yang berdampak pada harga jual akhir mendorong konsumen untuk lebih hati-hati dalam mengeluarkan uang mereka, baik dengan mengurangi pengeluaran atau beradaptasi dengan memasak di rumah serta memilih makanan *street food*. Dengan begitu, peningkatan PPN tidak hanya memengaruhi harga, tetapi juga perubahan

dalam pola konsumsi di masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z. Sebagai pembeli, generasi Z dianjurkan untuk memanfaatkan penawaran atau diskon yang tersedia di platform digital untuk mengurangi dampak peningkatan harga. Mereka juga harus lebih cermat dalam mengatur anggaran belanja, misalnya dengan mengurangi pengeluaran untuk makanan yang tidak penting dan memilih pilihan makanan yang lebih terjangkau, termasuk mendukung bisnis lokal kecil yang harga produknya lebih bersahabat. Di sisi lain, bagi generasi Z yang menjadi pelaku bisnis, penting untuk mencari cara beradaptasi, seperti memberikan promosi atau paket hemat untuk menarik pelanggan yang peka terhadap harga, serta menggunakan teknologi digital guna menekan biaya operasional dan meningkatkan efektivitas usaha. Inovasi dalam produk dengan harga yang wajar tetapi tetap berkualitas juga penting untuk menjaga daya saing. Diharapkan pemerintah dapat memberikan bantuan berupa insentif pajak atau subsidi bagi usaha kecil dan menengah yang dikelola oleh generasi Z, serta menyediakan program pendampingan untuk membantu mereka menghadapi tantangan yang ditimbulkan oleh kebijakan fiskal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Kamil, R., & Laksmi. (2023). Generasi Z, Pustakawan, dan Vita Activa Kepustakawanan. *BACA: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 9008(105), 25–34. <https://doi.org/10.55981/baca.2023.1119>
- Kharisma, N., Furqon, I. K., Abdurrahman, U. K. H., & Pekalongan, W. (2023). Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Masyarakat Dan Inflasi Di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*, 2, 295–303.
- Majid, F., Sholikhah, H. S., & Lintang, S. (2023). Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) Pada Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi UNITA*, 2(2), 92–97.
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Regyna, T. F., Agustina, D., & Pramadista, F. N. (2022). Dampak Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Terhadap Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah (PPnBM). *Jurnal PPN Dan PPnBM*.
- Rizki Annisa. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor. *Akuntansi*, 56–85.
- Tim Penyusun KBBI edisi lima. (2016). Generasi. *Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Republik Indonesia*, 10–23. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/generasi%0Ahttps://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konseling%0Ahttps://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/integrasi%0Ahttps://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/pendidikan>