



Implikasi Fiskal Syariah Terkait Kenaikan Pajak dan Dampaknya pada Perilaku Konsumsi *Food court* di Surabaya

Eka Ananda Putri Sari¹, Wiwik Saidatur Rolianah²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Gresik Jawa Timur

e-mail: maciatokaramel@gmail.com¹, wiwik@steikassi.ac.id²

Abstrak : Studi ini bertujuan menganalisis implikasi fiskal Syariah terhadap kenaikan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan dampaknya pada perilaku konsumsi konsumen muslim di *food court* mall Surabaya, serta menguji keselarasan kebijakan dengan prinsip *al-adl* dan *hifzhul maal*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-interpretatif melalui analisis normatif hukum dan fenomenologi untuk menafsirkan makna di balik respons konsumen. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam serta analisis isi terhadap sumber hukum dan literatur Syariah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenaikan PPN menimbulkan diskrepansi etis karena sifatnya yang regresif secara mikro pada sektor F&B, yang dalam perspektif Syariah dinilai dapat mengancam *hifzhul maal* konsumen. Respons perilaku yang ditemukan bukanlah substitution effect murni, melainkan manifestasi etis *tawasut* (moderat) yang dipicu oleh kesadaran menjaga harta dan menjauhi syubuhah. Perubahan dominan terlihat pada pengurangan frekuensi kunjungan dan volume pembelian, bukan perpindahan lokasi total. Penelitian ini menegaskan perlunya pertimbangan keadilan mikro (*al-adl*) melalui kebijakan sharia *justice audit* dalam penentuan tarif pajak agar tidak hanya berfokus pada kemaslahatan makro, tetapi juga melindungi kesejahteraan individu.

Kata Kunci: Fiskal Syariah, Pajak, Perilaku Konsumsi, *Food court*

PENDAHULUAN

Pajak yang menjadi tulang punggung Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN), memegang peranan krusial dalam pembiayaan pembangunan dan stabilisasi ekonomi nasional. Di antara berbagai jenis pungutan, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah instrumen fiskal tidak langsung yang paling berpengaruh terhadap stabilitas harga dan perilaku pasar. PPN dikenakan pada setiap rantai nilai barang dan jasa, yang pada akhirnya ditanggung oleh konsumen akhir. Kebijakan pemerintah Indonesia untuk menaikkan tarif PPN, yang diimplementasikan dalam beberapa tahapan, mencerminkan kebutuhan negara untuk memperkuat basis penerimaan, mengurangi defisit fiskal, dan menyesuaikan diri dengan standar perpajakan global (Kementrian Keuangan, 2023). Kebijakan ini merupakan langkah strategis fiskal yang bertujuan menjaga kesinambungan pembangunan jangka panjang (Fund, 2023).

Kenaikan tarif PPN ini secara fundamental mengubah struktur biaya produksi dan harga jual, memicu reaksi berantai di seluruh sektor ekonomi. Studi ekonomi konvensional menunjukkan bahwa instrumen pajak, terutama PPN, secara langsung memengaruhi daya beli masyarakat dan pilihan konsumsi (Mankiw, 2022). Reaksi ini diukur melalui konsep elastisitas harga permintaan, di mana kenaikan harga cenderung menurunkan kuantitas permintaan, terutama untuk barang dan jasa yang memiliki banyak substitusi. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam

mengenai bagaimana kebijakan fiskal makro ini yang memiliki tujuan mulia dapat termanifestasi dan memengaruhi kehidupan mikroekonomi masyarakat.

Surabaya, sebagai pusat ekonomi dan perdagangan terbesar kedua di Indonesia, menampilkan dinamika konsumsi perkotaan yang sangat aktif dan beragam. Mall-mall di Surabaya, khususnya area *food court*, merupakan sentra konsumsi representatif yang mencerminkan gaya hidup masyarakat kelas menengah ke atas yang mengutamakan kenyamanan dan efisiensi waktu dalam berbelanja dan bersantap (BPS Kota Surabaya, 2023). Sektor *Food and Beverage* (F&B) dalam *food court* memiliki karakteristik sensitif harga yang tinggi karena ketersediaan berbagai pilihan dan substitusi (baik di dalam maupun di luar mall).

Ketika PPN dinaikkan, harga menu makanan dan minuman di *food court* secara otomatis meningkat. Peningkatan ini memicu dua mekanisme perilaku konsumen penting (Schiffman & Wisenblit, 2018) berupa efek substitusi, dimana konsumen mungkin beralih dari *food court* ke warung atau restoran di luar mall yang menawarkan harga lebih rendah atau menghindari pajak sepenuhnya. Dan efek pendapatan, konsumen cenderung mempertahankan lokasi *food court* namun mengurangi frekuensi kunjungan atau mengurangi jumlah porsi/menu yang dipesan per transaksi.

Data menunjukkan bahwa sektor F&B, meski resilient, tetap mengalami fluktuasi signifikan pasca penyesuaian tarif PPN (Roziqin dkk., 2025). Analisis

perilaku konsumen di *food court* Surabaya tidak hanya relevan secara ekonomi, tetapi juga sosial, karena mencerminkan pergeseran preferensi masyarakat urban dalam menghadapi tekanan biaya hidup yang semakin meningkat.

Meskipun PPN adalah instrumen fiskal konvensional, penelitian ini berupaya menganalisis dampaknya melalui lensa ekonomi dan keuangan Syariah. Dalam kerangka Syariah, kebijakan pajak dikenal sebagai *dharibah*, yang sah jika memenuhi prinsip-prinsip keadilan dan kebutuhan umat (Al Ghazali, 1963). Fiskal Syariah menekankan bahwa semua kebijakan ekonomi, termasuk perpajakan, harus berlandaskan pada tujuan utama hukum Islam (*hifzhul maal*), yang salah satunya adalah *hifzhul maal* (menjaga harta kekayaan) (Yusuf, 2022). Implikasi dari PPN harus selaras dengan prinsip keadilan distribusi (*al-adl*) (Nuraini dkk., 2025; Arif et al., 2022).

Dalam kerangka fiskal syariah, prinsip *al-adl* (keadilan distributif) menjadi pilar utama yang menuntut bahwa beban *dharibah* (pajak) tidak boleh memberatkan golongan miskin atau memperparah ketimpangan ekonomi. Dimensi fiskal syariah di sini muncul melalui tuntutan agar instrumen pajak tidak hanya berfungsi sebagai alat penerimaan negara (*budgeter*), tetapi juga harus menjamin perlindungan terhadap harta masyarakat (*hifzhul maal*). Kenaikan PPN yang dikenakan secara merata (*flat rate*) berpotensi bersifat regresif, yang dalam perspektif ekonomi Islam dianggap mencederai keadilan karena mengambil proporsi pendapatan lebih besar dari kelompok berpenghasilan

rendah. Oleh karena itu, penelitian ini menguji apakah kebijakan fiskal tersebut telah memenuhi kriteria keadilan mikro dalam konteks konsumsi F&B yang mendominasi *food court* (Khan, 2019).

Sejumlah besar penelitian telah mengkaji dampak PPN terhadap inflasi (Ridho, 2021 dan Zakia, 2017), penerimaan negara, dan daya saing industri dari perspektif ekonomi konvensional. Namun, terjadi kesenjangan substansial dalam literatur yang menghubungkan variabel-variabel tersebut dengan kerangka kerja fiskal Syariah. Hal ini menunjukkan kesenjangan konsep, belum banyak studi empiris yang secara eksplisit menguji kebijakan PPN dan dampaknya pada perilaku konsumen melalui lensa prinsip *al-adl* dan *hifzhul maal*. Kemudian kesenjangan lokasi dan sektor, hampir tidak ada penelitian yang memfokuskan analisis implikasi Syariah PPN secara spesifik pada perilaku konsumsi *food court* di mall metropolitan yang unik dan sensitif terhadap harga.

Oleh karena itu, penelitian ini memiliki urgensi tinggi. Pertama, penelitian ini akan memberikan kontribusi akademis yang signifikan dengan mengembangkan model analisis yang mengintegrasikan kebijakan fiskal modern dengan nilai-nilai syariah. Kedua, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan kritis bagi pemerintah dan otoritas terkait dalam merumuskan kebijakan fiskal di masa depan agar lebih berkeadilan dan selaras dengan etika ekonomi Syariah, dimana bisa memastikan bahwa kebijakan peningkatan penerimaan negara tidak

mengorbankan kesejahteraan dan daya beli masyarakat secara luas. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menguraikan implikasi fiskal Syariah terkait kenaikan PPN dan dampaknya pada perilaku konsumsi *food court* di mall Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib dari masyarakat kepada negara yang bersifat memaksakan dan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara dalam rangka memenuhi kebutuhan pembangunan dan pelayanan publik. Pajak memiliki fungsi sebagai sumber pendapatan negara (fungsi *budgeter*) dan sebagai alat pengaturan kebijakan sosial dan ekonomi (fungsi *regulerend*).

Sedangkan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak atas konsumsi barang dan jasa di daerah yang dikenakan secara bertingkat di setiap jalur produksi dan distribusi. PPN dipungut pada saat penyerahan barang dan jasa, impor, pemanfaatan barang dan jasa dari luar daerah, serta ekspor barang dan jasa, dan berlaku baik untuk transaksi konvensional maupun transaksi elektronik atau *e-commerce*. Dengan kata lain, PPN merupakan jenis pajak yang dikenakan saat terjadi transaksi produksi dan distribusi barang/jasa, dan berfungsi sebagai salah satu sumber utama pendapatan negara serta instrumen pengaturan ekonomi (Ridho, 2021).

Perpajakan pada *food court* umumnya dikaji dalam kerangka pajak restoran/penyajian makanan yang mencakup objek pajak berupa jasa

penyajian makanan/minuman dan layanan pendukung di lokasi bersama (*food court*, kantin, kafetaria). Secara yuridis dan administratif, banyak penelitian lokal memetakan bahwa *food court* termasuk objek pajak restoran menurut peraturan daerah dan regulasi pajak restoran nasional, dengan subjek pajak berupa pengelola stand atau pemilik unit usaha di lokasi tersebut. Temuan empiris menunjukkan variasi praktik pemungutan (mis. tarif tetap %, pemungutan per transaksi, atau kebijakan pembebasan bagi usaha sangat kecil) (Putri & Ruf, 2020).

Dua teori ekonomi utama sering dipakai untuk menganalisis pajak pada sektor makanan-layanan, berupa teori insiden pajak (*tax incidence & pass-through*) membahas siapa yang menanggung beban pajak, produsen (penyedia makanan), konsumen, atau keduanya. Studi tentang perubahan tarif PPN pada sektor kuliner mendemonstrasikan bahwa sebagian besar perubahan tarif dapat *dipass-through* ke harga konsumen, namun besaran *pass-through* bergantung pada struktur pasar, elastisitas permintaan, dan persaingan di lokasi seperti *food court*. Untuk *food court*, pasar yang relatif kompetitif dan sensitif harga, sebagian besar literatur menunjukkan adanya kecenderungan penyerahan sebagian beban ke konsumen melalui kenaikan harga (Juruss dkk., 2019). Selanjutnya, teori kepatuhan administrasi pajak (*tax compliance & enforcement theory*) menekankan peran pengawasan, transparansi transaksi, dan kemudahan administrasi (mis. sistem pajak online,

tapping box) untuk meningkatkan kepatuhan dan penerimaan. Pada *food court*, karakter transaksi banyak, bernilai kecil, dan sering tunai sehingga intervensi teknologi (*monitoring elektronik, online reporting*) disebut efektif meningkatkan realisasi pajak restoran. Beberapa studi lapangan di kota-kota Indonesia melaporkan peningkatan penerimaan setelah penerapan sistem pengawasan digital (Badruzzuhad & Firmansyah, 2024).

Teori Fiskal Daerah dan Kontribusi PAD

Dalam literatur perpajakan daerah, pajak restoran (termasuk *food court*) sering dianalisis sebagai sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD). Teori ekonomi publik lokal menyatakan bahwa optimalisasi PAD melalui pajak restoran harus mempertimbangkan potensi ekonomi lokal, pariwisata, dan dampak kebijakan pada sektor usaha mikro. Model-target dan perangkat perencanaan direkomendasikan untuk menyeimbangkan target penerimaan dan kelangsungan usaha horeca. Studi kasus menunjukkan bahwa optimalisasi memerlukan sinergi kebijakan, supervisi, dan insentif bagi usaha kecil (Tresnajaya dkk., 2024).

Perspektif syari'ah terhadap pajak pada usaha makanan (*food court*)

Kajian kontemporer Syariah memperlakukan pajak (*dharibah* / fiskal) dan zakat sebagai dua instrumen ekonomi publik yang berbeda tetapi saling terkait untuk mencapai tujuan *maqāṣid al- sharī 'ah* (tujuan syariat) berupa perlindungan harta (*hifẓ al-māl*), keadilan sosial (*ʿadl*), perbaikan masyarakat (*iṣlāḥ*). Beberapa

penelitian terbaru membahas peran zakat sebagai pelengkap atau pengurang beban bagi wajib pajak muslim, konsep *deductibility* (zakat yang dibayarkan dapat dikurangkan dari dasar pengenaan pajak atau diakui sebagai mekanisme solidaritas yang mengurangi ketegangan fiskal). Dalam konteks *food court*, wacana syari'ah mengeksplorasi dua jalur utama yaitu (a) pengakuan kontribusi zakat usaha (jika memenuhi *nisab* dan *haul*) sehingga mengurangi beban sosial, (b) perancangan kebijakan pajak lokal yang sesuai prinsip keadilan distributif dan tidak memberatkan *mustadh'afin* (pelaku UMKM kuliner). Studi *maqāṣid* menyimpulkan bahwa sistem fiskal yang adil sehingga memadukan kepatuhan hukum pajak dan kesempatan untuk menunaikan zakat sehingga lebih konsisten dengan nilai-nilai Syariah (Pratama dkk. 2024).

Integrasi Praktik Administrasi Modern dengan Prinsip Syari'ah

Literatur terbaru juga mengusulkan model administrasi perpajakan yang "*syariah-aware*" misalnya, aplikasi administrasi usaha yang memungkinkan pencatatan terpisah untuk tujuan zakat (perhitungan *nisab/haul*), kolom donasi/zakat otomatis pada POS, dan pilihan distribusi zakat melalui badan amil (BAZ/LAZ) yang diakui sehingga transparansi dan akuntabilitas terpenuhi. Model ini bertujuan menurunkan friksi antara kewajiban fiskal negara dan kewajiban keagamaan pelaku usaha di *food court*, sehingga meningkatkan kepatuhan sukarela dan legitimasi sistem (Hermawan dkk. 2024).

Dampak Ekonomi Perpajakan

Efektivitas penerimaan melaporkan peningkatan realisasi pajak restoran di beberapa daerah setelah implementasi sistem online dan pengawasan, tetapi juga menunjukkan adanya usaha-usaha kecil yang tertekan bila tarif atau pengawasan diimplementasikan tanpa insentif (Putri & Ruf, 2020). Hal ini bisa dilihat dari dampak ekonomi mengenai PPN/GST menunjukkan adanya *pass-through* ke konsumen, tetapi besaran berbeda-beda, kebijakan tarif perlu mempertimbangkan elastisitas permintaan makanan yang relatif tinggi pada segmen *food court* (Ansari & Bole, 2023).

Pada perspektif Syariah, kajian *maqāṣid* menekankan bahwa pajak yang adil dan transparan, serta pengakuan peran zakat, meningkatkan penerimaan sosial atas kebijakan fiskal. Beberapa studi menyarankan mekanisme pengakuan zakat dalam perhitungan fiskal lokal (Pratama dkk. 2024).

Perbandingan Teori

Berikut perbandingan dari teori/temuan yang muncul berupa teori ekonomi insiden vs. administrasi. Insiden pajak / *pass-through* menekankan hasil distribusi beban pajak (konsumen vs. produsen). Ini cocok untuk analisis harga dan perilaku pasar *food court*. Namun teori ini kurang menyorot masalah implementasi teknis pengumpulan pajak (Badruzzuhad & Firmansyah, 2024).

Teori administrasi dan kepatuhan menjelaskan bagaimana teknologi dan pengawasan memengaruhi realisasi pajak yang menunjukkan relevan untuk *food court* yang memiliki transaksi mikro dan

volume tinggi. Kedua teori saling melengkapi dalam insiden memberi gambaran efek ekonomi, administrasi memberi solusi untuk meningkatkan penerimaan tanpa mengganjal pasar (Badruzzuhad & Firmansyah, 2024).

Teori fiskal daerah vs. *maqāṣid syari'ah*. Fiskal daerah menekankan kebutuhan PAD dan alat pengukuran target, fokusnya utilitarian (maksimum penerimaan dengan minimal gangguan ekonomi) (Tresnajaya dkk., 2024). *Maqāṣid* menuntut keadilan, perlindungan kaum lemah, dan legitimasi moral kebijakan fiskal, ini berarti kebijakan pajak *food court* harus sensitif terhadap pelaku UMKM (mis. tarif/*threshold*), dan membuka ruang integrasi zakat sebagai alat redistribusi. Keduanya tidak sepenuhnya bertentangan fiskal daerah dapat mengadopsi prinsip *maqāṣid* untuk meningkatkan kepatuhan dan *fairness* (Pratama dkk., 2024).

Pendekatan teknis (sistem online, POS, *tapping box*) vs. pendekatan sosial-religius. Pendekatan teknis efektif meningkatkan basis pajak, namun bila dilaksanakan tanpa pendekatan sosio-religius (sosialisasi, pengakuan zakat, insentif), dapat menimbulkan resistensi dari pelaku usaha yang merasa terbebani. Integrasi kedua pendekatan direkomendasikan agar kebijakan efektif dan berkelanjutan (Badruzzuhad & Firmansyah, 2024).

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif-interpretatif dengan jenis penelitian hukum normatif-murni dan fenomenologi. Fokus utamanya

adalah memahami secara mendalam (fenomenologi) implikasi fiskal Syariah dan makna perilaku konsumsi yang berubah di kalangan konsumen dan stakeholder di Surabaya (Walidin dkk. 2015). Penelitian ini berlokasi di Kota Surabaya, berfokus pada analisis mendalam di lingkungan *food court* mall tertentu dan mengumpulkan pandangan dari para ahli ekonomi syariah, praktisi bisnis F&B, dan perwakilan konsumen. Bahan hukum dan sumber data yang digunakan adalah bahan hukum primer (regulasi PPN dan fatwa DSN-MUI terkait dharibah), bahan hukum sekunder (jurnal, literatur *hifzhul maal*), dan data primer kualitatif (hasil wawancara dan observasi).

Teknik pengumpulan data adalah studi literatur untuk data normatif dan wawancara mendalam/in-depth interview sebanyak 37 serta observasi partisipan terbatas di *food court* untuk data primer. Terakhir, analisis data menggunakan metode analisis deskriptif-kualitatif melalui penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Interpretasi dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis) dan logika deduktif untuk menguji konsistensi kebijakan fiskal (PPN) dengan prinsip al-adl Syariah, serta langkah-langkah seperti reduksi data, menafsirkan alasan substantif di balik perubahan perilaku konsumsi (Patton.M.Q, 2015). Harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang konsumen.

Lokasi ditemukan sebagai tempat dominan yang mempengaruhi minat pembelian ulang, sedangkan harga juga berperan penting secara parsial dan

simultan. Temuan ini relevan untuk memahami bagaimana kenaikan pajak (yang berimbas pada harga jual) dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen di *food court* mall Surabaya (Dewi, 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerangka Implikasi Fiskal Syariah PPN Analisis Normatif

Hasil penelitian ini secara definitif menemukan adanya diskrepansi substansial antara tujuan kebijakan fiskal PPN secara yuridis formal dengan implikasi etis kebijakan tersebut dalam kerangka Ekonomi dan Keuangan Syariah, sebuah temuan yang membedakannya secara signifikan dari literatur ekonomi konvensional. Analisis normatif terhadap Undang-Undang tentang PPN menemukan bahwa sistem pengenaan PPN secara *flat rate* menciptakan *anomali distributif* ketika diterapkan pada sektor konsumsi yang esensial, seperti makanan dan minuman yang disediakan di *food court* (Kementrian Keuangan, 2023).

Konsumen muslim di Surabaya, yang menjadi fokus studi, terbukti menanggung beban pajak yang bersifat regresif secara mikro, karena proporsi pendapatan yang dialokasikan untuk membayar PPN relatif lebih besar dibandingkan kelompok berpendapatan tinggi (Nuraini dkk. 2025). Temuan ini secara langsung menantang fokus utama ekonom konvensional yang cenderung memprioritaskan efisiensi perpajakan (*revenue generation*) di atas pertimbangan keadilan distributif (*social welfare*), seperti yang sering ditekankan dalam studi-studi lembaga internasional

(Fund, 2023) Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis bahwa efisiensi fiskal PPN tidak secara otomatis setara dengan efisiensi *masalahah* (kemaslahatan) dalam terminologi Syariah.

Diskrepansi *Al-Adl* dan Efisiensi Fiskal

Kenaikan PPN telah menimbulkan ketidaksempurnaan (*imperfect*) *al-adl* (keadilan) dalam sistem ekonomi. Prinsip *al-adl* Syariah menuntut bahwa kebijakan *dharibah* (pajak) harus diterapkan dengan mempertimbangkan kemampuan wajib pajak dan tidak boleh menimbulkan *zulm* (kezaliman) (Al Ghazali, 1963).

Meskipun pengenaan PPN di *food court* secara teknis legal, hasil interpretasi normatif menunjukkan bahwa PPN telah gagal menginternalisasi prinsip *al-adl* pada level transaksi mikro. Kegagalan ini terlihat dari fakta bahwa konsumen yang menggunakan layanan *food court* merupakan segmen pasar yang lebar, mencakup kelas menengah yang sensitif harga sehingga diperlakukan perlakuan sama dengan konsumen barang mewah (Yusuf, 2022). Kenaikan PPN menempatkan beban biaya tambahan pada kebutuhan pokok sekunder (makanan siap saji) tanpa adanya mekanisme kompensasi atau pengecualian yang berbasis Syariah. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang menganggap PPN sebagai pajak konsumsi yang netral, penelitian ini menafsirkan PPN yang regresif di sektor F&B sebagai instrumen yang berpotensi melanggar *maqasid hifzhul maal* (menjaga harta), karena secara tidak langsung memaksa konsumen mengurangi aset atau pengeluaran penting lainnya untuk menutupi kenaikan harga akibat pajak.

Diskusi ini memperluas batasan kajian fiskal Syariah, dari yang semula hanya fokus pada zakat ke instrumen pajak modern (Khan, 2019).

PPN sebagai *Dharibah Kontemporer* dan Batas *Zulm*

Pembahasan mendalam pada tataran fikih menunjukkan bahwa PPN dapat dikategorikan sebagai *dharibah* kontemporer yang diizinkan sepanjang memenuhi syarat *al-maslahah al-'aammah* (kemaslahatan umum) dan tidak melampaui batas *zulm* (kezaliman) (Syafuruddin dkk., 2023). Berdasarkan hasil wawancara, temuan ini menggarisbawahi bahwa penetapan batas *zulm* bersifat kontekstual. Dalam konteks Surabaya, *food court* adalah pilihan konsumsi bagi pekerja dan keluarga, bukan semata-mata kemewahan.

Oleh karena itu, kenaikan PPN yang memicu penurunan daya beli harus diwaspadai sebagai indikasi mendekati batas *zulm* dalam konteks etika ekonomi Islam. Analisis ini berbeda dengan pandangan bahwa pajak konsumsi otomatis adil karena bersifat *voluntary* (sukarela) bagi masyarakat urban yang terikat pada pola konsumsi modern, *food court* bisa jadi merupakan *semi-necessity* yang membatasi pilihan sukarela tersebut. Penelitian ini berargumen bahwa negara, dalam kerangka Syariah, harus memastikan bahwa *dharibah* tidak menciptakan kesulitan (*masyaqqah*) yang berlebihan bagi rakyat, yang terlihat jelas dari respons perilaku yang teramati pada konsumen.

Menurut (Kotler, 2018) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk

sebuah produk atau jasa atau sejumlah uang yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat dalam penggunaan atas sebuah produk. Sedangkan definisi menurut Effendi M Guntur harga adalah jumlah sesuatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk. Harga menjadi satu-satunya dalam unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan atau pemasukan bagi perusahaan dan bersifat fleksibel.

Fenomenologi Perilaku Konsumsi *Food court* Surabaya

Temuan fenomenologi ini memberikan interpretasi ilmiah atas bagaimana konsumen muslim di Surabaya merespons kenaikan PPN, yang secara substantif berbeda dari model perilaku konsumen konvensional. Secara umum, hasil penelitian menyimpulkan bahwa respons konsumen tidak hanya didorong oleh variabel harga dan pendapatan, melainkan oleh etika konsumsi Islam, yaitu prinsip *tawasut* (moderat) (Schiffman & Kanuk, 2018).

Kenaikan harga di *food court* tidak lantas membuat konsumen beralih sepenuhnya ke warung kaki lima (*respons substitution effect* murni), melainkan memicu proses *rasionalisasi syar'i* dalam dirinya. Sebagian besar informan kunci menyatakan bahwa kenaikan harga adalah "alarm" untuk kembali mengendalikan nafsu konsumsi dan menghindari *israf* (pemborosan).

Perubahan dalam loyalitas konsumen, di mana beberapa mencari alternatif lain dalam memenuhi kebutuhan makanan, sementara yang lain

lebih memilih belanja tradisional. Ini menciptakan gambaran dinamis tentang bagaimana individu mengelola keputusan ekonomi dalam menghadapi perubahan harga. Contohnya lebih memilih alternatif lain seperti belanja melalui aplikasi online agar mendapat harga yang lebih murah tanpa keluar rumah. Perubahan harga juga memengaruhi kepekaan harga konsumen, di mana fluktuasi harga membuat beberapa narasumber lebih mempertimbangkan pilihan menu atau mencari restoran dengan harga yang lebih bersaing. karena kesetiaan dan kenyamanan penggunaan aplikasi. Dengan pengguna tetap mencari layanan tersebut meskipun ada penyesuaian pada pilihan menu dengan anggaran yang lebih sesuai (Widya, 2024).

Kualitas pelayanan menjadi tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Konsumen yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa (Khasanah, 2023). Selain kualitas pelayanan dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah inovasi rasa. Inovasi merupakan hal baru yang belum pernah muncul sebelumnya, ada dalam bentuk pandangan, ide, produk, layanan, dan inovasi tidak terbatas (Reken dkk. 2024).

Respons *Tawasut* sebagai Bentuk *Hifzhul maal*

Hasil wawancara mendalam mengungkapkan bahwa perubahan perilaku utama adalah pengurangan frekuensi kunjungan dan pemilihan menu yang lebih hemat atau porsi yang lebih kecil, alih-alih mencari lokasi substitusi di luar mall. Perilaku ini secara ilmiah diinterpretasikan sebagai manifestasi prinsip *hifzhul maal* (menjaga harta) (Yusuf, 2022). Bagi konsumen, menjaga harta bukan hanya soal akumulasi, tetapi juga manajemen pengeluaran yang bijak (*tawasut*).

Kenaikan PPN diyakini sebagai faktor eksternal yang mendorong internalisasi nilai-nilai Syariah dalam keputusan konsumsi sehari-hari. Penurunan daya beli diubah maknanya menjadi *self-control* atau pengendalian diri. Perbedaan temuan ini dengan studi *consumer behavior* klasik adalah, jika studi klasik melihat perubahan ini sebagai respons pasif terhadap tekanan harga, penelitian ini menafsirkannya sebagai respons aktif dan etis yang dipicu oleh kesadaran menjaga harta.

Polarisasi Reaksi Harga dan Faktor Etika

Fenomenologi juga mengidentifikasi adanya polarisasi reaksi harga berdasarkan tingkat religiusitas dan keterikatan sosial. Konsumen yang memiliki tingkat pemahaman Syariah lebih tinggi cenderung lebih cepat melakukan *tawasut* dan mengaitkan PPN dengan isu keadilan.

Sementara itu, konsumen yang mengutamakan aspek sosial (*hangout* atau *prestige*) di *food court* cenderung

lebih lambat merespons harga, namun kemudian menunjukkan efek pendapatan yang lebih drastis, yaitu pengurangan jumlah item yang dibeli, bukan pengurangan kualitas. Interpretasi dari polarisasi ini adalah bagi sebagian konsumen, biaya sosial mempertahankan gaya hidup (berkumpul di mall) lebih tinggi daripada biaya PPN itu sendiri, namun pada akhirnya tekanan harga tetap memenangkan naluri *hifzhul maal*. Temuan ini memperkuat hipotesis bahwa etika Syariah berinteraksi kompleks dengan kebutuhan sosial modern dalam menentukan perilaku konsumsi di lingkungan pasar urban seperti Surabaya.

Menurut Zakia (2017) objek pajak yaitu setiap pelayanan yang disediakan dengan pembayaran di restoran. Subjek pajak orang pribadi atau badan yang melakukan pembayaran atas pelayanan restoran, wajib pajak restoran yaitu pengusaha restoran dan tarif pajak ditetapkan sebesar 10% (sepuluh persen). Restoran adalah fasilitas penyedia makanan dan/atau minuman dengan dipungut bayaran, yang mencakup juga rumah makan, kafetaria, kantin, warung, bar, dan sejenisnya termasuk jasa boga/catering.

Interpretasi Signifikansi Perubahan Pola Konsumsi

Signifikansi temuan ini terletak pada kemampuannya menjawab pertanyaan penelitian terkait implikasi fiskal Syariah memengaruhi perilaku konsumsi. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa PPN berfungsi sebagai agen katalisator yang menguji konsistensi konsumen muslim dalam menerapkan etika ekonomi Syariah di

tengah tuntutan kapitalisme pasar. Perubahan pola konsumsi di food court Surabaya tidak hanya merefleksikan daya beli yang menurun, tetapi juga perjuangan moral konsumen untuk tetap berada dalam batas *tawasut* dan menjauhi *israf*.

Relasi PPN dengan Syubuhah (Ketidakjelasan Etis)

Temuan ini mengaitkan kenaikan PPN dengan konsep *syubuhah* (ketidakjelasan / ambiguitas etis) dalam transaksi. Meskipun pembayaran PPN adalah kewajiban hukum yang jelas (halal), dampaknya yang regresif pada kelompok rentan menciptakan zona abu-abu etis. Para ahli syariah yang diwawancarai menyepakati bahwa PPN bukan *zulm* total, tetapi dampaknya yang tidak adil bagi konsumsi makanan pokok sekunder dapat menimbulkan *syubuhah* (Syafruddin dkk. 2023). Konsumen yang sensitif terhadap *syubuhah* ini cenderung memilih untuk berhati-hati dengan mengurangi transaksi di *food court*, sebagai upaya untuk menjauhkan diri dari implikasi *dharibah* yang bersifat ambigu etis. Interpretasi ini jauh melampaui analisis ekonomi konvensional, yang hanya melihat PPN sebagai pajak yang efisien dan mengabaikan adanya dimensi etis pada setiap rupiah yang dipungut.

Keadilan Mikro vs. Kemaslahatan Makro

Diskusi ini memperkuat argumentasi bahwa terdapat konflik inheren antara kemaslahatan makro (pendapatan negara) dan keadilan mikro (*al-adl* pada individu). Kenaikan PPN di *food court* berhasil mencapai *masalah* makro, tetapi dengan biaya ketidaksempurnaan keadilan di tingkat

individu. Penelitian ini menafsirkan bahwa perilaku *tawasut* konsumen adalah bentuk *self-defense* terhadap ketidaksempurnaan ini. Konsumen secara individual mengambil peran untuk memperbaiki ketidakadilan distribusi yang gagal dipenuhi oleh kebijakan fiskal negara. Ini menunjukkan bahwa dalam sistem Syariah, tanggung jawab keadilan tidak hanya berada di tangan otoritas, tetapi juga di tangan individu konsumen melalui mekanisme pengendalian diri.

Konsistensi dengan Teori Konvensional

Hasil penelitian kualitatif ini menunjukkan adanya perbedaan interpretasi signifikan jika dibandingkan dengan teori ekonomi konvensional. Temuan ini tidak sepenuhnya bertentangan dengan teori, melainkan memberikan lapisan etis yang tidak ditemukan dalam analisis konvensional murni. Teori konvensional memprediksi bahwa kenaikan harga (akibat PPN) akan memicu *substitution effect* yang kuat, di mana konsumen di *food court* Surabaya akan beralih ke warung pinggir jalan atau alternatif makanan yang lebih murah (Mankiw, 2019).

Namun, temuan fenomenologi menunjukkan bahwa *Substitution Effect* tidak terjadi secara linear atau total. Konsumen justru cenderung mengurangi kuantitas transaksi mereka di dalam *food court* itu sendiri, menunjukkan bahwa *brand loyalty*, kenyamanan, dan faktor sosial masih memiliki daya tarik kuat. Penelitian ini menafsirkan perbedaan ini sebagai adanya biaya konversi sosial (*social switching cost*) yang tinggi, yang membuat konsumen lebih memilih untuk

menanggung *income effect* dengan cara mengurangi porsi atau frekuensi, daripada menanggung biaya sosial meninggalkan lingkungan *food court* sepenuhnya (Schiffman & Kanuk, 2018; Arif, 2019).

Perbedaan utama lainnya adalah motivasi, konvensional melihat substitusi sebagai upaya utilitas. Penelitian ini melihat pengurangan konsumsi sebagai upaya *hifzhul maal* yang bersifat etis. Teori daya beli menyoroti bahwa pajak yang dikenakan pada masyarakat umum dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan warga negara yang bersangkutan. Pajak Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) dan pajak daerah Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) merupakan dua kategori pajak yang diterapkan di Indonesia (Kementrian Keuangan, 2023).

Kontradiksi antara *Rational Choice Theory* dan *Islamic Ethics*

Rational Choice Theory (RCT) menduga bahwa konsumen akan selalu membuat keputusan yang memaksimalkan utilitas pribadi (Mankiw, 2020). Dalam konteks PPN, RCT akan memprediksi bahwa konsumen akan mencari alternatif termurah secara absolut. Namun, temuan ini menunjukkan bahwa konsumen muslim di Surabaya dihadapkan pada *dualitas rasionalitas*, *rasionalitas* ekonomi (harga murah) dan *rasionalitas Syariah (tawasut)*. Perilaku *tawasut* yang diamati bukanlah *maksimisasi utilitas* murni, melainkan optimalisasi *masalah* (keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan akhirat). Optimalisasi *masalah* inilah yang membedakan temuan ini dari RCT, di

mana konsumen rela "kehilangan" sedikit *utilitas* ekonomi demi mendapatkan kepuasan etis karena telah mengendalikan pengeluaran dan menjaga harta (Khan, 2019). Penelitian ini menyimpulkan bahwa bagi konsumen muslim, rasionalitas didominasi oleh etika.

Kontribusi ilmiah yang paling penting adalah pembaharuan konseptual PPN sebagai instrumen *dharibah* di negara berpenduduk mayoritas muslim. Penelitian ini menegaskan bahwa setiap penyesuaian tarif PPN harus disertai dengan audit keadilan Syariah (*sharia justice audit*) yang mengukur dampak regresifnya di tingkat mikro. Model audit ini berfokus pada tiga pilar: 1) Keterpenuhan *al-adl* dalam beban pajak, 2) Dampak terhadap *hifzhul maal* konsumen, dan 3) Respon perilaku etis (*tawasut*) yang diaktifkan oleh kebijakan tersebut. Hasil penelitian ini menuntut agar penafsiran kemaslahatan makro (*masalah 'aammah*) oleh otoritas fiskal tidak boleh mengabaikan kemaslahatan individu (*masalah khaassah*), sebuah dimensi yang sering terlewatkan dalam literatur fiskal.

SIMPULAN

Implikasi fiskal Syariah terkait kenaikan PPN dan dampaknya pada perilaku konsumsi *food court* di mall Surabaya menunjukkan adanya diskrepansi etis antara tujuan kebijakan fiskal makro dan implementasi keadilan mikro. Secara normatif, PPN sebagai instrumen *dharibah* telah gagal mencapai kesempurnaan prinsip *al-adl* (keadilan) Syariah karena sifatnya yang regresif

secara mikro pada sektor F&B, yang merupakan kebutuhan sekunder penting bagi masyarakat urban, sehingga berpotensi mengganggu prinsip *hifzhul maal* (menjaga harta). Secara fenomenologis, kenaikan PPN terbukti tidak memicu substitution effect murni, melainkan mengaktifkan rasionalitas etis tawasut (moderasi) pada konsumen muslim. Perubahan perilaku konsumen, seperti pengurangan frekuensi kunjungan dan pemilihan porsi yang lebih hemat, diinterpretasikan sebagai respons etis self-defense untuk menjauhi syubuhah (ketidakjelasan etis) yang ditimbulkan oleh beban PPN, yang membedakan temuan ini dari teori perilaku konsumen konvensional.

Berdasarkan temuan ini, disarankan kepada Pemerintah dan otoritas fiskal untuk mengimplementasikan audit keadilan syariah (sharia justice audit) pada instrumen PPN sebelum penyesuaian tarif, khususnya untuk sektor F&B. Audit ini bertujuan untuk memetakan dampak regresif dan memastikan bahwa setiap peningkatan pendapatan negara (kemaslahatan makro) diimbangi dengan mekanisme kompensasi atau subsidi silang yang dapat menjamin keadilan distribusi di tingkat mikro, sehingga kebijakan fiskal benar-benar selaras dengan semangat *hifzhul maal*.

DAFTAR RUJUKAN

- Al-Ghazali, A. H. (1963). *Ihya ulumuddin* (Jilid 1; Nurjaman, Trans.). Nurjaman. (Original work published 1105)
- Ansari, A., & Bole, S. (2023). Study of impact of goods and services tax (GST) on restaurants. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 4(5), 390–397.
- Arif, M. (2019). The Effect of Managerial Competencies, Compensation and Career Planning Toward Employee Performance Through Job Satisfaction at PT. Bank BTPN Tbk Mikro Banking Division (MUR) Pekanbaru Branch. *Journal of management info*, 6(1), 17-21.
- Arif, M., Arsad, S., & Abdullah, M. B. (2022). The effect of managerial ability and career planning on job satisfaction and its impact on employee performance. *International Journal of Economics Development Research*, 3(1), 36-50.
- Badruzzuhad, M. T., & Firmansyah, A. (2024). Optimizing restaurant tax supervision in Jakarta: A case study of the Tanah Abang area. *Educoretax*, 4(3), 283–299. <https://doi.org/10.54957/educor etax.v4i3.767>
- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2023). *Statistik daerah dan analisis ekonomi Kota Surabaya tahun 2023*.
- Dewi, Y. V. (2022). *Pengaruh harga dan lokasi terhadap minat pembelian ulang konsumen nasi bumbu Madura di food court Aiola Surabaya* [Undergraduate thesis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas]. Repositori institusi.
- Fund, I. M. (2023). *International corporate tax reform* (Policy Paper No. 2022/063).
- Hermawan, I., Hindrawati, G., & Sartono,

- S. (2024). Development of sharia-based financial: An implementation in the halal food industry. *Journal of Islamic Economic and Business Research*, 4(2), 115–129. <https://doi.org/10.18196/jiebr.v4i2.124>
- Jurušs, M., Roze, L., & Lūka, M. (2019). Impact of value added tax on restaurant services. *Research for Rural Development*, 2, 198–204. <https://doi.org/10.22616/rrd.25.2019.071>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). *Informasi APBN 2023*.
- Khan, T. (2019). Reforming Islamic finance for achieving sustainable development goals. *Journal of King Abdulaziz University: Islamic Economics*, 32(1), 3–21. <https://doi.org/10.4197/Islec.32-1.1>
- Khasanah, R., & Hartono, M. A. F. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan inovasi rasa terhadap keputusan pembelian ulang pada toko Hachi Donut Mojokerto. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 78–91.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Mankiw, N. G. (2019). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Mankiw, N. G. (2022). *Principles of economics*. Cengage Learning.
- Nuraini, A., Ahmadi, B., & Aziz, A. (2025). Ekonomi Islam: Prinsip dan implementasinya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 13(2), 89–105.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods*. Sage Publications.
- Pratama, M. R., Mukhlisin, M., & Azid, T. (2024). Zakat vs tax: A maqasid sharia perspective. *Journal of Islamic Economic and Financial Studies*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.47700/jiefes.v5i1.7846>
- Putri, V. A., & Ruf, M. F. M. (2020). Efektivitas penerimaan pajak restoran dalam meningkatkan pendapatan asli daerah Kota Surabaya tahun 2016–2020. *Jurnal Akuntansi*, 10(3), 1517–1528.
- Reken, F., Suprihartini, L., Masliardi, A., Kadek, N., & Hariyanti, D. (2024). *Pengantar manajemen pemasaran*. CV Gita Lentera.
- Ridho, M. N. (2021). Pengenaan pajak pertambahan nilai (PPN) pada transaksi e-commerce. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 5(1), 520–527. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i1.1765>
- Roziqin, M. A., Dewi, S., Putri, N., & Janah, M. (2024). Transformasi fiskal menuju Indonesia Emas 2045: Analisis dampak kenaikan pajak pertambahan nilai (PPN) 12% dan peran krusial fenomena cashless society. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(1).
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior*. Pearson Education.
- Syafruddin, R. A., Ikhsan, M., Astuti, T.,

- Amin, M., Patawari, L., & Alam, A. S. (2023). *Masail fiqhiyyah*. Global Eksekutif Teknologi.
- Tresnajaya, J., Tatan, Supriyadi, Sabnita, & Nina. (2024). Determination of restaurant tax revenue targets (case study in Sumedang Regency). 33, 1556–1570.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Waluyo, A. G., & Zakia. (2017). Pengaruh pengenaan pajak restoran pada harga produk kedai kopi Bengawan Solo Coffee terhadap keputusan pembelian di wilayah Bandar Udara Internasional Soekarno Hatta Tangerang Banten. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3(2).
- Widya, K. (2024). *Perilaku pembelian akibat perubahan kebijakan harga Go-Food sebelum dan sesudah pandemi*, 1–6.
- Yusuf, S. D. (2022). Pemikiran ekonomi Islam M. Umar Chapra. 3(April), 65–79.