

Pengaruh Harga Menu Tidak Termasuk Pajak terhadap Ketertarikan Konsumen pada Restoran di Kota Bandung

Abdul Rahman ^a dan Anas Alrasyid Putrawidya Buana ^b

^a Politeknik STIA LAN Bandung

^b Politeknik STIA LAN Bandung

e-mail : abdul.rahman@poltek.stialanbandung.ac.id dan anasal641@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ketertarikan konsumen pada restoran di Kota Bandung untuk datang ke restoran yang sama setelah mengetahui adanya perbedaan antara harga yang ada di menu dengan pada saat pembayaran karena adanya pajak restoran. Tujuan kedua dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pilihan konsumen antara restoran dengan harga menu yang sudah termasuk pajak dengan restoran dengan harga menu yang belum termasuk pajak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, serta dengan metode deskriptif. Hasilnya, 54% dari total 50 responden akan pergi ke restoran yang sama walaupun harga yang ada di menu berbeda dengan harga pada saat pembayaran, dan 88% dari total 50 responden memilih restoran dengan harga menu yang sudah termasuk pajak dibandingkan restoran dengan harga menu yang belum termasuk pajak. Dapat disimpulkan bahwa konsumen restoran di Kota Bandung akan tetap datang ke restoran yang sama walaupun ada perbedaan harga antara yang ada di menu dengan pada saat pembayaran terlepas dari faktor lain selain pajak restoran yang berlaku. Tetapi, konsumen restoran di Kota Bandung lebih memilih restoran dengan harga menu yang sudah termasuk pajak daripada harga menu yang belum termasuk pajak.

Kata Kunci: pajak, pajak restoran, konsumen.

The Effect of Menu Prices Excluding Taxes on Consumer Interest in Restaurants in Bandung

Abstract

The aim of this research is to determine the interest of restaurant consumers in the city of Bandung to come to the same restaurant after knowing the difference between the prices on the menu and the time of payment due to the restaurant tax. The second objective of this research is to find out consumers' choices between restaurants with menu prices that include taxes and restaurants with menu prices that do not include taxes. This research uses a quantitative approach, as well as a descriptive method. As a result, 54% of the total 50 respondents will go to the same restaurant even though the price on the menu is different from the price at the time of payment, and 88% of the total 50 respondents choose a restaurant with menu prices that include tax compared to menu prices that do not include tax. It can be concluded that restaurant consumers in the city of Bandung will still come to the same restaurant even though there is a price difference between what is on the menu and the time of payment regardless of factors other than the applicable restaurant tax. However, restaurant consumers in Bandung prefer restaurants with menu prices that include tax rather than menu prices that do not include tax.

Keywords: tax, restaurant tax, consumer

A. PENDAHULUAN

Restoran merupakan tempat yang menyediakan berbagai macam makanan sesuai dengan selera konsumen. Ada banyak jenis restoran mulai dari yang menyediakan makanan lokal hingga internasional. Pada keadaan pandemi seperti yang terjadi saat ini, tidak sedikit orang yang ingin pergi ke restoran atau memesan makanan secara online sebagai pilihan lain ketika bosan dengan menu makanan di rumah. Pada setiap restoran di Kota Bandung, akan dikenakan pajak sesuai dengan Peraturan Daerah Kota Bandung No 03 Tahun 2003 tentang Pajak Restoran. Di Kota Bandung, menurut data.bandung.go.id, jumlah penduduk pada tahun 2020 terdapat 2.500.967 orang. Hal ini akan berdampak baik pada pertumbuhan restoran yang ada di Kota Bandung terlebih Kota Bandung merupakan wilayah dengan tren makanan yang cukup tinggi. Ada banyak macam makanan dan minuman yang unik dan khas di Kota Bandung, sehingga akan berdampak baik pula pada pendapatan daerah dari pajak restoran.

Judul dan objek dari penelitian ini dipilih karena dilandasi pemikiran bahwa ada sangat banyak populasi warga yang ada di Kota Bandung mulai dari warga asli sampai perantauan, sehingga pengetahuan warga yang ada di Kota Bandung tentang pajak restoran akan mempengaruhi ketertarikan konsumen untuk kembali ke restoran yang sama dan pemilihan restoran oleh konsumen terhadap harga menu yang ditawarkan restoran yang sudah termasuk pajak dan yang belum termasuk pajak.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui ketertarikan konsumen untuk datang ke restoran yang sama setelah mengetahui adanya pajak restoran, dan pilihan konsumen terhadap harga menu di restoran yang termasuk pajak dan tidak termasuk pajak. Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik membahas masalah ini dalam jurnal ilmiah yang diberi judul "Pengaruh Harga Menu Tidak Termasuk Pajak pada Restoran di Kota Bandung".

Menurut Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, pajak restoran adalah pajak atas pelayanan yang disediakan oleh restoran, dengan tarif pajak yang ditetapkan adalah 10%. Tarif pajak ditetapkan dengan Peraturan Daerah. Dasar pengenaan pajak restoran adalah jumlah pembayaran yang diterima atau yang seharusnya diterima restoran.

Dalam menjalankan perusahaan, manajer harus mengetahui perilaku konsumennya yang terdiri dari individu dan kelompok untuk menentukan strategi yang tepat dalam menjalankan perusahaan.

Tingkat pembelian kembali adalah tingkat pembelian berdasarkan pengalaman pembelian sebelumnya. Tingkat pembelian ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dengan keputusan pembelian. Keputusan untuk menerima atau menolak suatu produk muncul setelah konsumen mencoba produk tersebut dan kemudian timbul perasaan suka atau tidak suka terhadap produk tersebut. Kesukaan terhadap suatu produk muncul ketika konsumen percaya bahwa produk yang digunakannya berkualitas baik dan dapat memenuhi atau bahkan melebihi kebutuhan dan harapan konsumen. Dengan kata lain, produk tersebut memiliki nilai yang besar di mata konsumen. Tingkat pembelian ulang yang tinggi tersebut akan berpengaruh positif terhadap keberhasilan pasar produk tersebut (Thamrin, 2003, dalam Dewi, 2017).

Menurut Tjiptono (2011), dalam Dionisius (2018), harga memegang peranan penting dalam ekonomi makro (konsumen dan bisnis). Di sisi konsumen, di ritel ada segmen pelanggan yang sangat sensitif terhadap harga (menjadikan harga sebagai satu-satunya kriteria untuk membeli suatu produk) dan ada pula yang tidak. Sebagian besar konsumen agak sensitif terhadap harga tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti citra merek, lokasi, layanan, biaya, dan kualitas. Selain itu, persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk seringkali dipengaruhi oleh harga. Dalam beberapa kasus, harga tinggi

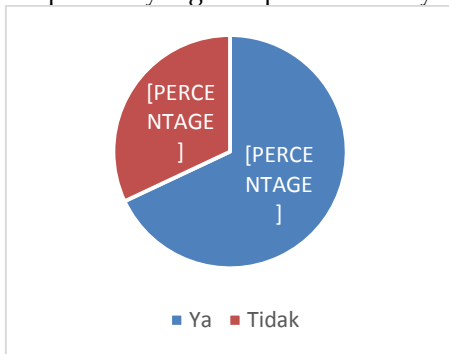
dipandang sebagai ekspresi kualitas tinggi, terutama dalam kategori makanan khusus.

Dalam penelitian ini, penulis ingin menekankan pada teori dari Thamrin (2003) dan Tjiptono (2011), yaitu minat beli ulang konsumen pada restoran di Kota Bandung dan seberapa pengaruhnya pemasangan harga pada menu di restoran terhadap minat beli ulang konsumen. Apakah dengan adanya perbedaan harga yang ada di menu dengan total harga pada saat pembayaran membuat mereka kembali lagi ke restoran yang sama, serta kecenderungan konsumen restoran di Kota Bandung untuk memilih restoran yang memasang harga pada menu sudah termasuk pajak atau lebih memilih restoran yang mencantumkan harga menu belum termasuk pajak. Pada penelitian ini, akan dilihat hasil survey konsumen restoran Kota Bandung dengan kesesuaian yang ada pada teori Thamrin (2003).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung dengan kriteria orang yang sudah pernah melakukan transaksi di restoran di Kota Bandung. Sampel diambil menggunakan teknik Cluster Random Sampling. Data diambil menggunakan kuesioner yang memanfaatkan platform google form. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data.

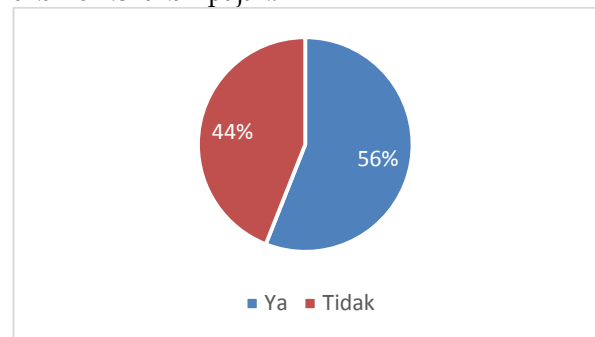
B. PEMBAHASAN

Dari responden data diambil. Pemilihan responden berdasarkan teknik *cluster random sampling* dimana peneliti mencari responden secara acak baik jenis kelamin maupun usia yang dibatasi dengan wilayah yaitu Kota Bandung. Responden yang didapatkan sebanyak 50 orang.



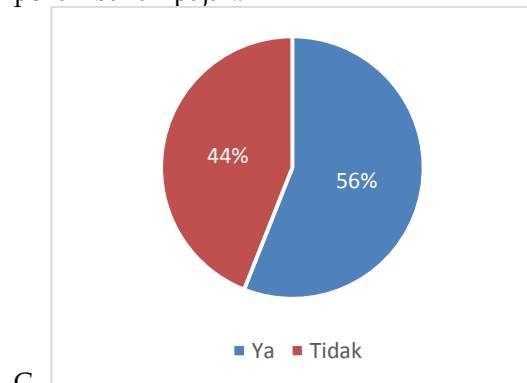
Gambar 1. Pengetahuan Konsumen terhadap Pajak Restoran

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 68% atau sebanyak 34 orang responden mengetahui adanya pajak restoran dan 32% atau sebanyak 16 orang yang tidak mengetahui adanya pajak yang dikenakan di restoran. Hal ini menunjukkan tingkat pengetahuan konsumen restoran di Kota Bandung cukup tinggi di atas 51%. Artinya, sebagian besar konsumen restoran di Kota Bandung menyadari menu yang dipesan akan dikenakan pajak.



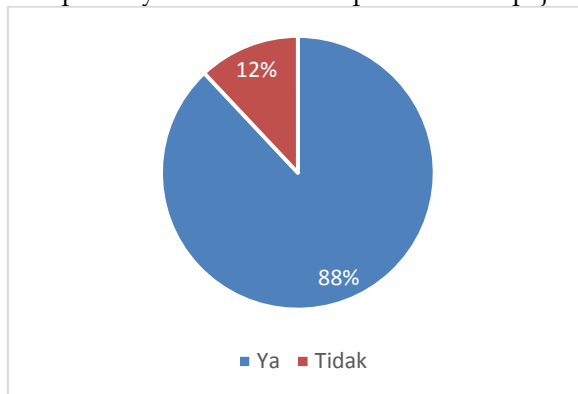
Gambar 2. Jumlah Konsumen yang Kecewa terhadap Perbedaan Harga Menu dan Total Pembayaran.

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 56% atau 28 konsumen merasa kecewa saat harga pada menu dengan harga yang dibayarkan berbeda karena ada penambahan pajak di luar harga menu. Sebanyak 44% atau 22 konsumen tidak merasa kecewa saat mengetahui harga saat pembayaran berbeda dengan harga yang ada di menu restoran karena ada penambahan pajak.



C. Gambar 3. Jumlah Konsumen yang Akan Pergi ke Restoran yang Sama Saat Mengetahui Perbedaan Harga Menu dengan Harga yang Dibayarkan.

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa sebanyak 56% atau 28 konsumen akan tetap pergi ke restoran yang sama setelah mengetahui harga yang ada di menu berbeda dengan total harga pada saat pembayaran karena ada penambahan pajak. Di sisi lain, sebanyak 44% atau 22 konsumen tidak akan kembali ke restoran yang sama setelah mengetahui harga yang ada di menu berbeda dengan harga pada saat pembayaran karena ada penambahan pajak.



Gambar 4. Jumlah Konsumen yang Lebih memilih Harga Menu Termasuk Pajak.

Dari diagram di atas dapat diketahui bahwa 88% atau 44 konsumen memilih harga menu yang sudah termasuk pajak dibandingkan harga menu di luar pajak. Sebanyak 12% atau 6 konsumen tidak memilih harga menu yang sudah termasuk pajak.

Dari hasil data yang telah diuraikan di atas, konsumen tidak terlalu mempermasalahkan adanya perbedaan harga yang ada di menu dengan harga pada saat melakukan pembayaran karena ada penambahan pajak. Akan tetapi, konsumen lebih menyukai harga menu yang ditawarkan di restoran sudah termasuk pajak dibanding harga menu yang terpisah dari pajak. Hal ini perlu diperhatikan oleh restoran di Kota

Bandung sebagai salah satu cara menarik minat konsumen.

D. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Dari penelitian yang sudah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memperkuat sekaligus menyanggah teori. Konsumen restoran di Kota Bandung akan tetap datang ke restoran yang sama walaupun ada perbedaan harga antara yang ada di menu dengan pada saat pembayaran terlepas dari faktor lain selain pajak restoran yang berlaku. Tetapi, konsumen restoran di Kota Bandung lebih memilih restoran dengan harga menu yang sudah termasuk pajak daripada harga menu yang belum termasuk pajak. Dari hal tersebut dapat dijadikan perhatian kepada restoran-restoran yang ada di Kota Bandung dalam menampilkan harga yang ada di menu untuk menarik minat konsumen.

REFERENSI

- Apecilus N, Dionisius. 2018. Pengaruh Harga, Suasana Cafe, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Moderator Studi Kasus pada Cafe Bjongngopi Yogyakarta. Skripsi. Program Studi Manajemen. Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Sanata Dharma. Yogyakarta
- Sartika Dewi. 2017. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk You C 1000 serta Dampaknya terhadap Loyalitas Konsumen. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Vol 2 No 1, p 10-21.
- Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.