

Persepsi Masyarakat atas Pengenaan Pajak Pertambahan Nilai pada Menstrual Hygiene Product (Studi pada Masyarakat Berjenis Kelamin Perempuan di DKI Jakarta) = Public Perception on the Imposition of Value Added Tax on Menstrual Hygiene Product (Study on Female Gendered People in DKI Jakarta)

Zella Alnahda, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920544234&lokasi=lokal>

Abstrak

Produk kewanitaan berupa menstrual hygiene product yang termasuk kedalam kebutuhan pokok para wanita masih tetap dikenakan Pajak Pertambahan Nilai sebesar 11%. Atas hal tersebut dalam menciptakan pembangunan berkelanjutan dan pemberdayaan perempuan di Indonesia, isu perolehan menstrual hygiene product yang mudah diakses dan aman menjadi topik yang menarik untuk dibahas. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengeksplorasi terkait persepsi wanita atas adanya pengenaan PPN pada menstrual hygiene product. Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan teknik pengumpulan data kuantitatif. Data kuantitatif yang dikumpulkan peneliti yaitu menggunakan survei berbasis online. Selain itu untuk melengkapi pengumpulan data, peneliti akan mengumpulkan data tersebut melalui wawancara mendalam kepada beberapa informan yang berpengaruh atau berperan penting pada penelitian ini. Persepsi negatif pada hasil penelitian ini menandakan bahwa wanita di DKI Jakarta yang berada pada usia 17-49 tahun dan membeli serta mengonsumsi pembalut menolak atau tidak setuju atas adanya pengenaan PPN pada produk pembalut. Hal ini menggambarkan bahwa perlunya perhatian pemerintah dalam menyelesaikan masalah tersebut. Berdasarkan hasil analisis pada hasil penelitian ini diketahui bahwa wanita di DKI Jakarta sudah memiliki kesadaran penuh dalam mendukung hak-hak wanita dalam mendapatkan pembalut yang higienis dan terjangkau. Wanita DKI Jakarta juga memiliki keinginan besar untuk mendapatkan atau memperoleh informasi maupun keinginan menyuarakan lebih lanjut terkait penerapan pengenaan PPN pada menstrual hygiene product atau kebijakan lebih lanjut yang sesuai. Selain itu, dalam penelitian ini juga diketahui bahwa harga pembalut menentukan sikap wanita dalam memilih produk pembalut sehingga penetapan harga pembalut pada produk pembalut yang higienis perlu disesuaikan dengan tepat. Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya juga diketahui bahwa terdapat perbandingan yang proporsional terkait hubungan pengenaan PPN pada menstrual hygiene product dalam hal ini spesifik pada produk pembalut merupakan bentuk diskriminasi gender bagi wanita. Namun dilain sisi, mayoritas responden menyetujui adanya pemberian insentif PPN pada menstrual hygiene product dalam hal ini spesifik pada produk pembalut.

.....Women's products, specifically menstrual hygiene products, which are considered essential needs for women, are still subject to a Value Added Tax (VAT) of 11%. In the context of fostering sustainable development and women's empowerment in Indonesia, the issue of accessible and safe menstrual hygiene products has become an important topic for discussion. This study aims to explore women's perceptions regarding the imposition of VAT on menstrual hygiene products. The researcher employed quantitative data collection methods, specifically through an online survey. Additionally, to complement the data collection, the researcher conducted in-depth interviews with several key informants who play important roles in this study. Negative perceptions in the study results indicate that women in DKI Jakarta, aged 17-49 years, who

purchase and use sanitary pads, reject or disagree with the imposition of VAT on sanitary products. This highlights the need for government attention to address this issue. The analysis results of this study reveal that women in DKI Jakarta are fully aware of supporting women's rights to obtain hygienic and affordable sanitary pads. They also express a strong desire to receive information and voice their opinions further regarding the VAT imposition on menstrual hygiene products or related policies. Additionally, the study found that the price of sanitary pads influences women's choices in selecting these products, indicating the need for appropriate pricing of hygienic sanitary pads. The analysis also shows a proportional comparison, suggesting that the VAT imposition on menstrual hygiene products, specifically sanitary pads, constitutes gender discrimination against women. On the other hand, the majority of respondents agree with the provision of VAT incentives for menstrual hygiene products, specifically sanitary pads.