

PENINGKATAN TARIF PPN 11% DAN DAMPAKNYA TERHADAP PROFITABILITAS PERUSAHAAN

Muliani Mangngalla

Universitas Kristen Indonesia Paulus

Email: mulianimangngalla9@gmail.com

Abstrak: Peningkatan Tarif PPN 11% Dan Dampaknya Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 11% yang mulai berlaku pada 1 April 2022. Fokus penelitian ini adalah pada profitabilitas perusahaan sub sektor kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama tahun 2022. Sampel penelitian ini mencakup 6 perusahaan yang dipilih melalui *teknik purposive sampling* dari total populasi sebanyak 7 perusahaan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif komparatif untuk menganalisis data dan menarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua perusahaan mengalami peningkatan penjualan dan laba kotor setelah kenaikan tarif PPN, namun 33% atau 2 perusahaan mengalami penurunan laba bersih setelah pajak bahkan mengalami kerugian. Rasio profitabilitas *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin* masing-masing menunjukkan bahwa ada 33% dan 66% perusahaan yang mengalami penurunan setelah kenaikan tarif PPN.

Kata Kunci: Kenaikan tarif PPN, Penjualan, Laba Kotor, Profitabilitas

Abstract: The Impact of the 11% VAT Rate Increase on Company Profitability

This study aims to analyze the impact of the 11% increase in the Value Added Tax (VAT) rate, which took effect on April 1, 2022. The focus of this research is on the profitability of cosmetic sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2022. The research sample includes 6 companies selected through purposive sampling from a total population of 7 companies. This study employs a descriptive comparative method to analyze the data and draw conclusions. The results show that all companies experienced an increase in sales and gross profit after the VAT rate hike. However, 33% or 2 companies saw a decrease in net profit after tax, even incurring losses. The profitability ratios, Gross Profit Margin and Net Profit Margin, indicate that 33% and 66% of the companies, respectively, experienced a decline after the VAT rate increase.

Keywords: VAT rate increase, Sales, Gross Profit, Profitability.

PENDAHULUAN

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu sumber utama pendapatan negara yang penting dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia, PPN dikenakan pada barang dan jasa yang dikonsumsi di dalam negeri. Perubahan terkini terkait tarif PPN diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa serta Pajak Penjualan atas Barang Mewah, yang terakhir diubah melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan

Perpajakan. Salah satu perubahan signifikan dalam undang-undang ini adalah peningkatan tarif PPN dari 10% menjadi 11%, yang mulai berlaku pada April 2022 (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021).

Peningkatan tarif PPN ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan negara. Namun, dampaknya terhadap sektor-sektor industri tertentu, termasuk industri kosmetik, perlu diteliti secara mendalam. Hal ini karena industri kosmetik menjadi salah satu dari tiga industri Prioritas Nasional dalam Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN). Portal data pasar dan konsumen internasional, Statista, memproyeksikan pertumbuhan pasar industri kosmetika Indonesia sebesar 5,91% per tahun. Proyeksi ini mencakup produk *skincare* dan *personal care* (Kemenperin RI, 2023). Di lain sisi, Pendapatan pada pasar kecantikan dan perawatan diri telah menyentuh angka US\$7,23 miliar atau senilai Rp111,83 triliun pada tahun 2022 dan akan terus meningkat setiap tahunnya sebesar 5,81% (tingkat pertumbuhan per tahun dari 2022-2027).

Hal ini mendorong industri kosmetik menjadi salah satu industri terlaris di Indonesia, meskipun harus menghadapi tantangan signifikan akibat persaingan dari produk kosmetik impor dari negara-negara seperti China, Korea Selatan, dan Thailand. Produk-produk impor ini sering kali menawarkan harga yang lebih kompetitif dengan kualitas yang dianggap setara atau bahkan lebih baik, sehingga memberikan tekanan tambahan pada perusahaan kosmetik lokal. Hal ini menjadi penyebab perusahaan kosmetik lokal harus menyesuaikan strategi bisnis mereka untuk menghadapi perubahan tarif PPN dan dampaknya terhadap profitabilitas mereka. Kenaikan tarif PPN dapat mempengaruhi biaya produksi dan harga jual produk, yang pada akhirnya berdampak pada profitabilitas perusahaan. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi bagaimana peningkatan tarif PPN mempengaruhi laporan keuangan perusahaan kosmetik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai aspek dampak perubahan tarif pajak terhadap perusahaan. Penelitian Hidayat *et al.* (2023) menemukan bahwa dari total 27 perusahaan sektor industri makanan dan minuman di BEI ada 16 perusahaan atau 59% yang mengalami penurunan penjualan setelah kenaikan tarif PPN karena kenaikan harga barang yang mengurangi daya beli konsumen. Hasil yang sama penelitian Lestari *et al.* (2023) menyatakan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap daya beli konsumen. Peningkatan tarif PPN dapat memengaruhi kemampuan konsumen untuk berbelanja.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari peningkatan tarif PPN terhadap profitabilitas perusahaan kosmetik di Indonesia. Dengan menggunakan data laporan keuangan perusahaan kosmetik yang terdaftar di BEI, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana perubahan kebijakan perpajakan ini mempengaruhi sektor kosmetik dan strategi yang dapat diambil oleh perusahaan untuk memitigasi dampak tersebut.

TINJAUAN PUSTAKA

Peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11%

Pajak merupakan pendapatan terbesar bagi Indonesia yang digunakan untuk pembangunan dan kesejahteraan di Indonesia. Berbagai reformasi perpajakan telah dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan target pendapatan (Mangngalla dan Sipi, 2023). Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang signifikan. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan secara bertahap pada setiap tahap produksi dan jalur distribusi barang serta jasa di dalam daerah pabean. PPN dipungut dari pihak yang mengkonsumsi barang dan/atau jasa yang menjadi objek pajak, sebagaimana dijelaskan oleh Pohan (2017). Pemerintah Indonesia telah menaikkan tarif PPN dari 10% menjadi 11% pada April 2022 sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan penerimaan negara dan menjaga stabilitas fiskal. Peningkatan ini diatur dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) No. 7 Tahun 2021.

Peningkatan PPN ini diproyeksikan akan memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara, meskipun ada kekhawatiran bahwa hal ini dapat mengurangi daya beli masyarakat, terutama di sektor-sektor yang sensitif terhadap harga. Menurut Kwan dan Sarjono (2024) pajak berpotensi mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbagai cara. Pertama, konsumen mungkin memilih untuk berbelanja di kawasan bebas pajak demi mendapatkan barang atau jasa dengan harga lebih murah. Kedua, tingginya tarif pajak dapat mendorong masyarakat untuk menghindari pembayaran pajak dan berkontribusi pada pertumbuhan pasar ilegal. Hal ini memberikan insentif kepada konsumen untuk memilih jalur yang tidak semestinya dan terlibat dalam aktivitas ilegal guna menghindari pembayaran pajak. Hal ini seringkali disebabkan oleh perusahaan yang membebankan peningkatan beban pajak kepada pelanggan ketika tarif PPN naik, sehingga menyebabkan kenaikan harga. Akibatnya, pelanggan mungkin akan mengurangi konsumsi mereka atau memilih opsi yang lebih murah. Akhirnya, perusahaan dan konsumen akan sama merasakan dampak dari kenaikan tarif pajak.

Profitabilitas Perusahaan

Profitabilitas perusahaan adalah salah satu indikator kunci dari kinerja finansial perusahaan yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari operasi bisnisnya. Rasio profitabilitas bermanfaat bagi perusahaan maupun pihak luar, karena dapat menunjukkan besarnya laba yang diperoleh dalam suatu periode, membandingkan posisi laba rugi perusahaan antara tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, serta mengamati perkembangan kondisi laba rugi perusahaan dari waktu ke waktu, beserta manfaat lainnya (Khasmir, 2014; Rahmadani, 2022).

Profitabilitas yang tinggi menunjukkan efektivitas manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan untuk menciptakan nilai bagi pemegang saham. Perusahaan

dengan keuntungan besar cenderung dianggap berhasil dalam pengelolaan manajemen dan sesuai dengan harapan pemilik perusahaan (Dinar *et al.*, 2020). Banyak hal yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan, baik itu faktor internal seperti struktur biaya dan kebijakan harga ataupun faktor eksternal seperti kebijakan pemerintah dan persaingan pasar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk menganalisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap profitabilitas perusahaan dengan menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan yang diakses melalui website resmi Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini adalah 7 perusahaan sub sektor kosmetik. Penelitian ini menggunakan *teknik purposive sampling* untuk pemilihan sampel dengan kriteria mempublikasikan laporan keuangan pada periode yang dibutuhkan oleh penelitian yakni triwulan I (Januari – Maret 2022) yang merupakan periode sebelum tarif PPN 11% berlaku dan triwulan II (April-Juni 2022) yang merupakan periode setelah tarif PPN 11% berlaku. Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel penelitian ini yaitu 6 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif komparatif, yaitu dengan menyajikan data dalam bentuk tabel perbandingan untuk memudahkan penarikan kesimpulan.

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba terkait dengan penjualan, total aktiva, dan modal sendiri. Pada penelitian ini diukur hanya menggunakan *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Net Profit Margin* (NPM) saja karena penelitian ini lebih fokus pada analisis terhadap kinerja dari laporan laba rugi sebelum dan setelah perubahan tarif PPN.

Tabel 1. Definisi Operasional Pengukuran Profitabilitas

Nama	Defenisi	Parameter	Skala
<i>Gross Profit Margin</i> (GPM)	Rasio ini menggambarkan persentase laba kotor yang dicapai dibandingkan dengan total penjualan.	$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$	Rasio
<i>Net Profit Margin</i> (NPM)	Rasio ini mengukur laba bersih setelah pajak dibandingkan dengan total penjualan.	$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100$	Rasio

Sumber: Rahmadani (2022)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penjualan

Tujuan analisis penjualan adalah untuk mengevaluasi dampak perubahan harga atau tarif terhadap kinerja penjualan dan mengidentifikasi faktor-faktor yang

mempengaruhi perubahan tersebut. Analisis penjualan dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan penjualan sebelum kenaikan tarif PPN, yaitu pada periode triwulan pertama tahun 2022, dengan penjualan setelah kenaikan tarif PPN, yaitu pada periode triwulan kedua. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan meliputi harga produk, kualitas produk, promosi, kondisi ekonomi, persaingan dan tren pasar. Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap penjualan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Perbandingan Penjualan Triwulan I dan Triwulan II

No	Perusahaan	Penjualan		Perubahan Naik (Turun) (%)
		Triwulan I	Triwulan II	
1	PT Akasha Wira International Tbk	294.249.000.000	603.278.000.000	105%
2	PT Martina Berto Tbk	74.008.884.303	133.149.757.642	80%
3	PT Kino Indonesia Tbk	1.134.884.766.775	2.004.792.971.582	77%
4	PT Mustika Ratu Tbk	75.205.126.133	166.898.591.077	122%
5	PT Unilever Indonesia Tbk	10.838.042.000.000	21.463.384.000.000	98%
6	PT Victoria Care Indonesia Tbk	212.677.001.722	446.316.100.389	110%

Sumber: Data Olahan (2024)

Perbandingan penjualan triwulan I dan triwulan II menunjukkan nilai yang positif untuk semua perusahaan. Data ini menggambarkan bahwa dengan adanya kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% itu tidak berpengaruh terhadap volume penjualan. Jika kita lebih dalam menganalisis data diatas, ada 3 perusahaan yang penjualannya bahkan meningkat lebih dari 100%. Hal ini karena produk kosmetik sering kali dianggap sebagai barang kebutuhan atau barang mewah yang tetap dicari oleh konsumen, sehingga permintaan tetap stabil meskipun harga naik. Selain itu, perusahaan kosmetik memiliki loyalitas merek yang kuat, yang membuat konsumen tetap memilih produk mereka meskipun ada peningkatan harga. Strategi penetapan harga yang efektif, seperti diskon atau promosi, juga dapat membantu mengurangi dampak kenaikan tarif PPN pada harga akhir. Kualitas dan inovasi produk yang tinggi serta nilai tambah yang dirasakan konsumen juga dapat membuat mereka tetap membeli produk meskipun harga meningkat.

Laba Kotor

Tujuan menghitung perbandingan laba kotor sebelum dan setelah kenaikan PPN adalah untuk menilai dampak kenaikan tarif PPN terhadap profitabilitas perusahaan. Analisis laba kotor dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan laba kotor sebelum kenaikan tarif PPN, yaitu pada periode triwulan pertama tahun 2022, dengan

laba kotor setelah kenaikan tarif PPN, yaitu pada periode triwulan kedua. Dengan analisis ini, perusahaan dapat mengidentifikasi apakah kenaikan PPN mengurangi margin keuntungan dan memahami bagaimana perubahan harga jual, biaya produksi, atau strategi harga mempengaruhi hasil finansial. Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap laba kotor dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3. Perbandingan Laba Kotor Triwulan I dan Triwulan II

No	Perusahaan	Laba Kotor		Perubahan Naik (Turun) (%)
		Triwulan I	Triwulan II	
1	PT Akasha Wira International Tbk	149.969.000.000	305.214.000.000	104%
2	PT Martina Berto Tbk	30.837.102.555	57.687.477.979	87%
3	PT Kino Indonesia Tbk	457.058.167.873	798.811.001.948	75%
4	PT Mustika Ratu Tbk	42.560.375.679	90.127.721.712	112%
5	PT Unilever Indonesia Tbk	5.273.005.000.000	10.345.124.000.000	96%
6	PT Victoria Care Indonesia Tbk	109.554.164.286	233.564.919.492	113%

Sumber: Data Olahan (2024)

Perbandingan laba kotor triwulan I dan triwulan II menunjukkan nilai yang positif untuk semua perusahaan. Data ini menggambarkan bahwa dengan adanya kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% itu tidak berpengaruh terhadap laba kotor. Jika kita lebih dalam menganalisis data diatas, ada 3 perusahaan yang laba kotor bahkan meningkat lebih dari 100%. Laba kotor tetap naik meskipun ada peningkatan PPN 11% karena perusahaan berhasil mempertahankan atau meningkatkan harga jual produk, mengelola biaya produksi dengan efisien, dan meningkatkan volume penjualan seperti dalam tabel 2.2 diatas, sehingga dampak kenaikan PPN tidak mengurangi margin keuntungan secara signifikan.

Laba Bersih Setelah Pajak

Tujuan menghitung perbandingan laba bersih setelah pajak sebelum dan setelah kenaikan PPN adalah untuk menilai dampak kenaikan tarif PPN terhadap profitabilitas akhir perusahaan, serta untuk memahami bagaimana perubahan tersebut mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan setelah semua kewajiban pajak dipenuhi. Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap laba bersih setelah pajak dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. Perbandingan Laba Bersih Setelah Pajak Triwulan I dan Triwulan II

No	Perusahaan	Laba Bersih Setelah Pajak		Perubahan Naik (Turun) (%)
		Triwulan I	Triwulan II	
1	PT Akasha Wira International Tbk	75.595.000.000	156.937.000.000	108%
2	PT Martina Berto Tbk	-4.053.400.592	-18.203.501.430	-349%
3	PT Kino Indonesia Tbk	45.372.098.149	45.899.361.388	1%
4	PT Mustika Ratu Tbk	310.676.857	-9.908.672.766	-3289%
5	PT Unilever Indonesia Tbk	2.021.207.000.000	3.429.935.000.000	70%
6	PT Victoria Care Indonesia Tbk	9.419.673.951	27.371.692.134	191%

Sumber: Data Olahan (2024)

Berdasarkan tabel 4 diatas dari 6 perusahaan ada 2 perusahaan yang mengalami penurunan laba bersih setelah pajak yaitu PT Mustika Ratu Tbk dan PT Martina Berto Tbk dengan penurunan yang sangat besar. Jika dilihat dari laporan keuangannya PT Mustika Ratu Tbk mengalami kerugian yang sangat besar karena adanya peningkatan dari beberapa beban perusahaan misalnya beban penjualan sebesar Rp26,692,135,743 pada triwulan I dan menjadi Rp67,303,684,658 di triwulan II. Tidak jauh berbeda, PT Martina Berto Tbk mengalami peningkatan beban penjualan dari Rp16,488,995,979 menjadi Rp38,458,509,490 dan beban penjualan yang paling besar dari kedua perusahaan ini adalah beban iklan dan promosi. Hal ini berarti laba bersih setelah pajak dipengaruhi oleh peningkatan PPN karena harga produk naik akibat peningkatan PPN, perusahaan kemudian perlu meningkatkan upaya pemasaran atau memberikan diskon, yang pada akhirnya dapat meningkatkan beban penjualan.

Gross Profit Margin (GPM)

Tujuan menghitung perbandingan *Gross Profit Margin* (GPM) sebelum dan setelah kenaikan PPN adalah untuk menilai bagaimana kenaikan tarif PPN mempengaruhi efisiensi dan profitabilitas penjualan perusahaan, serta untuk memahami apakah perusahaan mampu mempertahankan margin keuntungan setelah penyesuaian harga atau penurunan volume penjualan akibat kenaikan PPN. Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap GPM dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Perbandingan *Gross Profit Margin* Triwulan I dan Triwulan II

No	Perusahaan	Gross Profit Margin		Perubahan Naik (Turun) (%)
		Triwulan I	Triwulan II	
1	PT Akasha Wira International Tbk	51%	51%	0%
2	PT Martina Berto Tbk	42%	43%	1%
3	PT Kino Indonesia Tbk	40%	40%	0%
4	PT Mustika Ratu Tbk	57%	54%	-3%
5	PT Unilever Indonesia Tbk	49%	48%	-1%
6	PT Victoria Care Indonesia Tbk	52%	52%	0%

Sumber: Data Olahan (2024)

Tabel 5 menunjukkan bahwa semua perusahaan memiliki margin keuntungan yang cukup baik dari aktivitas produksinya dengan tingkat GPM lebih besar dari 40%. Namun jika dibandingkan kedua triwulan dari 6 perusahaan ada 2 perusahaan yang mengalami penurunan GPM yakni PT Mustika Ratu Tbk sebesar 3% dan PT Unilever Indonesia Tbk menurun sebesar 1%, sedangkan 4 lainnya masih stabil di 0%. Penurunan 3% dan 1% ini berarti perusahaan mengalami penurunan dalam margin keuntungan kotor sebesar 3 dan 1 poin persentase sehingga pada saat GPM menurun tidak signifikan seperti ini yang mana perusahaan masih menghasilkan laba kotor yang signifikan, ada tekanan pada margin keuntungan yang perlu diperhatikan dan dianalisis lebih lanjut. Meningkatkan penjualan dan mengurangi beban pokok penjualan merupakan hal yang dapat dilakukan perusahaan.

Jika penurunan GPM ini dikaitkan dengan kenaikan PPN, ini bisa menunjukkan bahwa kenaikan PPN telah mempengaruhi margin keuntungan kotor perusahaan. Kenaikan PPN dapat menyebabkan perusahaan menaikkan harga jual produk untuk mengimbangi pajak tambahan, yang dapat mengurangi daya beli konsumen dan menurunkan volume penjualan. Selain itu, jika perusahaan tidak sepenuhnya meneruskan kenaikan PPN kepada konsumen dan menyerap sebagian dari kenaikan biaya tersebut, margin keuntungan kotor dapat tertekan. Penurunan GPM ini menunjukkan bahwa dampak kenaikan PPN mungkin telah mengurangi efektivitas perusahaan dalam mengelola biaya dan mempertahankan profitabilitas.

Net Profit Margin (NPM)

Tujuan menghitung perbandingan Net Profit Margin (NPM) sebelum dan setelah kenaikan PPN adalah untuk menilai dampak kenaikan tarif PPN terhadap profitabilitas bersih perusahaan setelah semua biaya, termasuk pajak, dikurangi dari pendapatan. Analisis dampak kenaikan tarif PPN terhadap NPM dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6. Perbandingan *Net Profit Margin* Triwulan I dan Triwulan II

No	Perusahaan	Net Profit Margin		Perubahan Naik (Turun) (%)
		Triwulan I	Triwulan II	
1	PT Akasha Wira International Tbk	26%	26%	0%
2	PT Martina Berto Tbk	-5%	-14%	-8%
3	PT Kino Indonesia Tbk	4%	2%	-2%
4	PT Mustika Ratu Tbk	0%	-6%	-6%
5	PT Unilever Indonesia Tbk	19%	16%	-3%
6	PT Victoria Care Indonesia Tbk	4%	6%	2%

Sumber: Data Olahan (2024)

Tabel 6 menunjukkan bahwa ada 2 perusahaan yang memperoleh nilai NPM minus yakni PT Martina Berto Tbk dan PT Mustika Ratu Tbk, hal ini berkaitan dengan tabel 4 yang telah dibahas sebelumnya yang mana kedua perusahaan ini mengalami kerugian pada laba bersih setelah pajak. Hal ini karena perusahaan mengeluarkan lebih banyak biaya, termasuk pajak dan bunga, dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh, sehingga menghasilkan laba bersih negatif. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak mampu menutupi biaya operasional dan beban lainnya dengan pendapatan yang dihasilkan.

Jika ditinjau dari perubahan NPM ada 4 perusahaan yang mengalami penurunan yang disebabkan oleh peningkatan biaya operasional, penurunan pendapatan, kenaikan beban pajak atau bunga, serta menurunnya efisiensi operasional yang mengurangi laba bersih perusahaan. Jika penurunan NPM dikaitkan dengan kenaikan PPN, hal ini bisa menunjukkan bahwa perusahaan mengalami penurunan laba bersih akibat meningkatnya biaya yang tidak sepenuhnya dapat dipindahkan kepada konsumen melalui kenaikan harga jual, atau karena penurunan volume penjualan akibat harga yang lebih tinggi, sehingga mengurangi profitabilitas bersih perusahaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Peningkatan penjualan terjadi pada semua perusahaan yakni 6 perusahaan kosmetik setelah adanya perubahan tarif PPN, bahkan terdapat 3 perusahaan yang penjualannya bahkan meningkat lebih dari 100%. Selaras dengan itu semua perusahaan mengalami peningkatan laba kotor dan juga terdapat 3 perusahaan yang meningkat lebih dari 100%. Berbeda dengan hal ini, ada 2 perusahaan yang mengalami penurunan laba bersih setelah pajak yaitu PT Mustika Ratu Tbk dan PT Martina Berto Tbk dengan penurunan yang sangat

besar hal ini disebabkan dari peningkatan beberapa beban seperti beban penjualan dan beban keuangan.

2. Profitabilitas perusahaan dari segi GPM menunjukkan angka yang baik untuk semua perusahaan dengan rasio diatas 40%, namun jika dibandingkan antara kedua triwulan ada 2 atau 33% perusahaan yang mengalami penurunan GPM, hal ini dapat disebabkan beberapa faktor seperti adanya ketidakmampuan perusahaan dalam mengelola beban pokok penjualan.
3. Profitabilitas perusahaan dari segi NPM menunjukkan ada 4 atau 66% perusahaan dengan nilai minus hal ini selaras dengan laba bersih setelah pajak yang juga mengalami penurunan. Hal ini dapat disebabkan perusahaan mengeluarkan lebih banyak biaya, termasuk pajak dan bunga, dibandingkan dengan pendapatan yang diperoleh, sehingga menghasilkan laba bersih negatif.

Peningkatan atau penurunan profitabilitas perusahaan pada triwulan I dan triwulan II tahun 2022 pada perusahaan kosmetik dipengaruhi oleh peningkatan PPN 11%, namun tidak begitu signifikan karena penjualan masih dalam taraf peningkatan yang baik. Namun, dari perubahan tarif ini perusahaan mengalami peningkatan pada beban penjualan seperti iklan dan promosi sehingga berpengaruh terhadap profitabilitas karena adanya kenaikan harga jual akibat peningkatan PPN tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Bursa Efek Indonesia. (2022). Laporan Tahunan Perusahaan Kosmetik Terdaftar di BEI.
- Dinar, Mariana., Yuesti, Anik., Dewi. S.P. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas Dan Leverage Terhadap Agresivitas Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI. *Jurnal Kharisma*, 2 (1): 66-76.
- Hidayat, M., Afifah. J., Firdaus. F., Sari. W. N., Hairunnisah. A.I., dan Purwaningrum. A.H. 2023. Analisis Penjualan, Laba Bruto Dan Gross Profit Margin Setelah Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Pada Industri Makanan Dan Minuman. *DIMENSI*. 12(2): 529-542.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.
- Kwan, M. S., dan Sarjono. B. 2024. Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Pada Perilaku Konsumen Di Indonesia. *ADIDAYA: Jurnal Multidisiplin*, 2 (3): 338-348.
- Lestari, A. J., Nuridah. S., Littu. Helina. 2023. Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% Terhadap Daya Beli Konsumen Apotek di Kabupaten Bekasi. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 3 (4): 7757-7768.
- Mangngalla, M., dan Sipi. A. D. S. 2023. Pajak sebagai Variabel Moderasi pada Determinan Transfer Pricing. *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 4 (2): 105-112
- Pohan, Chairil Anwar. (2017). *Manajemen Perpajakan*. Edisi revisi. Jakarta: Kompas Gramedia.

Rahmadani. 2020. Analisis Perbandingan Profitabilitas Perusahaan Jasa Sebelum Dan Selama Pandemi Covid-19. Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan, 10 (3): 617-624.