

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Definisi Pajak

1. Pengertian Pajak

Menurut Andriani dalam (Sotarduga Sihombing, 2020) pajak adalah iuran masyarakat kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib pajak membayarnya menurut peraturan-peraturan umum (undang-undang) dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung ditunjuk dan yang digunakannya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung tugas Negara untuk menyelenggarakan pemerintah.

Menurut Soeparman Soemahamidjaya dalam (Sotarduga Sihombing, 2020) pengertian pajak adalah iuran wajib bagi warga atau masyarakat, baik itu dapat berupa uang ataupun barang yang diambil oleh pemerintah sesuai dengan berbagai ketentuan hukum yang ada untuk menutupi biaya pembuatan barang dan layanan demi mencapai kesejahteraan rakyat.

Menurut Rochmat Sumitro pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. (Mardiasmo, 2023).

Pajak didefinisikan sebagai iuran tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran-pengeluaran umum. (Supramono, 2010).

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kewajiban yang harus dibayarkan kepada Negara oleh individu yang bersifat wajib sesuai dengan hukum yang berlaku dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

1. Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan berbangsa, terutama dalam hal pembangunan. Oleh karena itu, pajak memiliki beberapa fungsi, di antaranya adalah:

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

Pajak berfungsi sebagai salah satu sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya.

2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijaksanaan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi.

Contoh :

- a. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras.
- b. Pajak yang tinggi dikenakan terhadap barang-barang mewah untuk mengurangi gaya hidup konsumtif.

3. Fungsi Stabilitas

Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

4. Fungsi Redistribusi Pendapatan

Pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan, sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. (Mardiasmo, 2023).

2. Jenis – Jenis Pajak

Ada berbagai jenis pajak yang dipungut oleh pemerintah dari masyarakat atau wajib pajak, yang dapat dikelompokkan berdasarkan karakteristik, lembaga pemungut, objek pajak, dan subjek pajak.

1. Jenis Pajak Berdasarkan Karakteristik

Dengan memperhatikan karakteristiknya, pajak dibagi menjadi 2 kategori,

yaitu: 1) Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang dikenakan kepada wajib pajak ketika melakukan kejadian atau tindakan tertentu. Oleh karena itu, pajak tidak langsung tidak dapat dipungut secara rutin, melainkan hanya ketika peristiwa atau tindakan tertentu muncul yang mengakibatkan kewajiban untuk membayar pajak. Contoh dari pajak tidak langsung ini adalah pajak penjualan barang mewah, di mana pajak ini hanya dikenakan saat wajib pajak menjual barang mewah. 2) Pajak Langsung adalah pajak yang dikenakan secara berkala kepada wajib pajak berdasarkan surat ketetapan pajak yang diterbitkan oleh kantor pajak. Dalam surat ketetapan pajak tersebut terdapat besaran pajak yang harus dibayar oleh wajib pajak. Pajak langsung harus ditanggung oleh individu yang dikenakan pajak dan tidak bisa dialihkan kepada pihak lain. Contohnya termasuk Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) serta pajak penghasilan.

2. Jenis Pajak Berdasarkan Lembaga Pemungut

Berdasarkan lembaga pemungut, pajak dibedakan menjadi 2 jenis, yaitu: 1) Pajak Daerah (Lokal) adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah daerah dan hanya berlaku untuk masyarakat daerah tersebut, baik yang diambil oleh Pemda Tingkat II maupun Pemda Tingkat I. Contoh dari pajak daerah ini mencakup pajak hotel, pajak hiburan, pajak restoran, dan banyak lainnya. 2) Pajak Negara (Pusat) adalah pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat melalui lembaga-lembaga terkait, seperti: Direktorat Jenderal Pajak, Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, serta kantor inspeksi pajak yang tersebar di seluruh Indonesia. Contoh dari pajak pusat ini termasuk pajak pertambahan nilai, pajak penghasilan, pajak bumi dan bangunan, serta banyak lagi.

3. Jenis Pajak Berdasarkan Objek dan Subjek Pajak

Berdasarkan objek dan subjek pajaknya, pajak dibagi menjadi 2 kategori, yaitu: 1) Pajak Objektif adalah pajak yang diambil berdasarkan objek yang dikenakan pajak. Contoh dari pajak objektif meliputi pajak impor, pajak kendaraan bermotor, bea materai, bea masuk, dan lain-lain. 2) Pajak Subjektif adalah pajak yang diambil berdasarkan subjek yang dikenakan pajak. Contoh dari pajak subjektif adalah pajak kekayaan dan pajak penghasilan.

Semua administrasi yang berkaitan dengan pajak pusat dikelola di Kantor Pelayanan Pajak (KPP), Kantor Pelayanan Penyuluhan dan Konsultasi Perpajakan (KP2KP), dan Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak serta Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak. Sedangkan pengadministrasian yang berhubungan dengan pajak daerah, dilaksanakan di Kantor Dinas Pendapatan Daerah atau Kantor Pajak Daerah di bawah Pemerintah Daerah setempat (Sotarduga Sihombing, 2020).

4. Dampak Kenaikan Pajak

Menurut (Makmur, 2024) dampak kenaikan Pajak adalah sebagai berikut :

1. Inflasi

Kenaikan PPN berpotensi mendorong kenaikan inflasi. Sebab, meskipun hanya sebesar 1%, peningkatan PPN akan mempengaruhi hampir semua harga produk serta beberapa jasa. Kenaikan pajak di level produsen biasanya akan diteruskan kepada konsumen dalam bentuk kenaikan pajak barang. Hal ini dapat memicu inflasi dari sisi biaya akibat naiknya biaya produksi dan distribusi. Dalam waktu dekat, peningkatan PPN dapat menimbulkan tekanan harga yang cukup besar. Namun, seiring waktu, dampak dari kenaikan PPN bisa berkurang jika pemerintah memberikan insentif kepada produsen atau memberikan bantuan kepada kelompok masyarakat yang rentan.

2. Turunnya Daya Beli

Kenaikan pajak barang dan jasa yang disebabkan oleh peningkatan PPN dapat berakibat pada menurunnya daya beli masyarakat, sehingga berdampak pada melemahnya tingkat konsumsi rumah tangga. Masyarakat akan menjadi lebih hati-hati dalam berbelanja karena merasa bertambahnya beban pajak yang harus dibayarkan, sehingga mengurangi pola konsumsi, terutama untuk produk yang bukan kebutuhan pokok. Jika penurunan daya beli ini semakin meluas, maka bisa saja menimbulkan efek domino, mulai dari menurunnya pendapatan perusahaan hingga melemahnya aktivitas ekonomi secara lebih luas.

3. Pengangguran

Peningkatan tarif PPN berpotensi untuk meningkatkan angka pengangguran. Ini disebabkan oleh bertambahnya beban biaya yang ditanggung dalam produksi

dan konsumsi, yang berujung pada penurunan daya beli masyarakat. Ketika daya beli berkurang, tingkat pemanfaatan dan penjualan produk juga akan menurun, sehingga berdampak pada kinerja finansial perusahaan. Penurunan kinerja ini dapat mengakibatkan pengurangan jumlah tenaga kerja, yang akhirnya berkontribusi pada semakin meningkatnya angka pengangguran.

Indikator kenaikan pajak meliputi :

- a. Kenaikan pajak mengurangi pendapatan
- b. Kenaikan pajak mengurangi tabungan dan investasi
- c. Kenaikan pajak menghasilkan eksternalitas negative
- d. Kenaikan pajak sebanding dengan manfaat
- e. Kenaikan pajak dapat mengubah perilaku

2.1.2 Persaingan Jasa

1. Pengertian Pesaingan

Mudrajad Kuncoro dalam karyanya yang berjudul Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif menguraikan bahwa istilah persaingan berasal dari kata dalam bahasa Inggris, yaitu *competition*, yang berarti aktivitas bersaing, pertandingan, atau kompetisi. Persaingan muncul ketika individu atau organisasi berkompetisi untuk mencapai tujuan tertentu, seperti menarik konsumen, meraih pangsa pasar, memperoleh posisi dalam survei, atau mendapatkan sumber daya yang diperlukan. (Anindyadevi Aurellia, 2022).

Menurut Dr. Rainer Adam, seorang ekonom dari Friedrich Nauman Stiftung, ia menyatakan bahwa persaingan merupakan sistem yang efisien dan efektif untuk menemukan jawaban baru atas tantangan dan masalah baru yang selalu hadir dalam ekonomi. (Wikipedia, 2021).

Wiese dan Becker (1933) berpendapat bahwa persaingan adalah sebuah proses sosial di mana individu atau kelompok manusia bersaing untuk meraih keuntungan di area dari kehidupan yang menjadi fokus perhatian masyarakat pada waktu tertentu, baik untuk individu maupun kelompok. (C NN Indonesia, 2023).

Dalam konteks bisnis, persaingan merujuk pada usaha untuk meraih keuntungan melalui mekanisme pasar, di mana hasil akhir akan dirasakan oleh konsumen, contohnya dalam bentuk harga yang lebih rendah, variasi produk,

pelayanan, ketersediaan, pilihan, dan lainnya. (Cita Citrawinda, 2021).

Menurut (Philip Kotler, 2000) dalam buku (Hana Afifah, 2023) jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Jasa adalah suatu kegiatan ataupun tindakan yang tidak berwujud, tidak bisa diraba, tetapi bisa diidentifikasi, direncanakan dan dilakukan untuk memenuhi suatu permintaan dan juga kepuasan pelanggan. (HaNIF Sri Yulianto, 2023).

Jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. (Husnul Abdi, 2022).

Dari penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa persaingan jasa adalah situasi di mana beberapa penyedia jasa bersaing untuk mendapatkan pelanggan dengan menawarkan layanan yang serupa atau berbeda, dengan tujuan untuk menarik minat dan loyalitas pelanggan.

2. Jenis Tingkat Persaingan

Menurut (Gourgius Peter, 2023) beberapa jenis tingkat persaingan dalam didunia ojek online yaitu :

1. Persaingan Umum

Persaingan umum timbul ketika dua atau lebih perusahaan menargetkan pasar atau pelanggan yang identik. Sebagai contoh, layanan ojek daring bersaing untuk menarik perhatian pelanggan yang berasal dari kalangan orang tua.

2. Persaingan Tipe

Tipe persaingan ini terjadi di antara sejumlah perusahaan yang menghasilkan produk atau layanan yang serupa. Sebagai illustrasi, beberapa perusahaan bersaing dalam menciptakan berbagai bentuk produk atau layanan baru di luar ojek daring.

3. Persaingan Sektor

Persaingan sektor muncul ketika perusahaan memproduksi kategori produk yang sama. Contoh yang jelas adalah kompetisi antara dua perusahaan yang sama-sama menawarkan layanan pengantaran makanan secara online.

4. Persaingan Antarmerek

Pesaingan antarmerek adalah sebuah kompetisi antara dua perusahaan yang menjual produk atau layanan yang sebanding dengan tingkat harga yang sama. Contohnya persaingan dua ojek online yang memberikan pelayanan yang lebih baik dengan harga yang sama.

Indikator persaingan jasa meliputi :

- a. Produk homogen
- b. Persaingan non-harga
- c. Persaingan antar perusahaan sejenis
- d. Keunggulan kompetitif
- e. Pasar dinamis
- f. Inovasi

3. Manfaat Adanya Persaingan

1. Menghadapi Kebutuhan Konsumen

Persaingan antar bisnis sering kali mendorong merek untuk memenuhi kebutuhan konsumen, bersaing untuk menjadi yang paling efisien dibandingkan pesaing mereka. Ini mendorong merek untuk membangun pemahaman yang mendalam tentang apa yang dibutuhkan audiens mereka. Persaingan tersebut menghasilkan fokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen yang mencakup produk berkualitas lebih tinggi, peningkatan nilai layanan, serta peningkatan kepuasan pelanggan.

2. Evaluasi Kekuatan dan Kelemahan

Persaingan di dunia bisnis bisa mendorong analisis terhadap kekuatan dan kelemahan, sekaligus menyesuaikan strategi penjualan berdasarkan hasil yang didapat. Hal ini memberi kesempatan kepada suatu bisnis untuk memanfaatkan sumber daya secara maksimal, mengambil keputusan yang lebih baik mengenai

pemasaran dan penjualan, serta menyesuaikan penawaran berdasarkan kekuatan yang dimiliki.

3. Meningkatkan Permintaan Pasar

Persaingan bisnis merupakan metode yang efektif dalam meningkatkan permintaan terhadap suatu produk atau layanan. Ketika semakin banyak perusahaan melakukan investasi dalam pemasaran dan iklan, permintaan konsumen terhadap produk dan layanan mereka dapat meningkat bersamaan dengan bertambahnya kesadaran merek yang ada.

4. Merangsang Inovasi

Untuk meraih keunggulan di pasar, persaingan bisnis dapat menginspirasi inovasi dalam strategi dan memperbaiki produk atau layanan mereka dengan cara yang inovatif. Ini menjadi kontribusi penting dalam meningkatkan kualitas barang dan jasa secara berkelanjutan, kemajuan teknologi pada produk dan layanan, serta beradaptasi dengan kebutuhan konsumen yang kian dinamis.

5. Membuahkan Keunggulan

Sebuah perusahaan sering kali memantau dan menganalisis performa pesaing untuk menggali wawasan terkait strategi bisnis yang diterapkan. Dengan menganalisis taktik dari pesaing, sebuah perusahaan dapat menunjukkan keunggulan mereka di pasar. Sehingga banyak bisnis bisa merumuskan strategi yang akan mendatangkan kesuksesan.

6. Mempromosikan Usaha

Pengembangan bisnis yang berkelanjutan sering kali menjadi faktor penting yang mendukung keberhasilan dalam jangka panjang. Persaingan bisnis sering kali menjadi tantangan untuk terus meningkatkan kesadaran merek, melakukan promosi, mengevaluasi keberhasilan, dan merintis metode baru guna mencapai tujuan yang lebih ambisius.

2.1.3 Pendapatan Mitra

Menurut Wikipedia, pendapatan didefinisikan sebagai jumlah uang yang diperoleh oleh sebuah perusahaan atau organisasi dari kegiatan operasionalnya, seperti penjualan produk dan/atau layanan kepada konsumen. Bagi pemerintah,

pendapatan mencakup penerimaan atau pungutan pajak. Sedangkan bagi para investor, pendapatan kurang signifikan dibandingkan keuntungan, yang merupakan total uang yang diterima setelah dikurangi biaya.

Berdasarkan PSAK No. 23 revisi 2015, Pendapatan adalah pendapatan yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan yang normal dari suatu entitas, juga dikenal dengan istilah yang berbeda seperti penjualan, pendapatan jasa, bunga, dividen, royalti, dan sewa.

Mulyanto Sumardi dan Hans Dieter Evers dalam (Ridwan, 2021) mendefinisikan pendapatan sebagai semua penerimaan, baik yang berbentuk uang maupun barang, baik dari pihak eksternal maupun hasil dari sendiri. Hal ini dinilai dalam bentuk sejumlah uang berdasarkan harga yang berlaku pada saat itu.

Menurut (Sutrisno, 2001) dalam buku (Jumriani, 2020) mitra diartikan sebagai upaya melibatkan berbagai komponen baik sektor, kelompok masyarakat, lembaga pemerintah atau non pemerintah untuk bekerjasama mencapai tujuan bersama berdasarkan atas kesepakatan, prinsip dan peran masing-masing

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mitra adalah teman kerja atau pasangan kerja atau partner dalam menjalankan usaha. Mitra kerja adalah istilah yang merujuk pada kolaborasi atau kerjasama antara dua atau lebih individu yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama. (Mariska, 2023)

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan mitra adalah penghasilan yang diterima oleh pihak yang bekerja sama dalam suatu usaha, baik itu dalam bentuk bagi hasil keuntungan, komisi, atau bentuk lainnya sesuai dengan perjanjian kemitraan.

Indikator pendapatan mitra meliputi :

- a. Pendapatan Sesuai
- b. Keberlanjutan (*Sustainability*)
- c. Insentif

2.1.4 Strategi Kenaikan Pajak

Menurut Chandler, strategi adalah sarana bagi perusahaan atau organisasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan, untuk jangka panjang, serta untuk

mengatur prioritas alokasi sumber daya. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diadopsi untuk menghadapi peningkatan pajak:

1. Meningkatkan efisiensi operasional

Pertama-tama, perusahaan harus mulai menganalisis biaya operasional guna menentukan area yang dapat menghemat biaya dan meningkatkan manajemen finansial serta administrasi. Salah satu caranya adalah dengan mengganti bahan baku impor dengan bahan baku lokal yang lebih ekonomis untuk mengurangi biaya sekaligus mendukung perekonomian lokal.

2. Memperbaiki strategi harga

Peningkatan PPN akan menciptakan tantangan serius bagi banyak usaha dalam penetapan harga barang. Oleh karena itu, pelaku bisnis perlu melakukan penyesuaian harga secara bertahap agar tidak mengejutkan pelanggan. Untuk menjaga komitmen pelanggan, mereka bisa menerapkan beragam diskon dan promosi inovatif untuk mempertahankan daya saing meskipun terdapat kenaikan harga.

3. Konsultasi dengan pakar pajak

Jika merasa kesulitan, tidak ada salahnya untuk berkonsultasi dengan pakar pajak untuk mendapatkan solusi yang spesifik sesuai dengan kebutuhan usaha atau perusahaan. Namun, pastikan untuk memilih konsultan yang berpengalaman dan memahami regulasi pajak yang baru.

4. Meningkatkan literasi keuangan karyawan

Dalam menghadapi perubahan signifikan seperti peningkatan PPN, pekerja juga perlu dipersiapkan. Dengan memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan, karyawan bisa lebih bijak dalam mengelola pengeluaran mereka.

5. Berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan

Melalui pelatihan profesional, perusahaan dapat memastikan bahwa karyawan dapat beradaptasi dengan perubahan dalam regulasi pajak yang baru. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan mendaftarkan karyawan ke berbagai program pelatihan. (Pasar Triner Blog, 2024).

2.2 Penelitian Terdahulu

Aulia, Siti Maisaroh, Assyfa Fitri Ananta, Wahjoe Pangestoeti (2025) Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak kebijakan terhadap indikator ekonomi seperti inflasi, kemampuan beli masyarakat, dan kestabilan fiskal. Dalam penelitian ini, metode yang diterapkan adalah kualitatif dengan pendekatan tinjauan literatur yang sistematis, menggunakan data dari artikel ilmiah, berita online, dan jurnal yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan PPN berkontribusi terhadap kenaikan Indeks Harga Konsumen (IHK) sebesar 0,8-1% dan berdampak signifikan pada barang-barang sekunder dan tersier, sedangkan barang pokok tetap tidak dikenakan pajak. Diharapkan, kebijakan ini akan meningkatkan pendapatan negara sehingga membuka lebih banyak ruang fiskal untuk program-program sosial dan pembangunan infrastruktur. Namun, terdapat kekhawatiran mengenai berkurangnya daya beli, terutama di kalangan masyarakat berpendapatan rendah. Penelitian ini mengusulkan adanya mekanisme kompensasi dan subsidi yang terarah untuk meminimalkan dampak negatif. Selain itu, penelitian ini menegaskan perlunya keseimbangan antara tujuan fiskal dan keadilan sosial.

Irma Mega Putri (2024). Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak yang ditimbulkan oleh kenaikan tarif PPN terhadap ekonomi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yang melibatkan tinjauan pustaka sistematis dengan mencari data di internet untuk mendapatkan referensi, jurnal, dan artikel atau informasi hukum yang berkaitan dengan topik penelitian. Hasil menunjukkan bahwa peningkatan tarif PPN menjadi 12% akan memberikan dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah bertambahnya pendapatan negara yang akan didistribusikan kembali kepada masyarakat, sedangkan dampak negatif yang muncul antara lain adalah kenaikan pajak barang/jasa, inflasi yang lebih tinggi, dan berkurangnya daya beli masyarakat.

Achmad Denny Hermawan (2024) Penelitian ini berfokus pada evaluasi dampak dari kebijakan tersebut melalui kajian literatur dan analisis data sekunder dari berbagai sumber ilmiah yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa, meskipun kenaikan PPN dapat meningkatkan pendapatan negara, kebijakan ini memiliki

konsekuensi sosial-ekonomi yang harus ditangani dengan hati-hati. Dampak terbesar dirasakan oleh kelompok masyarakat dengan pendapatan rendah, sehingga perlu adanya strategi mitigasi yang efektif untuk melindungi daya beli mereka dan meminimalkan risiko terhadap stabilitas ekonomi secara keseluruhan.

Zulkifli, Choirunnisak, Choiriyah (2023) Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor-faktor penyebab kenaikan tarif ojek online serta dampak yang timbul akibat kenaikan tersebut terhadap mitra pengemudi dari perspektif Maqashid Syariah Al-Syatibi, berdasarkan Permenhub No. 12 Tahun 2019 di Kota Palembang. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan konseptual dan prinsip-prinsip fiqh. Subjek penelitian adalah mitra pengemudi ojek online, sementara objeknya adalah ojek online yang berada di Kota Palembang, terutama di sekitar Kampus STEBIS IGM Kecamatan Ilir Timur I, berdasarkan teori perlindungan hukum, kesejahteraan masyarakat, dan masalah. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Faktor penyebab kenaikan tarif diawali oleh tuntutan mitra pengemudi untuk pengakuan hukum dan penyesuaian tarif antara aplikator dan mitra pengemudi. (2) Kenaikan tarif berdampak pada peningkatan persaingan di antara manajemen aplikator ojek online lainnya serta peningkatan jumlah mitra pengemudi, sedangkan permintaan konsumen menurun yang menyebabkan turunnya pendapatan bagi mitra pengemudi. Dalam pandangan Maqashid Syariah Al-Syatibi, kebijakan tarif ojek online berdasarkan Permenhub No. 12 Tahun 2019 telah memenuhi kelima unsur Maqashid Syariah Al-Syatibi yaitu perlindungan agama, jiwa, keturunan, akal, dan harta, guna memastikan perkembangan transportasi online di Indonesia.

Nurul Kharisma, Imahda Khorifurqon (2023) Studi ini dilakukan dengan maksud untuk memahami pengaruh dari peningkatan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap masyarakat dan inflasi di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, mengambil data sekunder dari buku, artikel terkait, makalah ilmiah, penelitian sebelumnya, dan sumber pustaka lainnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% menimbulkan pro dan

kontra di tengah masyarakat, khususnya di kalangan pelaku usaha (pedagang). Banyak orang berpendapat bahwa kenaikan PPN ini akan menyebabkan peningkatan pengeluaran. Namun, sesuai dengan Undang-undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, terdapat kriteria tertentu untuk barang dan jasa yang dikenakan PPN. Mengenai dampak dari kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN), ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap inflasi. Umumnya, inflasi terjadi karena adanya lonjakan harga barang, seperti harga minyak goreng dan Bahan Bakar Minyak (BBM) yang melonjak secara drastis.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

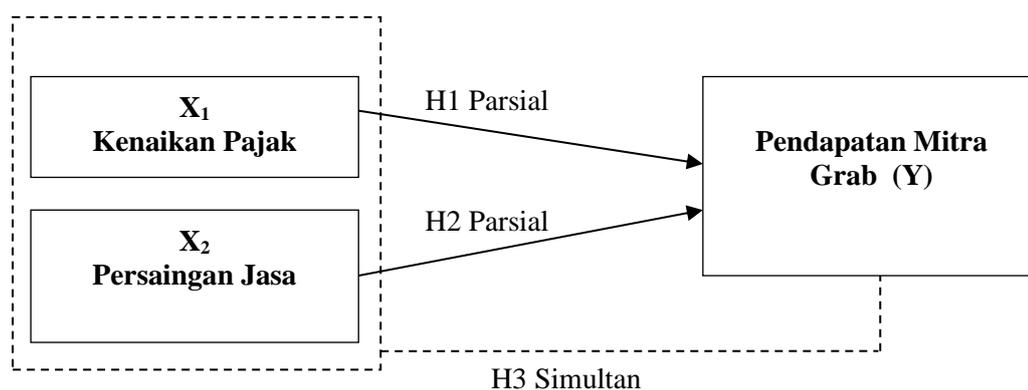
Nama Peneliti , Tahun & Judul Penelitian, Link URL	Variabel yang diteliti	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
Aisyah Aulia , Siti Maisaroh , Assyfa Putri Ananta , Wahjoe Pangestoeti (2025) “Dampak Kenaikan PPN 12% terhadap Pendapatan Negara dan Kesejahteraan Masyarakat”. https://doi.org/ 10.62383/amand emen.v2i1.773	Kenaikan PPN, Pendapatan Negara	Dampak Ekonomi, Inflasi, Kesejahteraan, Kenaikan PPN, Pendapatan Negara	Kualitatif	Kenaikan PPN berkontribusi pada kenaikan Indeks Harga Konsumen (IHK) sebesar 0,8–1% dan secara signifikan memengaruhi barang sekunder dan tersier, sementara barang kebutuhan pokok tetap bebas pajak.
Irma Mega Putri (2024) “ Kenaikan PPN 12% dan Dampaknya terhadap Ekonomi”. DOI: 10.31955/	Kenaikan PPN, Dampak Ekonomi	Kenaikan; Pajak Pertambahan Nilai; Dampak	Pendekatan kualitatif	Dampak positifnya yaitu akan menambah pendapatan negara untuk distribusikan kembali

mea.v8i2.4077				kepada masyarakat sedangkan dampak negatif yang akan akan ditimbulkan diantaranya meningkatnya harga barang/jasa, inflasi semakin meningkat dan menurunnya daya beli masyarakat.
Achmad Denny Hermawan (2024) dengan judul “Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (Ppn) 12%: Analisis Dampaknya Terhadap Apbn Dan Perekonomian Indonesia”. DOI: https://doi.org/10.62281/v2i12.1202	Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai, Dampak ekonomi	Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Kenaikan tarif PPN 12%, APBN, Dampak ekonomi, Daya beli masyarakat, Defisit Anggaran, Ketimpangan ekonomi, Reformasi pajak	Kajian literatur dan analisis data sekunder	Strategi mitigasi yang efektif untuk menjaga daya beli mereka dan meminimalkan risiko terhadap stabilitas ekonomi secara keseluruhan.
Zulkifli, Choirunnisak, Choiriyah (2023) “Implikasi Kenaikan Tarif Ojek Online Bagi Mitra Pengemudi Di Kota Palembang”. DOI: https://doi.org/10.61930/jur	Kenaikan Tarif, Mitra Pengemudi	Ojek Online, Kenaikan Tarif, Maqashid Syariah	Deskriptif kualitatif	1) Faktor penyebab kenaikan tarif diawali dengan tuntutan mitra pengemudi mengenai legalisasi hubungan kerja dan penyesuaian tarif antar aplikasi dan

bisman.v1i4.283				mitra pengemudi. (2) Kenaikan tarif tersebut menimbulkan dampak melalui peningkatan daya saing antara manajemen aplikator perusahaan ojek Online lain dan peningkatan jumlah mitra pengemudi serta penurunan permintaan konsumen yang mengakibatkan turunnya pendapatan bagi mitra pengemudi.
Nurul Kharisma, Imahda Khori Furqon (2023) "Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Masyarakat Dan Inflasi Di Indonesia". https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya	Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai, Masyarakat dan Inflasi	Pajak Pertambahan Nilai, Masyarakat, Inflasi	kualitatif studi kepustakaan	Kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang semula 10% menjadi 11%, menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat terutama pelaku usaha (pedagang).

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah penjelasan terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan kita. Kerangka pemikiran disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian relevan. Kerangka pemikiran adalah buatan kita sendiri (bukan buatan orang lain) yaitu cara kita dalam merumuskan hipotesis. Argumentasi itu harus analisis, sistematis dan menggunakan teori yang relevan.



Sumber : Penulis (2025)

Gsmbar 2.1

Kerangka Pemikiran Penelitian

2.4 Hipotesis

Sesuai dengan deskripsi teoritis serta kerangka pemikiran yang telah penulis sampaikan diatas, maka hipoteses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1

$H_0: \beta_i = 0 \rightarrow$ berarti secara parsial kenaikan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Grab di Kabupaten Bogor.

$H_0: \beta_i \neq 0 \rightarrow$ berarti secara parsial kenaikan pajak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Grab di Kabupaten Bogor.

Hipotesis 2

$H_0: \beta_2 = 0 \rightarrow$ berarti secara parsial persaingan jasa layanan aplikasi ojek online tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Grab di Kabupaten Bogor.

$H_0: \beta_2 \neq 0 \rightarrow$ berarti secara persaingan jasa layanan aplikasi ojek online

berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Grab di Kabupaten Bogor.

Hipotesis 3

$\beta_1, \beta_2 = 0 \rightarrow$ berarti secara simultan kenaikan pajak dan persaingan jasa layanan aplikasi ojek online tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Grab di Kabupaten Bogor.

$\beta_1, \beta_2 \neq 0 \rightarrow$ berarti secara simultan kenaikan pajak dan persaingan jasa layanan aplikasi ojek online berpengaruh signifikan terhadap pendapatan mitra Grab di Kabupaten Bogor.