

## Efektivitas Regulasi Perpajakan E-Commerce dalam Optimalisasi Peningkatan Penerimaan Pajak Di Indonesia ( Studi Kasus E-Commerce Sukabumi)

*Zeynep Aslan<sup>1</sup>, Andhera Putra Gunawan<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>*Universitas Nusa Putra Sukabumi*

*Jl. Raya Cisaat, Sukabumi No 21 Kab. Sukabumi, Jawa Barat*

*Email : [zeynep.aslan\\_ak23@nusaputra.ac.id](mailto:zeynep.aslan_ak23@nusaputra.ac.id) [andhera.putra\\_ak23@nusaputra.ac.id](mailto:andhera.putra_ak23@nusaputra.ac.id)*

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pemahaman perpajakan e-commerce pada pelaku usaha UMKM fashion dan makanan di wilayah Sukabumi. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan wawancara mendalam kepada pemilik usaha yang berjualan melalui platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum sepenuhnya memahami ketentuan perpajakan berdasarkan PMK No. 60/PMK.03/2022, khususnya terkait kewajiban sebagai Pengusaha Kena Pajak, pelaporan PPN, dan pengelolaan dokumen bukti pungutan pajak. Kurangnya pemahaman ini berpotensi menghambat kepatuhan pajak dan penerimaan negara dari sektor e-commerce. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi dan panduan yang lebih terstruktur serta mudah dipahami guna meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha di Sukabumi terhadap regulasi perpajakan digital.

**Kata kunci:** *Pajak, E-Commerce, Online Shop*

**Abstract:** *The purpose of this study is to analyze the level of tax literacy among e-commerce entrepreneurs in the fashion and food micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector in the Sukabumi region. This research employs a qualitative descriptive method, utilizing in-depth interviews with business owners operating through digital platforms. The findings indicate that most entrepreneurs have not fully understood the taxation regulations as stipulated in Minister of Finance Regulation No. 60/PMK.03/2022, particularly regarding their obligations as Taxable Entrepreneurs (PKP), Value Added Tax (VAT) reporting, and the management of tax withholding documents. This lack of understanding may hinder tax compliance and reduce state revenue from the e-commerce sector. Therefore, a more structured and accessible dissemination of information and guidance is necessary to enhance awareness and compliance with digital tax regulations among business actors in Sukabumi.*

**Keyword:** *Tax, e-commerce, online shop*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa transformasi besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan perdagangan. Salah satu dampak paling mencolok adalah maraknya aktivitas perdagangan elektronik (e-commerce), yang telah menjadi bagian integral dari ekosistem ekonomi digital di Indonesia. Kemudahan akses internet, pesatnya penggunaan perangkat mobile, serta berkembangnya platform digital telah memungkinkan masyarakat melakukan transaksi jual beli secara daring dengan lebih efisien dan luas jangkauannya.

Fenomena pertumbuhan e-commerce tidak hanya memberikan kontribusi besar terhadap percepatan ekonomi nasional, tetapi juga menghadirkan tantangan serius di bidang perpajakan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai transaksi e-commerce di Indonesia pada tahun 2022 mencapai Rp 476,3 triliun, mencerminkan lonjakan signifikan dalam aktivitas perdagangan digital. Namun, potensi fiskal dari sektor ini belum tergarap secara optimal. Data Kementerian Keuangan mencatat bahwa penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dari transaksi digital pada tahun yang sama hanya mencapai sekitar Rp 5,51 triliun, menunjukkan adanya kesenjangan yang besar antara potensi dan realisasi penerimaan negara.

Salah satu penyebab utama kesenjangan tersebut adalah belum optimalnya sistem perpajakan yang mampu mengakomodasi karakteristik transaksi digital. E-commerce yang bersifat borderless, real time, dan tidak selalu memiliki kehadiran fisik membuat proses pengawasan, identifikasi subjek pajak, serta pemungutan pajak menjadi sangat

kompleks. Kondisi ini memperlihatkan bahwa regulasi perpajakan yang berlaku belum sepenuhnya mampu menjawab tantangan dari pesatnya perkembangan ekonomi digital.

Karakteristik e-commerce yang bersifat borderless, tanpa kehadiran fisik, serta melibatkan berbagai metode pembayaran digital yang sulit dilacak, menjadi tantangan utama bagi otoritas pajak. Banyak pelaku usaha e-commerce belum memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), belum dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP), dan belum memahami kewajiban pelaporan serta penyeteroran pajak. Bahkan, terdapat asumsi keliru bahwa seluruh kewajiban perpajakan telah diurus oleh platform marketplace, padahal secara regulasi, pelaku usaha tetap memiliki tanggung jawab perpajakan tersendiri.

Studi sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Sumardi Adiman & Junawan (2022) di Kecamatan Sunggal, menunjukkan bahwa mayoritas pelaku bisnis online belum memahami dengan baik konsep perpajakan e-commerce, termasuk aspek legal seperti NPWP dan sanksi perpajakan. Bahkan sebagian besar responden merasa bahwa penghasilan mereka belum layak dikenai pajak, atau belum mendapatkan sosialisasi memadai dari otoritas pajak. Temuan ini menunjukkan adanya celah yang sama juga dapat terjadi di kota-kota lain.

Berkaca dari penelitian tersebut, penulis berupaya menelaah bagaimana kondisi serupa terjadi di Kota Sukabumi, terutama dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha e-commerce di daerah tersebut. Kota Sukabumi sebagai salah satu wilayah yang berkembang secara ekonomi juga memiliki potensi pajak yang besar dari sektor digital, namun belum banyak kajian

ilmiah yang mengevaluasi pemahaman dan kepatuhan pajak pelaku e-commerce lokal di wilayah ini.

Regulasi perpajakan e-commerce sendiri telah beberapa kali mengalami revisi, dari PMK No. 210/PMK.010/2018 yang akhirnya dicabut, hingga PMK No. 60/PMK.03/2022 yang saat ini menjadi rujukan utama. Namun demikian, efektivitas dari regulasi tersebut masih menjadi pertanyaan, terutama di tingkat pelaku usaha kecil yang belum memiliki literasi pajak yang memadai.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menilai sejauh mana efektivitas regulasi perpajakan e-commerce telah sesuai dan berdampak pada peningkatan kepatuhan dan penerimaan pajak, dengan studi kasus pada pelaku usaha online di Kota Sukabumi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara dan observasi sebagai bentuk eksplorasi terhadap pemahaman, sikap, dan tanggapan pelaku usaha terhadap regulasi perpajakan e-commerce yang berlaku.

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana efektivitas implementasi Peraturan Menteri Keuangan No. 60/PMK.03/2022 dalam meningkatkan kepatuhan perpajakan pelaku usaha e-commerce di Kota Sukabumi?

## **TUJUAN PENELITIAN**

Penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis efektivitas implementasi PMK No.60/PMK.03/2022 terhadap tingkat kepatuhan perpajakan pelaku usaha e-commerce di Kota Sukabumi.

## **MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- **Manfaat Teoretis**

Menambah literatur ilmiah dalam bidang perpajakan digital, khususnya terkait evaluasi regulasi perpajakan terhadap sektor e-commerce di Indonesia.

- **Manfaat Praktis**

- Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP), sebagai bahan evaluasi dalam memperbaiki strategi implementasi PMK No. 60/PMK.03/2022, terutama dalam konteks UMKM digital.
- Bagi pelaku usaha e-commerce, sebagai informasi yang dapat meningkatkan pemahaman dan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan.
- Bagi peneliti selanjutnya, sebagai dasar rujukan untuk pengembangan riset lanjutan di bidang perpajakan digital atau implementasi kebijakan fiskal di era ekonomi digital.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Teori Ekonomi Digital**

Menurut Tapscott (1996), ekonomi digital merupakan bentuk baru dari sistem ekonomi yang mengandalkan teknologi jaringan dan internet dalam menciptakan efisiensi dan produktivitas di berbagai sektor. Dalam konteks ini, aktivitas ekonomi tidak lagi hanya dilakukan secara fisik, melainkan telah berpindah ke ruang digital melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Salah satu bentuk utama dari ekonomi digital adalah perdagangan elektronik (e-commerce), di mana proses jual beli barang dan jasa dilakukan secara daring melalui platform digital.

Pertumbuhan ekonomi digital, khususnya e-commerce, telah memberikan

kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Data Badan Pusat Statistik (2022) mencatat bahwa nilai transaksi e-commerce di Indonesia mencapai Rp 476,3 triliun pada tahun 2022, menunjukkan peningkatan signifikan dari tahun-tahun sebelumnya. Namun, perkembangan ini juga menimbulkan tantangan baru, khususnya dalam aspek perpajakan, karena sifat transaksi yang lintas batas (borderless), tanpa kehadiran fisik, dan sulit diawasi secara konvensional.

### Regulasi Perpajakan E-Commerce

Perkembangan e-commerce mendorong pemerintah untuk mengeluarkan berbagai kebijakan fiskal yang dapat mengakomodasi transaksi digital. Salah satu regulasi penting dalam konteks ini adalah Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 60/PMK.03/2022, yang mengatur tata cara penunjukan pemungut, pemungutan, penyetoran, dan pelaporan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi e-commerce. PMK ini bertujuan untuk memperkuat mekanisme pemungutan pajak digital, serta memperjelas kewajiban perpajakan pelaku usaha yang melakukan aktivitas perdagangan melalui sistem elektronik.

PMK No. 60/PMK.03/2022 memperkenalkan beberapa ketentuan penting, di antaranya penunjukan platform digital sebagai pemungut PPN, batasan omzet untuk status Pengusaha Kena Pajak (PKP), serta kewajiban pelaporan transaksi oleh pelaku usaha. Regulasi ini diharapkan mampu menjawab tantangan dalam pengawasan transaksi digital serta meningkatkan kepatuhan wajib pajak di sektor e-commerce.

### Efektivitas Regulasi Perpajakan

Efektivitas suatu kebijakan perpajakan dapat diukur dari sejauh mana kebijakan tersebut mampu meningkatkan

kepatuhan, memperluas basis pajak, serta mengoptimalkan penerimaan negara. Menurut Sya'bani (2015), regulasi yang baik harus mencerminkan kejelasan hukum, kesederhanaan prosedur, serta kesesuaian dengan karakteristik sektor yang diatur. Dalam konteks perpajakan digital, regulasi harus mampu menjangkau pelaku usaha baik domestik maupun asing yang beroperasi secara daring.

Lebih lanjut, Mbama dan Ezepue (2018) menekankan bahwa regulasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi mampu memperkecil celah penghindaran pajak dan meningkatkan efisiensi pengawasan. Penelitian sebelumnya oleh Sumardi dan Junawan (2022) juga menunjukkan bahwa rendahnya tingkat literasi perpajakan digital menjadi faktor penghambat utama dalam implementasi kebijakan perpajakan di sektor e-commerce, terutama di kalangan pelaku UMKM.

### KERANGKA BERPIKIR



### METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan menggali pemahaman, sikap, dan respons pelaku usaha e-commerce di Kota Sukabumi terhadap regulasi perpajakan digital, khususnya PMK No. 60/PMK.03/2022. Pendekatan ini dipilih karena permasalahan yang dikaji bersifat

kontekstual dan memerlukan penjelasan langsung dari perspektif pelaku usaha. Dengan pendekatan ini, peneliti berharap dapat menggali makna yang lebih dalam dari pengalaman dan pernyataan pelaku usaha dalam menghadapi kewajiban perpajakan digital.

Fokus utama dari penelitian ini adalah menganalisis bagaimana pemahaman pelaku usaha online shop terkait dengan penerapan yang mengatur pajak atas transaksi e-commerce. Penelitian ini akan mengeksplorasi dampak regulasi tersebut terhadap keberlangsungan dan operasional bisnis online shop di Kota dan Kabupaten Sukabumi yang merupakan lokasi penelitian.

Informan dalam penelitian ini dipilih dengan teknik purposive sampling. Kriteria informan meliputi pelaku usaha online yang telah aktif menjalankan bisnis minimal satu tahun, beroperasi di Kota Sukabumi, dan bersedia untuk diwawancarai. Sebanyak lima informan yang berasal dari sektor usaha berbeda, seperti fashion dan makanan, diwawancarai dalam penelitian ini. Dalam pendekatan kualitatif, jumlah informan ini dianggap cukup karena yang lebih penting adalah kedalaman data, bukan jumlah responden.

Data dikumpulkan melalui tiga metode utama: wawancara mendalam, observasi lapangan, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pertanyaan inti yang fleksibel, yang memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam berdasarkan respons informan. Topik wawancara meliputi pemahaman pelaku usaha tentang pajak e-commerce, persepsi mereka terhadap kewajiban perpajakan, kendala yang dihadapi, serta harapan terhadap kebijakan pemerintah terkait regulasi ini. Observasi dilakukan di tempat usaha untuk

menilai kesadaran administrasi perpajakan serta implementasi regulasi pada tingkat praktis. Dokumentasi berupa foto produk, tangkapan layar promosi digital, dan dokumen administrasi yang relevan juga digunakan sebagai data pendukung.

Untuk menganalisis data yang diperoleh, penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Proses analisis terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Pada tahap pertama, data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi disaring untuk fokus pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Tahap kedua, penyajian data, dilakukan dengan menyusun temuan dalam bentuk narasi deskriptif, kutipan langsung dari informan, dan tabel tematik. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan pola yang ditemukan di lapangan, yang kemudian diverifikasi melalui triangulasi data, yaitu memeriksa konsistensi antara data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Keabsahan data dijaga melalui beberapa teknik. Triangulasi sumber dilakukan untuk mengonfirmasi temuan dengan membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, member check digunakan untuk memastikan interpretasi data yang akurat dengan meminta konfirmasi ulang dari informan. Peer debriefing juga dilakukan dengan berdiskusi tentang temuan dengan rekan sejawat atau dosen pembimbing untuk memperoleh umpan balik dan menghindari bias dalam penelitian. Penelitian ini juga mematuhi prinsip-prinsip etika, dengan menjelaskan tujuan penelitian kepada informan, meminta izin sebelum wawancara, menjaga kerahasiaan identitas, dan memastikan tidak ada manipulasi data.

Melalui pendekatan ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi perpajakan digital dan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kesadaran perpajakan di sektor e-commerce di Kota Sukabumi. Diharapkan temuan-temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berguna untuk perbaikan kebijakan perpajakan yang relevan bagi pelaku usaha digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dengan lima pelaku usaha e-commerce di Kota Sukabumi menunjukkan bahwa implementasi regulasi perpajakan digital, khususnya sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 60/PMK.03/2022, masih menghadapi sejumlah kendala substantif di tingkat usaha mikro dan kecil. Mayoritas informan belum memahami secara menyeluruh ketentuan dalam PMK tersebut, seperti peran platform digital sebagai pemungut PPN (Pasal 2 ayat (4)), serta kewajiban pelaporan dan penyetoran pajak secara mandiri oleh pelaku usaha (Pasal 7).

Secara umum, sikap pelaku usaha terhadap pajak digital tidak menunjukkan resistensi. Sebagian besar menyatakan bersedia untuk patuh apabila disediakan sistem pelaporan yang sederhana, pendampingan teknis yang jelas, serta informasi perpajakan yang mudah dipahami. Temuan ini selaras dengan penelitian Sumardi dan Junawan (2022), yang menegaskan bahwa ketidakpatuhan pajak di sektor digital lebih disebabkan oleh rendahnya pemahaman serta minimnya komunikasi dan sosialisasi regulatif, daripada oleh niat untuk menghindari pajak. Selain itu, terdapat asumsi keliru yang berkembang di kalangan pelaku usaha bahwa seluruh kewajiban perpajakan telah

“diurus” oleh platform marketplace. Akibatnya, mereka merasa tidak perlu melaporkan atau mencatat transaksi secara mandiri. Padahal, menurut Pasal 6 dan Pasal 7 PMK No. 60/PMK.03/2022, bukti pungutan oleh platform tidak menggantikan kewajiban pelaporan oleh pelaku usaha, terutama bagi mereka yang telah mencapai batas omzet sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) (Pasal 9 ayat (3)).

Temuan ini mencerminkan adanya kesenjangan yang cukup besar antara regulasi dengan praktik di lapangan. Digitalisasi sistem perpajakan belum sepenuhnya disertai dengan pemberdayaan dan literasi yang cukup di kalangan UMKM e-commerce. Akibatnya, pemungutan dan pelaporan pajak dari sektor ini belum berjalan optimal, padahal e-commerce merupakan salah satu sumber strategis penerimaan negara di era ekonomi digital.

Untuk itu, implementasi PMK No. 60/PMK.03/2022 memerlukan dukungan strategis dalam bentuk sosialisasi langsung, pelatihan teknis, dan pengembangan sistem pelaporan yang terintegrasi dengan platform digital. Lebih dari sekadar administratif, pendekatan yang bersifat partisipatif dan lokal perlu diterapkan agar kebijakan ini dapat diimplementasikan secara efektif dan inklusif oleh pelaku usaha di berbagai level.

Meskipun PMK ini secara eksplisit menargetkan pelaku usaha luar negeri, struktur dan prinsip perpajakan digital di dalamnya dapat dijadikan acuan untuk mengevaluasi pemahaman dan kepatuhan pelaku usaha lokal di marketplace. Berdasarkan ketentuan inti dari regulasi ini, berikut adalah indikator yang digunakan dalam penelitian untuk menilai kesesuaian pemahaman dan praktik para pelaku e-commerce terhadap isi PMK No. 60/PMK.03/2022:

Indikator Kesesuaian PMK No. 60/PMK.03/2022:

1. Pelaku usaha mengetahui bahwa aktivitas melalui platform digital tergolong Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) (Pasal 1 ayat 1).
2. Mengetahui bahwa platform digital dapat ditunjuk DJP sebagai pemungut PPN (Pasal 2 ayat 4).
3. Menyadari bahwa tarif PPN atas transaksi e-commerce adalah 11% (Pasal 5 ayat 1).
4. Memiliki NPWP sebagai identitas perpajakan (Pasal 9 ayat 2).
5. Telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP) jika omzet > Rp 500 juta (Pasal 9 ayat 3).
6. Mengetahui bahwa meskipun PPN dipungut oleh marketplace, pelaku usaha tetap wajib lapor ke DJP (Pasal 7 ayat 1).
7. Menyimpan bukti pungutan PPN dari platform sebagai dokumen setara faktur (Pasal 6 ayat 1-2).
8. Melakukan pelaporan dan penyetoran pajak secara berkala (bulanan) (Pasal 7 ayat 3).

Selanjutnya, hasil pemenuhan terhadap indikator tersebut oleh masing-masing pelaku usaha akan ditampilkan dalam bentuk tabel untuk mempermudah analisis deskriptif dan visualisasi tingkat pemahaman serta kesesuaian implementasi regulasi perpajakan digital.

**Tabel 1. Member Checklist Pengetahuan Pelaku E-Commerce Terhadap Regulasi PMK No. 60/PMK.03/2022.**

Asas						
No	Kriteria (berdasarkan PMK No. 60 / PMK.03/2022)	H HS CO	CA LM DO W	SER ENIT E	KRI K	R O T I

			N			G E M B U L
1	Mengetahui bahwa usahanya termasuk PMSE	✓	✗	✓	✗	✓
2	Mengetahui bahwa platform dapat menjadi pemungut PPN	✗	✗	✓	✗	✓
3	Tahu bahwa PPN e-commerce adalah 11%	✓	✓	✓	✓	✓
4	Memiliki NPWP	✗	✗	✓	✗	✓
5	Telah menjadi PKP (omzet > 500 juta)	✗	✗	✗	✗	✓
6	Mengetahui bahwa tetap wajib lapor ke DJP walau jualan di Marketplace	✗	✗	✗	✗	✗
7	Menyimpan bukti pungutan PPN dari Marketplace	✗	✗	✗	✗	✗
8	Melakukan pelaporan dan penyetoran pajak bulanan	✗	✗	✗	✗	✗

Keterangan : ✓ = Sesuai dengan isi PMK

✗ = Belum sesuai / Tidak tahu

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitatif yang telah dilakukan terhadap beberapa pelaku usaha e-commerce di Sukabumi, khususnya pada sektor fashion (HHSCO, Calmdown, Serenite) serta kuliner (Krik dan Roti Gembul), dapat disimpulkan bahwa secara umum pelaku usaha telah mengetahui keberadaan regulasi perpajakan yang mengatur e-commerce, khususnya PMK No. 60/PMK.03/2022. Namun, pemahaman mereka terhadap ketentuan secara rinci dan pelaksanaan kewajiban perpajakan masih sangat terbatas.

Sebagian besar pelaku usaha belum sepenuhnya memahami kewajiban sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP), proses pelaporan pajak, maupun mekanisme pemungutan dan penyetoran Pajak Pertambahan Nilai (PPN) melalui platform digital sebagaimana diatur dalam PMK tersebut. Kurangnya sosialisasi yang efektif dari pihak terkait menjadi salah satu faktor utama kurang optimalnya pemahaman dan pelaksanaan kewajiban pajak e-commerce.

Dari hasil wawancara, ditemukan bahwa para pelaku usaha menginginkan adanya edukasi yang lebih terstruktur dan komprehensif mengenai regulasi pajak e-commerce agar dapat meningkatkan kepatuhan tanpa menimbulkan rasa dirugikan. Beberapa pelaku usaha juga mengungkapkan kekhawatiran terkait beban pajak yang dirasakan dapat mengurangi pendapatan, sehingga perlu adanya penyesuaian kebijakan yang berkeadilan bagi semua pihak.

## SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas implementasi PMK No. 60/PMK.03/2022 dan kepatuhan perpajakan di kalangan pelaku UMKM e-commerce, diperlukan pendekatan yang komprehensif dan kolaboratif antara pemerintah, platform digital, dan pelaku usaha. Pemerintah, melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP), perlu memperkuat sosialisasi dan edukasi mengenai kewajiban perpajakan digital kepada pelaku UMKM, khususnya yang beroperasi di sektor e-commerce. Edukasi dapat dilakukan melalui seminar, workshop, dan penyuluhan yang melibatkan komunitas UMKM lokal.

Platform digital seperti Tokopedia, Shopee, dan lainnya, diharapkan berperan aktif dalam memberikan informasi dan edukasi kepada seller mengenai kewajiban perpajakan, termasuk penyediaan bukti pungutan PPN dan panduan pelaporan

pajak. Selain itu, DJP perlu mengembangkan sistem pelaporan pajak yang sederhana dan mudah diakses oleh pelaku UMKM, guna mendorong kepatuhan dan mempermudah proses administrasi perpajakan.

Penelitian lebih lanjut dengan cakupan yang lebih luas dan pendekatan kuantitatif juga disarankan untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai tingkat kepatuhan perpajakan di kalangan pelaku UMKM e-commerce.

## REFEREENSI

- Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 60/PMK.03/2022 tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, Penyetoran, dan Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak dari Luar Daerah Pabean di Dalam Daerah Pabean melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). Statistik E-Commerce Indonesia.
- OECD. (2020). Tax Challenges Arising from Digitalisation – Report on Pillar One Blueprint.
- Tapscott, D. (1996). The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence.
- Sya'bani, S. (2015). Tantangan Pajak E-Commerce dalam Perspektif Regulasi dan Keadilan Fiskal. *Jurnal Hukum & Pembangunan*.
- Sumardi Adiman & Junawan. (2022). Analisis Kepatuhan Pajak UMKM Digital di Kecamatan Sunggal. *Jurnal Pajak & Bisnis*, 4(2), 55–64.
- Mbama, C. I., & Ezepue, P. O. (2018). Digital Transformation and Tax Revenue Mobilization in Developing Countries. *Journal of Economics and Financial Modelling*.
- Azizah, M. et al. (2022). Evaluasi Pengawasan Perpajakan pada Pelaku E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Pajak Digital*, 5(1), 20–32.
- Mohdhar, L., & Shaalan, M. (2021). E-Commerce Taxation Challenges in Developing Nations: An Overview. *International Journal of Digital Economy*, 3(1), 14–27.
- Rahmadini, A. (2018). Pengaruh Perubahan Transaksi Konsumen terhadap Penerimaan Pajak. *Jurnal Akuntansi Digital Indonesia*.
- Ridho, R. (2021). Ketertinggalan Regulasi Perpajakan terhadap E-Commerce di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pajak*, 6(3), 115–126.
- Yulia, R. et al. (2020). Literasi Pajak sebagai Faktor Penentu Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-Commerce. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 3(2), 91–103.
- DataIndonesia.id*. (2022). *Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia 2022*.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2023). Data Realisasi Penerimaan Pajak Sektor Digital per Juli 2023. (dapat diakses di: [www.kemenkeu.go.id](http://www.kemenkeu.go.id))
- Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, Volume 6(2), Halaman 152–164.