

**MODERASI *MENTAL ACCOUNTING* PADA PENGARUH
KENAIKAN TARIF PAJAK PERTAMBAHAN NILAI
(PPN) TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI**

JURNAL

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Akuntansi



Nama : Hilda Putri Aprilia

NIM : 2022522590

Prodi : Akuntansi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS DHARMA AUB

SURAKARTA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL

LEMBAR PERSETUJUAN JURNAL

Nama : Hilda Putri Aprilia
NIM : 2022522590
Jurusan/Progdi : Akuntansi
Judul Penelitian : Moderasi *Mental Accounting* Pada Pengaruh Kenaikan
Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap
Pertumbuhan Ekonomi

Surakarta, 12 Februari 2026 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Akuntansi



Mulyadi, S.E., M.M., M.H.Ak

NIDN. 0610096501

Pembimbing

Dr. Nugroho Wisnu Murti, S.E., M.Ec.

Dev., M.Si. Ak.CA

NIDN. 0609098403

Mekanisme Perilaku Individu dalam Respons Kebijakan Fiskal: *Mental Accounting*, Pertumbuhan Ekonomi dan Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai

Hilda Putri Aprilia¹, Nugroho Wisnu Murti^{1*}

¹Universitas Dharma AUB Surakarta

Corresponding Author: Nugroho Wisnu Murti, nugroho.wm@stie-aub.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Mental Accounting, Fiscal Policy Response, Consumption Behavior, Behavioral Heterogeneity, Purchasing Power

Received : Date, Month

Revised : Date, Month

Accepted: Date, Month

©2025 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This study examines the role of mental accounting in the relationship between a Value-Added Tax (VAT) rate increase and consumer purchasing power (a key driver of economic growth). Surveying an academic community, this study find mental accounting does not moderate this relationship in the full sample. Contrary to classical theory, the VAT increase is associated with higher purchasing power, a finding more consistent with scarcity theory. Nevertheless, split-sample analysis reveals a nuanced dynamic. Mental accounting emerged as a significant moderating variable, but its effects operated in opposite directions depending on gender. These results demonstrate the complex behavioral responses to fiscal policy and highlight the need for policy design that accounts for individual heterogeneity to ensure targeted effectiveness.

PENDAHULUAN

Kenaikan tarif seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebagai instrumen fiskal sering menimbulkan dilema antara kebutuhan fiskal negara dan potensi dampaknya terhadap daya beli masyarakat (Organisation for Economic Co-operation and Development, 2020). Teori konsumsi klasik seperti Keynes (1936) dapat menjadi pertimbangan prediksi bahwa, kenaikan pajak konsumsi seperti PPN diyakini mengurangi pendapatan dan selanjutnya menekan konsumsi rumah tangga. Prediksi tersebut masih terdukung dalam beberapa penelitian terkini baik dalam skala internasional (e.g., Brancatelli & Inderst, 2025; Grodzicki & Jankiewicz, 2025) maupun dalam konteks Indonesia (e.g., Fitriyani, 2025; Hajatina & Hasanah, 2024; Sarlini et al., 2025; Stabilitas & Nasional, 2025). Namun demikian, dampak dari kebijakan tersebut dalam konteks ekonomi perilaku masih memerlukan eksplorasi lebih mendalam. Pendapat tersebut didasarkan pada laporan Badan Kebijakan Fiskal (BKF) 2024 bahwa masih dibutuhkan penelitian lebih lanjut sebagai pertimbangan kebijakan fiskal yang

lebih baik dalam dinamika perilaku masyarakat yang kompleks terutama terkait konsumsi (Badan Kebijakan Fiskal, 2024).

Kompleksitas tersebut dapat ditunjukkan dengan perkembangan pembahasan akademik tentang perilaku ekonomi. Salah satu perilaku ekonomi tersebut adalah membahas peran faktor kognitif dalam pengambilan keputusan ekonomi termasuk konsumsi dalam berbagai perubahan termasuk perubahan tarif pajak. Penelitian ini membatasi pembahasan faktor kognitif tersebut dengan konsep *mental accounting* (Thaler, 1999). Konsep tersebut merupakan aplikasi dari *prospect theory* (Kahneman & Tversky, 1979). *Mental accounting* menjelaskan bahwa individu tidak selalu memperlakukan uang secara setara dan dapat dipertukarkan, melainkan mengelompokkannya ke dalam akun-akun secara terpisah (Thaler, 1999). Sejumlah penelitian empiris terkini menemukan bahwa *mental accounting* dapat membentuk perilaku konsumsi, mulai dari alokasi pengeluaran hedonis (Cheng et al., 2023) hingga pengendalian *over-spending* (Faizal et al., 2025).¹ Kedua temuan empiris tersebut mengindikasikan bahwa *mental accounting* berpotensi berfungsi variabel yang berperan sebagai adaptasi psikologis dalam menghadapi tekanan ekonomi seperti kenaikan tarif PPN.

Kajian empiris tentang dampak kebijakan fiskal seperti kenaikan PPN dan kajian tentang *mental accounting* berkembang cukup pesat. Akan tetapi, kedua topik penelitian tersebut diindikasikan masih berjalan secara paralel berdasar beberapa penelitian di atas. Terlebih lagi pembahasan *mental accounting* dalam perilaku konsumsi di Indonesia (e.g., Dwi & Basuki, 2022; Insani et al., 2018; Qisthon et al., 2021). Artinya, terdapat potensi senjangan penelitian tentang belum dapat ditemukannya penelitian yang secara eksplisit menguji bagaimana *mental accounting* berperan dalam hubungan antara kenaikan tarif PPN dengan daya beli konsumen.

Penelitian ini merujuk Miles (2017) untuk mengidentifikasi senjangan yang dimaksud tersebut sebagai senjangan ganda yang saling terkait. **Pertama**, terdapat senjangan teoritis. Senjangan tersebut adalah belum dapat ditemukan referensi penelitian di Indonesia yang menjelaskan kerangka teoritis untuk mengintegrasikan prediksi makro ekonomi dari teori konvensional dengan mekanisme kognitif mikro khususnya potensi variasi respons individu terhadap kebijakan fiskal seperti kenaikan PPN. Beberapa penelitian di atas (e.g., Fitriyani, 2025; Hajatina & Hasanah, 2024; Sarlini et al., 2025; Stabilitas & Nasional, 2025) membahas hubungan langsung tekanan kenaikan tarif PPN dari perspektif teori konsumsi Keynes (1936). **Kedua**, senjangan tersebut relevan dengan senjangan empiris tentang belum dapat ditemukannya kajian empiris yang secara eksplisit menguji apakah *mental accounting* (sebagai aplikasi dari *prospect theory*) apakah

¹ Konsumsi *hedonis* adalah pada pembelian barang atau jasa yang terutama didorong oleh pengalaman emosional, kesenangan, keinginan, atau kepuasan sensorial. Konsumsi ini lebih bersifat subjektif, eksperiensial, dan tidak selalu terkait kebutuhan fungsional mendesak (Cheng et al., 2023). *Over-spending* (pengeluaran berlebihan) didefinisikan sebagai perilaku konsumsi yang melampaui kemampuan finansial atau anggaran rasional individu, sehingga berpotensi mengakibatkan ketidakstabilan keuangan, penumpukan utang, dan tekanan finansial (Faizal et al., 2025)

dapat berperan sebagai variabel yang dapat menjelaskan hubungan antara kenaikan tarif PPN dan daya beli konsumen. Artinya, masih belum dapat diketahui bagaimana strategi kognitif individu mempengaruhi hubungan teoritis antara kebijakan fiskal dan pertumbuhan ekonomi. Misalnya, apakah strategi ini dapat melemahkan, menguatkan, atau mengubah dampak dari kenaikan PPN terhadap daya beli konsumsi.

Penelitian Son et al. (2025) dapat menjadi rujukan yang menunjukkan bahwa *mental accounting* beroperasi sebagai variabel pemoderasi yang dinamis. Son et al. (2025) menemukan tingkat *mental accounting* yang tinggi dapat memperlemah efek langsung penggunaan media sosial terhadap sikap konsumsi barang mewah, namun memperkuat efek tidak langsung yang dimediasi oleh persepsi ketimpangan. Temuan Son et al. (2025) mengindikasikan bahwa *mental accounting* berpotensi menjelaskan mekanisme kognitif yang dapat mengubah kekuatan dan jalur hubungan antar variabel dalam menjelaskan perilaku konsumen yang kompleks. Dengan demikian, Son et al. (2025) menjadi rujukan valid untuk menguji fungsi moderasi serupa dalam konteks yang berbeda, termasuk dalam merespons tekanan kebijakan fiskal seperti kenaikan PPN terhadap daya beli konsumsi yang menjadi indikator dominan dalam mengukur pertumbuhan ekonomi negara.

Berdasarkan penjelasan senjangan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji peran *mental accounting* terhadap hubungan antara persepsi kenaikan tarif PPN dengan daya beli konsumen sebagai indikator dominan untuk mengukur pertumbuhan ekonomi negara. Penelitian ini membatasi populasi pada individu yang termasuk dalam golongan terdidik di Indonesia sebagai konteks awal strategis yang diharapkan dapat dilanjutkan pada sasaran yang lain. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan dua kontribusi.

Pertama, kontribusi terhadap referensi akademis terkait kajian fiskal yang dikaitkan dengan akuntansi keperilakuan. Penelitian ini memperdalam pemahaman konsep *mental accounting* dari ranah keputusan konsumsi sehari-hari (i.e., Cheng et al., 2023; Son et al., 2025) ke dalam konteks respons terhadap kebijakan ekonomi makro yang lebih terstruktur, yaitu kenaikan tarif PPN. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menjembatani dan memperkaya dua lintasan literatur yang selama ini berkembang secara terpisah. Dua literatur tersebut adalah literatur kajian fiskal dan literatur ekonomi perilaku (i.e., *mental accounting* sebagai mekanisme kognitif penyesuaian dalam menghadapi tekanan kebijakan fiskal). **Kedua** adalah kontribusi praktik sebagai pertimbangan kebijakan fiskal. Hasil penelitian ini menawarkan pertimbangan peran *mental accounting* sebagai refleksi perilaku individu untuk merancang paket kebijakan fiskal yang tidak hanya efektif secara makro tetapi juga responsif terhadap kapasitas adaptasi individu.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini menelusuri **dua** perspektif dalam memahami dampak kenaikan tarif PPN sebagai salah satu kebijakan fiskal di Indonesia. **Pertama**, perspektif konvensional berlandaskan teori konsumsi Keynes yang memprediksi penurunan daya beli akibat berkurangnya pendapatan (Keynes, 1936). **Kedua**,

perspektif ekonomi perilaku melalui lensa *mental accounting* (i.e., Thaler, 1999) yang menjelaskan bahwa individu dapat mengelola dampak pajak melalui strategi kognitif penganggaran. Namun demikian, penelitian yang mengintegrasikan kedua perspektif tersebut untuk menguji peran *mental accounting* dalam konteks kebijakan fiskal di Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana *mental accounting* memiliki peran pada hubungan antara kenaikan tarif PPN dengan daya beli konsumen (i.e., ukuran pertumbuhan ekonomi) pada populasi terdidik.²

Implikasi teori konvensional memiliki implikasi efek kebijakan pajak terhadap konsumsi didominasi oleh pendapat Keynes (1936). Kenaikan tarif pajak konsumsi seperti PPN dianggap mengurangi pendapatan riil dan daya beli yang menekan konsumsi agregat (i.e., sebuah hubungan negatif yang menjadi fondasi banyak model kebijakan fiskal). Dukungan empiris untuk hubungan ini kuat, baik secara internasional (e.g., Brancatelli & Inderst, 2025; Grodzicki & Jankiewicz, 2025) maupun dalam konteks Indonesia (e.g., Fitriyani, 2025; Hajatina & Hasanah, 2024; Sarlini et al., 2025; Stabilitas & Nasional, 2025). Dengan demikian, merujuk pada teori konsumsi Keynes dan kajian empiris yang mendukung teori tersebut, hipotesis pertama (H_1) dirumuskan sebagai berikut:

H_1 : Kenaikan tarif PPN memiliki pengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi, yang diukur melalui penurunan daya beli konsumen.

Konsep *mental accounting* yang dibahas oleh Thaler (1999) dapat didasarkan pada *prospect theory* yang dirumuskan oleh Kahneman & Tversky (1979). *Mental accounting* dijelaskan sebagai keputusan keuangan dengan pilihan yang dibingkai (*framing effect*). Pemisahan anggaran dalam akun-akun akan berdampak pada pengeluaran untuk konsumsi tidak lagi sepenuhnya dipersepsikan sebagai "kerugian" (*loss*) dari kekayaan total, melainkan sebagai pemenuhan terhadap rencana yang telah dialokasikan dalam akun. Proses ini secara psikologis mengurangi *pain of paying* yang merupakan inti dari *loss aversion* dalam *prospect theory*. Mekanisme tersebut dapat mengurangi hambatan mental untuk membelanjakan uang. Dengan demikian, individu dengan tingkat *mental accounting* yang lebih tinggi cenderung memiliki persepsi yang lebih rendah terhadap kerugian akibat berbelanja, atau dapat meningkatkan kecenderungan dan daya beli aktual mereka.

Dukungan empiris terkait pengaruh langsung *mental accounting* terhadap konsumsi dapat ditunjukkan dalam beberapa konteks. *Mental accounting* secara empiris dapat menjadi faktor yang menentukan alokasi konsumsi hedonis

² Penggunaan daya beli konsumen sebagai ukuran pertumbuhan ekonomi didasarkan pada kontribusi konsumsi rumah tangga yang dominan (>50%) terhadap PDB Indonesia. Perubahan daya beli secara langsung mencerminkan pergeseran permintaan agregat, dengan demikian pengukurannya pada tingkat mikro dapat menjadi indikator yang valid untuk tren ekonomi makro.

(Cheng et al., 2023). Selain itu, *mental accounting* yang tinggi ditemukan meningkatkan keputusan belanja di tengah ketidakpastian ekonomi (Dwi & Basuki, 2022) dan termasuk perilaku mengendalikan *over-spending* (Faizal et al., 2025). Berdasarkan beberapa kajian empiris tentang *mental accounting* dan *prospect theory* sebagaimana disampaikan di atas, hipotesis kedua (H₂) dirumuskan untuk menduga hubungan langsung *mental accounting* terhadap pertumbuhan ekonomi dirumuskan sebagai berikut:

H₂ : *Mental accounting* memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, yang diukur melalui peningkatan daya beli konsumen.

Beberapa studi perilaku konsumen menunjukkan bahwa struktur *mental accounting* dapat mempengaruhi keputusan pengeluaran ketika harga atau pendapatan berubah karena peristiwa eksternal (Heath et al., 1995; Son et al., 2025). Peristiwa eksternal tersebut antara lain keuntungan tidak terduga atau diskon. Akan tetapi, efek tersebut sering tergantung pada kondisi psikologis lainnya seperti gaya berpikir atau keterbatasan kognitif serta mekanisme persepsi harga yang mendorong respons berbeda terhadap perubahan harga atau biaya dalam konsumsi (Cheng et al., 2023; Heath et al., 1995).

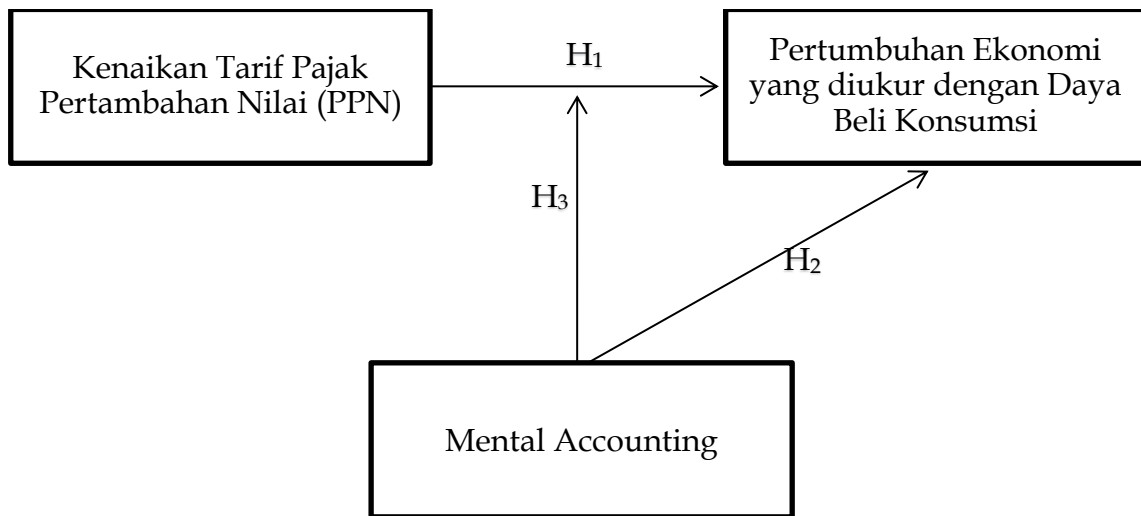
Lebih lanjut, terdapat penelitian terkini yang menemukan bahwa *mental accounting* dapat berperan sebagai moderator dalam hubungan antara variabel psikologis dan perilaku konsumsi (Son et al., 2025). Son et al. (2025) menemukan bahwa kemampuan *mental accounting* yang tinggi memperlemah atau memperkuat efek variabel lain terhadap keputusan konsumsi tergantung pada kondisi yang dihadapi individu (i.e., kondisi ketimpangan subjektif atau konteks konsumsi barang mewah). Temuan Son et al. (2025) tersebut menunjukkan bahwa fungsi *mental accounting* bukan hanya berdampak langsung tetapi juga mengubah sensitivitas konsumen terhadap faktor situasional yang mempengaruhi konsumsi.

Rumusan H₁ yang disampaikan diatas adalah refleksi dari tekanan pendapatan riil yang dapat menurunkan daya beli konsumsi. Sementara itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa *mental accounting* yang kuat dapat mendorong individu untuk lebih fleksibel dalam mengatur dan mengalokasikan pengeluaran antar akun ketika menghadapi tekanan harga (Cheng et al., 2023; Heath et al., 1995). Dengan demikian, persepsi dan respons konsumsi terhadap kenaikan PPN dapat berbeda antara individu dengan *mental accounting* tinggi dan rendah. Berdasarkan argumen ini, hipotesis moderasi (H₃) diajukan sebagai berikut:

H₃ : *Mental accounting* memoderasi pengaruh negatif kenaikan tarif PPN terhadap pertumbuhan ekonomi, yang diukur melalui peningkatan daya beli konsumen.

Hipotesis moderasi (H₃) juga didasarkan pada integrasi antara kerangka kebijakan fiskal (i.e., yang sering dibenturkan pada prediksi teori konsumsi klasik) dengan *prospect theory* (Kahneman & Tversky, 1979). Implikasi dari

prospect theory dapat menjelaskan bahwa kenaikan PPN merupakan *loss frame* (bingkai kerugian) yang meningkatkan persepsi *pain of paying* dan berpotensi dapat menekan konsumsi (H1). Namun demikian, *prospect theory* ini juga memprediksi bahwa individu membuat keputusan berdasarkan perubahan dari titik acuan (*reference point*) yang subjektif. Pada penjelasan tersebut *mental accounting* sebagai aplikasi dari *prospect theory* diduga berfungsi sebagai mekanisme kognitif yang menggeser titik acuan dengan membingkai ulang kerugian tersebut yang menjadi dasar perumusan H3 di atas. Secara visual, ketiga hipotesis di atas ditunjukkan pada Gambar 1 sebagai kerangka konseptual pengujian hipotesis.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Sampel penelitian diambil dengan metode *convenience sampling* dari kalangan perguruan tinggi di Kota Surakarta. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa Surakarta merepresentasikan kota pendidikan dengan populasi terdidik yang berpotensi sensitif terhadap perubahan kebijakan ekonomi.³ Penelitian ini memutuskan menyamakan identitas perguruan tinggi tempat pengambilan data dengan pertimbangan etika penelitian dan kerahasiaan data finansial responden. Pendekatan ini memungkinkan analisis kontekstual terhadap adaptasi keuangan kelompok strategis (i.e., terdidik) sekaligus menjaga etika anonimitas.

³ Surakarta sebagai salah satu pusat pendidikan tinggi utama di Jawa Tengah, dengan proporsi jumlah mahasiswa yang besar secara nasional. Data menunjukkan lebih dari 9 juta mahasiswa di Indonesia, dengan konsentrasi terbesar di Jawa Tengah, termasuk wilayah Surakarta. Data ini dapat diakses pada tautan berikut:

<https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/1/MjU3NyMx/jumlah-perguruan-tinggi-mahasiswa-dan-tenaga-pendidik-negeri-dan-swasta-di-bawah-kementerian-ri-seteknologi-dan-pendidikan-tinggi-kementrian-pendidikan-dan-kebudayaan-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-jawa-tengah-2020-2021-dan-2021-2022.html>

Penelitian ini menggunakan desain survei kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang mengukur persepsi responden terhadap kenaikan tarif PPN, praktik *mental accounting*, dan daya beli konsumsi yang mengukur pertumbuhan ekonomi makro dalam waktu yang bersamaan. Penggunaan metode ini mempertimbangkan kesesuaian untuk mengidentifikasi hubungan dan pola interaksi antar konstruk pada satu titik waktu, serta efisien dalam menjangkau sampel yang tersebar di kalangan responden terdidik. Selanjutnya, data dianalisis dengan regresi berganda, termasuk uji interaksi untuk moderasi. Selain itu, analisis juga dilakukan terhadap *split-sample* berdasarkan jenis kelamin dan tingkat pengeluaran untuk menguji ketahanan dan heterogenitas temuan. Model empiris penelitian diestimasi menggunakan persamaan regresi berganda yang ditunjukkan pada Persamaan (1)

$$PE_i = \beta_0 + \beta_1 PPN_i + \beta_2 MA_i + \beta_3 (PPN_i * MA_i) + e_i \dots\dots\dots(1)$$

PE_i merepresentasikan pertumbuhan ekonomi yang diukur melalui komponen konsumsi rumah tangga dalam Produk Domestik Bruto (GDP). Ukuran tersebut merujuk pada fakta bahwa konsumsi merupakan kontributor dominan terhadap perekonomian Indonesia. Variabel PPN_i menangkap persepsi terhadap kenaikan tarif PPN, dan MA_i adalah skor *mental accounting*. Interaksi $PPN_i \times MA_i$ diinterpretasikan untuk menguji efek moderasi. Koefisien β_1 dan β_2 masing-masing mengukur pengaruh langsung PPN dan M. Koefisien β_3 menguji hipotesis moderasi *mental accounting* terhadap hubungan PPN dengan pertumbuhan ekonomi (PE). Model ini diestimasi dengan *Ordinary Least Squares* (OLS). Penjelasan terkait dengan definisi operasional dan pengukuran variabel tersebut disajikan pada Tabel 1. Selanjutnya instrumen penelitian yang dikembangkan ditunjukkan pada [tautan ini](#) termasuk hasil validitas dan reliabilitas instrumen tersebut.

Prosedur penelitian diawali dengan persiapan instrumen berupa kuesioner terstruktur sebagaimana terlampir. Distribusi kuesioner dilakukan secara daring kepada populasi target di kalangan perguruan tinggi Kota Surakarta setelah memperoleh persetujuan etis secara institusional. Pengumpulan data dilaksanakan dalam periode tertentu (i.e., Desember 2025), diikuti oleh tahap analisis data pada sampel penuh dan analisis terhadap *split-sample*. Seluruh proses penelitian mematuhi prinsip etika akademik yang ditunjukkan dengan partisipasi responden bersifat sukarela (*informed consent*). Selain itu, kerahasiaan dan anonimitas data dijamin dalam publikasi penelitian ini termasuk dengan tidak menyebutkan identitas spesifik perguruan tinggi.

Tabel 1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran dan Skala	Referensi
Pertumbuhan Ekonomi (PE)	Kontribusi konsumsi rumah tangga terhadap perekonomian, sebagai proksi pertumbuhan ekonomi tingkat mikro.	Skala persepsi point Likert (1-5) sebagai skor total untuk mengukur daya beli yang mendorong konsumsi. Indikator: – Daya Beli Konsumen – Aktivitas Ekonomi dan Konsumsi Nasional – Persepsi terhadap Pertumbuhan Ekonomi Nasional – Pendapatan dan Kesejahteraan – Perilaku Konsumen terhadap Produk yang Dikenakan PPN	Dikembangkan dari Mankiw (2021)
Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN)	Persepsi individu mengenai dampak kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai dari 11% ke 12% terhadap harga barang/jasa dan beban keuangan.	Skala persepsi point Likert (1-5) Indikator: – Persepsi terhadap Peningkatan Harga akibat Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) – Persepsi Pengaruh Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Daya Beli Konsumen – Persepsi dampak Kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) terhadap Keputusan Pembelian/Berlangganan	Dikembangkan dari Husna et al (2025)
<i>Mental accounting</i>	proses kognitif individu untuk mencatat, meringkas, menganalisis, dan melaporkan transaksi atau kejadian finansial untuk menelusuri aliran uang dan mengendalikan pengeluaran.	Skala persepsi point Likert (1-5) Indikator: – Pengkategorian pendapatan & pengeluaran – Framing keuangan – Pengendalian diri & anggaran mental – Evaluasi transaksi – Perlakuan terhadap kerugian & keuntungan – Kehati-hatian	Dikembangkan dari Thaler (1999)

HASIL PENELITIAN

Sebelum menginterpretasikan temuan utama, profil responden pada Tabel 2 menyajikan konteks penting. Sampel didominasi oleh **perempuan (69%) dengan pengeluaran rendah (56% di bawah Rp 100.000)** dan mayoritas berusia produktif (33–50 tahun, 57%), yang merepresentasikan kelompok sensitif harga dengan tanggung jawab finansial tetap. Namun, dominasi **mahasiswa (61%)** dan minimnya responden berusia di atas 50 tahun (7%) menunjukkan bahwa temuan lebih menggambarkan perilaku konsumsi dalam lingkungan akademis, sehingga generalisasi ke populasi yang lebih luas dan beragam perlu dilakukan dengan kehati-hatian.

Tabel 2. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Pengeluaran, Usia dan Klasifikasi

	Kategori	N	Proporsi
Jenis Kelamin	Laki -laki	31	31%
	Perempuan	69	69%
Pengeluaran	< Rp 100.000	56	56%
	> Rp 100.000	44	44%
Usia	< 23 Tahun	21	21%
	24 Tahun - 32 Tahun	15	15%
	33 Tahun - 41 Tahun	32	32%
	42 Tahun - 50 Tahun	25	25%
	> 50 Tahun	7	7%
Klasifikasi	Mahasiswa	61	61%
	Tenaga Kependidikan	20	20%
	Dosen	19	19%
Jumlah		100	100%

Keterangan: Data mencakup distribusi jenis kelamin, tingkat pengeluaran, usia, dan klasifikasi peran responden. N adalah jumlah absolut responden dalam setiap kategori. Proporsi adalah Persentase (%) responden dalam setiap kategori terhadap total sampel (N=100).

Uji validitas konstruk instrumen penelitian termasuk uji keandalan instrumen tersebut telah dilakukan dan hasilnya disampaikan terpisah pada [tautan ini](#). Uji ini dilakukan dengan menganalisis Corrected Item-Total Correlation setiap item terhadap skor total konstraknya, dengan nilai kritis (*r* tabel) sebesar 0,1966 pada tingkat signifikansi 5% untuk sampel N=100. Hasil uji terhadap seluruh item pada ketiga variabel valid dan layak digunakan untuk pengukuran lebih lanjut. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha untuk mengukur konsistensi internal masing-masing variabel.

Selanjutnya disajikan distribusi data survei berdasar variabel penelitian ini yang ditunjukkan pada Tabel 3. Distribusi data pada Tabel 3 memperkuat relevansi pengujian moderasi *mental accounting* dengan **tiga** argumen. **Pertama**, Kelompok berpenghasilan rendah (<Rp 100.000) menunjukkan skor *mental accounting* lebih tinggi (66,79 vs. 64,75), mengindikasikan bahwa individu dengan daya beli terbatas lebih cenderung menerapkan strategi penganggaran mental yang ketat.

Tabel 3. Statistik Deskriptif

Variabel	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
Panel A. Distribusi Data Variabel berdasar Sampel Penuh					
Kenaikan Tarif PPN	100	46,65	5,56	33	64
<i>Mental Accounting</i>	100	65,89	7,95	43	93
Daya beli konsumen	100	54,14	6,48	36	73
Kenaikan Tarif PPN * <i>Mental Accounting</i>	100	3.087,48	608,00	1.849	4.928
Panel B. Distribusi Data Variabel berdasar Kategori Jenis Kelamin					
<u>Laki - laki</u>					
Kenaikan Tarif PPN	31	45,06	6,41	33	64
<i>Mental Accounting</i>	31	68,29	8,84	53	93
Daya beli konsumen	31	54,68	7,97	42	73
Kenaikan Tarif PPN * <i>Mental Accounting</i>	31	3.094,81	712,31	2.184	4.928
<u>Perempuan</u>					
Kenaikan Tarif PPN	69	47,36	5,02	36	56
<i>Mental Accounting</i>	69	64,81	7,33	43	87
Daya beli konsumen	69	53,90	5,74	36	68
Kenaikan Tarif PPN * <i>Mental Accounting</i>	69	3.084,19	560,63	1.849	4.350
Panel C. Distribusi Data Variabel berdasar Kategori Pengeluaran					
<u>Rata-rata pengeluaran per hari lebih dari Rp100.000</u>					
Kenaikan Tarif PPN	44	46,20	5,75	34	56
<i>Mental Accounting</i>	44	64,75	7,40	52	87
Daya beli konsumen	44	54,41	7,00	42	73
Kenaikan Tarif PPN * <i>Mental Accounting</i>	44	2.999,59	559,45	2.016	4.350
<u>Rata-rata pengeluaran per hari kurang dari Rp100.000</u>					
Kenaikan Tarif PPN	56	47,00	5,43	33	64
<i>Mental Accounting</i>	56	66,79	8,32	43	93
Daya beli konsumen	56	53,93	6,10	36	67
Kenaikan Tarif PPN * <i>Mental Accounting</i>	56	3.156,54	640,04	1.849	4.928

Keterangan: Tabel ini menyajikan statistik deskriptif untuk seluruh variabel penelitian, yang mencakup jumlah observasi (Obs), rata-rata (Mean), standar deviasi (Std. Dev.), serta nilai minimum dan maksimum. Data disajikan dalam tiga panel yaitu untuk sampel penuh (Panel A), berdasarkan jenis kelamin (Panel B), dan berdasarkan kategori pengeluaran (Panel C).

Kedua, nilai interaksi antara persepsi terhadap kenaikan tarif PPN dan *mental accounting* juga tertinggi pada kelompok berpenghasilan rendah (i.e., rata-rata 3.156,54). Pola ini mengindikasikan bahwa mekanisme moderasi dimungkinkan berperan lebih kuat pada kelompok yang secara finansial lebih rentan. **Ketiga**, keragaman yang tinggi dalam variabel interaksi (i.e, standar deviasi 560–712 pada semua kelompok) menunjukkan variasi respons individu yang luas. Nilai tersebut dapat menguatkan peran moderasi untuk menjelaskan perbedaan ini. Sementara itu, stabilitas rata-rata variabel daya beli konsumen pada semua kelompok mengindikasikan dampak langsung kenaikan tarif PPN yang mungkin tidak terlihat jelas pada tingkat agregat. Dengan demikian, analisis moderasi *mental accounting* diharapkan dapat dapat menjelaskan mekanisme tersebut secara lebih mendalam. Temuan awal ini secara empiris mendukung asumsi bahwa dampak kenaikan PPN terhadap daya beli tidak seragam dan dapat dijelaskan dengan variasi dalam praktik *mental accounting* individu. Penjelasan terhadap pola sebaran data ini menjadi argumen statistik yang menguatkan pengujian hipotesis moderasi dalam penelitian ini.

Selanjutnya, hasil uji asumsi model regresi data *cross-sectional* pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh asumsi telah terpenuhi. Ringkasan hasil uji asumsi tersebut disajikan pada Tabel 4. Model regresi memenuhi asumsi normalitas, tidak mengandung masalah multikolinearitas, serta terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, hasil analisis regresi dapat diandalkan untuk pengujian hipotesis penelitian.

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Asumsi Model Regresi Data Cross-section

Uji Asumsi	Hasil Pengujian	Kriteria Keputusan	Kesimpulan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	Sig. = 0,894	Sig. > 0,05, distribusi normal	Terpenuhi
Multikolinearitas (VIF)	VIF semua variabel = 1,004	VIF < 10, tidak ada multikolinearitas	Terpenuhi
Heteroskedastisitas (Glejser)	Sig. semua variabel > 0,05	Sig. > 0,05, varian residual homogen	Terpenuhi

Keterangan: Tabel ini menyajikan hasil uji asumsi klasik yang dilakukan untuk memastikan model regresi memenuhi persyaratan statistik. Tabel ini mencakup uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), uji multikolinearitas (Variance Inflation Factor/VIF), dan uji heteroskedastisitas (uji Glejser).

Ringkasan hasil analisis berdasar sampel penuh (Tabel 5) menunjukkan temuan yang menarik karena sebagian bertentangan dengan hipotesis. **Pertama**, H1 yang menduga kenaikan tarif PPN menurunkan daya beli tidak terdukung pada analisis regresi dengan sampel penuh ini (N=100). Koefisien PPN pada Persamaan 1 positif dan signifikan (0,4630***), mengindikasikan bahwa persepsi kenaikan pajak diikuti dengan peningkatan daya beli. **Kedua**, H2 yang menduga *mental accounting* meningkatkan daya beli mendapatkan dukungan tetapi cukup lemah (0,1303*). **Ketiga**, H3 yang menguji peran moderasi *mental accounting* tidak dapat terdukung. Koefisien interaksi PPN*MA pada Persamaan 2 tidak

signifikan (0,0018) dan penambahannya tidak meningkatkan kekuatan penjas model (i.e, R-sq tetap dengan nilai 0,223). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pengaruh PPN terhadap daya beli bersifat independen dari tingkat *mental accounting* responden.

Tabel 5. Ringkasan Hasil Regresi Sampel Penuh

Variabel	Persamaan 1 B / (SE)	Persamaan 2 B / (SE)
PPN	0,4630*** (0,1098)	0,3445 (0,9872)
MA	0,1303* (0,0768)	0,0481 (0,6855)
PPN*MA		0,0018 (0,0145)
*cons	23,9518*** (5,9942)	29,4874 (46,2098)
N	100	100
R- sq	0,223	0,223

Keterangan: Tabel ini menyajikan hasil estimasi regresi untuk menguji pengaruh Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Mental Accounting (MA) terhadap Daya Beli Konsumen (DBK) sebagai variabel dependen, serta interaksi keduanya. Tabel ini membandingkan dua model: Persamaan 1 menguji pengaruh langsung PPN dan MA, sedangkan Persamaan 2 menambahkan variabel interaksi (PPN*MA) untuk menguji efek moderasi MA. Setiap baris menunjukkan variabel prediktor, dengan nilai koefisien regresi (B), standar error (dalam tanda kurung/SE), dan tingkat signifikansi yang ditandai asterisk (*p<0.1; ** p<0.05; *** p<0.01). Bagian bawah tabel menyertakan jumlah observasi (N=100) dan koefisien determinasi (R-sq) untuk setiap model.

Analisis regresi pada sampel penuh memberikan gambaran agregat yang mungkin menyamarkan variasi respons antar kelompok. Potensi perbedaan tersebut dapat didasarkan pada jenis kelamin yang diindikasikan dari pola statistik deskriptif (Tabel 3). Tabel 3 menunjukkan perbedaan yang cukup tinggi terkait dengan rata-rata nilai *mental accounting* antara responden laki-laki (68,29) dibanding perempuan (64,81). Selain itu, rata-rata persepsi kenaikan PPN yang lebih rendah (45,06 pada laki-laki dan 47,36 pada perempuan). Perbedaan ini dapat mengindikasikan bahwa *mental accounting* dan sensitivitas terhadap pajak dapat beroperasi secara berbeda antara laki-laki dan perempuan. Dengan demikian, menguji model regresi secara terpisah berdasarkan jenis kelamin berpotensi mengungkap mekanisme yang lebih spesifik. Ringkasan hasil analisis regresi dengan split sampling berdasar jenis kelamin ditunjukkan pada Tabel 6.

Analisis terpisah berdasarkan jenis kelamin mengungkap mekanisme yang berbeda dibandingkan hasil sampel penuh. Selain itu, analisis terpisah berdasarkan jenis kelamin ini menunjukkan model yang lebih *robust* secara statistik dibandingkan analisis sampel penuh. Pendapat tersebut dapat ditunjukkan dari peningkatan R-Square. Pada laki-laki, nilai R-Square meningkat dari 0,303 menjadi 0,424 setelah interaksi ditambahkan. Sementara itu pada perempuan dari 0,187 menjadi 0,243. Peningkatan ini lebih substansial dan

terarah dibandingkan dengan sampel penuh dengan R-Square yang konsisten pada nilai 0,223. Standar error (SE) yang lebih kecil juga ditunjukkan pada koefisien utama dalam model tanpa interaksi (E1_L dan E1_P) dibandingkan dengan model sampel penuh, menunjukkan estimasi yang lebih stabil ketika sampel lebih homogen.

Tabel 6. Ringkasan Hasil Uji Regresi *Split Sample* Berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	E1_L	E2_L	E1_P	E2_P
	B / (SE)	B / (SE)	B / (SE)	B / (SE)
PPN_L	0,5768*** (0,2068)	5,3456** (2,0130)		
MA_L	0,1659 (0,1499)	3,2402** (1,2992)		
PPN*MA_L		-0,0659** (0,0277)		
PPN_P			0,4472*** (0,1383)	-2,4441* (1,3319)
MA_P			0,0669 (0,0948)	-2,0667** (0,9821)
PPN*MA_P				0,0451** (0,0207)
*cons	17,3566 (11,5257)	-203,4573** (93,3958)	28,3846*** (6,9842)	164,4591** (62,7310)
N	31	31	69	69
R-sq	0,303	0,424	0,187	0,243

Keterangan: Tabel ini menyajikan hasil estimasi regresi terpisah untuk kelompok laki-laki dan perempuan untuk menguji pengaruh kenaikan tarif PPN dan *mental accounting* (MA) terhadap daya beli konsumen (DBK). Tabel ini terdiri dari empat kolom model: dua model untuk sampel laki-laki (E1_L tanpa interaksi dan E2_L dengan interaksi PPN*MA_L) dan dua model untuk sampel perempuan (E1_P dan E2_P dengan struktur serupa). Setiap kolom menampilkan koefisien regresi (B), standar error dalam tanda kurung (SE), serta tanda yang menunjukkan tingkat signifikansi statistik (* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01). Bagian bawah tabel mencantumkan jumlah observasi (N) dan koefisien determinasi (R-sq) untuk setiap model.

Pada kelompok laki-laki, interaksi antara PPN dan MA bersifat negatif dan signifikan (-0,0659**). Hasil ini menunjukkan bahwa bagi laki-laki, tingginya *mental accounting* dapat melemahkan pengaruh positif PPN terhadap daya beli atau berperan sebagai faktor pengurang dampak. Sebaliknya, pada kelompok perempuan, interaksi yang signifikan positif (0,0451**) mengindikasikan bahwa *mental accounting* memperkuat hubungan positif kenaikan tarif PPN-daya beli yang memiliki makna sebagai penguat dampak. Dua efek moderasi yang berlawanan arah ini dapat menjelaskan mengapa koefisien interaksi pada analisis sampel penuh tidak signifikan. Efek pada laki-laki dan perempuan saling menetralkan ketika digabungkan. Temuan penelitian ini tidak dapat mendukung H3 yang menyatakan arah moderasi yang seragam, namun mengungkap keragaman respons berdasarkan gender.

Selanjutnya dilakukan *split-sampling* berdasarkan pengeluaran harian yang bertujuan untuk menguji apakah kelonggaran atau tekanan anggaran mempengaruhi cara *mental accounting* beroperasi sebagai moderator. Analisis ini diharapkan dapat mengungkap apakah mekanisme moderasi yang ditemukan pada analisis gender bersifat konsisten atau bervariasi berdasarkan tingkat daya beli riil. Hasil analisis ini dapat menjadi pertimbangan rekomendasi kebijakan yang lebih tepat sasaran khususnya terkait dengan disparitas pendapatan atau pengeluaran individu yang berbasis konsumsi pokok. Artinya, kenaikan tarif PPN mungkin dapat berdampak secara berbeda antara kelompok masyarakat dengan kapasitas finansial yang berbeda. Ringkasan analisis berdasar split sampling ini disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Ringkasan Hasil Uji Regresi Split Sampling Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Harian

Variabel	E1_A B / (SE)	E2_A B / (SE)	E1_B B / (SE)	E2_B B / (SE)
PPN_A	0,5465*** (0,1716)	-1,2649 (1,9527)		
MA_A	0,0480 (0,1334)	-1,2654 (1,4166)		
PPN*MA_A		0,0278 (0,0299)		
PPN_B			0,3710** (0,1437)	0,5024 (1,2152)
MA_B			0,2123** (0,0939)	0,2991 (0,8025)
PPN*MA_B				-0,0019 (0,0172)
*cons	26,0526** (10,6091)	111,3846 (92,2454)	22,3165*** (7,1976)	16,2716 (55,9637)
N	44	44	56	56
R-sq	0,213	0,230	0,269	0,269

Keterangan: Tabel ini menyajikan hasil estimasi regresi terpisah untuk kelompok laki-laki dan perempuan untuk menguji pengaruh kenaikan tarif PPN dan *mental accounting* (MA) terhadap daya beli konsumen (DBK). Tabel ini terdiri dari empat kolom model: dua model untuk sampel responden dengan rata-rata pengeluaran harian lebih dari Rp100.000 (E1_A tanpa interaksi dan E2_A dengan interaksi PPN*MA_A) dan dua model untuk sampel responden dengan rata-rata pengeluaran harian kurang dari Rp100.000 (E1_B dan E2_B dengan struktur serupa). Setiap kolom menampilkan koefisien regresi (B), standar error dalam tanda kurung (SE), serta tanda yang menunjukkan tingkat signifikansi statistik (* p<0.1, ** p<0.05, *** p<0.01). Bagian bawah tabel mencantumkan jumlah observasi (N) dan koefisien determinasi (R-sq) untuk setiap model.

Hasil analisis berdasarkan pengeluaran (Tabel 7) menunjukkan pola yang lebih sederhana dan lemah dibandingkan dengan analisis berdasarkan gender. Pada kelompok pengeluaran tinggi (A), baik pengaruh langsung maupun interaksi (PPN*MA_A) menunjukkan hasil yang tidak signifikan, dengan R-square yang rendah (0,230). Hasil tersebut mengindikasikan model yang kurang

dapat menjelaskan variasi daya beli dengan lebih baik pada kelompok ini. Sebaliknya, pada kelompok pengeluaran rendah (B), pengaruh langsung baik PPN (0,3710) maupun MA (0,2123) signifikan positif pada model tanpa interaksi (E1_B) yang mendukung H2 tetapi tidak pada H1 (identik dengan analisis sampel penuh). Namun demikian, ketika interaksi dimasukkan (E2_B), koefisien interaksi tidak signifikan (-0,0019) dan R-square tidak berubah (0,269). Artinya, *mental accounting* tidak berfungsi sebagai moderator yang signifikan pada kelompok ini, meskipun masing-masing variabel memiliki pengaruh langsung.

PEMBAHASAN

Hipotesis 1 yang didasarkan pada teori konsumsi Keynes (1936) tidak terdukung oleh data. Implikasi dari teori ini terkait dengan kenaikan pajak adalah mengurangi pendapatan yang dapat menurunkan daya beli. Namun demikian, penelitian ini menemukan sebaliknya bahwa terdapat hubungan positif antara kenaikan tarif PPN dengan daya beli. Ketidakkonsistenan ini dapat dijelaskan dengan *scarcity theory* atau teori kelangkaan (Bruijn & Antonides, 2022) sebagai *competing theory* dari teori konsumsi Keynes (1936). Teori kelangkaan menjelaskan bahwa individu yang mengalami keterbatasan sumber daya akan mengalokasikan perhatian kognitifnya secara intensif pada pengelolaan kelangkaan tersebut (Bruijn & Antonides, 2022). Jika dikaitkan dengan hasil penelitian ini, kenaikan PPN dapat dipersepsikan bukan sebagai pengurang pendapatan, tetapi juga sebagai ancaman yang akan memperburuk kondisi kelangkaan di masa depan. Ancaman tersebut memicu mekanisme penanggulangan jangka pendek yang aktif, berupa perilaku memajukan pembelian (*buy-forward*). Dengan demikian, logika penyelesaian kelangkaan (*scarcity resolving*) adalah mendorong peningkatan daya beli dalam jangka pendek yang secara empiris mengalahkan mekanisme penurunan konsumsi yang diprediksikan oleh teori Keynes. Temuan ini menekankan bahwa dalam kondisi sumber daya yang terbatas, respons terhadap kebijakan ekonomi lebih dimotivasi oleh strategi kelangsungan hidup daripada oleh penyesuaian konsumsi jangka panjang.

Temuan yang tidak dapat mendukung H1 ini menyajikan implikasi yang menarik bagi literatur penelitian sebelumnya di Indonesia karena menunjukkan hasil yang berlawanan. Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kenaikan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) cenderung menurunkan daya beli masyarakat dan berpotensi menekan pertumbuhan ekonomi (e.g., Fitriyani, 2025; Hajatina & Hasanah, 2024; Sarlini et al., 2025; Stabilitas & Nasional, 2025). Temuan ini menjadi relevan sebagai pertimbangan kebijakan berbasis literatur empiris yang menunjukkan dampak kenaikan PPN terhadap daya beli tidak bersifat homogen. Dengan demikian, kebijakan fiskal seperti kenaikan PPN dapat dipertimbangkan secara lebih kontekstual dengan harapan bahwa tujuan fiskal dapat dicapai tanpa menimbulkan distorsi konsumsi.

Temuan yang mendukung H2 dapat dijelaskan melalui *prospect theory* sebagaimana yang menjadi rujukan rumusan hipotesis ini. Implikasi dari *prospect theory* dapat menjelaskan bahwa *mental accounting* berfungsi sebagai mekanisme pembingkai (*framing effect*) yang mengubah persepsi individu terhadap uang (Kahneman & Tversky, 1979). Pengakolasian dana ke dalam "akun mental" secara terpisah akan dipersepsikan bahwa pengeluaran dari suatu akun tidak lagi dianggap sebagai kerugian (*loss*) dari kekayaan total (Thaler, 1999). Proses ini mengurangi *pain of paying* dan keengganan terhadap kerugian (*loss aversion*) yang menjadi inti *prospect theory*. Artinya, hambatan mental untuk membelanjakan uang berkurang, yang pada dampaknya dapat meningkatkan

kecenderungan daya beli konsumen yang sesuai dengan temuan positif dalam penelitian ini.

Terdukungnya H2 ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *mental accounting* berperan dalam mendorong perilaku konsumsi dan pengeluaran melalui mekanisme pengelompokan dan pelabelan keuangan secara kognitif (e.g., Cheng et al., 2023; Dwi & Basuki, 2022; Faizal et al., 2025). Dalam konteks kenaikan PPN, individu dengan *mental accounting* yang lebih baik cenderung mampu menyesuaikan alokasi pengeluaran antar-pos konsumsi tanpa secara langsung menurunkan konsumsi total, sehingga daya beli individu dapat relatif tetap terjaga. Temuan ini mengindikasikan bahwa mekanisme adaptif *mental accounting* memungkinkan konsumen untuk merespons tekanan harga dengan strategi pengeluaran yang lebih terencana, bukan dengan kontraksi konsumsi secara menyeluruh.

Implikasi ini menjadi semakin relevan mengingat karakteristik responden terdidik yang sebagian besar memiliki aktivitas utama di lingkungan perguruan tinggi, yang umumnya dihadapkan pada keterbatasan pendapatan namun memiliki tingkat literasi kognitif dan finansial yang relatif lebih tinggi. Dengan demikian, penelitian ini melengkapi literatur sebelumnya dengan menyajikan penjelasan empiris bahwa *mental accounting* berfungsi sebagai mekanisme perilaku yang dapat memitigasi dampak kenaikan PPN terhadap daya beli. Selain itu, temuan ini menawarkan perspektif kebijakan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pengelolaan pengeluaran dapat menjadi instrumen pendukung dalam meredam efek kebijakan fiskal berbasis konsumsi.

Hasil analisis split sampling mengungkap bahwa temuan tidak signifikan atas moderasi *mental accounting* pada sampel penuh tersamarkan dengan mekanisme yang lebih spesifik. Ketika dipisahkan berdasarkan jenis kelamin, *mental accounting* berperan sebagai moderator signifikan namun dengan arah efek yang berlawanan (i.e., melemahkan hubungan PPN dengan daya beli pada laki-laki tetapi memperkuatnya pada perempuan). Pada laki-laki, tingginya *mental accounting* ditemukan melemahkan hubungan positif antara PPN dan daya beli. Hasil ini mengindikasikan bahwa strategi penganggaran mental yang terstruktur membuat laki-laki lebih berhati-hati dan rasional, sehingga cenderung menahan diri dari peningkatan konsumsi terlebih lagi ada tekanan pajak. Sebaliknya, pada perempuan, *mental accounting* yang tinggi dapat memperkuat hubungan positif kenaikan tarif PPN dengan daya beli konsumsi. Praktik kategorisasi keuangan pada perempuan mungkin berfungsi sebagai alat perencanaan yang memfasilitasi realokasi anggaran, sehingga perempuan lebih mampu secara mental untuk meningkatkan konsumsi sebagai respons terhadap kenaikan PPN. Temuan ini mengungkap kompleksitas respons perilaku yang terdiferensiasi berdasarkan gender.

Implikasi temuan ini untuk kebijakan fiskal mengandung nuansa penting. Akan tetapi, memodifikasi tarif PPN berdasarkan gender merupakan hal yang tidak praktis dan bertentangan dengan prinsip netralitas pajak. Dengan demikian, penelitian ini menawarkan bahwa temuan ini lebih relevan diterapkan pada ranah kebijakan fiskal yang bersifat personal dan progresif, seperti pajak penghasilan (PPh) dan transfer pemerintah. Desain tarif PPh, besaran tunjangan

keluarga, atau skema bantuan sosial yang tepat sasaran dapat mempertimbangkan peran gender dalam pengelolaan keuangan rumah tangga untuk meningkatkan efektivitas redistribusi dan perlindungan daya beli. Dengan demikian, temuan ini bukan mengusulkan diferensiasi PPN, melainkan menguatkan argumen untuk kebijakan pendamping (*complementary policies*) yang lebih cerdas dan responsif gender guna mengimbangi dampak regresif dari pajak konsumsi seperti PPN.

Selanjutnya, analisis berdasarkan tingkat pengeluaran menunjukkan bahwa pada kelompok berpenghasilan rendah hanya berdampak langsung tanpa mampu memoderasi pengaruh kenaikan tarif PPN. Hasil tersebut konsisten dengan *scarcity theory*. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas *mental accounting* sebagai penyangga kebijakan pajak sangat bergantung pada konteks individu (i.e., gender dan tingkat kelangkaan) atau bukan mekanisme universal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa hubungan antara kenaikan tarif PPN dan daya beli tidak bersifat sederhana dan tidak dapat dijelaskan pada sebatas kerangka teori konsumsi konvensional. Temuan ini mengonfirmasi bahwa meskipun terdapat pengaruh positif langsung *mental accounting* terhadap daya beli, variabel tersebut tidak berfungsi sebagai mekanisme moderasi yang konsisten dalam menghadapi tekanan kebijakan fiskal seperti kenaikan PPN. Analisis terhadap *split sample* berdasar gender menunjukkan arah moderasi yang berlawanan dan efek moderasi pada kelompok berpenghasilan rendah. Temuan ini menggeser implikasi dari penelitian terdahulu. Pergeseran tersebut adalah penelitian sebelumnya yang memahami *mental accounting* sebagai perilaku adaptasi yang dianggap universal dalam menghadapi tekanan, bergeser menjadi memahami *mental accounting* secara lebih kontekstual. Pemahaman kontekstual tersebut ditunjukkan secara empiris pada isu kenaikan tarif PPN sebagai tekanan eksternal terhadap konsumsi pada penelitian ini.

Sebagai pertimbangan kebijakan, temuan ini dapat menjadi pertimbangan bahwa dampak kebijakan fiskal berbasis konsumsi, seperti kenaikan tarif PPN, tidak selalu dapat dipahami melalui satu mekanisme perilaku yang bersifat umum. Temuan ini menegaskan bahwa efektivitas dan konsekuensi kebijakan fiskal dapat bergantung pada konteks sosial dan karakteristik perilaku masyarakat yang terdampak. Dengan demikian, analisis kebijakan yang tidak mempertimbangkan dimensi kontekstual dapat berpotensi menghasilkan interpretasi dampak yang kurang lengkap.

PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan responden pada kalangan terdidik yaitu kampus (i.e., mahasiswa, dosen dan tenaga kependidikan). Meskipun sebagai awal yang cukup strategis untuk generalisasi pada objek yang lain, tetap diperlukan kehati-hatian ketikan dipertimbangkan sebagai rujukan kebijakan fiskal yang lebih luas untuk mewakili perilaku konsumsi masyarakat umum dengan kondisi ekonomi dan pekerjaan yang lebih beragam. Kategori responden masih dapat diperdalam, misalnya membedakan kategori pekerjaan dan jumlah

anggota keluarga. Dengan demikian, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan keterbatasan penelitian ini untuk dapat dilakukan penelitian sejenis. Pengendalian terhadap *counfounding variabel* pada penelitian berikutnya juga perlu diperhatikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Kebijakan Fiskal. (2024). *Laporan Kinerja Badan Kebijakan Fiskal 2024: Transformasi Keuangan Menuju Pembangunan yang Inklusif dan Berkelanjutan*. <https://doi.org/https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/lain-lain/file/LAKIN%20BKF%202024.pdf>
- Brancatelli, C., & Inderst, R. (2025). CPG Consumption in Times of Recession: Novel Evidence from Matched Administrative Data. *Quantitative Marketing and Economics*, 23(2), 265–289. <https://doi.org/10.1007/s11129-025-09296-5>
- Bruijn, E. De, & Antonides, G. (2022). Poverty and economic decision making: a review of scarcity theory. In *Theory and Decision* (Vol. 92, Issue 1). Springer US. <https://doi.org/10.1007/s11238-021-09802-7>
- Cheng, L., Yu, Y., Wang, Y., & Zheng, L. (2023). Influences of mental accounting on consumption decisions: asymmetric effect of a scarcity mindset. *Frontiers in Psychology*, 14(July), 1–8. <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1162916>
- Dwi, D. R., & Basuki, T. I. (2022). Financial Literacy and Mental Accounting Analysis of Financial Decisions and Shopping Interests in the Covid-19 Pandemic Era. *Journal of Business and Finance in Emerging Markets*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/https://doi.org/10.32770/jbfem.vol51-12>
- Faizal, S. M., Jaffar, N., & Muyop, N. A. (2025). Investigating Spending Behaviour Using a Mental Accounting Approach. *Asian Economic and Financial Review*, 15(2), 241–255. <https://doi.org/https://doi.org/10.55493/5002.v15i2.5310>
- Fitriyani. (2025). Analisis Kesadaran Pajak dan Dampak Kenaikan PPN terhadap Pola Konsumsi Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(1), 69–74. <https://doi.org/https://doi.org/10.70052/jeba.v3i1.698>
- Grodzicki, T., & Jankiewicz, M. (2025). Changes In Food Demand in the EU Member States and Selected OECD Countries: The Impact of Disposable Income, Unemployment and Inflation. *Technological and Economic Development of Economy*, 32(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.3846/tede.2025.25253>
- Hajatina, & Hasanah, U. (2024). Analisis Dampak Kenaikan Tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Terhadap Perilaku Konsumsi dan Kesejahteraan Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 36–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.36490/jmdb.v3i2.1452>
- Heath, T. B., Chatterjee, S., France, K. R., Heath, T. B., & France, K. R. (1995). Mental Accounting and Changes in Price: The Frame Dependence of Reference Dependence. *Journal of Consumer Research*, 22(1), 90–97. <https://doi.org/http://www.jstor.org/stable/2489702>.

- Husna, Q. A., Pahala, I., & Khairunnisa, H. (2025). Analisis persepsi kebijakan ppn pmse, kenaikan ppn, dan harga produk terhadap keputusan pembelian netflix. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing*, 6(2), 335–356. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/japa.0602.11>
- Insani, N. N., Suseno, N. S., & Romdhon, M. (2018). Mental Accounting dan Heuristik Dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Wahana Akuntansi*, 3(2), 78–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.52434/jwa.v3i2.1717>
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory : An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–292. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1914185>
- Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest and Money*. Macmillan.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Macroeconomics*. Worth Publisher.
- Miles, D. A. (2017). *Research Methods and Strategies Workshop: A Taxonomy of Research Gaps: Identifying and Defining the Seven Research Gaps* (Vol. 1). https://www.researchgate.net/publication/319244623_ARTICLE_Research_Methods_and_Strategies_Workshop_A_Taxonomy_of_Research_Gaps_Identifying_and_Defining_the_Seven_Research_Gaps
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Consumption Tax Trends 2020: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Policy Issues*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1787/152def2d-en>.
- Qisthon, A., Nugroho, R., & Muamarah, H. S. (2021). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Mental Accounting Dan Keadilan Distributif Terhadap Kepatuhan Pajak UMKM. *Sumber Artikel Akuntansi, Auditing, Dan Keuangan Vokasi*, 5(2), 1–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.35837/subs.v5i2.1378>
- Sarlini, H., Hutabarat, Y. D., Rahmayaani, E. S., & Pangestoeti, W. (2025). Analisis Pengaruh Kenaikan PPN terhadap Konsumsi Barang Kebutuhan Sekunder oleh Masyarakat Kelas Menengah di Indonesia. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 566–574. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4860>
- Son, D. H., Ko, D., & Lee, J. (2025). The effect of mental accounting in the luxury market: prepared and unprepared consumers. *Frontiers in Psychology*, 16(June). <https://doi.org/https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1554350>
- Stabilitas, D. A. N., & Nasional, E. (2025). Peran PPN dan PPNBM Terhadap Penerimaan Negara dan Stabilitas Ekonomi Nasional. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi*, 5(2), 67–77. <https://doi.org/https://doi.org/10.36563/jamanta.v5i2.1791>
- Thaler, R. H. (1999). Mental accounting matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 183–206. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1099-0771\(199909\)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/(SICI)1099-0771(199909)12:3<183::AID-BDM318>3.0.CO;2-F)