DFAME : Digital Financial Accounting Managemen Economics Journal
Vol. 3, No. 1, Februari 2025, pp. 32 - 37
ISSN: 3025-1079, DOI: 10.61434/dfame.v3i1.106

DAMPAK PENINGKATAN TARIF PPN TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA PT XYZ

Nikmatul Ula Wila[1], Nur Aini Anisa[2]
[1,2]Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Surabaya, Indonesia

nikmatululaw@gmail.com

A R T I C L E I N F O

History of the article:
Received January 2, 2025
Revised January 28, 2025
Accepted Februari 13, 2025

Keywords:
Value-added tax
Sales turnover
PT XYZ

ABSTRACT

Ula Wila, Nikmatul, 2062401774, "The Impact of Increased VAT Rates on Sales Revenue at PT XYZ," Youth College of Economics, Advisor Nur Aini Anisa, M.Pd. The purpose of this research is to determine the impact of the increase in VAT rates on the sales revenue at PT XYZ. In our surroundings, transactions often occur with the imposition of taxes that are very relevant to Indonesian citizens, and these taxes are objective and not subjective in nature; the tax in question is Value Added Tax (VAT). This research is of a qualitative nature. Data collection techniques used include observation, interviews, and documentation. This research utilizes both primary and secondary data. The results of this research indicate that the increase in the VAT rate from the initial 10% to 11%, which took effect on April 1, 2022, resulted in a decrease in sales revenue at PT XYZ, primarily due to an increase in selling prices.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Kata Kunci :
Pajak pertambahan nilai
Omzet penjualan
PT XYZ

ABSTRAK

Ula Wila, Nikmatul, 2062401774, "Dampak peningkatan tarif PPN terhadap omzet penjualan pada PT XYZ", Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda, Pembimbing Nur Aini Anisa, M.pd. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak peningkatan tarif PPN terhadap omzet penjualan pada PT XYZ. Di sekitar kita sering terjadi transaksi dengan adanya pungutan pajak yang menjadi sangat dekat dengan warga Indonesia yang mana pajak tersebut bersifat objektif dan tidak bersifat subjektif, pajak tersebut adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Peningkatan tarif PPN yang semula 10% menjadi 11% yang berlaku mulai 1 April 2022 berdampak terjadinya penurunan omzet penjualan pada PT XYZ, hal tersebut terjadi karena adanya peningkatan harga jual.

Corresponding Author:
Nikmatul Ula Wila
Nur Aini Anisa
Akuntansi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pemuda
Surabaya, Indonesia
nikmatululaw@gmail.com
nurainianisa.stiepemuda@gmail.com

PENDAHULUAN

Setiap negara berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan memenuhi kebutuhan warga negaranya. Salah satu penerimaan dalam negeri yang berkontribusi besar adalah dari penerimaan sektor pajak. Dimana pajak merupakan sumber utama yang dapat membantu pembangunan nasional, seperti yang tertuang dalam Undang-Undang No. 5 Tahun 2008 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP), pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dari hal tersebut dapat kita simpulkan bahwa dana pajak yang berasal dari rakyat nantinya akan

digunakan untuk kepentingan rakyat juga yang berupa fasilitas nasional yang dapat dirasakan oleh rakyat.

Seiring berjalannya waktu peraturan perpajakan di Indonesia mengalami banyak perubahan. Salah satu faktor utamanya adalah *global economy* mengalami kecepatan perubahan pasar, kebutuhan pokok negara, kebutuhan pembangunan dan lain lain, sehingga mengharuskan masyarakat untuk bekerja sama membangun negara melalui Pajak. Salah satu penerimaan negara dari sektor pajak adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang merupakan pengganti dari pajak penjualan (PPn) seperti yang tertuang dalam Undang-Undang No.8 tahun 1983 yang kemudian mengalami perubahan menjadi Undang-Undang No.42 tahun 2009. Penggantian Pajak Penjualan (PPn) dirubah menjadi Pajak Pertamabahn Nilai (PPN) dikarenakan Pajak penjualan (PPn) dirasa sudah tidak lagi memadai untuk meningkatkan penerimaan negara, mendorong ekspor dan pemerataan pembebanan pajak. Menurut Priantara (2016), Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak tidak langsung atas kegiatan pengkonsumsian di daerah pabean, artinya beban pajak akan dialihkan kepada pihak lain, dengan ketentuan pihak yang mengalihkan pajak tersebut memenuhi syarat sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP).

Pada 1 April 2022 pemerintah mulai memberlakukan peningkatan tarif PPN dari 10% menjadi 11% sesuai dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP), Kebijakan untuk menaikkan tarif PPN merupakan salah satu usaha pemerintah untuk meningkatkan jumlah penerimaan negara di sektor pajak. Kuatnya angka penerimaan PPN mencerminkan pendapatan dan daya beli dari masyarakat, karena PPN merupakan pajak atas konsumsi barang dan jasa oleh masyarakat. Naik dan turunnya daya beli masyarakat seharusnya dapat menginterpretasikan pertumbuhan PPN yang ada. Hal ini berarti jika daya beli masyarakat meningkat itu akan terjadi begitupun dengan PPN, begitupun sebaliknya jika daya beli masyarakat menurun begitupun PPN.

Harga bahan baku dan bahan modal juga memberikan pengaruh yang besar pada daya beli masyarakat. Ketika harga suatu produk mengalami penurunan, maka permintaan dari masyarakat terhadap produk tersebut akan meningkat. Sebaliknya, ketika harga komoditas mengalam kenaikan, permintaan masyarakat terhadap komoditas tersebut akan mengalami penurunan. Begitu pula dengan peningkatan atau penurunan permintaan masyarakat tersebut memiliki korelasi dengan omzet penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan.

Menurut Basu Swasta (2016), omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu (perhari, perminggu, perbulan, maupun pertahun) secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.

Dalam hal ini penulis mengadakan penelitian pada PT. XYZ yang bergerak di bidang distribusi produk Fast Moving Consumer Good (FMCG) di Indonesia Timur yang berlokasi di Jl. Raya Taman 48 A, Sepanjang Sidoarjo. PT XYZ merupakan Pengusaha Kena Pajak (PKP) dimana perusahaan akan memungut pajak dari hasil penjualan yang dilakukan kepada konsumennya. Sebelum 1 April 2022 pemungutan pajak yang dilakukan perusahaan adalah pengenaan PPN sebesar 10%, sehingga konsumen membayar Barang Kena Pajak (BKP) yang dibeli dari PT XYZ sudah termasuk dengan PPN 10%. Pada tanggal 1 April 2022 tarif PPN naik menjadi 11% sehingga kebijakan kenaikan ini akan berdampak pada omzet perusahaan yang menjalankan usaha termasuk PT. XYZ.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Niken Ayuningrum (2023) dengan judul "Dampak Kenaikan PPN 11% Pada Penjualan PT Eloda Mitra Cabang Palembang". Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui seberapa besar dampak kenaikan PPN terhadap omset penjualan sebuah perusahaan. Dari hasil penelitian menunjukan bahwa adanya kenaikan tarif PPN sebesar 11% pada PT Eloda Mitra Cabang Palembang berpengaruh signifikan terhadap penjualan hasil produksi Perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas menjadi latar belakang penulis untuk menjadikan hal tersebut sebagai bahan permasalahan dan pembahasan dalam tugas akhir yaitu dampak peningkatan tarif PPN terhadap omzet penjualan pada PT XYZ sebagai judul serta topik dalam tugas akhir ini.

PERTANYAAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui dampak peningkatan tarif PPN terhadap omzet penjualan pada PT XYZ.

KAJIAN LITERATUR

Pajak

Menurut Undang-Undang tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Nomor 28 Tahun 2007 pasal 1 ayat 1 2007, Pajak adalah Kontribusi Wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara dalam memakmurkan rakyat.

Menurut Mardiasmo (2019:3), Pajak adalah iuran yang memaksa dari rakyat kepada kas negara atas dasar undang-undang tanpa mendapat jasa timbal balik (*kontraprestasi)* yang langsung dapat ditujukan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum negara.
Menurut Riftiasari (2019), Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara yang dipergunakan untuk membiayai seluruh pengeluaran negara, penggolongan pajak berdasarkan lembaga pemungutannya pajak terdiri atas pajak pusat dan pajak daerah.
Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang dipungut berdasarkan undang-undang, dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi secara langsung dan pajak diperuntukkan untuk keperluan negara dengan tujuan kemakmuran rakyat.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN)
Menurut Undang-Undang No.42 tahun 2009, Pajak Pertambahan Nilai adalah pajak konsumsi barang dan jasa di Daerah Pabean yang dikenakan secara bertingkat disetiap jalur produksi dan distribusi.
Menurut Williem (2022) Pajak Pertamabahan Nilai (PPN) adalah pajak tidak langsung atas kegiatan konsumsi di daerah pabean, artinya beban pajak tersebut dialihkan kepada pihak lain, sepanjang pihak yang mengalihkan pajak tersebut memenuhi syarat sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP).
Menurut Mardiasmo (2019:351), Pajak Pertambahan Nilai merupakan pengganti dari Pajak Penjualan. Alasan penggantian ini karena Pajak Penjualan dirasa sudah tidak lagi memadai untuk menampung kegiatan masyarakat dan belum mencapai sasaran kebutuhan pembangunan, antara lain untuk meningkatkan penerimaan negara, mendorong ekspor, dan pemerataan pembebanan pajak.

Omzet Penjualan
Menurut Chaniago (2005 dalam Khuriyati 2013:20), omzet penjualan merupakan keseluruhan jumlah pendapatan yang didapat dari hasil penjualan suatu barang atau jasa dalam kurun waktu tertentu.
Menurut Basu Swasta (2016), omzet penjualan adalah akumulasi dari kegiatan penjualan suatu barang dan jasa yang dihitung secara keseluruhan selama kurun waktu tertentu (perhari, perminggu, perbulan, maupun pertahun) secara terus menerus atau dalam satu proses akuntansi.
Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa omzet penjualan merupakan jumlah total uang yang didapatkan oleh perusahaan dari penjualan produk atau jasa yang dilakukan dalam periode waktu tertentu.

METODE PENELITIAN
Pada penelitian ini, penulis menggunakan jenis penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.
Penelitian kualitatif dipilih untuk mengetahui fenomena yang ada dalam kondisi yang alamiah, bukan dalam kondisi terkendali, labolatoris atau eksperimen. Di samping itu, karena penulis perlu untuk langsung terjun ke lapangan bersama objek penelitian sehingga jenis penelitian kualitatif lebih tepat untuk digunakan.
Sesuai dengan permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu gambaran deskriptif mengenai dampak peningkatan tarif PPN terhadap omzet penjualan pada PT XYZ, maka penulis menggunakan pedekatan kualitatif dengan mendeskripsikan data yang diperoleh sebagai hasil suatu penelitian. Dengan menggunakan metode ini, maka penulis akan mendapatkan data secara utuh dan dapat di deskripsikan dengan jelas sehingga hasil penelitian ini benar-benar sesuai dengan kondisi lapangan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemaparan Data
Peningkatan tarif PPN bagi perusahaan, Peningkatan PPN mempunyai potensi untuk mempengaruhi secara langsung suatu usaha, baik dari segi sistem, biaya operasional maupun keputusan harga yang diambil. Hasil wawancara dengan Bapak Putra selaku SPV Marketing yaitu sebagai berikut :
"Dalam menanggapi berita ini pastinya perusahaan perlu meninjau ulang harga penjualan soalnya naiknya PPN bisa mempengaruhi peningkatan biaya operasional. Jadi pastinya perusahaan perlu mempertimbangkan penyesuaian harga penjualan mereka agar tetap menguntungkan. Selain itu dari sisi pemasaran perusahaan perlu mengambil langkah kreatif dalam strategi pemasaran supaya menarik pelanggan meskipun PPN naik. contohnya memberikan program reward atau program loyalitas untuk mengimbangi dampak peningkatan harga karna PPN itu tadi."

Pemaparan diatas menjelaskan bahwa upaya perusahaan dalam menanggapi peningkatan tarif PPN 11% ini adalah dengan meninjau ulang harga penjualan dan dari sisi pemasaran perlu menentukan strategi pemasaran yang lebih kreatif lagi.

Peningkatan tarif PPN terhadap Harga Pokok Penjualan, Dengan naiknya PPN, harga penjualan dapat terpengaruh. Peningkatan PPN biasanya bisa menyebabkan peningkatan biaya bagi perusahaan, dan perusahaan dapat memilih untuk memindahkan sebagian atau seluruh biaya tambahan tersebut kepada konsumen melalui peningkatan harga penjualan. Pada penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada bagian pajak dan marketing terkait dampak peningkatan PPN terhadap harga pokok penjualan pada PT XYZ. Ketika wawancara dengan pak putra selaku bagian marketing menyampaikan:
"Sebagai bagian dari tim pemasaran, menurut saya naiknya PPN emang bisa mempengaruhi harga penjualan perusahaan, penting bagi tim pemasaran untuk memahami dampak peningkatan PPN terhadap harga penjualan dan mengambil langkah-langkah yang tepat dalam meresponsnya. Hal ini meliputi analisis pasar, penentuan harga yang strategis, dan komunikasi yang efektif ke pelanggan untuk mempertahankan nilai dan menjaga hubungan yang kuat dengan mereka."
Bu devi selaku bagian perpajakan menyampaikan pendapatnya terkait peningkatan PPN terhadap harga pokok penjualan sebagai berikut:
"Kalo untuk peningkatan PPN ini memang akan mempengaruhi harga penjualan, ya karna sebelum barang siap jual pastinya melewati beberapa proses, salah satunya dari bahan baku yang juga dikenakan PPN 11%. Emang penting bagi tim pajak untuk bekerja sama dengan tim manajemen dan tim pemasaran untuk memahami implikasi peningkatan PPN terhadap harga penjualan dan mengambil keputusan yang tepat guna menjaga kepatuhan perpajakan dan memaksimalkan profitabilitas perusahaan."

Berikut adalah rincian omzet penjualan PT XYZ dalam beberapa bulan sebelum adanya perubahan tarif PPN 11%, sehingga pada rincian berikut penjualan yang dilakukan masih menggunakan tarif PPN sebesar 10%.

Tabel 1
Omzet bulan Januri – Maret 2022
PT XYZ (Pusat)

Bulan	Omzet Penjualan
Januari	349.079.699.126
Februari	376.277.374.378
Maret	471.096.046.493

Sumber : Data diolah

Tabel diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan omzet pada bulan februari, setelah penulis melakukan metode wawancara kepada Bapak Putra selaku *SPV* divisi marketing, beliau menyampaikan bahwa:
"Sebelum peningkatan tarif PPN 11% omzet Borwita pusat sebenarnya cukup stabil diangka 300M sekian, dan memang untuk omzet dibulan februari mengalami kenaikan dibanding bulan sebelumnya, itu karena adanya pembatasan aktivitas masyarakat diluar rumah saat kondisi pandemic covid-19, karna memang borwita memberikan fasilitas pengiriman produk kepada konsumen."
PT XYZ mengalami kenaikan omzet pada bulan Maret secara signikfikan yaitu sebesar 94M,

Tabel 2
Omzet bulan April – Desember 2022
PT XYZ (Pusat)

Bulan	Omzet Penjualan
April	390.896.592.917
Mei	388.261.669.660
Juni	440.933.463.000
Juli	347.476.639.988
Agustus	386.053.609.527
September	381.122.001.239
Oktober	379.277.463.000
November	377.592.918.765
Desember	410.023.609.000

Sumber : Data diolah

Tabel di atas merupakan rincian omzet penjualan PT XYZ setelah diterapkannya PPN 11%. Tabel diatas menunjukkan bahwa adanya penurunan omzet dari bulan april ke bulan Mei, setelah melaui proses wawancara dengan bagian marketing dan juga gudang, bapak putra selaku bagian marketing menyampaikan sebagai berikut:
"Penurunan omzet dari april ke mei dipengaruhi oleh penurunan permintaan dan daya beli masyarakat akibat kenaikan harga jual sebagai dampak dari peningkatan tarif PPN, peningkatan PPN ini emang bisa merubah perilaku konsumen secara keseluruhan, konsumen mungkin jadi lebih hemat dan membatasi pengeluaran mereka."
Bu Mey selaku bagian gudang memberikan pendapatnya sebagai berikut:
"Karena memang di bulan sebelumnya mengalami peningkatan omzet, gudang terisi penuh dengan stok yang berlebihan, naiknya PPN bisa mengakibatkan

penurunan permintaan karena konsumen jadi sensitif sama harga. Konsumen bisa mengurangi pembelian atau cari alternatif harga yang lebih murah, kalo konsumen mengurangi pembelian atau memilih untuk menunda pembelian, akan berdampak negatif pada omzet penjualan di gudang."

Berdasarkan penjelasan tersebut penurunan omzet pada bulan Mei akibat dari faktor turunnya permintaan barang karena terjadinya peningkatan harga jual yang ditetapkan perusahaan.

Omzet PT Borwita Citra Pusat pada bulan Juni mengalami peningkatan omzet dibandingkan bulan Mei, setelah melakukan wawancara pada bagaian gudang dan juga marketing. Bapak Putra selaku bagian marketing menyampaikan bahwa:

"Bulan Juni omzet kita naik jadi sekitar 440 M karena adanya perubahan harga barang, selain itu memang karena di bulan Mei ada hari besar yaitu idul fitri jadi stock gudang para konsumen sudah cukup menipis sehingga mereka perlu mengisi stock barang untuk mengisi gudang mereka."

Bu Mey selaku bagian gudang menyampaikan terkait peningkatan omzet bulan juni sebagai berikut:

"Kalo bulan Juni memang ozmet kita naik karena pada bulan Mei adanya penumpukan stok di gudang, jadi strategi dari perusahaan sendiri memberikan harga khusus untuk mengurangi stock yang berlebih di dalam gudang, agar tidak sampai menumpuk dengan masa expired dekat."

Dari juga gudang dapat disimpulkan bahwa penjelasan bagian marketing dan peningkatan omzet bulan juni dikarenakan adanya penurunan harga dan meningkatnya permintaan barang dari konsumen.

Hasil Penelitian

Peningkatan tarif PPN bagi perusahaan, Peningkatan tarif PPN bagi perusahaan memiliki dampak signifikan secara langsung terhadap suatu usaha. Hal ini mempengaruhi berbagai aspek penting dalam operasional perusahaan, termasuk sistem, biaya operasional, dan keputusan harga. PT XYZ mengambil langkah-langkah strategis dalam menghadapi perubahan ini, termasuk penyesuaian sistem, manajemen biaya operasional, dan pengambilan keputusan harga, guna meminimalisir dampak peningkatan PPN seta menjaga kelangsungan dan keberhasilan usaha pada PT BCP. Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian dari Yoseph Reinaldo (2019) yang meyatakan bahwa pajak pertambahan nilai berpengaruh signifikan terhadap penjualan. Coefisien membuktikan juga bahwa hubungan pajak pertambahan nilai terhadap penjualan sangat kuat dibuktikan dengan nilai korelasi sebesar 0,973.

Peningkatan tarif PPN terhadap Harga Pokok Penjualan, Dengan naiknya tarif PPN akan mempengaruhi harga pokok penjualan atau HPP. Peningkatan tarif PPN dapat menyebabkan peningkatan biaya bagi perusahaan, dan perusahaan dapat memilih untuk memindahkan sebagian atau seluruh biaya tambahan tersebut kepada konsumen melalui peningkatan harga penjualan. Perubahan ini membuat PT XYZ memperhatian manajemen biaya dan strategi harga agar perusahaan tetap berkinerja baik dalam menghadapi perubahan pasar dan tetap menghasilkan keuntungan yang memadai. Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian dari Indah Sari Ramadhani (2022) yang menyatakan bahwa penerapan tarif PPN 11% pada pelaku UMKM terbukti mempengaruhi harga jual yang mengalami peningkatan setelah penerapan PPN 11%.

Peningkatan tarif PPN terhadap Omzet Penjualan, Peningkatan tarif PPN menjadi 11% yang berlaku mulai 1 April 2022 berpengaruh signifikan terhadap omzet penjualan pada PT XYZ, dengan meningkatnya HPP akibat peningkatan tarif PPN akan mempengaruhi harga jual yang ditetapkan oleh perusahaan . Peningkatan harga jual tersebut menyebabkan perubahan daya beli dan perilaku konsumen, perubahan perilaku kosnumen dengan cara mengurangi pembelian atau mencari alternatif harga lebih murah berpotensi mengurangi omzet penjualan perusahaan. Hasil penelitian ini di dukung oleh hasil penelitian dari Desy Farina (2021) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh pajak pertambahan nilai terhadap daya beli konsumen, hal ini dibuktikan dengan koefisien korelasi antara PPN dan daya beli sebesar 0,812 yang berarti korelasi positif dan mempunyai hubungan yang sangat kuat dimana jika harga naik maka daya beli konsumen akan menrun.

KESIMPULAN

Peningkatan tarif PPN yang semula 10% menjadi 11% yang berlaku mulai 1 April 2022 berdampak terjadinya penurunan omzet penjualan pada PT XYZ, hal tersebut terjadi karena adanya peningkatan harga jual. Peningkatan harga jual di akibatkan naiknya biaya operasional maupun bahan baku yang di kenakan PPN 11% sebelum barang siap jual. Kenaikan harga tersebut dapat mendorong konsumen untuk mempertimbangkan alternatif lain yang lebih terjangkau atau mengurangi jumlah pembelian mereka. Akibatnya, terjadi penurunan permintaan konsumen sehingga omzet penjualan perusahaan ikut menurun. Penurunan omzet penjualan dapat berdampak pada keuangan PT XYZ secara keseluruhan. Perusahaan dapat menghadapi tekanan keuangan yang lebih besar, kesulitan dalam memenuhi kewajiban keuangan, atau bahkan menghadapi risiko pengurangan tenaga kerja atau restrukturisasi operasional.

ACKNOWLEDGEMENT

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Instansi/perusahaan/lembaga yang telah memberi dukungan financial terhadap penelitian ini.

REFERENCES

Edward Efendi Silalahi, A. D. (2022). PENGARUH STRES KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN PADA PELAYANAN TEKNIK DI PT. MAHIZA KARYA MANDIRI CABANG BEKASI. 20(1), 105–123.

Febiani Sofie, S. E. F. (2018). Identifikasi Fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia Pada Usaha Menengah (Studi Pada CV. Kota Agung).

Halsa, D., Hawignyo, H., & Supriyadi, D. (2022). Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 7(2), 663. https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.528

Hasanah, Y. N., Anggraeni, O., Suwali, S., Kusnaman, D., Hasibuan, R. R., & Efendi, B. (2025). Entrepreneurial Marketing and Marketing Performance in Gen Z Entrepreneurs: Exploring the Mediating Pathways to Entrepreneurial Resilience. *Journal of Ecohumanism*, *4*(1), 3583-3602.

Hasibuan, R. R., Novandari, W., & Setyanto, R. P. (2024). The role of digital literacy on the social media performance of batik MSMEs with digital capability as an intervening variable. *International Journal of Business and Quality Research*, *2*(03), 39-54.

Hasibuan, R. R. (2024). Dampak Personal Branding Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z. *House of Management and Business (HOMBIS) Journal*, *3*(2), 57-62.

Hasibuan, R. R. H., Suliyanto, S., & Novandari, W. (2025). PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA PEMASARAN DAN KEMAMPUAN DIGITAL TERHADAP KINERJA PEMASARAN MELALUI PERSEPSI IKLAN SEBAGAI VARIABEL MEDIATING. In *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Bisnis* (Vol. 3, No. 01, pp. 317-341).

Irawan, H. (2021). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Organisasi. JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi), 6(01), 29–38. https://doi.org/10.36665/jusie.v6i01.414

Mubaroqah, S., & Yusuf, M. (2020). Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai. Journal of Economics and Business Mulawarman University, 17(2), 222–226.

Muchammad Satrio Wibowo, & Belia, L. A. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata, 6(1), 25–32. https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i1.58108

Nabawi, R. (2019). Pengaruh Lingkungan Kerja, Kepuasan Kerja dan Beban Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 2(2), 170–183. https://doi.org/10.30596/maneggio.v2i2.3667

Nasrullah, M., Salam, R., Pratiwi, D., & Niswaty, R. (2017). Motivasi Kerja Pegawai Di Kantor Keyahbandaran Utama Makassar. Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 18(2), 206. https://doi.org/10.30596/jimb.v18i2.1505

Pangalila, C. P., Pandowo, M. H. C., Rogi, M. H., Self, P., Dan, C., Kerja, S., Perilaku, T., Manajemen, J., Ekonomi, F., Pangalila, C. P., Pandowo, M. H. C., & Rogi, M. H. (2024). CYBERLOAFING PADA PEGAWAI PT HASJRAT ABADI TENDEAN MANADO THE EFFECT OF SELF CONTROL AND WORK STRESS ON CYBERLOAFING BEHAVIOR IN PT Jurnal EMBA Vol . 12 No . 01 Februari2024 , Hal . 818-827. Manajemen, 12(01), 818–827.

Sandi, K., Hasibuan, R. R., & Ulya, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Riset Di Business Center Purbalingga 3. *DFAME Digital Financial Accounting Management Economics Journal*, *1*(1), 6-12.

Setyanugraha, S., & Hasibuan, R. R. (2020). Anteseden Loyalitas Konsumen Dari Pemberian Layanan Produk Internet PT. Laxo. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, *6*(1), 21-30.

Shavira, A. V., & Febrian, W. D. (2023). Pengaruh Motivasi Kerja, Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan PT. Sri Rejeki Isman Tbk. Jurnal Multidisiplin Ilmu, 2(04), 1010–1022.

Vanessa, V., & Nawawi, M. T. (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja, Stres Kerja, dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 4(2), 497. https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18257

Wijiasih, P., Wahyuningsih, T. H., & Amir, D. A. (2020). Pengaruh Stres Kerja , Lingkungan Kerja Fisik dan Motivasi Kerja terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Sleman. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), 1(2), 201–211.