



# Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Inflasi Terhadap Volume Penjualan Studi Kasus pada PT Astra International Tbk Tahun 2022 - 2024

Sulis Mutiara Zulfa<sup>1\*</sup>, Daryanto<sup>2</sup>, Daniel Imanuel Manafe<sup>3</sup>

<sup>1-2</sup> Departemen Akuntansi Perpajakan, Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dharma Agung Indonesia, Indonesia

<sup>3</sup> Departemen Teknik Elektro dan Informatika, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada, Indonesia

Korespondensi penulis: [sulismutiarazulfa@email.com](mailto:sulismutiarazulfa@email.com)<sup>1</sup>

**Abstract.** This study aims to analyze the impact of the increase in Value Added Tax (VAT) and inflation on the sales revenue of PT Astra International Tbk during the 2022–2024 period. The research employs a quantitative approach using multiple regression analysis to examine the relationship between VAT, inflation, and sales revenue. Secondary data were obtained from the company's financial statements, inflation data from Statistics Indonesia (BPS), and VAT rate information from the Directorate General of Taxes (DJP). The data were analyzed to identify how VAT and inflation influence the company's revenue. The results indicate that both VAT and inflation have a significant effect on sales revenue, both simultaneously and partially. The coefficient of determination ( $R^2$ ) of 0.899 shows that 89.9% of the variation in sales revenue is explained by the changes in VAT and inflation rates. These findings suggest that VAT and inflation are important economic factors that should be considered by businesses, especially in the automotive industry, when planning strategies for revenue generation. Furthermore, the study emphasizes the critical need for companies to adapt to changing fiscal policies and macroeconomic conditions to maintain profitability and competitive advantage in a fluctuating economic environment.

**Keywords:** Automotive Industry; Inflation; Multiple Regression; PT Astra International; VAT.

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kenaikan PPN dan inflasi terhadap pendapatan penjualan PT Astra International Tbk selama periode 2022–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi berganda untuk menguji hubungan antara PPN, inflasi, dan pendapatan penjualan. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan perusahaan, data inflasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan informasi tarif PPN dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi bagaimana PPN dan inflasi memengaruhi pendapatan perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PPN dan inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan penjualan, baik secara simultan maupun parsial. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,899 menunjukkan bahwa 89,9% variasi pendapatan penjualan dijelaskan oleh perubahan tarif PPN dan inflasi. Temuan ini menunjukkan bahwa PPN dan inflasi merupakan faktor ekonomi penting yang harus dipertimbangkan oleh bisnis, khususnya di industri otomotif, ketika merencanakan strategi untuk menghasilkan pendapatan. Selain itu, studi ini menekankan pentingnya perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan kebijakan fiskal dan kondisi makroekonomi guna mempertahankan profitabilitas dan keunggulan kompetitif dalam lingkungan ekonomi yang berfluktuasi.

**Kata kunci:** Industri Otomotif; Inflasi; PT Astra International; PPN; Regresi Berganda.

## 1. LATAR BELAKANG

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan negara yang memiliki peranan sangat vital dalam mendukung pembiayaan pembangunan nasional. Kontribusi pajak terhadap Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) setiap tahunnya mendominasi struktur penerimaan, sehingga kebijakan perpajakan memiliki dampak yang luas terhadap perekonomian. Pemerintah Indonesia terus melakukan reformasi perpajakan, termasuk melalui penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebagai pajak tidak langsung yang dikenakan atas

konsumsi barang dan jasa. Pada tahun 2022, pemerintah menetapkan kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% sebagai bagian dari strategi konsolidasi fiskal, dan kembali meningkat menjadi 12% mulai Januari 2025. Kenaikan tarif pajak konsumsi ini secara teori berpotensi meningkatkan harga jual barang dan menekan daya beli masyarakat, khususnya pada sektor industri berorientasi pasar seperti otomotif.

Selain kebijakan fiskal, kondisi makro ekonomi seperti inflasi turut memberikan tekanan terhadap daya beli konsumen. Inflasi Indonesia mencapai 5,95% pada tahun 2022, yang merupakan angka tertinggi sejak 2015. Peningkatan harga umum ini dapat menurunkan kemampuan masyarakat untuk membeli barang yang bersifat konsumtif maupun investasi seperti kendaraan bermotor. Inflasi juga berdampak pada biaya produksi dan operasional perusahaan, sehingga dapat memaksa pelaku industri menaikkan harga jual. Kombinasi kenaikan PPN dan inflasi berpotensi memberikan tekanan ganda terhadap permintaan kendaraan bermotor di pasar domestik.

PT Astra International Tbk sebagai perusahaan otomotif terbesar di Indonesia memiliki sensitivitas yang tinggi terhadap perubahan kebijakan fiskal dan kondisi makro ekonomi tersebut. Sektor otomotif menjadi kontributor utama pendapatan perusahaan, sehingga fluktuasi penjualan kendaraan akan sangat mempengaruhi kinerja keuangan Astra secara keseluruhan. Laporan perusahaan menunjukkan adanya dinamika penjualan selama periode pasca pandemi 2022–2024, dimana peningkatan tarif PPN dan tingginya inflasi menjadi faktor yang patut dicermati. Penurunan volume penjualan kendaraan dalam periode tertentu mengindikasikan adanya dampak ekonomi yang signifikan terhadap industri otomotif.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pengaruh PPN maupun inflasi terhadap daya beli dan penjualan, namun masih terbatas yang secara spesifik meneliti periode pasca pandemi dengan perubahan tarif PPN 11% dan kondisi inflasi yang bergejolak terhadap penjualan perusahaan otomotif berskala besar. Hal ini menjadi celah penelitian (research gap) yang penting untuk dikaji lebih lanjut, terutama karena industri otomotif merupakan salah satu penopang utama perekonomian nasional. Oleh karena itu, analisis empiris terhadap hubungan antara kenaikan PPN dan inflasi terhadap volume penjualan PT Astra International Tbk menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai dampak kebijakan fiskal dan kondisi ekonomi terkini.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan inflasi terhadap volume penjualan kendaraan bermotor PT Astra International Tbk pada periode 2022–2024. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam literatur perpajakan dan ekonomi makro, serta kontribusi

praktis bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang pro-pertumbuhan, dan bagi perusahaan dalam merancang strategi bisnis yang adaptif terhadap dinamika ekonomi.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Landasan Teori**

Penelitian ini menggunakan teori *middle-range*, sebuah teori yang menjelaskan hubungan empiris antara variabel terukur dalam konteks sosial dan ekonomi. Teori *middle-range* digunakan untuk menggambarkan bagaimana variabel makroekonomi seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan inflasi dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan keputusan pembelian barang-barang bernilai tinggi, termasuk kendaraan bermotor/bermobil.

Teori *middle-range* menjelaskan hubungan antara PPN, inflasi, dan volume penjualan. Kenaikan PPN terbukti meningkatkan harga dan menurunkan permintaan (Karisma dkk., 2023; Hal dkk., 2024). Inflasi menyebabkan penurunan daya beli masyarakat (Pujadi, 2022; Budiman, 2025), sehingga mempengaruhi konsumsi barang bernilai tinggi seperti kendaraan. Volume penjualan dipengaruhi oleh harga dan daya beli (Saragih & Hariani, 2023), sehingga secara teoritis, PPN dan inflasi berpotensi mempengaruhi penjualan PT Astra International Tbk.

### **Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait dampak kebijakan fiskal dan variabel makroekonomi terhadap penjualan dan nilai perusahaan. Hal dkk. (2024) menyatakan bahwa kenaikan tarif PPN berpotensi meningkatkan inflasi dan menurunkan daya beli. Marismiati dan Woman (2024) menemukan bahwa kenaikan PPN meningkatkan harga mobil dan secara langsung menekan minat beli konsumen di sektor otomotif.

Pujadi (2022) menunjukkan bahwa inflasi berdampak negatif terhadap daya beli, sehingga mengakibatkan penurunan volume penjualan barang-barang bernilai tinggi. Budiman (2025) menemukan bahwa inflasi dan konsumsi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap penerimaan PPN dan PPnBM di industri otomotif.

Karisma dkk. (2023) juga menjelaskan bahwa kenaikan tarif PPN dapat menekan permintaan kendaraan bermotor karena harga yang lebih tinggi membuat konsumen lebih selektif dalam membeli. Beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwa respons konsumen terhadap inflasi dan pajak dapat bervariasi, bergantung pada kondisi ekonomi dan segmen pasar.

Secara keseluruhan, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa PPN dan inflasi berpotensi memengaruhi permintaan kendaraan bermotor. Namun, tingkat signifikansi dan arah pengaruhnya sering kali bervariasi, sehingga memerlukan studi lebih lanjut dalam konteks dan periode perusahaan yang berbeda. Studi ini memberikan bukti empiris terbaru mengenai pengaruh PPN dan inflasi terhadap volume penjualan PT Astra Secara keseluruhan, penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa PPN dan inflasi berpotensi memengaruhi permintaan kendaraan bermotor. Namun, tingkat signifikansi dan arah pengaruhnya sering kali bervariasi, sehingga memerlukan studi lebih lanjut dalam konteks dan periode perusahaan yang berbeda. Studi ini memberikan bukti empiris terbaru mengenai pengaruh PPN dan inflasi terhadap volume penjualan PT Astra International Tbk untuk periode 2022–2024.

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, dikembangkan kerangka konseptual yang menyatakan bahwa volume penjualan kendaraan (Y) dipengaruhi oleh dua variabel independen: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) (X1) dan inflasi (X2). PPN dipahami sebagai pajak konsumsi yang secara langsung berdampak pada harga jual kendaraan, sehingga perubahan tarifnya dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Karisma dkk., 2023). Sementara itu, inflasi menggambarkan kenaikan umum harga barang yang berdampak pada daya beli masyarakat, sehingga konsumen cenderung menunda pembelian kendaraan ketika inflasi meningkat (Pujadi, 2022; Budiman, 2025)

Kedua variabel ini diasumsikan saling terkait dalam menentukan permintaan kendaraan bermotor/bermobil. Kenaikan PPN dapat meningkatkan harga jual kendaraan, sementara inflasi melemahkan daya beli konsumen. Jika tarif PPN meningkat dan inflasi tinggi, volume penjualan cenderung menurun. Kerangka kerja ini digunakan untuk menguji efek parsial dan simultan dari kedua variabel ini terhadap volume penjualan PT Astra International Tbk untuk periode 2022–2024.

### **Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran dan studi literatur sebelumnya, maka rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan.

Menurut Hal dkk. (2024), peningkatan tarif PPN dapat mendorong kenaikan harga barang, sehingga menekan permintaan. Karisma dkk. (2023) juga menemukan bahwa penyesuaian tarif PPN mengurangi konsumsi barang bernilai tinggi seperti kendaraan.

H2: Inflasi secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan.

Pujadi (2022) menjelaskan bahwa inflasi mengurangi daya beli masyarakat, sehingga mengakibatkan penurunan permintaan kendaraan. Budiman (2025) juga menyatakan bahwa inflasi memiliki dampak signifikan terhadap pola konsumsi rumah tangga, khususnya untuk pembelian barang-barang bernilai tinggi.

H3: Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan inflasi secara parsial berpengaruh terhadap volume penjualan.

Kombinasi kenaikan PPN dan inflasi berpotensi menekan permintaan konsumen secara bersamaan (Karisma dkk., 2023; Budiman, 2025). Jika kedua variabel tersebut meningkat dalam periode yang sama, hal itu dapat mengurangi volume penjualan kendaraan bermotor.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal, bertujuan untuk menganalisis pengaruh PPN dan inflasi terhadap volume penjualan PT Astra International Tbk. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan perusahaan, publikasi kinerja penjualan, data inflasi dari Badan Pusat Statistik (BPS), dan data PPN dari peraturan dan publikasi resmi pemerintah untuk periode 2022–2024.

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: (1) perusahaan secara konsisten menerbitkan laporan keuangan dan data penjualan selama periode penelitian, dan (2) data variabel penelitian lengkap tersedia. Objek penelitian ini adalah PT Astra International Tbk, sehingga semua data yang digunakan berasal dari laporan tahunan dan laporan penjualan resmi perusahaan.

Variabel PPN diukur melalui perubahan tarif PPN berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 68 Tahun 2022 dan penyesuaianya terhadap harga jual kendaraan. Variabel inflasi diukur menggunakan persentase inflasi tahunan yang dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). Volume penjualan diukur berdasarkan jumlah unit kendaraan yang terjual selama periode 2022–2024, sebagaimana tercantum dalam laporan penjualan PT Astra International Tbk.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 27. Prosedurnya meliputi uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), dan pengujian hipotesis menggunakan uji parsial (uji-t), uji simultan (uji-F), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap volume penjualan.

Volume penjualan (Y) diukur berdasarkan jumlah unit kendaraan yang terjual di sektor otomotif PT Astra International Tbk. Selain itu, untuk memberikan gambaran yang lebih

dinamis, volume penjualan juga dihitung dalam bentuk tingkat pertumbuhan penjualan tahunan (*Sales Growth Rate*), menggunakan rumus berikut:

$$SGR = Sales Sekarang - Sales Sebelumnya$$

$$\frac{Sales Sebelumnya}{Sales Sebelumnya} \times 100\%$$

Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Volume Penjualan  
X<sub>1</sub> = Pajak Pertambahan Nilai (PPN)  
X<sub>2</sub> = Inflasi  
a = Konstanta  
b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien regresi  
e = Error(residu)

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### *Analisis Statistik Deskriptif*

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
VOLUME PENJUALAN	151573,4917	52452,82912	12
PPN	10,9167	,28868	12
INFLASI	3,4000	1,46131	12

**Gambar 1.** Hasil Uji Normalitas.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Hasil analisis deskriptif di atas menunjukkan bahwa: (a) Volume penjualan PT Astra International Tbk selama periode 2022–2024 rata-rata mencapai 151.573 unit dengan standar deviasi 52.452, menunjukkan periode pendinginan yang signifikan. (b) Variabel PPN rata-rata sebesar 10,91% dengan standar deviasi 0,29, menunjukkan bahwa tingkat PPN relatif stabil selama periode penelitian. (c) Inflasi rata-rata sebesar 3,40% dengan standar deviasi 1,46, menunjukkan variasi yang cukup dinamis dalam tingkat inflasi.

### ***Uji Normalitas***

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		12
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	16419,17587
Most Extreme Differences	Absolute	,163
	Positive	,088
	Negative	-,163
Test Statistic		,163
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	,503
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	,490
	Upper Bound	,516

- a. Test distribution is Normal.  
 b. Calculated from data.  
 c. Lilliefors Significance Correction.  
 d. This is a lower bound of the true significance.  
 e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

**Gambar 2.** Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov Satu Sampel, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai ini lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi tersebut layak untuk dianalisis lebih lanjut.

### ***Uji Multikolinearitas***

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	PPN	,973	1,028
	INFLASI	,973	1,028

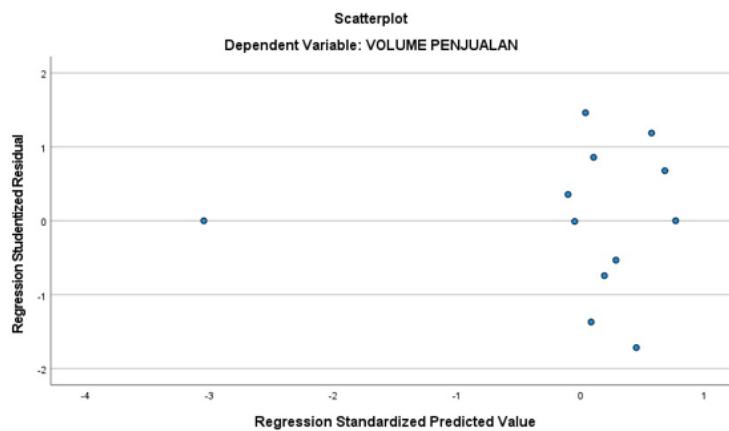
- a. Dependent Variable: VOLUME  
 PENJUALAN

**Gambar 3.** Hasil Uji Multikolinearitas.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

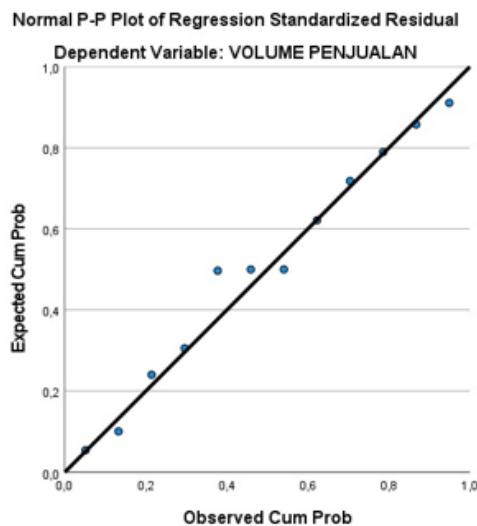
Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai toleransi  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ . Nilai toleransi PPN adalah 0,973 dengan VIF 1,028, sedangkan inflasi memiliki nilai toleransi 0,973 dengan VIF 1,208. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas di antara variabel independen dalam model regresi.

## Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

## Uji Autokorelasi



Gambar 5. Hasil Uji Autokorelasi.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil analisis scatterplot, titik residual tampak terdistribusi secara acak di atas dan di bawah sumbu nol dan tidak membentuk pola tertentu. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas, sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,950 <sup>a</sup>	,902	,880	18152,08191	1,809

a. Predictors: (Constant), INFLASI, PPN

b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

Gambar 6. Hasil Uji Autokorelasi.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Hasil uji autokorelasi menggunakan metode Durbin-Watson menunjukkan nilai 1,809. Nilai ini berada di antara batas atas ( $dU \approx 1,57$ ) dan  $4-dU (\approx 2,43)$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami autokorelasi.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant) -1597644,531	208146,548		-7,676	<.001	
	PPN 157153,634	19218,755	,865	8,177	<.001	
	INFLASI 9889,465	3796,585	,276	2,605	,029	

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

**Gambar 7.** Hasil Uji Regresi Linear Berganda.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan berikut:

$$Y = -1.597.644,531 + 157.153,634 (\text{PPN}) + 9.889,465 (\text{Inflasi})$$

Koefisien regresi menunjukkan bahwa PPN dan inflasi memiliki pengaruh positif terhadap volume penjualan. Ini berarti bahwa peningkatan PPN dan inflasi diikuti oleh peningkatan volume penjualan selama periode penelitian.

### Uji Hipotesis

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,950 <sup>a</sup>	,902	,880	18152,08191	1,809

a. Predictors: (Constant), INFLASI, PPN

b. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

**Gambar 8.** Hasil Uji Koefisien Determinasi.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Nilai R-square sebesar 0,902 menunjukkan bahwa 90,2% variasi volume penjualan dapat dijelaskan oleh PPN dan inflasi. Sementara itu, sisanya, yaitu 9,8%, dijelaskan oleh faktor-faktor di luar model penelitian. Nilai ini menunjukkan bahwa model regresi memiliki daya penjelas yang sangat kuat.

## Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	-1597644,531	208146,548		-7,676	<,001
	PPN	157153,634	19218,755	,865	8,177	<,001
	INFLASI	9889,465	3796,585	,276	2,605	,029

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

**Gambar 9.** Hasil Uji Parsial (Uji t).

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel PPN memiliki nilai signifikansi 0,000 (<0,05) dengan nilai t terhitung sebesar 8,177, sehingga PPN memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan. Variabel inflasi juga menunjukkan nilai signifikansi 0,029 (<0,05) dengan nilai t terhitung sebesar 2,605, yang berarti inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Dengan demikian, hipotesis diterima sebagian.

## Uji -F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		Regression	Residual	Total		
1		2,730E+10	2	1,365E+10	41,425	<,001 <sup>b</sup>
		2965482699	9	329498077,7		
		3,026E+10	11			

a. Dependent Variable: VOLUME PENJUALAN

b. Predictors: (Constant), INFLASI, PPN

**Gambar 10.** Hasil Uji F.

Sumber: Data diolah dengan SPSS 27, 2025

Hasil uji F menunjukkan nilai F sebesar 41,425 dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05). Hal ini menunjukkan bahwa variabel PPN dan inflasi secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Dengan demikian, model regresi dinyatakan layak untuk digunakan.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk menganalisis pengaruh PPN dan inflasi terhadap volume penjualan PT Astra International Tbk untuk periode 2022–2024, dapat disimpulkan bahwa PPN dan inflasi memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa PPN memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan dengan nilai signifikansi <0,05, begitu pula inflasi yang juga menunjukkan pengaruh signifikan dengan nilai signifikansi <0,05. Selain itu, hasil uji simultan menunjukkan bahwa

PPN dan inflasi bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap volume penjualan, sebagaimana dibuktikan dengan nilai signifikansi <0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa perubahan kebijakan fiskal dan kondisi makro ekonomi memainkan peran penting dalam mempengaruhi kinerja penjualan perusahaan.

Berdasarkan kesimpulan ini, perusahaan diharapkan lebih adaptif dalam mengembangkan strategi penjualan dan penetapan harga, dengan mempertimbangkan perubahan tarif PPN dan kondisi inflasi, untuk mempertahankan volume penjualan. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam penelitian kebijakan pajak, khususnya PPN, untuk mencegah tekanan berlebihan pada daya beli masyarakat. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam jumlah variabel dan periode penelitian. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut disarankan untuk menambahkan variabel makro ekonomi lainnya dan memperpanjang periode pengamatan untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung pengembangan artikel ini. Artikel ini merupakan bagian dari tesis yang ditulis oleh Program Studi Akuntansi Pajak. Semua data yang digunakan bersumber dari laporan keuangan perusahaan dan publikasi resmi dari lembaga terkait.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Acosta-Ormaechea, S., & Morozumi, A. (2021). The value-added tax and growth: Design matters. *International Tax and Public Finance*, 28(5). <https://doi.org/10.1007/s10797-021-09681-2>
- Budiman, I. F. (2025). Analisis determinan makroekonomi inflasi dan konsumsi rumah tangga terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) di Indonesia [Skripsi/Artikel].
- Effect, T., Tax, V., & Growth, E. (2022). AJER, Volume 10(1), January 2022: M. A. Orisadare & K. Fasoye. *American Journal of Economics and Research*, 10(1), 158-169.
- Erkaes. (2024). *Dinamika hutang dan inflasi: Analisis mendalam tentang pengaruhnya terhadap ekonomi dan kehidupan pribadi*. CV Garuda Mas Sejahtera.
- Fadhilah, A., Fitriani, S. D., & Enjellika, J. Z. (2025). Pengaruh kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPn) terhadap inflasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 10(1), 63-74. <https://doi.org/10.32696/jaapi.v6i1.4181>
- Hal, N. D., Fadilah, A. D., Adinda, N. T., Rahma, M. M., Lauda, R. S., & Suminar, L. (2024). Dampak kenaikan tarif PPN terhadap inflasi dan daya beli masyarakat Indonesia. *Jurnal Ekonomi Publik*, 9(2), 67-78. <https://doi.org/10.52447/map.v9i2.7940>

- Hanryono. (2024). *Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penjualan Barang Mewah (PPnBM)*. Ruang Karya.
- Herwinna, D. K. P., & Iswara, U. S. (2024). Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 13(5), 1-19. <https://doi.org/10.24912/jpa.v5i1.22385>
- Hildawati, N., & Sari, M. A. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan sepeda motor merek Yamaha CV. Prima Yamaha Nusantara Dumai. *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 4, 6444-6456. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v4i4.6501>
- Ismail, W., Widiarti, A., Muhadiansyah, D., & Koesumah, E. (2023). *The Fed, inflasi, dan anjloknya rupiah*. TEMPO Publishing.
- Karisma, N., Inayah, N. L., & Masyhad, M. (2023). Dampak kenaikan tarif PPN dari 10% menjadi 11% terhadap penjualan PT. Anugrah Busana Surabaya. *Equity: Jurnal Akuntansi*, 4(1), 11-17. <https://doi.org/10.46821/equity.v4i1.374>
- 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.
- Kontan. (2024). Bagaimana tren penjualan mobil di Indonesia pada 2025? *GAIKINDO*.
- Marismiati, M., & Woman, S. Y. (2024). Pengaruh kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) 11% terhadap daya beli mobil pada Auto 2000 Pasteur Bandung. *Land Journal*, 5(2), 351-363. <https://doi.org/10.47491/landjournal.v5i2.3633>
- Martin, P. (2025). Analisis dampak implementasi PPN 12% di Indonesia: Apakah sejalan dengan prinsip keadilan? *DNT Lawyers*.
- Martinus Hia, A., Ali, H., & Sumartyo, F. D. S. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan: Analisis kualitas pelayanan, inovasi produk dan kepuasan konsumen (Literature review). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(2), 368-379. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.48>
- Muhidin, I., & Ariandi, F. (2025). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap brand awareness pada merek Chevrolet di PT Fontana Indah Motor. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(c), 97-103. <https://doi.org/10.70052/juma.v2i2.547>
- Munasifah. (2023). *Sejarah perpajakan* (S. Hardjono, Ed.). Mutiara Aksara.
- Ochieng, H., & Ombok, B. (2024). The impact of inflation-based value-added tax reforms on price. *Journal of Tax and Economic Policy*, 5, 14-26.
- Permadi, D. G., & Wijaya, S. (2022). Analysis of determinants of value added tax revenue in Asia. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(3), 622. <https://doi.org/10.29210/020221385>
- Pujadi, A. (2022). Inflasi: Teori dan kebijakan. *Jurnal Manajemen Diversitas*, 2(2), 73-77.
- Sapridawati, Y., Indrawati, N., Sofyan, A., & Zirman. (2021). Pengaruh inflasi dan nilai tukar rupiah terhadap penerimaan Pajak Pertambahan Nilai. *The Journal Civitation Tax Center*, 2(1), 2722-5437.
- Saragih, S. N., & Hariiani, S. (2023). Pengaruh likuiditas, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI 2017-2020. *Jurnal Economina*, 2(1), 1063-1074. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.248>

- Sekarsari, D., Az Zahra, F. A., Ayuningtyas, F. R., & Fadilla, A. (2024). Analisis dinamika inflasi dan implikasinya terhadap stabilitas ekonomi di Indonesia. *Journal of Macroeconomics and Social Development*, 1(3), 1-9. <https://doi.org/10.47134/jmsd.v1i3.194>
- Sujatmiko, A. D., Setiawan, F. B., Alfina, N., Elyansyah, N. I. D. P., Rizky, P. A., & Asitah, N. (2025). Hubungan antara pengaruh inflasi terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia: Kajian literatur sistematis. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 39-45. <https://doi.org/10.55732/nemr.v3i1.1578>
- Sutedi, A. (2022). *Hukum pajak* (Tarmizi, Ed.). Sinar Grafika.
- Wulandari, F. (2022). *Middle range teori dalam ilmu manajemen SDM*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis penelitian kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Yuniar, R. (2024). Dampak inflasi terhadap daya beli masyarakat di Indonesia. *Kompasiana*.