

Dampak Regulasi PPN terhadap Layanan Digital terhadap Perilaku Konsumsi dan Beban Konsumsi Rumah Tangga Berpenghasilan Rendah–Menengah

**Sitti Rahma Sudirman¹, Ardhiatul Halima Tuasalamony², Muh Ainul Yaqin³,
Rahadian Cahyadi⁴, Melsa Jumliana⁵**

Universitas Mulawarman 1, Sittirahma@feb.unmul.ac.id

IAIN Ambon 2, ardhiatul.h@iainambon.ac.id, Universitas Negeri Medan 3,

ainulyaqin@unimed.ac.id Universitas Almarisah Madani 4, rahadiancahyadi@univeral.ac.id Universitas

Almarisah Madani 5, melsajumliana@univeral.ac.id

ABSTRACT

The implementation of Value Added Tax (VAT) on digital services has driven shifts in household consumption patterns across many countries, including Indonesia. This regulation affects price adjustments, usage patterns of digital platforms, and the overall expenditure burden borne by households—particularly those in the low- and middle-income segments, who tend to exhibit higher consumption elasticity. This study aims to examine how VAT on digital services influences consumption behavior and the magnitude of household consumption burdens. A quantitative approach was employed through a survey of 420 respondents from six urban and semi-urban regions, complemented by multiple linear regression analysis and price elasticity testing. The findings indicate that price increases resulting from VAT have a significant impact on the frequency of use for entertainment streaming services and food-delivery applications, while the effect is relatively minor for essential services such as home internet and educational applications. The household consumption burden increased by approximately 6.8 percent among low-income groups and 3.1 percent among middle-income groups. These results highlight the need for digital taxation policies that are more responsive to the economic capacity of households to prevent widening disparities in digital access.

Keywords: Digital VAT; Consumption behavior; Household consumption burden; Price elasticity; Digital services

ABSTRAK

Kebijakan pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada layanan digital mendorong perubahan struktur konsumsi rumah tangga di berbagai negara, termasuk Indonesia. Regulasi ini berimplikasi pada penyesuaian harga, pola penggunaan layanan digital, serta beban pengeluaran rumah tangga, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah–menengah yang memiliki elastisitas konsumsi lebih tinggi. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana regulasi PPN terhadap layanan digital memengaruhi perilaku konsumsi dan besaran beban konsumsi rumah tangga. Pendekatan kuantitatif digunakan melalui survei terhadap 420 responden di enam wilayah perkotaan dan semi-perkotaan, dilengkapi analisis regresi linier berganda dan uji elastisitas harga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan harga akibat pengenaan PPN berpengaruh signifikan terhadap frekuensi penggunaan layanan digital hiburan dan aplikasi pesan-antar makanan, sementara dampaknya relatif kecil terhadap layanan esensial seperti internet

dan aplikasi pendidikan. Beban konsumsi rumah tangga meningkat sekitar 6,8% pada kelompok pendapatan rendah dan 3,1% pada kelompok pendapatan menengah. Temuan ini menegaskan perlunya perumusan kebijakan pajak digital yang lebih adaptif terhadap kemampuan ekonomi rumah tangga agar tidak menimbulkan kesenjangan akses digital.

Kata Kunci: PPN digital;Perilaku konsumsi;Beban konsumsi rumah tangga;Elastisitas harga;Layanan digital

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah cara masyarakat bekerja, berinteraksi, dan mengonsumsi barang serta jasa. Pemerintah di berbagai negara merespons dinamika tersebut dengan merumuskan kebijakan perpajakan yang mampu menjamin keadilan pemungutan dan keberlanjutan penerimaan negara. Salah satu instrumen yang digunakan adalah pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada layanan digital yang meliputi aplikasi hiburan, layanan streaming, platform marketplace, hingga layanan berbasis internet lainnya.

Di Indonesia, kebijakan ini mulai menguat setelah pemerintah memberlakukan skema PPN untuk perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Meski bertujuan meningkatkan tata kelola pajak digital, regulasi tersebut menimbulkan perdebatan, terutama terkait dampaknya terhadap rumah tangga berpendapatan rendah–menengah. Kelompok ini dikenal memiliki elastisitas konsumsi yang lebih tinggi sehingga perubahan harga sering kali berujung pada pengurangan konsumsi atau pergeseran preferensi. Selain itu, sebagian layanan digital telah bertransformasi menjadi kebutuhan dasar, seperti akses internet untuk pendidikan, pekerjaan, dan administrasi layanan publik.

Penelitian ini disusun untuk mengisi kekosongan literatur mengenai bagaimana kebijakan PPN digital memengaruhi pola konsumsi masyarakat. Fokus diberikan pada relasi antara perubahan harga, prioritas kebutuhan, serta beban konsumsi yang harus ditanggung rumah tangga berpendapatan rendah–menengah. Dalam konteks Indonesia yang tengah mengakselerasi transformasi digital, analisis yang lebih mendalam diperlukan agar kebijakan pajak dapat berjalan tanpa menimbulkan eksklusi digital.

Tinjauan Pustaka

1. Pajak Digital dan PPN dalam Ekonomi Modern

PPN merupakan pajak konsumsi tidak langsung yang dikenakan secara bertingkat pada tiap rantai nilai. Dalam konteks digital, PPN diberlakukan pada layanan yang disediakan oleh penyedia domestik maupun luar negeri melalui sistem elektronik. Literatur menunjukkan bahwa pajak digital pada umumnya meningkatkan harga akhir yang ditanggung konsumen dan dapat memengaruhi intensitas penggunaan layanan digital.

2. Perilaku Konsumsi Rumah Tangga

Teori perilaku konsumsi menyatakan bahwa rumah tangga akan menyesuaikan belanja ketika terjadi perubahan harga atau pendapatan. Rumah tangga berpenghasilan rendah lebih sensitif terhadap kenaikan harga karena proporsi belanja kebutuhan rutin jauh lebih besar dibandingkan kelompok pendapatan tinggi. Dalam konteks digital, sensitivitas ini tercermin pada pembatasan penggunaan aplikasi hiburan, pengurangan pembelian layanan premium, hingga beralih ke layanan gratis.

3. Beban Konsumsi dan Elastisitas Harga

Beban konsumsi adalah proporsi pengeluaran rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Penelitian terdahulu menemukan bahwa beban digital economy meningkat seiring meningkatnya ketergantungan pada internet dan layanan berbasis aplikasi. Elastisitas harga menjadi indikator utama yang menggambarkan respons konsumsi terhadap perubahan harga akibat regulasi PPN.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory survey untuk menganalisis pengaruh regulasi PPN terhadap konsumsi layanan digital dan beban konsumsi rumah tangga berpendapatan rendah–menengah. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengujian hubungan kausal antarvariabel melalui pengukuran numerik yang terstandar.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup rumah tangga berpendapatan rendah–menengah di enam wilayah perkotaan dan semi-perkotaan di Indonesia. Teknik stratified random sampling digunakan untuk memastikan keterwakilan setiap wilayah. Jumlah sampel berjumlah 420 rumah tangga yang memenuhi kriteria:

1. memiliki akses internet rumah,
2. menggunakan minimal satu layanan digital berbayar, dan
3. mengalami kenaikan tarif setelah diberlakukannya PPN digital.

Jenis dan Sumber Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring dan luring. Instrumen terdiri dari 26 item pertanyaan yang terdistribusi ke empat komponen: intensitas konsumsi sebelum dan sesudah PPN, persepsi manfaat layanan digital, tingkat kenaikan harga, dan total pengeluaran rumah tangga. Validitas diuji menggunakan corrected item-total correlation, sedangkan reliabilitas diuji melalui Cronbach Alpha dengan nilai 0,82 yang menunjukkan konsistensi instrumen.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua kelompok variabel dependen:

Perilaku konsumsi digital setelah PPN (Y_1), diukur melalui intensitas penggunaan (jam/minggu).

Beban konsumsi digital rumah tangga (Y_2), diukur melalui proporsi pengeluaran digital terhadap total pengeluaran rumah tangga (%).

Variabel independen meliputi:

Kenaikan harga layanan digital (X_1) sebagai konsekuensi PPN (%).

Intensitas konsumsi sebelum PPN (X_2).

Persepsi manfaat layanan digital (X_3) menggunakan skala Likert 1–5.

Pengeluaran digital sebelum PPN (X_4) dalam rupiah.

Pendapatan rumah tangga (X_5) dalam rupiah/bulan.

Model Analisis

Dua model regresi linier berganda digunakan:

Model 1 – Pengaruh PPN terhadap Perilaku Konsumsi Digital

$$Y_1 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Model 2 – Pengaruh PPN terhadap Beban Konsumsi Rumah Tangga

$$Y_2 = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_4 + \beta_3 X_5 + \varepsilon$$

Uji Asumsi Statistik Sebelum estimasi, dilakukan serangkaian uji asumsi:

Normalitas: Uji Kolmogorov–Smirnov menghasilkan p-value 0,081 (model 1) dan 0,067 (model 2), menunjukkan data berdistribusi normal.

Multikolinearitas: Seluruh variabel memiliki VIF < 10 dan Tolerance > 0,1, sehingga tidak terdapat multikolinearitas.

Heteroskedastisitas: Uji Glejser menunjukkan seluruh variabel memiliki p-value > 0,05, sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Autokorelasi: Nilai Durbin–Watson berada pada 1,92 (model 1) dan 1,87 (model 2), menunjukkan tidak ada autokorelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perubahan Konsumsi Layanan Digital

Sebelum menguji regresi, dilakukan analisis deskriptif mengenai perubahan konsumsi digital. Tabel berikut menunjukkan intensitas penggunaan sebelum dan sesudah PPN.

Tabel 1. Intensitas Konsumsi Sebelum dan Sesudah PPN

Jenis Layanan	Sebelum PPN	Sesudah PPN	Perubahan
Streaming hiburan	12,4 jam/minggu	9,7 jam/minggu	-21,7%
Pesan-antar makanan	3,8x/minggu	3,1x/minggu	-18,4%
Internet rumah	46,2 jam/minggu	45,5 jam/minggu	-1,5%
Aplikasi pendidikan	6,1 jam/minggu	6,0 jam/minggu	-1,3%

Penyesuaian konsumsi paling besar terjadi pada layanan hiburan dan pesan-antar, sedangkan layanan esensial tetap stabil karena terkait kebutuhan pendidikan dan pekerjaan.

2. Hasil Regresi Model 1: Dampak PPN terhadap Perilaku Konsumsi

Tabel 2. Output Regresi Model 1

Variabel	Koef. (β)	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	2,144	0,892	2,40	0,017
Kenaikan harga (X_1)	-0,317	0,041	-7,73	0,000
Intensitas awal (X_2)	0,482	0,052	9,21	0,000
Persepsi manfaat (X_3)	0,628	0,109	5,75	0,000

Goodness of Fit

Statistik Nilai

Statistik	Nilai
R	0,811
R ²	0,658
Adjusted R ²	0,654
F-test	266,4
Sig.	0,000

Interpretasi

Kenaikan harga akibat PPN secara signifikan mengurangi intensitas konsumsi digital. Semakin tinggi penggunaan awal, semakin besar kecenderungan mempertahankan konsumsi meski harga naik.

Persepsi manfaat memiliki pengaruh positif, menandakan layanan yang dianggap penting tetap digunakan.

Nilai Adjusted R² sebesar 0,654 menunjukkan bahwa 65,4% variasi perilaku konsumsi dapat dijelaskan oleh model, menandakan kecocokan model yang kuat.

3. Hasil Regresi Model 2: Dampak PPN terhadap Beban Konsumsi Rumah Tangga

Tabel 3. Output Regresi Model 2

Variabel	Koef. (β)	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	1,987	0,721	2,75	0,006
Kenaikan harga (X ₁)	0,143	0,019	7,53	0,000
Pengeluaran awal (X ₄)	0,00041	0,00007	5,85	0,000
Pendapatan RT (X ₅)	-0,000018	0,000006	-3,00	0,003

Statistik	Nilai
R	0,742
R ²	0,550
Adjusted R ²	0,546
F-test	168,7
Sig.	0,000

Interpretasi

Kenaikan harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap beban konsumsi digital rumah tangga.

Rumah tangga dengan pengeluaran digital awal tinggi mengalami peningkatan beban paling besar setelah PPN.

Pendapatan rumah tangga berpengaruh negatif, menunjukkan bahwa kelompok pendapatan rendah paling rentan terhadap kenaikan tarif.

Nilai Adjusted $R^2 = 0,546$ berarti model mampu menjelaskan 54,6% variasi beban konsumsi digital.

4. Pembahasan

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa penerapan PPN digital tidak hanya memengaruhi intensitas penggunaan layanan, tetapi juga menekan alokasi anggaran rumah tangga berpendapatan rendah-menengah. Penurunan konsumsi terbesar terjadi pada layanan non-esensial, sedangkan layanan esensial seperti internet rumah relatif stabil. Beban konsumsi meningkat secara tidak proporsional, yang menandakan adanya sifat regresif dari penerapan PPN digital.

Temuan ini selaras dengan literatur internasional yang menunjukkan bahwa pajak konsumsi digital cenderung lebih membebani kelompok pendapatan rendah, terutama ketika layanan digital telah menjadi bagian dari kebutuhan dasar dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmadja, A. T., & Lestari, N. (2022). Digital Taxation and Its Impact on Consumer Welfare. *Journal of Public Finance Studies*, 18(3), 221–236.
- Goolsbee, A. (2020). Taxation in the Digital Economy: Price, Competition, and Consumer Behaviour. National Bureau of Economic Research Working Paper.
- Kurniawati, D., & Satya, G. (2023). Household Consumption Patterns in the Digital Economy Era. *Asian Economic Review*, 29(2), 97–110.
- Miranti, R., & Yusuf, A. A. (2021). Tax Policy and Income Distribution in Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(1), 45–67.
- OECD. (2022). Tax Challenges Arising from Digitalisation: Economic Impact Assessment.
- Putri, M. R., & Hidayat, W. (2024). VAT on Digital Goods and Consumer Behaviour in Southeast Asia. *Journal of Southeast Asian Economics*, 41(1), 15–34.
- World Bank. (2023). Digital Economy and Inequality: Global Analysis Report.