JURNAL AKUNTANSI DAN KEUANGAN (JAK)
P- ISSN: 2301-4717 E-ISSN: 2716-022X
Homepage: https://ojs.unimal.ac.id/index.php/jak/index

Pelabelan VADER Dalam Menganalisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kenaikan Tarif PPN di Indonesia

Novi Fauziah[1*], Muslim Alkautsar[2], Yaman Suryaman[3], Fikri Fahru Roji[4]
[1234] Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Garut, Garut, Indonesia
*Coresponding author: novifzh25@gmail.com | Phone Number: 085314640524

DOI: https://doi.org/10.29103/jak.v12i2.16796

ARTICLE INFO
Received: 20-06-2024
Received in revised: 28-07-2024
Accepted: 13-08-2024
Available online: 12-09-2024

KEYWORDS
Sentiment Analysis,
Value Added Tax
Rate Increase

A B S T R A C T

Tax policy is often regarded as an interesting issue for public discussion and raises pros and cons responses. The responses contain both positive and negative sentiments which are expressed through social media, especially Twitter (X). This study aims to analyze how public sentiment toward tax policies in Indonesia, especially the increase in value-added tax (VAT) rates. This study applied a qualitative descriptive method with the VADER (Valence Aware Dictionary and Sentiment Reasoner) approach method has not been widely used in previous studies. This approach can measure how the public responds to the increase of VAT rates through social media and provides a deeper understanding of the interaction between public policy and public perception. The results of the study shows that there are is a dominant negative sentiment, criticism, and public concern over the increase in VAT rates which exacerbates the gap in income and expenditure so that it only adds to the burden on the people. However, the positive sentiment supports the increase in VAT rates because it accelerates equitable national economic development.

PENDAHULUAN

Negara memiliki kewenangan untuk mengatur pungutan pajak kepada masyarakat karena sarana untuk mensejahterakan rakyat bersumber dari pajak walaupun masyarakat tidak merasakan secara langsung manfaat dari pajak tersebut (Al Kautsar et al., 2020; Rusnan et al., 2023). Pajak merupakan salah satu pilar utama bagi pendapatan negara yang membuat pemerintah harus menaruh perhatian lebih dalam mengatur kebijakannya (Alkautsar et al., 2021; Khasanah et al., 2019). Dalam kebijakan tersebut tedapat berbagai macam jenis pajak yang diberlakukan di Indonesia salah satu diantaranya ialah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). PPN merupakan pungutan pajak yang dikenakan atas penjualan barang dan jasa. Dengan adanya PPN, pemerintah dapat mengumpulkan dana untuk membiayai berbagai program pembangunan nasional serta meningkatkan pelayanan publik.

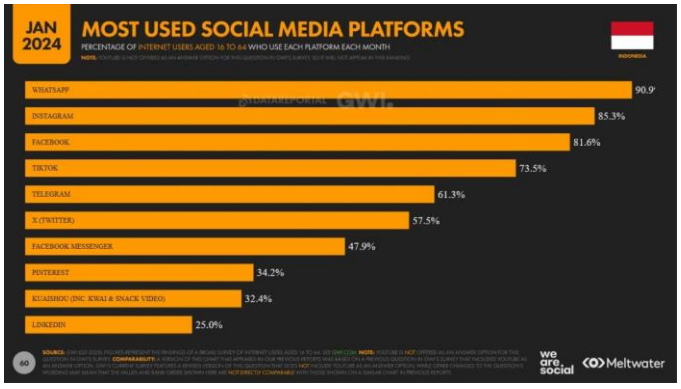
PPN termasuk salah satu bagian dari pajak tidak langsung yang dapat dibebankan secara bertahap kepada pembeli maupun penjual dan tidak berfokus kepada subjek pajaknya (Hutajulu et al., 2023; Sinaga et al., 2023). Penerimaan negara guna pembangunan nasional akan meningkat jika penerapan pungutan PPN dapat dilakukan dengan optimal (Nursiyono & Chotimah, 2021). Hal ini menunjukan bahwa PPN sangat penting untuk penerimaan pendapatan agar program pembangunan nasional dapat dibiayai. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pendapatan negara dari hasil PPN/PPnBM tahun 2022 yaitu sebesar 687.609,5 miliar rupiah dari total pendapatan 2.635.843,1 miliar

rupiah atau setara dengan 26% sedangkan pendapatan negara dari hasil PPN/PPnBM pada tahun 2023 sebesar 742.264,5 miliar rupiah dari total pendapatan negara 2.637.248,9 miliyar rupiah atau setara dengan 28,1%. Hal ini menunjukan adanya peningkatan pendapatan dari tahun sebelumnya dimana adanya kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari 10% menjadi 11% per 1 April 2022 yang diatur melalui UU Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajak yang disahkan pada 29 oktober 2021. Jumlah tarif yang diatur dalam perubahan Undang-Undang tersebut tertulis pada pasal 7 ayat (2) yaitu sebesar 11% (sebelas persen) yang mulai berlaku pada tanggal 1 April 2022 dan sebesar 12% (dua belas persen) yang mulai berlaku paling lambat pada tanggal 1 Januari 2025. Menurut Ferdian (2021) tarif PPN di negara Indonesia saat ini masih tergolong rendah daripada negara lainnya. Namun, di Asia Tenggara tarif PPN di Indonesia termasuk masih ke dalam kategori yang tinggi di bawah Filipina dengan tarif 12% dan Indonesia akan segera menetapkan tarif tesebut setara dengan Filipina.

Kenaikan tarif PPN yang diberlakukan oleh pemerintah tentunya diharapkan memberikan dampak yang baik bagi kepentingan rakyat. Sejalan dengan hasil penelitian (Ayoub & Mukherjee, 2019; Natalia & Fajria, 2023; Nikus, 2020) bahwa kenaikan PPN dapat mempercepat pemulihan ekonomi nasional serta mendorong pertumbuhan ekonomi. Disamping itu, kenaikan tarif PPN juga mempengaruhi daya beli konsumen (Jannah & Supadmi, 2021). Hal ini terjadi karena tarif PPN mempengaruhi harga setiap barang dan jasa.

Adanya kenaikan tarif PPN tidak hanya dirasakan oleh sebagian kalangan saja melainkan seluruh masyarakat baik sebagai pengusaha maupun sebagai konsumen akhir. Sebagai pengusaha, selisih yang harus dibayarkan atas tarif PPN yang sekarang dengan tarif PPN sebelumnya merupakan beban berat apabila transaksi yang terjadi dilakukan dalam jumlah yang besar. Tidak hanya itu, pengusaha juga harus menaikan harga jual barang atau jasa dimana hal ini akan berdampak terhadap konsumennya (Cakranegara et al., 2022). Di sisi lain, salah satu faktor penentu dalam keputusan konsumen untuk membeli adalah harga dari produk atau jasa itu sendiri (Sari & Prihartono, 2021).

Adanya kenaikan tarif PPN memicu beragam respon dan opini dari masyarakat. Opini tersebut mengandung beragam sentimen positif dan negatif serta argumen pro dan kontra. Terlebih dengan adanya teknologi saat ini dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyebarkan informasi yang didapat dan mengeluarkan opininya melalui tulisan yang diunggah dalam media sosial. Berikut ini disajikan persentase media sosial yang sering digunakan di Indonesia per Januari 2024 yang di tampilkan pada **gambar 1**.



Gambar 1. Platform Media Sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia
Sumber: andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024

Gambar 1 menunjukan bahwa Twitter (X) adalah salah satu platform media sosial dengan mengguna terbanyak di Indonesia menempati urutan ke-enam dari sepuluh platform. Twitter (X) merupakan salah satu media sosial berbasis tulisan yang digemari masyarakat Indonesia sejak dahulu sampai saat ini. Kata kunci mengenai "PPN" sempat menjadi *trending topic* pada tahun 2021 sejak disahkannya Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) hingga kini masih ramai diperbincangkan terutama terkait kenaikan tarif PPN baik yang sudah diresmikan menjadi 11% maupun rencana yang telah di atur dalam UU HPP dimana tarif tersebut akan naik menjadi 12%. Beragam *tweets* (cuitan) mengenai kenaikan tarif PPN yang ada di dalam Twitter dapat menjadi data untuk melakukan analisis sentimen masyarakat dalam penelitian ini.

Berikut adalah beberapa contoh *tweets* mengenai kenaikan tarif PPN dalam media sosial pada **gambar 2 dan 3**.

Gambar 2 dan 3. *Tweets* mengenai kenaikan tarif PPN
Sumber: Twitter.com

Setelah ditetapkannya kenaikan tarif PPN, masyarakat dan laman berita memberikan tanggapan pro dan kontra atas kebijakan tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan mengingat terdapat berbagai kalangan dan profesi menggunakan media sosial Twitter dan turut menanggapi topik terkait kenaikan PPN. Selain itu, setiap *tweets* yang diposting merupakan respon kesadaran pribadi para pengguna media sosial Twitter atas situasi dan kondisi yang sedang dirasakan oleh masyarakat dengan adanya kebijakan tersebut.

Adanya platform media sosial Twitter seharusnya dapat memudahkan pemerintah dalam upaya menampung aspirasi masyarakat untuk merancang serta mengevaluasi kebijakan sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapat masyarakat Indonesia tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

Berbagai penelitian mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebenarnya telah dilakukan sebelumnya. Beberapa penelitian ini telah dilakukan oleh (Wadi & Akbar, 2022) yang menyatakan bahwa Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh terhadap penerimaan pajak, namun tidak berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Owino, 2019). PPN juga berpengaruh terhadap permintaan daya beli konsumen (Bella Lestari & Yenni Latrini, 2020; Faizah & Ajimat, 2022; Lestari et al., 2023), tidak seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh (Anggraini & Kusumastuti, 2022; Febrisha & Kadunci, 2023; Wadi & Akbar, 2022) yang menunjukkan bahwa PPN tidak berpengaruh terhadap permintaan daya beli konsumen. Sejalan dengan informasi tersebut, penelitian yang meneliti tentang persepsi masyarakat melalui media sosial terhadap kenaikan tarif Pajak PPN di Indonesia menggunakan metode pelabelan VADER (*Valence Aware Dictionary and Sentiment Reasoner*) belum pernah dilakukan sebelumnya. Keunggulan menggunakan pendekatan ini adalah tersedianya kamus yang berisi nilai dari setiap kata sehingga penilaian polaritas dilakukan secara otomatis.

Penelitian seperti ini perlu dilakukan karena dapat menunjukan bagaimana opini masyarakat mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di Indonesia sebagaimana pemerintah perlu merumuskan aturan dalam rangka pembaharuan kebijakan guna mendorong pertumbuhan ekonomi nasional serta mensejahterakan rakyat. Selain itu penelitian ini dapat menjadi dasar penelitian pengembangan yang dilakukan dalam bidang ekonomi. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana masyarakat melihat kebijakan pemerintah, terutama yang berkaitan dengan pajak pertambahan nilai (PPN), sehingga dapat digunakan ssebagai dasar untuk mempertimbangkan kebijakan baru pemerintah.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak pertambahan nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan pada setiap penambahan nilai barang atau jasa yang dikirim dari produsen sampai kepada konsumen akhir (Putri & Wijaya, 2022). PPN juga didefinisikan sebagai pajak atas konsumsi barang dan jasa di wilayah pabean yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi(Andika, 2022). PPN merupakan salah satu penyumbang pajak terbesar karena peningkatan faktor produksi seperti membuat, menyalurkan hingga memperdagangkan barang atau jasa kepada konsumen (Hakim et al., 2019). Berdasarkan pada Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tarif PPN yang diberlakukan sebesar 10%. Tarif tersebut kemudian naik menjadi 11% atas persetujuan Presiden dan disahkan pada Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan dan akan naik kembali menjadi 12% paling lambat tanggal 1 Januari 2025. Tidak hanya tarif, pemerintah juga mengubah beberapa aturan seperti pengurangan pengecualian objek PPN, mengatur kembali fasilitas PPN, dan pengenaan tarif PPN final. Pemerintah melakukan pembaharuan peraturan perpajakan guna membantu membiayai APBN serta mempercepat pemulihan pasca Covid-19.

Menurut Liyana (2023) kenaikan PPN menyebabkan dampak bagi perekonomian masyarakat terutama terhadap harga dan pendapatan masyarakat. Beruntungnya, tidak seluruh barang/jasa dikenakan PPN seperti barang kebutuhan pokok, jasa pelayanan medis, jasa pelayanan sosial, jasa pelayanan pendidikan, jasa pelayanan asuransi, jasa keuangan, dan jasa penyedia tenaga kerja.

Analisis Sentimen

Sentimen adalah sikap, pemikiran, atau penilaian seseorang yang didorong oleh perasaan. Analisis sentimen menurut Hutto & Gilbert (2014) merupakan bidang studi aktif dalam pemrosesan bahasa alami yang menganalisis sikap, sentimen, opini, evaluasi, dan emosi individu dengan menggunakan komputasi terhadap subjektivitas dalam teks. *Natural Language Processing* merupakan teknologi *machine learning* komputer yang mampu memahami dan menginterpretasikan bahasa manusia. Analisis sentimen merupakan salah satu cara untuk mencari tahu bagaimana opini seseorang dalam bentuk tulisan pada media sosial yang diklasifikasikan ke dalam bentuk kategori sentiment positif, negatif, atau netral. Analisis sentimen juga biasa disebut dengan *text mining* atau *opinion mining*. Banyak hal yang dapat digali dari *opinion mining* pada sosial media diantaranya bagaimana persepsi masyarakat tentang suatu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah (Hikmawan et al., 2020). Analisis sentimen menawarkan solusi berbasis teknologi untuk memahami reaksi, pandangan, dan polaritas opini seseorang (positif, negatif, atau netral) dalam bentuk teks yang tersedia pada media sosial (Kumar & Jaiswal, 2019).

VADER

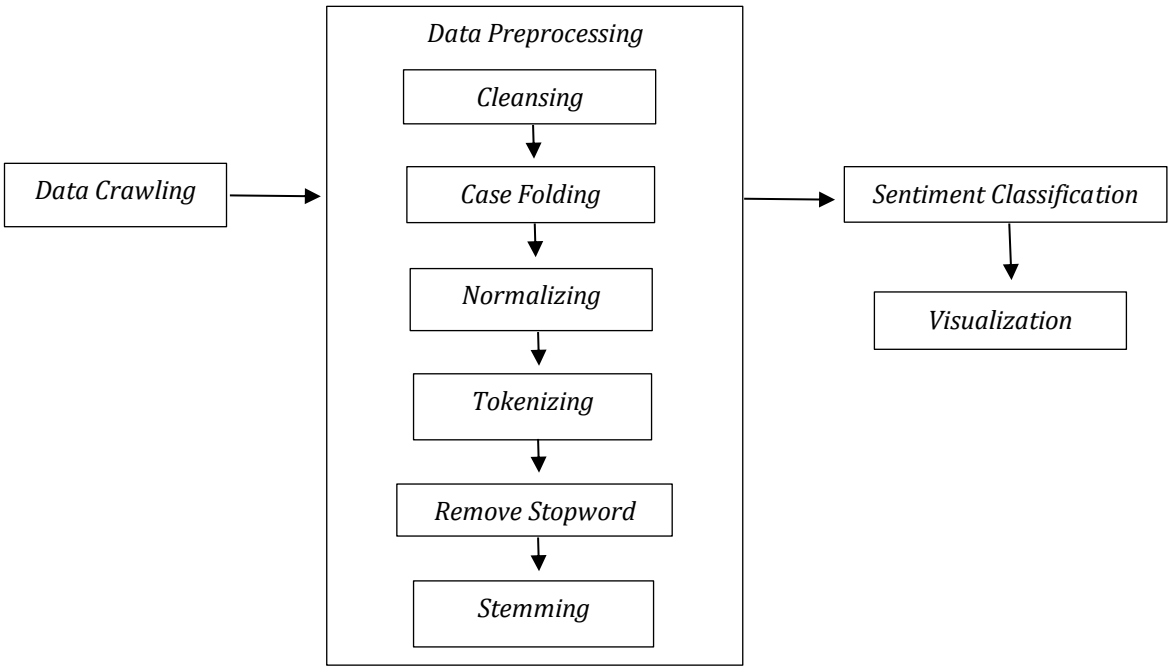
Vader (*Valence Aware Dictionary and Sentiment Reasoner*) merupakan salah satu tools untuk menganalisis sentimen berdasarkan basis leksikon sehingga mampu menentukan polaritas sentimen (Elbagir & Yang, 2019). Pada tools ini sudah tersedia kamus berbahasa inggris sehingga penentuan skor polaritas dapat dilakukan secara otomatis. Kamus tersebut dapat digunakan untuk menilai tulisan seperti kata per kata ke dalam skor tertentu sesuai kamus tersebut. Skor tersebut nantinya akan memutuskan kalimat secara keseluruhan akan masuk ke dalam klasifikasi sentimen positif, netral, dan negatif (Abimanyu et al., 2022).

Kelebihan VADER ini adalah memiliki kamus yang sudah tersedia lengkap nilai setiap kata sehingga penggunanya dapat melakukan pengklasifikasian secara otomatis. Metode VADER ini didasarkan pada kenyataan bahwa setiap kata dalam teks memiliki nilai berdasarkan penilaian manusia bahkan VADER dapat mengidentifikasi makna tersirat dari tanda baca dalam teks (Maulana et al., 2023). Adapun kekurangan yang dimiliki VADER adalah hanya mampu menilai kata berdasarkan arti yang sesungguhnya dan belum bisa membaca bentuk kalimat sarkasme maupun sindiran.

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan kualitatif deskriptif dengan metode analisis sentimen dari sosial media Twitter yang mana sebanyak 2.323 *tweets* dalam bahasa Indonesia selama tahun pajak 2023-2024 yang menjadi data mentah dari cuitan yang ada pada Twitter kemudian diolah hingga mendapatkan hasil klasifikasi dengan menggunakan Python. Analisis sentimen merupakan sebuah metode pada *text mining* melalui proses *preprocessing text* kemudian dilakukan proses pembobotan kata (Chairunnisa et al., 2022). Pendekatan analisis sentimen yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan pendekatan VADER (*Valence Aware Dictionary and Sentimen Reasoner*). VADER adalah alat analisis sentimen yang berbasis leksikon dan prinsip-prinsip dasar yang secara khusus dirancang untuk menganalisis sentimen yang diungkapkan di media sosial (Anwar & Permana, 2023). Yang digunakan dalam pendekatan ini adalah lexicon dengan skor tertentu yang mengidentifikasi setiap kata sehingga mampu memberikan pemahaman otomatis tentang emosi yang terkandung di dalam teks (Anggraeni et al., 2023). Adapun tahapan penelitian menurut (Anwar & Permana, 2023) adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan data: data dikumpulkan menggunakan Python dengan kata kunci terkait yang ada pada media sosial Twitter dalam bentuk cuitan (teks) berbahasa Indonesia dengan asumsi bahwa dapat mewakili respon masyarakat Indonesia.
2. Data preprocessing: Tahapan ini dilakukan untuk menghilangkan adanya duplikasi data seperti *retweet,* angka, karakter special dan data yang kosong sehingga hanya menyisakan data yang unik dan valid saja.
3. Klasifikasi sentimen: Klasifikasi menggunakan submodul VADER yang ada pada NLTk (*Natural Language Toolkit*) dan akan menghasilkan skor negatif, positif, netral, atau gabungan.
4. Visualisasi *wordcloud* untuk setiap kelas: Tahap ini akan menghasilkan kata yang sering muncul di masing-masing kelas.
5. Analisis, interpretasi, dan evaluasi.

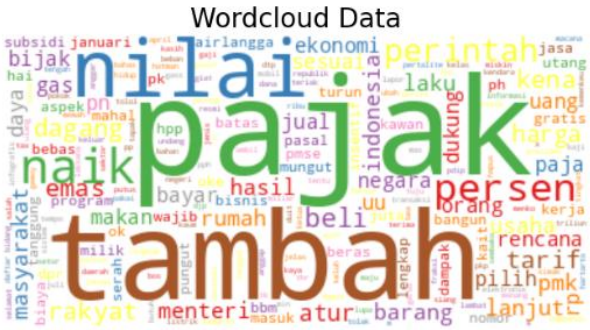


Gambar 5. Metode Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap pertama dalam penelitian ini adalah mengambil data yang bersumber dari media sosial X (Twitter) dengan menggunakan kata kunci "PPN" dan "Pajak Pertambahan Nilai". Data yang terkumpul mencakup 2.323 *tweets* dalam bahasa Indonesia selama tahun pajak 2023-2024. Kemudian data yang berbentuk posting berulang dengan kalimat yang sama dihapus secara manual sehingga menghasilkan 2.071 tweets.

Adapun topik mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang banyak muncul pada data tersebut yaitu sebagai berikut:



Gambar 6. Wordcloud Sentimen Publik Terhadap PPN

Sumber: Pengolahan data oleh Vader, 2024.

Data yang terkumpul kemudian dilakukan *Preprocessing*. Dalam tahapan ini data yang terkumpul dilakukan proses *cleansing* untuk menghapus berbagai macam karakter selain huruf, *case folding* untuk mengubah huruf kapital menjadi huruf kecil, *normalizing* untuk menormalisasikan kata seperti mengubah kata-kata umum yang disingkat, *tokenizing* untuk mengubah kalimat menjadi beberapa bagian kata, *remove stopword* filtering untuk menghapus kata-kata umum, serta *stemming* untuk menghapus imbuhan pada kata menjadi kata dasar. Adapun hasil *preprocessing* adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Preprocessing

Proses	Hasil
Data Collection	Jadi Orang Indonesia itu dianggap semua Mental Maling perlu screening menyeluruh (kecuali pejabrut yg lewat pintu VVIP). Pantas saja kebijakannya membenani rakyat karena memang gak percaya

	kepada rakyat sendiri yg sdh dibebani pajak... Ingat tahun depan pajak PPN naik 12% lho
Cleansing	Jadi Orang Indonesia itu dianggap semua Mental Maling perlu screening menyeluruh kecuali pejabrut yg lewat pintu VVIP Pantas saja kebijakannya membenani rakyat karena memang gak percaya kepada rakyat sendiri yg sdh dibebani pajak Ingat tahun depan pajak PPN naik lho
Case Folding	jadi orang indonesia itu dianggap semua mental maling perlu screening menyeluruh kecuali pejabrut yg lewat pintu vvip pantas saja kebijakannya membenani rakyat karena memang gak percaya kepada rakyat sendiri yg sdh dibebani pajak ingat tahun depan pajak ppn naik lho
Normalizing	jadi orang indonesia itu dianggap semua mental maling perlu screening menyeluruh kecuali pejabrut yang lewat pintu vvip pantas saja kebijakannya membenani rakyat karena memang tidak percaya kepada rakyat sendiri yang sudah dibebani pajak ingat tahun depan pajak pajak pertambahan nilai naik lho
Tokenizing	['jadi', 'orang', 'indonesia', 'itu', 'dianggap', 'semua', 'mental', 'maling', 'perlu', 'screening', 'menyeluruh', 'kecuali', 'pejabrut', 'yang', 'lewat', 'pintu', 'vvip', 'pantas', 'saja', 'kebijakannya', 'membenani', 'rakyat', 'karena', 'memang', 'tidak', 'percaya', 'kepada', 'rakyat', 'sendiri', 'yang', 'sudah', 'dibebani', 'pajak', 'ingat', 'tahun', 'depan', 'pajak', 'pajak', 'pertambahan', 'nilai', 'naik', 'lho']
Remove Stopword Filtering	['orang', 'indonesia', 'dianggap', 'mental', 'maling', 'screening', 'kecuali', 'pejabrut', 'pintu', 'vvip', 'kebijakannya', 'membenani', 'rakyat', 'percaya', 'rakyat', 'dibebani', 'pajak', 'pajak', 'pajak', 'pertambahan', 'nilai', 'lho']
Stemming	['orang', 'indonesia', 'anggap', 'mental', 'maling', 'screening', 'kecuali', 'pejabrut', 'pintu', 'vvip', 'bijak', 'membenani', 'rakyat', 'percaya', 'rakyat', 'beban', 'pajak', 'pajak', 'pajak', 'tambah', 'nilai', 'lho']

Sumber: Pengolahan data oeh VADER, 2024.

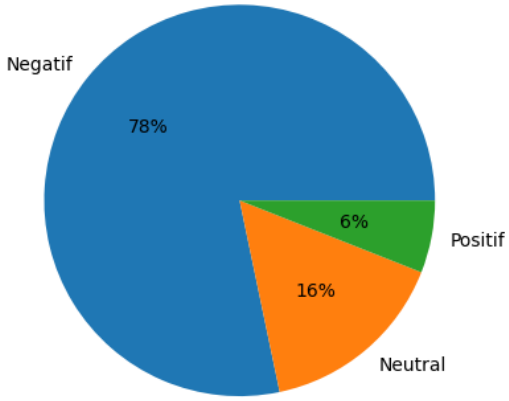
Data yang telah diolah melalui tahapan *stemming* kemudian diterjemahkan ke dalam Bahasa Inggris karena analisis sentiment VADER yang dilakukan oleh peneliti beroperasi dengan menggunakan Bahasa Inggris dan menggunakan pendekatan *Lexicon Based* yang bergantung pada kamus sebagai Bahasa dasar. Setelah proses penerjemahan selesai, dilakukan tahap klasifikasi dengan pemberian label sentiment terhadap kata dan perhitungan skor polaritas (polarity). Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Sentimen

Proses	Hasil
Stemming	['orang', 'indonesia', 'anggap', 'mental', 'maling', 'screening', 'kecuali', 'pejabrut', 'pintu', 'vvip', 'bijak', 'membenani', 'rakyat', 'percaya', 'rakyat', 'beban', 'pajak', 'pajak', 'pajak', 'tambah', 'nilai', 'lho']
Score	{'neg': 0.205, 'neu': 0.617, 'pos': 0.179, 'compound': -0.2023}
Compound	-0,2023
Sentiment	Negatif

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Adapun hasil dari pemberian label sentimen adalah sebagai berikut:



Gambar 7. Persentase Sentimen Publik Terhadap PPN

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Berdasarkan hasil dari 2.071 data Tweets yang telah diolah, sentimen positif memiliki persentase 6%, sentimen negatif sebesar 78%, dan sentimen netral sebesar 16%. Sentiment negatif memiliki persentase yang lebih besar karena banyaknya kritikan masyarakat yang tidak setuju dengan adanya kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) sedangkan sentimen negatif dan netral didominasi oleh pertanyaan publik dan informasi dari pemerintah seputar pajak pertambahan nilai.

Berikut **Gambar 4, 5, dan 6** yang menunjukan tentang wordcloud dan kata-kata yang sering muncul:

Gambar 8. Wordcloud Sentiment Positif

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Pada sentimen positif terdapat kata dengan frekuensi tertinggi yaitu “naik”, “perintah”, “dukung”. Ini mengartikan bahwa adanya dukungan terhadap pemerintah untuk terus melanjutkan rencana Menteri Keuangan tentang adanya kenaikan tarif PPN 12% karena kebijakan ini sudah tertuang di dalam Undang-Undang Nomor 7 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan yang telah disahkan sejak tahun 2021. Adapun beberapa cuitan yang diambil:

Tabel 3. Cuitan Sentimen Positif

Akun	Tweet
ismailfahmi	Mendag sudah benar 58% merupakan dukungan yang besar untuk terus melanjutkan kebijakan ini. Seperti halnya kenaikan ppn jadi 12% argumen menterinya juga sama kalian mayoritas sudah memilih kami melanjutkan kebijakan. Jadi jangan lebay nikmat saja.
prastow	@5dhany5 @pengarang_sajak Th 2022 PPN naik menjadi 11% dan sedang di kaji kenaikan jadi 12%. Selain kenaikan ppn juga ada kenaikan Pph dan cukai rokok.
sokoguruid	Ada Kenaikan PPN 12% Tapi Sandiaga Optimis Sektor Parekraf akan Semakin Baik Kebijakan kenaikan PPN menjadi 12% yang diperkirakan akan berdampak pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Kekhawatiran lain dari adanya kenaikan tarif PPN dikaitkan dengan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Namun, kekhawatiran tersebut dapat dipatahkan oleh pernyataan dari akun sokoguruid.

Seperti yang disampaikan oleh Dahuri (2024) bahwa Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) mendukung adanya kenaikan PPN serta mempercayakan kebijakan tersebut kepada pemerintah. Dalam hal ini, pernyataan yang dikeluarkan oleh Menparekraf tersebut dapat menguatkan keyakinan masyarakat untuk mempercayakan kepada pemerintah atas dampak baik yang akan terjadi. Sentimen positif dan dukungan terhadap kebijakan pajak pertambahan nilai (PPN) khususnya terkait rencana kenaikan tarif. Hal ini terjadi karena semakin besar tarif pajak yang diberlakukan maka akan semakin besar juga pendapat negara sehungga mempercepat pembangunan ekonomi nasional. Hal ini sejalan dengan pernyataan Agasie & Zubaedah (2022) dimana kenaikan tarif PPN merupakan sebuah urgensi dalam peningkatan pertumbuhan perekonomian yang berelanjutan sebagai pemulihan perekonomian pasca Covid-19.

Gambar 9. Wordcloud Sentiment Negatif

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Pada sentimen negatif terdapat kata dengan frekuensi tertinggi yaitu “naik”, “persen”, “perintah”, “dagang”, ‘beli”. Ini mengindikasikan bahwa adanya kritikan serta kekhawatiran terhadap rencana kenaikan tarif pajak pertambahan nilai (PPN). Seiring naiknya tarif pajak pertambahan nilai yang dikeluarkan oleh pemerintah, masyarakat khawatir hal itu akan berdampak terhadap harga jual yang meningkat sehingga daya beli masyarakat pun menurun mengingat hampir seluruh aspek dapat dikenai tarif PPN seperti yang dikutip dari beberapa akun berikut

Tabel 4. Cuitan Sentimen Negatif

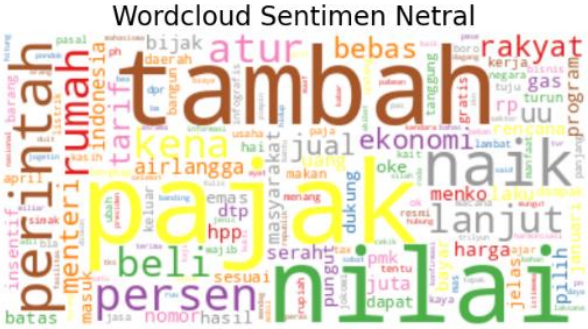
Akun	Tweet
e_soebroto	@cnbcindonesia pajak memang mencekik rakyat apalagi ppn banyangkan 2025 rezim akan menaikkan kembali ppn menjadi 12% dan sudah diundangkan UU HPP walaupun naik 1% ppn itu hampir semua aspek terkena mulai bayar listrik pulsa paket data dll.
hasnil_afrizal	@ZainZaidElFikri @profesor_saham Yup. Ini mau 12% PPN nya. PPN itu yang bayar konsumen akhir berarti rakyat yang kena. Itu baru PPN. Pajak kan tidak hanya PPN dan PPh. Masih ada PBB dll. Yang gede2 sering bisa menghindari pajak akhirnya yang kecil2 yang kena.
harrysofian	Jadi Orang Indonesia itu dianggap semua Mental Maling perlu screening menyeluruh (kecuali pejabrut yg lewat pintu VVIP). Pantas saja kebijakannya membenani rakyat karena memang gak percaya kepada rakyat sendiri yg sdh dibebani pajak... Ingat tahun depan pajak PPN naik 12% lho.

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Pihak kontra berpendapat bahwa kenaikan tarif PPN ini menambah beban baru yang ditanggung oleh masyarakat khususnya masyarakat kecil sedangkan disisi lain mereka juga masih harus menanggung jenis pajak lainnya seperti PPh dan PBB. Berbanding terbalik dengan “yang gede2” dalam konteks ini beban tersebut tidak dirasakan oleh masyarakat kalangan atas yang mampu untuk melakukan penghindaran pajak.

Tidak hanya itu, sebagian masyarakat yang kontra merasa bahwa kenaikan harga yang disebabkan oleh naiknya tarif PPN tidak adil dengan penghasilan masyarakat yang minim seperti yang disampaikan oleh

(Faisol & Norsain, 2023) bahwa secara otomatis saving yang harus dilakukan lebih sedikit atau bahkan tidak dilakukan sama sekali akibat adanya gaji yang tetap sedangkan biaya yang harus dikeluarkan naik. Sejalan dengan temuan studi lain yang menunjukan bahwa kenaikan tarif PPN ini akan merugikan kelompok rumah tangga berpendapatan rendah di perdesaan (Agustina & Hartono, 2022).



Gambar 10. Wordcloud Sentimen Netral

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Pada sentimen netral terdapat kata dengan frekuensi tertinggi yaitu "naik", "perintah", "persen", "rumah", "atur". Hal ini menunjukan pertanyaan serta informasi tentang aturan dan ketentuan rumah yang dibebaskan dari PPN yang mana isunya beiringan dengan adanya isu terkait tarif pajak pertambahan nilai. Adapun cuitan berdasarkan sentimen netral lainnya berbentuk diskusi serta informasi terkait kenaikan tarif PPN. Beberapa cuitan netral diantaranya:

Tabel 5. Cuitan Sentimen Netral

Akun	Tweet
anshory72	Seberapa progresif pajak pendapatan kita dibandingkan negara-negara ASEAN? Apakah Indonesia memilih jalur meningkatkan PPN (12%) dibandingkan PPH? Apakah ini adil?
arkaatmaja7	@5dhany5 @pengarang_sajak Th 2022 PPN naik menjadi 11% dan sedang di kaji kenaikan jadi 12%. Selain kenaikan ppn juga ada kenaikan Pph dan cukai rokok.
mang_Yuga	@veroaktivis @madHink Pas beli bahan baku pembeli dikenakan PPN 10 persen dr harga beli misalnya 10 juta Pas Jual pungut PPN dari pembeli 10 persen dari harga jual misalnya 12 juta. Berapa Pajak yg dia bayar? 12 juta-10 juta= 2 juta. Itulah kenapa disebut istilah Pajak PERTAMBAHAN NILAI.

Sumber: Pengolahan data oleh VADER, 2024.

Hasil penelitian yang dilakukan melalui pendekatan analisis ini memberikan pemahaman mengenai opini publik terkait dengan adanya kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN). Namun, hasil yang ditemukan oleh peneliti sebagian besar berupa tanggapan negatif.

Berdasarkan dari hasil tweet yang telah diolah, terdapat berbagai macam pandangan publik terhadap tarif pajak pertambahan Nilai (PPN), antara lain; sentimen negatif dan kritikan terhadap kebijakan pajak pertambahan nilai (PPN). Masyarakat merasa bahwa kontribusi yang mereka keluarkan untuk membayar pajak tidak sesuai dengan fasilitas yang mereka dapatkan dari hasil pemerintah. Selain itu, masyarakat merasa kenaikan tarif PPN membuat masyarakat menengah ke bawah terbebani dan hanya berpihak kepada kelompok atas yang mampu untuk menghindar pajak. Adapun kenaikan tarif PPN dapat menurunkan daya beli masyarakat karena harga dagang suatu barang meningkat serta PPN hanya dirasakan oleh masyarakat sebagai konsumen akhir.

Adapun sentimen positif dan dukungan terhadap kebijakan pajak pertambahan nilai (PPN) khususnya terkait rencana kenaikan tarif. Hal ini terjadi karena semakin besar tarif pajak yang diberlakukan maka akan semakin besar juga pendapat negara sehungga mempercepat pembangunan ekonomi nasional.

KESIMPULAN

Sentimen yang dianalisis dari media sosial twitter menunjukkan bahwa sentimen masyarakat dominan negatif karena banyaknya kekhawatiran serta kritikan masyarakat terkait kenaikan tarif PPN yang dirasa hanya membebani masyarakat kecil-menengah. Terdapat pula sentimen positif yang berisi dukungan serta optimisme terhadap kebijakan kenaikan tarif PPN untuk percepatan pembangunan ekonomi nasional. Adanya dominasi sentimen negatif terhadap kenaikan tarif PPN menunjukan bahwa pentingnya bagi pemerintah untuk melihat dampak kedepan dari kenaikan tarif PPN serta survei mendalam dengan mempertimbangkan kritikan dan saran masyarakat dalam penentuan kebijakan selanjutnya. Selain itu dialog dan transparansi dari pemerintah sangat penting untuk membangun kepercayaan publik dan memastikan bahwa kenaikan PPN digunakan untuk kepentingan rakyat.

DAFTAR PUSTAKA

Abimanyu, D., Budianita, E., Pandu Cynthia, E., Yanto, F., Studi Teknik Informatika, P., & Sains Dan Teknologi, F. (2022). Analisis Sentimen Akun Twitter Apex Legends Menggunakan VADER. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, *5*(3).

Agasie, D., & Zubaedah, R. (2022). Urgensi Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai Berdasarkan Asas Kepentingan Nasional. *Perspektif Hukum*, 50–74. https://doi.org/10.30649/ph.v22i2.131

Agustina, N. Z., & Hartono, D. (2022). DAMPAK PERUBAHAN TARIF PAJAK PENGHASILAN BADAN DAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI DI INDONESIA. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, *6*(4), 456–475. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i4.5359

Al Kautsar, M., Basith, A. A., & Gunawan, L. (2020). Analisis Kontribusi, Efektivitas dan Laju Pertumbuhan Penerimaan Pajak Parkir terhadap Pendapatan Pajak Daerah di Kabupaten Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, *20*(1), 26–37. www.jurnal.uniga.ac.id

Alkautsar, M., Nurlaela, L., Ahmad, ;, & Faozyi, A. N. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure dan Corporate Governance terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Makanan dan Minuman di Indonesia. *Jurnal Wacana Ekonomi*, *20*(2), 80–91. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.52434/jwe.v20i2.1184

Andika, T. N. (2022). *Pajak Pertambahan NIlai*. Direktorat Jenderal Bea Dan Cukai. https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/pajak-pertambahan-nilai-1cc173e8/detail/

Anggraeni, W. A., Fahru Roji, F., & Alkautsar, M. (2023). Analisis Sentimen Publik terhadap Kebijakan Insentif Perpajakan Dengan Pendekatan VADER (Valence Aware Dictionary And Sentiment Reasoner). *Jurnal Proaksi*, *10*(4), 465–477. https://doi.org/10.32534/jpk.v10i4.4732

Anggraini, T., & Kusumastuti, Y. (2022). EFFECT OF VALUE ADDED TAX (VAT), INCOME, PRICE AND PAYMENT METHODS AGAINST CONSUMER DEMAND ON SMARTPHONES. *PENANOMICS International Journal of Economics*, *1*(2), 243–256.

Anwar, M. T., & Permana, D. R. A. (2023). Analisis Sentimen Masyarakat Indonesia Terhadap Produk Kendaraan Listrik Menggunakan VADER. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, *10*(1), 783–792. http://jurnal.mdp.ac.id

Ayoub, Z., & Mukherjee, S. (2019). Value Added Tax and Economic Growth: An Empirical Study of China Perspective. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, *8*(2). https://doi.org/10.15408/sjie.v8i2.10155

Bella Lestari, I. G. A., & Yenni Latrini, M. (2020). Pengaruh PPN, PKB Tarif Progresif, dan Pendapatan WP pada Daya Beli Konsumen Kendaraan Bermotor. *E-Jurnal Akuntansi*, *30*(8), 2127. https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i08.p18

Cakranegara, P. A., Kurniadi, W., Sampe, F., Pangemanan, J., & Yusuf, M. (2022). The Impact of Goods Product Pricing Strategies on Consumer Purchasing Power: A Review of The Literature. *Jurnal Ekonomi*, *11*(03), 1115–1120.

Chairunnisa, R., Indriati, & Adikara, P. P. (2022). Analisis Sentimen terhadap Karyawan Dirumahkan pada Media Sosial Twitter menggunakan Fitur N-Gram dan Pembobotan Augmented TF-IDF Probability dengan K-Nearest Neighbour. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, *6*(6), 1960–1965. http://j-ptiik.ub.ac.id

Dahuri, D. (2024). *Ada Kenaikan PPN 12%, Tapi Sandiaga Optimistis Sektor Parekraf akan Semakin Baik*. https://sokoguru.id/pariwisata/ada-kenaikan-ppn-12-tapi-sandiaga-optimistis-sektor-parekraf-akan-semakin-baik

Elbagir, S., & Yang, J. (2019). Twitter Sentiment Analysis Using Natural Language Toolkit and VADER Sentiment. *The International MultiConference of Engineers and Computer Scientists 2019*.

Faisol, Moh., & Norsain, N. (2023). Netnografi: Perspektif Netizen Terhadap Kenaikan Tarif PPN 11%. *Jurnal Akademi Akuntansi*, *6*(2), 167–182. https://doi.org/10.22219/jaa.v6i2.24536

Faizah, S., & Ajimat, A. (2022). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai dan Pajak Kendaraan Bermotor Tarif Progresif terhadap Daya Beli Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *19*(02), 15–24.

https://doi.org/10.36406/jam.v19i02.653
Febrisha, & Kadunci. (2023). PENGARUH TARIF PPN 11% DAN TINGKAT PENDAPATAN SELAMA PANDEMI TERHADAP DAYA BELI MASYARAKAT. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, *22*(1), 8–16.
Ferdian, T. (2021). *Dibalik Kenaikan Tarif PPN*. https://pajak.go.id/id/artikel/di-balik-kenaikan-tarif-ppn#
Hakim, L., Sabil, Lestiningsih, A. S., & Widodo, D. P. (2019). Pengaruh Pemungutan Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Laporan Keuangan. *SIKAP*, *4*(1), 1–11.
Hikmawan, S., Pardamean, A., & Nur Khasanah, S. N. (2020). Sentimen Analisis Publik Terhadap Joko Widodo Terhadap Wabah Covid-19 Menggunakan Metode Machine Learning. *Jurnal Kajian Ilmiah*, *20*(2), 167–176. http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/JKI
Hutajulu, D. P., & Wijaya, S. (2023). PENGENAAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI ATAS SEDAN DAN STATION WAGON SEBELUM DAN SESUDAH HARMONISASI PERATURAN PERPAJAKAN. *EDUCORETAX*, *3*(2), 126–144.
Hutto, C. J., & Gilbert, E. (2014). *VADER: A Parsimonious Rule-based Model for Sentiment Analysis of Social Media Text*. http://sentic.net/
Jannah, N., & Supadmi, N. L. (2021). The Effect of the Imposition of Value Added Tax and Sales Tax on GoodsLuxury for Consumer Purchasing Power. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, *5*(4), 432–437.
Khasanah, U., T, S., & Mardiati, E. (2019). Coercive Authority and Trust in Tax Authority in Influencing Voluntary Tax Compliance: A Study of Slippery Slope. *Journal of Accounting and Investment*, *20*(1). https://doi.org/10.18196/jai.2001109
Kumar, A., & Jaiswal, A. (2019). Systematic literature review of sentiment analysis on Twitter using soft computing techniques. *Concurrency and Computation: Practice and Experience*, *32*(1). https://doi.org/10.1002/cpe.5107
Lestari, A. J., Nuridah, S., & Littu, H. (2023). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN11% Terhadap Daya Beli Konsumen Apotek di Kabupaten Bekasi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, *3*(4), 7757–7768.
Maulana, M. I., Budianita, E., Fikry, M., & Yanto, F. (2023). Klasifikasi Sentiment Ulasan Aplikasi Sausage Man Menggunakan VADER Lexicon dan Naïve Bayes Classifier. *Jurnal Sistem Komputer Dan Informatika (JSON)*, *4*(3), 485–492. https://doi.org/10.30865/json.v4i3.5854
Natalia, & Fajria, I. (2023). Analisis Pengaruh Kenaikan Tarif PPN 11% di Sektor Perdagangan. *2ND MDP Student Conference (MSC)*, 235–242. https://jurnal.mdp.ac.id/
Nikus, T. A. (2020). Journal of Accounting and Taxation Economy-wide impact of tax reform in Ethiopia: A recursive dynamic general equilibrium model. *Journal of Accounting and Taxation*, *13*(2), 78–88. https://doi.org/10.5897/JAT2020.0437
Nursiyono, J. A., & Chotimah, C. (2021). Analisis Sentimen Netizen Twitter terhadap Pemberitaan PPN Sembako dan Jasa Pendidikan dengan Pendekatan Social Network Analysis dan Naive Bayes Classifier. *J Statistika*, *14*(1), 52–58. www.unipasby.ac.id
Owino, O. B. (2019). An Empirical Analysis of Value Added Tax on Economic Growth, Evidence from Kenya Data Set. *Journal of Economics, Management and Trade*, *22*(3), 1–14. https://doi.org/10.9734/jemt/2019/46167
Putri, D. H., & Wijaya, S. (2022). PAJAK PERTAMBAHAN NILAI FINAL: BELAJAR DARI GHANA DAN CHINA. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara*, *3*(2), 360–374. https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.31092/jpkn.v3i2.1646
Rusnan, Koynja, J. J., & Sarkawi. (2023). Tingkat Kesadaran Pembayaran Pajak (Studi Di Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat). *Jurnal Kompilasi Hukum*, *8*(2), 226–235. https://doi.org/10.29303/jkh.v8i2.156
Sari, R. M., & Prihartono. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE). *Jurnal Ilmia MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, *5*(3), 1171–1184.
Sinaga, S. T., Ekananda, M., Gitaharie, B. Y., & Setyowati, M. (2023). Tax Buoyancy in Indonesia: An Evaluation of Tax Structure and Policy Reforms. *Economies*, *11*(12). https://doi.org/10.3390/economies11120294
UU Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajak. Retrieved March 3, 2024, from https://jdih.kemenkeu.go.id/in/dokumen/peraturan/1261ff41-c359-4b2c-7596-08d99eb1213d
Wadi, I., & Akbar, M. A. (2022). PENGARUH PPN, PPNBM, DAN PEMERIKSAAN PAJAK TERHADAP PENERIMAAN PAJAK YANG TERDAPAT DI KPP PRATAMA DEPOK CIMANGGIS. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, *5*(4), 1101–1110.