

Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z

Joko Sustiyo*

Politeknik Keuangan Negara STAN
jokosustiyo@pknstan.ac.id

*Corresponding Author

Diajukan : 1 Desember 2021
Disetujui : 20 Desember 2021
Dipublikasi : 2 Januari 2022

ABSTRACT

Research on the impact of VAT literacy on consumptive behavior has not been studied in Indonesia. Most studies link financial literacy to consumptive behavior. To find out whether VAT literacy has an effect on consumptive behavior, this study uses simple linear regression analysis. The validity and reliability of the questionnaire instrument was confirmed first, which resulted that all questions on the questionnaire were valid and reliable. Then, the classical assumption test was carried out to ensure that the linear regression model was reliable which concluded that the data were normally distributed and there was no heteroscedasticity. Simple linear regression analysis shows that the predictor has a negative and significant effect on the consumptive behavior of Generation Z. The coefficient value of -1.130 indicates that an increase in VAT literacy by 1 point will reduce the consumptive behavior of Generation Z by 1.130 points. In other words, someone who knows and understands the VAT regulations will have the potential to reduce the consumption of goods and services.

Keywords: taxation; VAT literacy; consumptive behavior

PENDAHULUAN

Penerimaan pajak menempati porsi yang terbesar dalam pendapatan negara Indonesia dibandingkan jenis penerimaan lain, yaitu penerimaan negara bukan pajak (PNBP) dan hibah. Dari total pendapatan sebesar Rp1.633,6 triliun pada tahun 2020, kontribusi pajak adalah Rp1.069,97 triliun yang setara dengan 62,95% (Direktorat Jenderal Pajak, 2021). Hal ini menunjukkan pentingnya peran pajak dalam pembangunan Indonesia. Tingkat kepatuhan pajak yang tinggi pada wajib pajak akan diikuti oleh peningkatan jumlah penerimaan pajak, begitu juga sebaliknya. Salah satu penyebab rendahnya tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi adalah literasi pajak (Susilawati et al., 2021). Literasi pajak yang tinggi dari wajib pajak akan meningkatkan potensi kepatuhan pajak mereka (Bornman & Ramutumbu, 2019). Dengan demikian, literasi pajak merupakan bagian penting dari kepatuhan pajak.

Salah satu pajak yang dibayarkan oleh orang pribadi adalah pajak pertambahan nilai (PPN). Karakteristik PPN yang merupakan pajak atas konsumsi adalah dengan semakin meningkatnya konsumsi masyarakat, jumlah penerimaan PPN juga akan meningkat. Peningkatan penerimaan PPN akan meningkatkan pula total penerimaan pajak negara tersebut.

Tingkat konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh bagaimana perilaku mereka dalam membeli dan menggunakan barang maupun jasa. Seseorang dapat mengonsumsi barang maupun jasa berdasarkan kebutuhan ataupun keinginan. Perilaku individu dikatakan konsumtif apabila mengonsumsi barang maupun jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Dewi et al., 2017; Mustomi & Puspasari, 2020; Pulungan & Febriaty, 2018). Dengan demikian, mereka membeli barang karena menginginkan barang tersebut, bukan karena sedang membutuhkan. Perilaku konsumtif akan meningkatkan penjualan barang yang dikonsumsi, sedangkan rendahnya tingkat konsumtif akan menurunkan tingkat penjualan

barang. Secara umum, penurunan penjualan tentu akan menurunkan jumlah PPN yang diterima pemerintah.

Penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif sudah banyak dilakukan oleh para akademisi. Mereka menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif responden (Dewi et al., 2017; Kumalasari & Soesilo, 2019; Mawo et al., 2017; Wahyuni, et al., 2019). Individu yang memiliki literasi keuangan yang cukup, mereka akan cenderung berperilaku tidak konsumtif. Namun demikian, pengaruh literasi pajak (terutama PPN) terhadap perilaku konsumtif belum diteliti di Indonesia. Penelitian ini berfokus pada apakah ada pengaruh literasi PPN terhadap perilaku konsumtif. Mengingat tingkat konsumtif masyarakat mempengaruhi jumlah penjualan barang di Indonesia, serta dampak perubahan penjualan mempengaruhi jumlah PPN yang dipungut pemerintah, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui apakah pengetahuan dan pemahaman tentang PPN dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat. Apabila ternyata ada pengaruhnya, pemerintah dapat menyiapkan regulasi yang tepat, misalnya tarif PPN naik atau turun, untuk menyikapi tingkat literasi terhadap PPN dari masyarakat.

Objek penelitian ini adalah mahasiswa, yang merupakan generasi Z, di Politeknik Keuangan Negara STAN (PKN STAN). Mahasiswa belum memiliki penghasilan sehingga belum menjadi wajib pajak. Namun demikian, mereka adalah subjek pajak yang akan membayar pajak di masa mendatang. Selain itu, pemilihan mereka sebagai responden bertujuan untuk mengetahui literasi PPN generasi Z secara umum dan pola perilaku konsumsi generasi tersebut. Pengetahuan tersebut dapat digunakan pemerintah sebagai bahan kebijakan di bidang perpajakan di masa mendatang, terutama ketika seluruh generasi Z telah menjadi wajib pajak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan literasi PPN dengan perilaku konsumtif generasi Z. Dalam hal ini, apakah literasi PPN generasi Z berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mereka ataukah tidak.

STUDI LITERATUR

Literasi merupakan bagaimana seseorang mengetahui dan memahami sesuatu. Cvrlje (2015) mendefinisikan literasi sebagai kemampuan seseorang dalam mengetahui, memahami, membuat, menghitung, menerjemahkan, dan menjelaskan sesuatu. Literasi keuangan adalah salah satu bentuk dalam penerapan literasi. Hal ini berkaitan dengan hal-hal di bidang keuangan. Literasi pajak sendiri merupakan salah satu cabang dari literasi keuangan tersebut (Moučková & Vítek, 2018).

Literasi pajak merupakan bidang penelitian yang masih relatif baru sehingga belum ada konsensus tentang definisi dari konsep tersebut (Pham et al., 2021). Literasi pajak digambarkan sebagai kemampuan untuk memiliki pengetahuan, keterampilan dan kepercayaan diri untuk membuat keputusan pajak yang bertanggung jawab serta dapat memprediksi dengan benar implikasi pajak dari pilihan tersebut (Pham et al., 2021). Ibda (2019) mengartikan literasi pajak sebagai bagaimana seseorang dapat memahami dan menggunakan peraturan perpajakan untuk dapat membayar pajak sesuai kewajibannya. Definisi yang semakna juga disampaikan oleh Bornman & Wassermann (2018) tentang literasi pajak yaitu kemampuan dinamis seseorang tentang pengetahuan dan pemahaman di bidang perpajakan serta bagaimana kemampuan tersebut digunakan untuk pembuatan keputusan tertentu. Dengan demikian, literasi PPN dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan pemahaman generasi Z tentang PPN. Aspek penerapan pengetahuan tersebut tidak menjadi bagian dalam penelitian ini karena responden merupakan mahasiswa yang belum menjadi wajib pajak.

Perilaku konsumtif didasarkan dari *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menyatakan bahwa “...these determinants follow, respectively, from beliefs about the behavior’s likely consequences, about normative expectations of important others, and about the presence of factors that control behavioral performance” (Ajzen, 2012:438). TPB merupakan suatu kerangka dalam berpikir untuk mencari tahu penentu seseorang melakukan sesuatu. Ajzen (2012) menyatakan alasan individu berperilaku, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku. Pada penelitian ini, literasi PPN memprediksi perilaku konsumtif berdasarkan sikap terhadap perilaku dan kontrol perilaku. Semakin tinggi tingkat literasi PPN responden, perilaku konsumsi mereka akan semakin positif. Dengan demikian, generasi Z yang pengetahuan dan pemahamannya terhadap literasi PPN baik maka mereka seharusnya tidak berperilaku konsumtif.

Generasi Z mengikuti definisi dari Ensari (2017). Generasi Z adalah orang-orang yang lahir setelah tahun 1995. Oleh karena itu, responden kuesioner penelitian ini berusia maksimal 26 tahun.

Berdasarkan pemaparan teori sebelumnya, hipotesis penelitian ini sebagai berikut.

H₀: literasi Pajak Pertambahan Nilai tidak mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z

H₁: literasi Pajak Pertambahan Nilai mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z

Analisis inferensial yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Apabila H₀ ditolak, H₁ akan diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi Pajak Pertambahan Nilai mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z.

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Diploma III Akuntansi PKN STAN yang seluruhnya termasuk generasi Z sebanyak 1330 orang. Metode pengambilan sampel adalah *probability random sampling* dan menghasilkan jumlah responden sejumlah 309 mahasiswa. Kelompok sampel dianggap mampu merepresentasikan jumlah populasi sesuai teori jumlah sampel (Krejcie & Morgan, 1970; Taherdoost, 2017). Responden telah mengisi kuesioner yang disediakan melalui google form secara online dari bulan Juli-September 2021. Hasil jawaban responden merupakan data primer yang akan dianalisis pada penelitian ini.

Variabel penelitian ini adalah literasi PPN dan perilaku konsumtif pada generasi Z. Literasi PPN sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikatnya. Indikator literasi keuangan adalah tingkat pemahaman pada teori keuangan dan kemampuan dalam mengatur keuangan mereka melalui keputusan yang diambil (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Demikian juga literasi PPN, indikatornya mengikuti definisi literasi pajak dari Pham et al. (2021) dan Bornman & Wassermann (2018), yaitu pengetahuan dan pemahaman tentang PPN. Pertanyaan dalam kuesioner terkait konsep dasar PPN dan praktik penghitungan PPN.

Variabel respon penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif diindikasikan berdasarkan Sofjan (2010) yang menyatakan bahwa dikatakan konsumtif apabila konsumen membeli barang karena alasan seperti di bawah ini.

1. Merasa suka terlihat berbeda dengan orang lain
2. Merasa bangga karena memiliki barang tersebut
3. Ingin mengikuti tren tertentu (artis atau orang lain)
4. Menarik perhatian orang lain

Indikator perilaku konsumtif ditambah dengan indikator lain berdasarkan penelitian Dikria & Mintarti (2016) yang menyatakan bahwa konsumen membeli sesuatu disebabkan oleh

1. penjual memberi hadiah atas pembelian
2. kemasan barang yang menarik perhatian

Pertanyaan kuesioner terdiri dari 2 (dua) jenis, yaitu pilihan ganda dan pernyataan tertutup. Variabel prediktor yang merupakan literasi PPN diukur dengan pertanyaan dalam bentuk pilihan ganda. Sedangkan perilaku konsumtif sebagai variabel respon diukur menggunakan pernyataan tertutup. Pada pilihan ganda, total jawaban benar akan menjadi skala pengukuran variabel independen. Sedangkan pada variabel dependen, skala Likert digunakan untuk pernyataan tertutup. Rentang penilaian dari sangat tidak setuju yang bernilai 1 sampai dengan sangat setuju yang bernilai 5. Kemudian masing-masing hasil jawaban pada setiap pertanyaan akan ditotal untuk menjadi nilai dari variabel respon.

Setelah data variabel bebas dan terikat didapatkan, analisis data dilakukan melalui dua tahapan, yaitu analisis deskriptif dan analisis inferensial. Deskripsi data hasil kuesioner yang menggambarkan karakteristik setiap variabel penelitian akan ditunjukkan oleh analisis deskriptif. Karakteristik tersebut berupa skor minimal, skor maksimal, skor rata-rata, dan standar deviasi. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan sampel secara umum.

Analisis selanjutnya adalah analisis inferensial menggunakan analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui adakah hubungan antara literasi PPN dengan perilaku konsumtif. Kemudian, apabila kedua variabel tersebut berhubungan, analisis regresi akan menentukan seberapa besar hubungan tersebut.

Untuk mengetahui bahwa kuesioner dapat dipakai sebagai alat pengukuran, dilakukan pengujian terhadap data hasil jawaban responden untuk mengetahui keakuratan data tersebut dalam mengukur variabel (Sekaran & Bougie, 2016). Uji tersebut yaitu uji reliabilitas (untuk memastikan konsistensi alat pengukuran jika digunakan berulang kali pada responden yang berbeda) dan uji validitas (untuk memastikan alat pengukuran telah melakukan pengukuran pada skor variabel yang sebenarnya).

Setelah data terbukti valid dan reliabel, analisis regresi linier sederhana menjadi alat pengujian selanjutnya. Metode estimasi fungsi regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Ordinary Linear Square (OLS)* dengan data *cross-section*. Persyaratan utama agar OLS tersebut dapat diujikan adalah estimasi harus bersifat *BLUE (Best Linear Unbiased Estimator)* (Purnomo, 2016). Estimator data dikatakan *blue* apabila memenuhi kriteria asumsi klasik, yaitu distribusi normal pada data residual dan heteroskedastisitas tidak terpenuhi. Uji autokorelasi tidak diperlukan karena data pengamatan bukan *time series*. Begitu juga dengan uji multikolinearitas, uji tersebut tidak diperlukan karena variabel independen dalam penelitian ini berjumlah 1 variabel saja. Tujuan dari uji asumsi klasik tersebut adalah estimasi model regresi tidak bias dan dapat dipercaya hasilnya.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$PK = \alpha + \beta LPPN + e$$

keterangan:

PK = perilaku konsumtif (variabel terikat)

LK = tingkat literasi PPN (variabel bebas)

α = konstanta

β = koefisien Literasi PPN

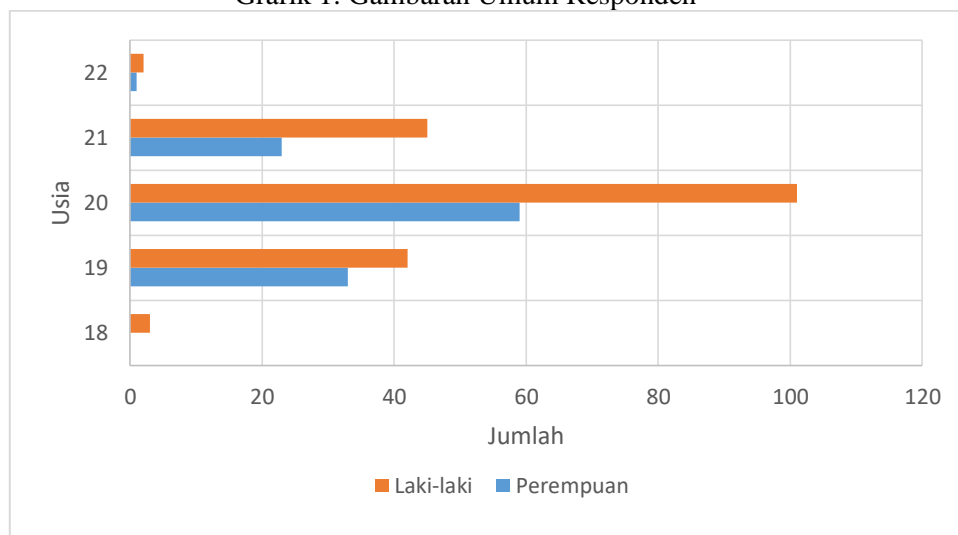
e = eror

Data dalam penelitian diolah menggunakan Microsoft Excel 2019. Hasil olahan Excel akan dilakukan pengujian menggunakan SPSS versi 25 untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi PPN terhadap perilaku konsumtif generasi Z.

HASIL

Jumlah mahasiswa yang menjadi responden sebesar 309 orang. Skala data variabel independen adalah skala rasio dan skala data untuk variabel dependen adalah ordinal yang didapat dari kuesioner. Berikut adalah gambaran responden secara umum berdasarkan jenis kelamin.

Grafik 1. Gambaran Umum Responden



Sumber data: hasil olahan penulis

Grafik 1 menunjukkan latar belakang responden dilihat dari sisi usia dan jenis kelamin. Usia responden bervariasi dari 18 – 22 tahun yang termasuk dalam kriteria generasi Z (Ensari, 2017). Umur responden termuda adalah seorang laki-laki berusia 18 tahun sedangkan yang termuda pada responden perempuan adalah 19 tahun (33 orang). Untuk responden tertua, baik laki-laki maupun perempuan berusia 22 tahun (masing-masing 2 dan 1 orang). Modus responden laki-laki maupun perempuan adalah berusia 20 tahun dengan jumlah masing-masing 101 dan 59 orang.

Karakteristik literasi PPN dan perilaku konsumtif ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Gambaran Literasi PPN dan Perilaku Konsumtif

Variabel	Jumlah Responden	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Nilai Mean	Nilai Std. Deviation
LPPN	309	3.00	14.00	9.6343	2.59224
PK	309	20.00	73.00	42.0162	7.96684

Sumber data: output SPSS 25

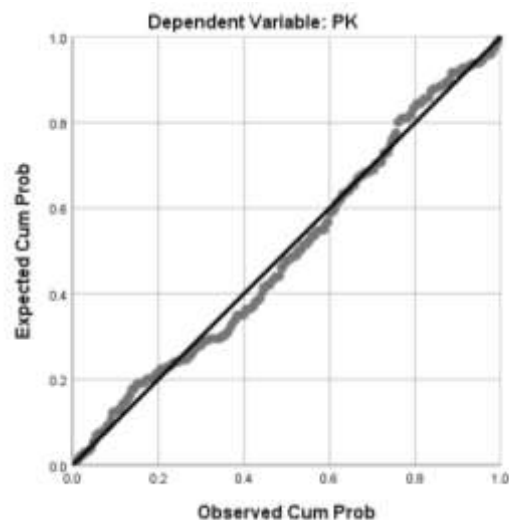
Jumlah responden pada tabel 1 adalah 309 mahasiswa. Nilai rata-rata variabel literasi PPN adalah 9,63 poin yang berarti rata-rata responden menjawab pertanyaan tentang pengetahuan dan pemahaman PPN sebesar 9 butir. Nilai maksimal adalah 14 menunjukkan paling banyak jawaban benar dari responden adalah 14 pertanyaan sedangkan yang paling kecil adalah 3 butir. Standar deviasi variabel tersebut bernilai 2,59 menunjukkan sebaran data yang kecil. Semakin tinggi nilai literasi berarti responden memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik tentang PPN.

Untuk variabel terikat, yaitu perilaku konsumtif, nilai minimalnya adalah 20 poin sedangkan nilai maksimalnya 73. Rata-rata variabel tersebut adalah 42. Sedangkan untuk standar deviasi, nilai variabel tersebut adalah 7,9 poin. Semakin tinggi nilai perilaku konsumtif menunjukkan semakin tinggi pula tingkat konsumtivisme responden tersebut.

Analisis selanjutnya adalah menguji kualitas butir pertanyaan dari kuesioner. Uji pertama adalah validitas butir soal kuesioner menggunakan korelasi Pearson. Setiap butir pertanyaan diuji dengan total nilainya. Item soal dianggap valid jika skor R-nya di atas 0,112 (R tabel pada taraf nyata 5% dan df-2). Lampiran 1 menunjukkan bahwa semua butir soal nilai R totalnya lebih dari 0,112 yang berarti semua pertanyaan dari kuesioner dapat dikatakan valid.

Kemudian, uji reliabilitas mengukur kehandalan dari pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner penelitian untuk meyakinkan bahwa alat pengukuran konsisten jika ditanyakan ke kumpulan sampel lainnya. Nilai Cronbach's Alpha akan digunakan untuk mengetahui konsistensi kuesioner. Butir soal dianggap reliabel apabila skor r di atas nilai r tabel (dengan tingkat signifikansi 5%). Lampiran 2 memperlihatkan bahwa nilai r hitung dengan metode Cronbach's Alpha adalah 0,602 (jumlah pertanyaan 35 buah) sedangkan nilai r tabel sebesar 0,111. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan reliabel.

Pengujian selanjutnya yaitu uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak bias dan dapat dipercaya. Uji pertama adalah uji normalitas data untuk melihat apakah sampel data primer dari kuesioner distribusinya normal ataukah tidak. Penentuan distribusi normal dapat dilihat dari grafik Normal P-P Plot berikut ini.



Grafik 2. Normal P-P Plot of Residual

Sumber data: output SPSS 25

Grafik 2 menunjukkan bahwa titik-titik berada di sekitar garis diagonal sehingga residual dapat dianggap menyebar secara normal. Untuk menguatkan bahwa data berdistribusi normal, penelitian ini akan menggunakan perbandingan skewness (nilai statistik dibagi standar error) dan kurtosis (nilai statistik dibagi standar error). Bila rasio dari kedua nilai tersebut diantara -2 dan +2, data dapat dikatakan berdistribusi normal. Berikut tabel skewness dan kurtosis.

Tabel 2. Skewness dan Kurtosis

	Skewness		Kurtosis	
	Statistik	Standar Error	Statistik	Standar Error
Unstandardized Residual	0,092	0,139	-0,089	0,276

Sumber data: output SPSS 25

Berdasarkan tabel 2, rasio skewness adalah 0,662 (perbandingan 0,092/0,139) sedangkan rasio kurtosis sebesar -0,322 (hasil dari -0,089/0,276). Kedua nilai rasio tersebut terletak diantara -2 dan +2 sehingga terlihat bahwa data berdistribusi normal.

Uji asumsi klasik berikutnya adalah uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas berarti munculnya perbedaan varian residual pada pengamatan-pengamatan dalam persamaan regresi. Model regresi dapat dipercaya apabila heteroskedastisitas tidak terjadi. Berikut adalah tabel regresi nilai residual absolut dengan variabel bebas.

Tabel 3. Regresi Residual

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.272	.943		7.709	.000
	LPPN	-.130	.095	-.078	-1.377	.170

a. Dependent Variable: abresid

Sumber data: output SPSS 25

Berdasarkan tabel 3, nilai t-statistik dari variabel LPPN sebagai variabel bebas tidak signifikan secara statistik (tingkat signifikansi di atas 5%). Dengan demikian, persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji normalitas dan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa persamaan regresi pada data hasil kuesioner tidak bias dan dapat dipercaya secara statistik. Oleh karena itu, persamaan OLS dapat dijalankan pada penelitian ini. Analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui apakah literasi PPN mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Hasil regresi linier sederhana terlihat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Variabel Independen	Variabel Dependen = Perilaku Konsumtif
	Koefisien
Literasi PPN	-1,130***
Konstanta	52,905
R square	0,135
Jumlah Responden	309

Sumber data: hasil olahan penulis

Keterangan: *** menunjukkan taraf signifikansi 1%.

PEMBAHASAN

Penelitian ini membahas tentang adakah pengaruh literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap perilaku konsumtif generasi Z dan bagaimana bentuk pengaruhnya. Variabel bebas adalah literasi PPN dan variabel terikatnya adalah perilaku konsumtif. Kedua variabel kemudian diuji menggunakan analisis regresi linier sederhana. Sebelum pengujian regresi, instrumen kuesioner harus diuji validitas dan reliabilitasnya. Kemudian, pengujian asumsi klasik berupa uji normalitas data dan uji heteroskedastisitas dilakukan pada data primer hasil jawaban responden.

Hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen kuesioner memperlihatkan bahwa semua butir pertanyaan valid dan reliabel. Uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan gejala heteroskedastisitas tidak muncul.

Pengujian selanjutnya adalah analisis regresi linier sederhana menggunakan OLS. Berdasarkan tabel 4, variabel literasi PPN mempengaruhi perilaku konsumtif dengan taraf signifikansi 1%. Nilai R Square atau R^2 adalah 0,135 menunjukkan proporsi pengaruh literasi PPN terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z sebesar 13,5% sedangkan sisanya sebesar 86,5% dipengaruhi oleh variabel lain.

Berdasarkan tabel 4, persamaan regresi adalah sebagai berikut.

$$PK = 52,905 - 1,130LPPN$$

Nilai signifikan variabel LPPN sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari alpha (0,05). Dengan demikian, H_0 ditolak yang menyimpulkan bahwa terdapat bukti yang kuat untuk mendukung ada pengaruh signifikan LPPN terhadap PK pada generasi Z. Uji simultan menggunakan nilai F tidak dilakukan karena penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas.

Nilai konstanta adalah 52,905 yang berarti secara statistik apabila nilai LPPN nol maka besar nilai PK sebesar 52,905. Persamaan regresi tersebut juga menunjukkan nilai koefisien LPPN sebesar -1,130 yang artinya pengaruh LPPN terhadap PK bersifat negatif sebesar 1,130. Nilai koefisien tersebut negatif artinya LPPN berpengaruh negatif terhadap PK, semakin tinggi nilai LPPN maka semakin rendah nilai PK.

Hasil analisis regresi linier sederhana terhadap hubungan literasi PPN dan perilaku konsumtif generasi Z menyimpulkan bahwa hubungan kedua variabel tersebut negatif dan signifikan. Apabila responden semakin mengetahui dan memahami peraturan-peraturan tentang PPN, mereka akan mengurangi konsumsi atas barang dan jasa. Peningkatan pemahaman sebesar 1 poin akan menurunkan tingkat konsumsi responden sebesar 1,130 poin. Hubungan negatif ini mengikuti kesimpulan-

kesimpulan penelitian tentang hubungan literasi keuangan dan perilaku konsumtif (Dewi et al., 2017; Kumalasari & Soesilo, 2019; Mawo et al., 2017; Wahyuni, et al., 2019). Namun demikian, belum diketahui barang maupun jasa seperti apa yang konsumsinya akan menurun apabila literasi pajak masyarakat meningkat.

Hasil penelitian ini perlu menjadi perhatian pemerintah, terutama instansi di bidang perpajakan (misalnya Direktorat Jenderal Pajak). Berdasarkan temuan dalam penelitian ini, pemahaman generasi Z yang meningkat pada pengetahuan perpajakan akan menurunkan keinginan mereka untuk membelanjakan uang. Generasi Z ternyata perhatian terhadap besar pajak, dalam hal ini PPN, yang akan mereka bayarkan apabila membeli sesuatu.

KESIMPULAN

Fokus penelitian ini adalah variabel independen berupa literasi Pajak Pertambahan Nilai yang diduga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana yang telah dilakukan, literasi PPN mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z secara signifikan. Nilai koefisien sebesar -1,130 menunjukkan bahwa peningkatan literasi PPN sebesar 1 poin akan menurunkan perilaku konsumtif generasi Z sebesar 1,130 poin. Dengan kata lain, seseorang yang mengetahui dan memahami peraturan PPN akan berpotensi mengurangi konsumsi barang maupun jasa. Penelitian tentang hubungan literasi PPN terhadap perilaku konsumtif belum banyak dilakukan oleh para akademisi di Indonesia. Penelitian selanjutnya dapat melihat pengaruh literasi PPN secara lebih detail pada barang maupun jasa yang kena PPN apakah berpengaruh pada perilaku konsumtif responden terkait konsumsi pada barang maupun jasa tersebut atau tidak. Metode penelitian juga dapat ditambah menggunakan wawancara untuk mengonfirmasi jawaban kuesioner dari responden.

REFERENSI

- Ajzen, I. (2012). The theory of planned behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, (July), 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Bornman, M., & Ramutumbu, P. (2019). A conceptual framework of tax knowledge. *Meditari Accountancy Research*, 27(6), 823–839. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-09-2018-0379>
- Bornman, M., & Wassermann, M. (2018). Tax literacy in the digital economy. *EJournal of Tax Research*, xx(xx), 1–16. <https://doi.org/10.26577/be.2021.v135.i1.08>
- Cvrlje, D. (2015). Tax literacy as an instrument of combating and overcoming tax system complexity, low tax morale and tax non-compliance. *The Macrotheme Review*, 4(3), 156–167.
- Dewi, N., Rusdarti, & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education, Volume 6* ((1), 29–35.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013. 09(2), 128–139.
- Direktorat Jenderal Pajak (2021). *Laporan Kinerja Direktorat Jenderal Pajak 2020*.
- Ensari, M. S. (2017). A study on the differences of entrepreneurship potential among generations. *Pressacademia*, 4(1), 52–62. <https://doi.org/10.17261/pressacademia.2017.370>
- Ibda, H. (2019). Penguatan Literasi Perpajakan Melalui Strategi “GEBUK” (Gerakan Membuat Kartu) NPWP pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 7(2), 83. <https://doi.org/10.26740/jepk.v7n2.p83-98>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. (1970). Small-Sample Techniques. *The NEA Research Bulletin*, 30, 607–610.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. Retrieved from <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Mawo, T., Thomas, P., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education, Volume 6*(1), 60–65.

- Moučková, M., & Vitek, L. (2018). Tax literacy. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(2), 553–559. <https://doi.org/10.11118/actaun201866020553>
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Otoritas Jasa Keuangan (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017)*.
- Pham, A., Genest-Grégoire, A., Godbout, L., & Guay, J.-H. (2021). Tax Literacy: A Canadian Perspective. *Canadian Tax Journal/Revue Fiscale Canadienne*, 68(4), 987–1007. <https://doi.org/10.32721/ctj.2020.68.4.pham>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS* (Pertama; P. C. Ambarwati, ed.). Ponorogo: Wade Group.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill-building approach* (Seventh Ed). https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_102084
- Sofjan, A. (2010). Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi. In *Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada*.
- Susilawati, N., Indriani, I., Riana, V., & Abyan, D. (2021). Tingkat Literasi Pajak Penghasilan Orang Pribadi dan Determinannya (Studi di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi). *Sebatik*, 25(1), 286–295. <https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1288>
- Syairozi, M. I. (2019). Keterkaitan Variasi Produk dan Tenaga Kerja Terhadap Peningkatan Laba Bengkel AHAS PANDAAN.
- Taherdoost, H. (2017). Determining Sample Size ; How to Calculate Survey To cite this version : HAL Id : hal-02557333 Determining Sample Size ; How to Calculate Survey Sample Size. *International Journal of Economics and Management Systems*, 2, 236–239.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>