

DAMPAK WACANA KENAIKAN PPN 12% BAGI PELAKU UMKM DI SURABAYA

Lelli Kisdayanti¹, Nur Farida²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda Surabaya

Email: ¹lelli.stiepemuda@gmail.com ²nurfarida.stiepemuda@gmail.com

ABSTRAK

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12% yang direncanakan berlaku pada Januari 2025 dapat membawa dampak signifikan bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kenaikan PPN terhadap biaya produksi, daya beli masyarakat, dan respon yang diambil oleh pelaku UMKM dalam menghadapi perubahan kebijakan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan survei terhadap pelaku UMKM dari berbagai sektor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN berpotensi meningkatkan biaya operasional dan harga jual produk UMKM, yang dapat menurunkan permintaan konsumen. Namun, beberapa pelaku UMKM merespon dengan strategi peningkatan efisiensi, inovasi produk, dan penyesuaian harga untuk mempertahankan daya saing. Pemerintah juga diharapkan dapat memberikan dukungan melalui kebijakan subsidi atau insentif pajak untuk membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah tantangan tersebut.

Kata Kunci: Kenaikan PPN, UMKM, Daya beli, Kebijakan pajak

ABSTRACT

The planned increase in the Value Added Tax (VAT) rate from 11% to 12%, scheduled to take effect in January 2025, could have significant impacts on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia, particularly in Surabaya. This study aims to analyze the effects of the VAT increase on production costs, consumer purchasing power, and the responses taken by MSME owners in facing this policy change. The research employs a qualitative approach with a case study design, where data is collected through in-depth interviews and surveys with MSME owners from various sectors. The findings suggest that the VAT increase is likely to raise operational costs and product prices, which could reduce consumer demand. However, some MSME owners have responded by adopting strategies such as increasing efficiency, innovating products, and adjusting prices to maintain competitiveness. The government is also expected to provide support through policies like subsidies or tax incentives to help MSMEs survive and thrive amid these challenges.

Keywords: VAT Increase, MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Purchasing Power, Tax Policy

PENDAHULUAN

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah salah satu jenis pajak yang dikenakan terhadap konsumsi barang dan jasa. Dalam peraturan terbaru yang tercantum dalam Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), pemerintah Indonesia berencana menaikkan tarif PPN dari 11% menjadi 12% pada Januari 2025. Keputusan ini muncul dalam upaya untuk meningkatkan penerimaan negara, seiring dengan kebutuhan pembiayaan pembangunan yang terus berkembang. Meskipun demikian, keputusan ini memunculkan berbagai pro dan kontra, terutama terkait dampaknya terhadap daya beli

masyarakat dan keberlangsungan usaha, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

UMKM memegang peranan yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di kota-kota besar seperti Surabaya. UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyediaan lapangan kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, perubahan dalam kebijakan perpajakan, terutama kenaikan PPN, akan berpotensi memengaruhi kinerja mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terlebih lagi, di tengah tantangan daya beli masyarakat yang terus mengalami penurunan, kenaikan PPN dapat menjadi beban tambahan yang memperburuk situasi.

Surabaya, sebagai kota dengan ekonomi yang dinamis, merupakan tempat di mana UMKM tumbuh dan berkembang pesat. Keberadaan pasar lokal yang luas serta berbagai sektor usaha yang berkembang menjadikan kota ini pusat perekonomian regional. Namun, tantangan ekonomi, termasuk dampak dari kebijakan perpajakan yang akan datang, akan mempengaruhi kelangsungan UMKM di kota ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kenaikan PPN dari 11% menjadi 12% terhadap pelaku UMKM di Surabaya. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana kenaikan tarif pajak ini akan memengaruhi biaya produksi, harga jual produk, serta daya beli konsumen. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang mungkin dihadapi oleh pelaku UMKM setelah implementasi kebijakan tersebut. Dengan memahami dampak tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi mitigasi yang efektif, serta rekomendasi kebijakan yang dapat membantu pelaku UMKM bertahan dan berkembang dalam situasi yang baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali pemahaman yang mendalam mengenai dampak wacana kenaikan PPN 12% terhadap pelaku UMKM di Surabaya. Pengumpulan data dilakukan melalui dua teknik utama, yaitu wawancara mendalam dan survei. Wawancara mendalam dilakukan dengan pelaku UMKM dari berbagai sektor, seperti makanan, retail, dan manufaktur, guna mendapatkan pandangan subjektif mereka mengenai kebijakan kenaikan PPN. Survei juga

dilakukan untuk mengumpulkan data kuantitatif terkait persepsi pelaku UMKM mengenai potensi dampak yang akan mereka hadapi setelah kenaikan tarif PPN diberlakukan.

Penelitian ini berfokus di Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian, mengingat kota ini merupakan pusat ekonomi dengan banyak pelaku UMKM yang memiliki karakteristik yang beragam. Sampel penelitian dipilih secara purposive, dimana sampel dipilih dengan sengaja untuk mencakup informasi penting yang tidak bisa didapatkan dari pilihan lain (Firmasyah, 2022). Sampel mencakup pelaku UMKM dari berbagai sektor usaha untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi-struktural dan kuesioner yang dirancang untuk menggali informasi mengenai potensi dampak kenaikan PPN terhadap operasional dan keuangan UMKM. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi dan persepsi pelaku UMKM terhadap wacana kebijakan tersebut, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dampak Kenaikan PPN Terhadap Biaya Produksi UMKM

Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 11% menjadi 12% yang rencananya akan diberlakukan pada Januari 2025 diperkirakan akan membawa dampak signifikan terhadap biaya produksi UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Surabaya, sebagian besar dari mereka mengaku khawatir dengan kenaikan PPN ini, karena akan menyebabkan peningkatan biaya operasional mereka. Bagi UMKM, terutama yang bergerak di sektor makanan, manufaktur, dan retail, kenaikan PPN akan langsung berpengaruh pada harga bahan baku yang mereka beli dari pemasok, yang pada gilirannya akan meningkatkan biaya produksi barang dan jasa yang mereka hasilkan. Beberapa pelaku UMKM menyatakan bahwa mereka kemungkinan besar akan terpaksa menaikkan harga jual produk untuk menutupi peningkatan biaya ini.

Namun, tantangan terbesar yang dihadapi adalah bagaimana mengelola kenaikan biaya produksi tanpa menurunkan daya saing produk mereka di pasar. Biaya produksi adalah biaya yang berkaitan dengan biaya pengolahan bahan baku menjadi produk jadi yang siap jual (Casmadi & Azis, 2019). Banyak UMKM, terutama yang beroperasi dalam sektor

makanan dan retail, menghadapi persaingan ketat dengan produk-produk yang lebih murah dari pasar atau pesaing lain yang memiliki skala produksi yang lebih besar. Peningkatan harga jual sebagai akibat dari kenaikan PPN dapat menyebabkan produk mereka menjadi kurang kompetitif, terutama bagi konsumen yang sangat sensitif terhadap harga. Untuk menghindari penurunan volume penjualan, beberapa pelaku UMKM berusaha mencari cara untuk mengurangi biaya produksi di bagian lain, seperti melalui efisiensi tenaga kerja atau penggunaan bahan baku yang lebih murah, meskipun ini dapat mempengaruhi kualitas produk.

Beberapa pelaku UMKM di Surabaya telah mulai mengembangkan strategi untuk menghadapi dampak kenaikan PPN yang akan datang. Salah satu strategi utama yang diterapkan adalah peningkatan efisiensi operasional. Mereka berusaha untuk menekan biaya melalui penggunaan teknologi yang lebih canggih dalam proses produksi dan distribusi. Selain itu, banyak pelaku UMKM yang mulai mencari cara untuk memperbaiki manajemen persediaan mereka, guna meminimalkan pemborosan dan memastikan ketersediaan bahan baku dengan harga yang lebih stabil. Beberapa dari mereka juga mencari peluang untuk meningkatkan nilai tambah produk, agar meskipun harga jual sedikit lebih tinggi, konsumen tetap merasa puas dan bersedia membeli produk tersebut.

Selain itu, sejumlah pelaku UMKM yang lebih besar di Surabaya juga mulai mengeksplorasi pasar luar kota atau pasar ekspor sebagai upaya untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan. Dengan memperbesar skala operasional, mereka berharap bisa menanggulangi efek dari kenaikan biaya produksi akibat PPN, sekaligus tetap menjaga daya saing produk mereka. Namun, bagi UMKM yang lebih kecil, seperti usaha mikro dan kecil, strategi ekspansi pasar tersebut menjadi lebih sulit diterapkan karena keterbatasan sumber daya dan modal.

Selain dari sisi biaya produksi, dampak kenaikan PPN juga mempengaruhi pengelolaan keuangan dan likuiditas UMKM. Secara umum likuiditas merupakan kesanggupan perusahaan untuk melunasi kewajiban jangka pendek (Ambarwati & Mineva, 2021). Banyak pelaku UMKM yang mengandalkan modal yang terbatas untuk menjalankan usaha mereka. Kenaikan PPN berarti mereka harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk membeli bahan baku dan barang yang dijual, yang dapat memperburuk masalah likuiditas.

Bahkan, beberapa pelaku UMKM yang memiliki hubungan bisnis jangka panjang dengan pemasok atau pelanggan setia mungkin harus menghadapi kesulitan dalam merencanakan harga jual dan pembayaran. Jika mereka tidak dapat menyesuaikan harga jual secara efektif, maka kemungkinan besar mereka akan menghadapi kesulitan dalam mengelola arus kas.

Untuk mengatasi tantangan ini, beberapa UMKM berupaya untuk memperbaiki sistem administrasi dan pencatatan keuangan mereka. Mereka mulai lebih sering mencatat dan memonitor arus kas, agar dapat memprediksi kebutuhan modal lebih akurat. Beberapa pelaku usaha juga mulai mencari dukungan pembiayaan tambahan, baik dari lembaga keuangan maupun dari pemerintah, yang menawarkan berbagai program untuk membantu UMKM dalam menghadapi perubahan kebijakan perpajakan.

Dampak kenaikan PPN tidak hanya dirasakan oleh pelaku UMKM, tetapi juga oleh konsumen. Kenaikan harga barang dan jasa akibat kenaikan PPN berpotensi menurunkan daya beli masyarakat, terutama di tengah kondisi ekonomi yang belum sepenuhnya pulih pasca pandemi. Sebagai respons terhadap harga yang lebih tinggi, konsumen mungkin akan lebih selektif dalam membeli produk, dan ini akan mempengaruhi permintaan terhadap produk-produk yang dijual oleh UMKM. Terutama di sektor makanan dan retail, perubahan dalam pola konsumsi masyarakat dapat berdampak langsung pada penurunan volume penjualan.

Bagi pelaku UMKM yang bergantung pada pasar lokal di Surabaya, penurunan daya beli ini dapat menjadi kendala besar. Meskipun sebagian besar konsumen masih mencari produk lokal yang lebih terjangkau, tetap saja ada risiko pergeseran pola konsumsi yang dapat merugikan UMKM. Beberapa pelaku UMKM, terutama di sektor makanan, melaporkan bahwa mereka harus berinovasi dengan menawarkan promo atau diskon agar tetap menarik perhatian konsumen meskipun harga jual produk sedikit lebih tinggi.

Meskipun kenaikan PPN menghadirkan tantangan besar bagi pelaku UMKM, beberapa dari mereka melihatnya sebagai peluang untuk berinovasi dan diversifikasi produk. Salah satu langkah yang diambil adalah dengan menciptakan produk baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar, atau meningkatkan kualitas produk yang ada. Di sektor makanan, misalnya, beberapa pelaku UMKM mencoba untuk memperkenalkan menu

yang lebih sehat atau ramah lingkungan, yang dapat menarik segmen pasar tertentu yang lebih peduli pada kualitas daripada harga.

Selain itu, pelaku UMKM juga mulai menggali potensi produk berbasis digital atau layanan online. Seiring dengan meningkatnya penggunaan teknologi dan platform digital, banyak UMKM yang mulai merambah pasar online sebagai upaya untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan. Bagi sebagian pelaku UMKM yang sudah terbiasa dengan transaksi online, ini menjadi langkah strategis untuk menyesuaikan diri dengan tren konsumsi yang semakin bergeser ke ranah digital. Namun, bagi pelaku UMKM yang belum terbiasa, ini bisa menjadi tantangan besar, baik dari segi modal maupun keterampilan teknis.

Dampak Terhadap Permintaan Konsumen

Kenaikan tarif PPN yang direncanakan pada Januari 2025 diprediksi akan berimbas pada daya beli masyarakat, yang pada gilirannya akan mempengaruhi permintaan terhadap produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di Surabaya, sebagian besar dari mereka mengkhawatirkan bahwa peningkatan harga yang disebabkan oleh kenaikan PPN akan mengurangi konsumsi barang dan jasa, khususnya pada sektor-sektor yang mengandalkan pembelian rutin oleh konsumen dengan daya beli terbatas, seperti sektor makanan dan minuman. Konsumen, yang sudah terbebani dengan biaya hidup yang tinggi, mungkin akan semakin berhati-hati dalam pengeluaran mereka, yang berisiko menurunkan volume pembelian produk-produk UMKM.

Selain itu, pelaku UMKM mengungkapkan bahwa kenaikan harga akibat kenaikan PPN bisa memaksa mereka untuk menghadapi penurunan permintaan, terutama pada produk-produk yang memiliki elastisitas harga tinggi. Elastisitas harga permintaan adalah suatu ukuran perubahan jumlah yang diminta atas produk yang dibeli sehubungan dengan perubahan harga produknya (Soraya & Afiantno, 2021). Sebagai contoh, produk-produk yang merupakan barang konsumsi sehari-hari, seperti makanan ringan atau pakaian, dapat mengalami penurunan permintaan jika harga jualnya naik secara signifikan. Dalam hal ini, konsumen yang lebih sensitif terhadap harga kemungkinan akan beralih ke produk yang lebih terjangkau atau bahkan menunda pembelian barang-barang tersebut.

Dalam analisis ini, dapat dilihat bahwa penurunan daya beli masyarakat akan berdampak langsung pada permintaan produk UMKM, khususnya di Surabaya, yang dikenal dengan beragamnya usaha kecil dan menengah di sektor retail dan jasa. Pelaku UMKM yang sudah menghadapi tantangan ekonomi pasca-pandemi dan inflasi yang tinggi, kini harus menghadapi kenyataan bahwa permintaan produk mereka bisa menurun lebih jauh. Dengan kondisi ini, mereka akan terpaksa mencari cara untuk mempertahankan volume penjualan atau bahkan mempertimbangkan untuk menurunkan kualitas produk agar tetap dapat bersaing di pasar.

Meskipun demikian, beberapa pelaku UMKM juga menyatakan bahwa mereka berusaha untuk menjaga loyalitas pelanggan dengan menawarkan promo atau diskon khusus yang dapat membantu mempertahankan daya beli masyarakat. Hal ini, meskipun bisa membantu dalam jangka pendek, tidak dapat menjamin stabilitas jangka panjang jika kenaikan PPN berlangsung terus-menerus dan ekonomi tidak segera pulih. Keputusan untuk menaikkan harga atau tidak sangat bergantung pada kemampuan UMKM untuk menyeimbangkan antara menutup biaya produksi dan tetap mempertahankan daya tarik produk di mata konsumen.

Dampak dari kenaikan PPN terhadap permintaan konsumen menunjukkan bahwa UMKM di Surabaya akan menghadapi tantangan yang cukup berat. Penurunan daya beli masyarakat dan ketergantungan mereka pada harga yang terjangkau dapat memengaruhi keberlangsungan usaha kecil dan menengah. Oleh karena itu, strategi adaptasi yang efektif, seperti inovasi produk dan efisiensi biaya, akan sangat penting bagi UMKM dalam menghadapi perubahan ini.

Respon Pelaku UMKM

Pelaku UMKM di Surabaya menunjukkan beragam strategi untuk menghadapi wacana kenaikan PPN dari 11% menjadi 12% yang direncanakan berlaku pada 2025. Diantaranya mulai merencanakan langkah-langkah antisipatif untuk mengurangi dampak negatif dari kebijakan tersebut. Salah satu strategi yang paling umum adalah peningkatan efisiensi operasional. Pelaku UMKM berupaya untuk memangkas biaya yang tidak perlu dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya, seperti tenaga kerja dan bahan baku. Beberapa

pelaku usaha juga mulai mencari alternatif pemasok yang menawarkan harga lebih kompetitif untuk menjaga agar harga produksi tetap rendah meskipun tarif PPN naik.

Selain efisiensi, inovasi produk juga menjadi salah satu strategi utama yang diterapkan oleh pelaku UMKM. Dengan semakin ketatnya persaingan di pasar, beberapa pelaku UMKM berupaya untuk memperkenalkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada. Inovasi ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah yang lebih besar bagi konsumen sehingga meskipun harga produk mengalami kenaikan, konsumen tetap merasa produk tersebut sebanding dengan harga yang dibayar. Di sektor makanan, misalnya, beberapa pelaku UMKM mulai menawarkan variasi produk yang lebih sehat atau memiliki keunikan tertentu untuk menarik perhatian pasar.

Namun, strategi yang paling banyak diterapkan oleh pelaku UMKM adalah perubahan harga jual produk. Beberapa pelaku usaha terpaksa menaikkan harga produk mereka untuk menutupi tambahan biaya yang muncul akibat kenaikan PPN. Walaupun ini menjadi solusi langsung untuk menjaga margin keuntungan, hal ini tentu membawa risiko penurunan daya beli konsumen. Pelaku UMKM yang berfokus pada pasar kelas menengah ke bawah, misalnya, sangat berhati-hati dalam menentukan besaran kenaikan harga agar tetap kompetitif. Mereka juga berusaha untuk menilai dengan seksama tingkat elastisitas harga dari produk mereka, apakah konsumen masih akan membeli meskipun harga naik.

Selain itu, sebagian pelaku UMKM yang memiliki modal lebih besar berusaha untuk mengurangi dampak kenaikan PPN dengan meningkatkan kapasitas produksi atau memperluas pasar melalui penjualan online. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan volume penjualan yang dapat menutupi penurunan margin keuntungan akibat kenaikan biaya produksi. Melalui pemasaran digital dan platform e-commerce, pelaku UMKM berharap dapat menjangkau lebih banyak konsumen, baik di dalam maupun luar kota Surabaya, untuk mempertahankan volume penjualan meskipun harga produk sedikit lebih tinggi.

Respons pelaku UMKM terhadap kenaikan PPN menunjukkan bahwa mereka sangat adaptif dan kreatif dalam menghadapi perubahan kebijakan. Walaupun tantangan yang dihadapi cukup besar, banyak pelaku UMKM yang optimis bahwa dengan strategi yang tepat, mereka masih bisa bertahan dan tetap bersaing di pasar. Namun, keberhasilan

strategi-strategi ini sangat bergantung pada seberapa besar mereka mampu berinovasi, meningkatkan efisiensi, dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar yang terjadi akibat kebijakan kenaikan PPN.

Peran Pemerintah dalam Mendukung UMKM

Kenaikan tarif PPN dari 11% menjadi 12% pada tahun 2025 dapat membawa dampak signifikan terhadap pelaku UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan biaya produksi yang lebih tinggi dan penurunan permintaan konsumen. Untuk mengurangi dampak negatif ini, peran pemerintah sangat penting dalam memberikan dukungan yang tepat guna agar UMKM tetap dapat bertahan dan berkembang. Salah satu kebijakan yang dapat diambil pemerintah adalah pemberian subsidi atau insentif pajak khusus untuk sektor UMKM. Subsidi ini bisa digunakan untuk membantu menekan biaya produksi, sehingga UMKM tidak perlu menaikkan harga jual produk secara drastis, yang bisa menyebabkan penurunan permintaan.

Selain subsidi, pemerintah juga bisa memberikan insentif pajak kepada UMKM yang terdaftar dalam sistem perpajakan formal. Salah satu bentuk insentif yang dapat diberikan adalah pengurangan tarif PPN bagi UMKM dengan omset di bawah ambang batas tertentu. Dengan adanya pengurangan tarif PPN ini, UMKM yang selama ini kesulitan untuk menanggulangi biaya pajak dapat tetap beroperasi dengan biaya yang lebih rendah. Insentif semacam ini tidak hanya meringankan beban finansial UMKM, tetapi juga memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk fokus pada inovasi dan pengembangan produk.

Kebijakan pemerintah lainnya yang bisa diterapkan adalah pengembangan program pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM. Melalui program pelatihan, UMKM dapat diberdayakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, seperti penggunaan teknologi untuk mengurangi biaya, serta cara-cara kreatif untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku. Pemerintah dapat bekerja sama dengan lembaga pendidikan atau organisasi non-pemerintah yang memiliki pengalaman dalam pengembangan UMKM untuk menyelenggarakan pelatihan yang relevan. Dengan pelatihan yang tepat, pelaku UMKM di Surabaya dapat mengurangi dampak kenaikan PPN dengan cara yang lebih strategis dan terencana.

Selain itu, pemerintah juga dapat memperkenalkan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi UMKM, terutama yang membutuhkan modal untuk berinovasi atau meningkatkan kapasitas produksi mereka. Pemerintah bisa menyediakan skema pembiayaan dengan bunga rendah atau bahkan tanpa bunga untuk UMKM yang berfokus pada pengembangan produk atau peningkatan daya saing. Langkah ini akan membantu pelaku UMKM untuk bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi yang ditimbulkan oleh kenaikan tarif PPN, sekaligus memberi mereka kesempatan untuk memperkuat posisi pasar mereka.

Keterlibatan pemerintah dalam menyediakan platform digital juga dapat mendukung UMKM untuk memperluas pasar mereka. Pemerintah bisa memperkenalkan platform e-commerce yang memungkinkan UMKM memasarkan produk mereka secara lebih luas, baik di pasar domestik maupun internasional. Di tengah tantangan kenaikan biaya produksi, pemasaran yang lebih efisien melalui platform digital dapat membantu UMKM menjangkau lebih banyak konsumen dengan biaya yang lebih rendah. Hal ini juga dapat mengurangi ketergantungan UMKM pada pasar lokal yang terbatas, serta memperbesar peluang penjualan.

Pemerintah juga harus memberikan perhatian lebih terhadap kebijakan yang memperlancar distribusi produk UMKM. Beberapa pelaku UMKM di Surabaya mengungkapkan bahwa salah satu hambatan terbesar dalam menjalankan usaha mereka adalah distribusi yang tidak efisien. Pengurangan biaya logistik atau pemberian insentif untuk biaya distribusi dapat membantu mengurangi beban yang ditanggung oleh UMKM, sehingga mereka tidak perlu menambah biaya untuk pengiriman produk, yang akhirnya akan mempengaruhi harga jual.

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam menjaga keberlanjutan UMKM, terutama di tengah kebijakan-kebijakan fiskal yang dapat mempengaruhi stabilitas ekonomi mereka. Melalui subsidi, insentif pajak, pelatihan, akses pembiayaan, dan kebijakan distribusi yang lebih efisien, pemerintah dapat membantu UMKM bertahan dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi akibat kenaikan tarif PPN. Pemerintah yang responsif terhadap kebutuhan sektor UMKM akan meningkatkan ketahanan ekonomi lokal dan memperkuat sektor UMKM sebagai pilar utama pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Peluang dan Tantangan

Kenaikan tarif PPN yang direncanakan oleh pemerintah menjadi 12% pada Januari 2025 membawa berbagai peluang dan tantangan bagi pelaku UMKM, khususnya di Surabaya. Meskipun kebijakan ini berpotensi menambah biaya produksi, ada beberapa peluang yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, terutama dalam hal efisiensi dan daya saing. Reformasi pajak ini dapat memotivasi UMKM untuk lebih cermat dalam mengelola biaya operasional, termasuk meningkatkan efisiensi dalam rantai pasokan dan proses produksi. Sebagai contoh, dengan meningkatnya biaya bahan baku akibat kenaikan PPN, UMKM mungkin akan terdorong untuk mencari alternatif bahan baku yang lebih murah atau menggunakan teknologi yang dapat meningkatkan produktivitas tanpa menambah biaya secara signifikan.

Selain itu, reformasi pajak ini juga dapat menjadi pemicu bagi UMKM untuk berinovasi dalam produk dan layanan mereka. Pelaku UMKM yang mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dapat memanfaatkan momen ini untuk meningkatkan kualitas dan keberagaman produk mereka, guna menarik lebih banyak konsumen meskipun harga produk naik. Inovasi produk dan layanan yang ditawarkan bisa menjadi kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, bahkan di tengah penurunan daya beli masyarakat. Oleh karena itu, meskipun kenaikan PPN membawa tantangan, bagi UMKM yang mampu beradaptasi, hal ini bisa membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka di pasar.

Namun, di sisi lain, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM pasca kenaikan PPN. Salah satu tantangan utama adalah penurunan daya beli masyarakat. Sebagian besar konsumen di Indonesia, terutama di kelas menengah dan bawah, cenderung lebih sensitif terhadap perubahan harga barang dan jasa. Kenaikan PPN yang akan diterapkan pada produk-produk konsumsi sehari-hari berpotensi mengurangi daya beli konsumen, sehingga dapat menurunkan volume pembelian dari produk UMKM. Pelaku UMKM yang mengandalkan pelanggan dengan daya beli terbatas mungkin akan merasakan dampak langsung dari penurunan konsumsi ini.

Selain itu, kenaikan PPN juga dapat menyebabkan peningkatan biaya operasional yang cukup signifikan. Biaya produksi yang lebih tinggi akibat peningkatan PPN akan berdampak pada harga jual produk. Meskipun beberapa UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional untuk mengurangi dampak ini, tidak semua pelaku usaha memiliki kapasitas atau sumber daya untuk melakukannya. UMKM yang tidak dapat menyesuaikan diri dengan cepat bisa saja kehilangan daya saing, terutama jika mereka terpaksa menaikkan harga jual produk tanpa dapat mempertahankan kualitas atau nilai tambah yang membedakan mereka dari pesaing.

Dalam menghadapi tantangan ini, beberapa pelaku UMKM memilih untuk memfokuskan diri pada pengelolaan biaya secara lebih efisien. Pengurangan biaya melalui pengoptimalan proses produksi, pengurangan limbah, atau pemanfaatan teknologi yang lebih murah dan efektif menjadi langkah penting. Beberapa pelaku usaha yang sudah menerapkan sistem manajemen berbasis teknologi cenderung lebih siap dalam menghadapi reformasi pajak ini. Teknologi memungkinkan mereka untuk mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi, sehingga dampak kenaikan PPN bisa diminimalisir.

Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki akses yang mudah terhadap teknologi dan sumber daya untuk melakukan inovasi atau efisiensi. Ini menjadi tantangan besar, terutama bagi usaha mikro yang mungkin tidak memiliki kapasitas finansial untuk berinvestasi dalam teknologi baru atau pelatihan. Oleh karena itu, pemerintah perlu memberikan dukungan berupa program pelatihan atau pendampingan kepada pelaku UMKM agar mereka bisa beradaptasi dengan perubahan tersebut. Dengan pembinaan yang tepat, UMKM bisa lebih siap menghadapi dampak kenaikan PPN dan memanfaatkan peluang yang ada.

Kenaikan PPN membawa kedua sisi, baik peluang maupun tantangan. Pelaku UMKM yang dapat beradaptasi dengan perubahan ini, baik melalui inovasi, efisiensi, maupun strategi lainnya, akan memiliki kesempatan untuk memperkuat posisi mereka di pasar. Namun, pelaku UMKM yang tidak siap menghadapi dampak peningkatan biaya dan penurunan daya beli mungkin akan kesulitan untuk bertahan. Oleh karena itu, perhatian yang lebih besar dari pemerintah dalam memberikan dukungan kepada UMKM sangat

diperlukan untuk memastikan bahwa reformasi pajak ini tidak justru memperburuk kondisi sektor yang sudah rentan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kenaikan tarif PPN dari 11% menjadi 12% yang direncanakan pada tahun 2025 membawa dampak yang signifikan terhadap pelaku UMKM, khususnya dalam hal biaya produksi dan daya beli konsumen. Meskipun ada tantangan seperti peningkatan biaya operasional dan potensi penurunan permintaan, pelaku UMKM di Surabaya menunjukkan respon yang adaptif, termasuk peningkatan efisiensi dan inovasi produk. Pemerintah juga memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM melalui kebijakan subsidi, insentif pajak, dan pelatihan pengelolaan usaha yang efektif. Dengan dukungan yang tepat, UMKM memiliki potensi untuk bertahan dan bahkan berkembang meskipun adanya tekanan dari kenaikan PPN.

Untuk itu, disarankan agar pemerintah memberikan perhatian lebih terhadap kebijakan yang dapat mengurangi beban UMKM, seperti pengurangan tarif PPN untuk usaha kecil atau pemberian insentif fiskal. Selain itu, pelaku UMKM perlu lebih meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola biaya, berinovasi, dan memanfaatkan teknologi untuk efisiensi. Kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat akan menjadi kunci untuk memastikan bahwa UMKM tetap dapat berkembang meskipun menghadapi tantangan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, J., & Vitaningrum, M. R. (2021). Pengaruh likuiditas dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 128.
- Casmadi, Y., & Azis, I. (2019). PENGARUH BIAYA PRODUKSI & BIAYA OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADING COMPANY, Tbk. *Jurnal Akuntansi*, 11(1), 41-51.
- Firmansyah, D. (2022). Teknik pengambilan sampel umum dalam metodologi penelitian: Literature review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85-114.
- Kusnendi, A. (2017). Manajemen Bisnis Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia. Jakarta: Penerbit Gramedia, hlm. 115-118.
- Soraya, N., & Afiatno, B. E. (2021). Elastisitas harga dan elastisitas pendapatan permintaan energi listrik pada rumah tangga di Indonesia. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(2), 1046-1060.

Susanto, E. (2020). Pajak dan Dampaknya Terhadap Ekonomi UMKM. Yogyakarta: Penerbit Andi, hlm. 45-50.

Tanjung, R. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah. Bandung: Penerbit Alfabeta, hlm. 75-79.

<https://www.detik.com/jatim/bisnis/d-7648050/keluh-kesah-warga-surabaya-pelaku-umkm-jika-ppn-naik-12>

<https://rri.co.id/surabaya/bisnis/1152237/kenaikan-ppn-12-ini-kata-pakar-ekonomi-um-surabaya>

<https://www.detik.com/jatim/berita/d-7679021/anggota-dprd-surabaya-soal-ppn-12-persen-tak-membebani-rakyat>

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/5788671/ini-sederet-dampak-naiknya-ppn-jadi-12-di-2025?page=3>