



Systematic Literature Review : Tantangan dan Peluang Penerapan Pajak Digital di Indonesia

Anisa Dwi Wahyuni^{1*}, Rizki Indrawan²

¹⁻²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Indonesia

Email : 20210610073@uniku.ac.id, rizki.indrawan@uniku.ac.id

Alamat : Jl. Cut Nyak Dhien No.36A, Cijoho Telpon. (0232) 874824 Kuningan Jawa Barat 45513)

Korespondensi penulis: 20210610073@uniku.ac.id

Abstract : The development of the digital economy in Indonesia, particularly through social media and digital platforms, presents new challenges in the national taxation system. This study aims to review the digital taxation policies that have been implemented, identify challenges and opportunities, and analyze their impact on tax compliance and revenue. The method used is Systematic Literature Review (SLR) of 25 scientific articles published between 2019 and 2024. The study results show that Indonesia has implemented digital tax policies through regulations such as Income Tax and VAT on digital transactions as well as self-assessment and withholding reporting systems. Key challenges include low tax awareness and compliance, lack of education, regulatory complexity, and limited oversight. Nonetheless, there are great opportunities to increase state revenue through the use of technology, broadening the tax base, and international collaboration. The impact on tax compliance is not optimal, but can be improved with the right strategies, including education and administrative reform. This study recommends strengthening the regulatory framework, inter-agency synergy, and technology utilization as strategic steps to support the successful implementation of digital tax in Indonesia.

Keywords: Compliance, Digital Economy, Digital Tax, Tax Revenue.

Abstrak : Perkembangan ekonomi digital di Indonesia, khususnya melalui media sosial dan platform digital, menghadirkan tantangan baru dalam sistem perpajakan nasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kebijakan perpajakan digital yang telah diterapkan, mengidentifikasi tantangan dan peluang, serta menganalisis dampaknya terhadap kepatuhan dan penerimaan pajak. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) terhadap 25 artikel ilmiah yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2024. Hasil studi menunjukkan bahwa Indonesia telah menerapkan kebijakan pajak digital melalui regulasi seperti PPh dan PPN atas transaksi digital serta sistem pelaporan self-assessment dan withholding. Tantangan utama meliputi rendahnya kesadaran dan kepatuhan pajak, kurangnya edukasi, kompleksitas regulasi, serta keterbatasan pengawasan. Meskipun demikian, terdapat peluang besar untuk meningkatkan penerimaan negara melalui pemanfaatan teknologi, perluasan basis pajak, dan kolaborasi internasional. Dampak terhadap kepatuhan pajak belum optimal, namun dapat ditingkatkan dengan strategi yang tepat, termasuk edukasi dan reformasi administrasi. Studi ini merekomendasikan penguatan kerangka regulasi, sinergi antarlembaga, serta pemanfaatan teknologi sebagai langkah strategis untuk mendukung keberhasilan implementasi pajak digital di Indonesia.

Kata kunci: Pajak Digital, Ekonomi Digital, Kepatuhan, Penerimaan Pajak.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan digital telah menciptakan transformasi besar dalam aktivitas ekonomi global maupun nasional (Suwardi et al., 2020.). Salah satu dampak nyata dari transformasi ini adalah munculnya sumber penghasilan baru melalui platform media sosial. Profesi seperti content creator, influencer, selebgram, dan youtuber kini menjadi bagian dari pelaku ekonomi digital yang berkontribusi signifikan terhadap perputaran uang dan konsumsi publik. Di Indonesia, sektor ini berkembang sangat pesat seiring meningkatnya teknologi internet dan penggunaan media sosial (Firmansah & Rahayu,

2020). Banyak individu memperoleh penghasilan yang tinggi dari endorsement, iklan, paid promote, e-commerce hingga kolaborasi konten digital.

Namun, pertumbuhan kegiatan ekonomi digital tidak berkembang sejalan dengan kepatuhan dalam memenuhi kewajiban pajak. Menurut Wijayanti pada tahun 2020, penerapan pajak digital di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai masalah, seperti penggalian potensi pajak yang belum maksimal dan rendahnya kesadaran wajib pajak mengenai aturan pajak digital. Di Indonesia, semua pengguna media sosial dan pelaku usaha diwajibkan untuk mendaftar demi mendapatkan NPWP dan dikenakan pajak progresif atas semua penghasilan digital yang mereka peroleh. Namun, meskipun pemerintah Indonesia telah berusaha untuk menerapkan pajak atas pendapatan media sosial, tingkat kepatuhan pajak tetap rendah. Untuk meningkatkan kontrol secara efektif, perlu ada peningkatan dalam edukasi dan sosialisasi, penyederhanaan regulasi serta prosedur, penguatan pengawasan, penegakan hukum, peningkatan kepercayaan serta akuntabilitas, dan juga kerja sama internasional. Dengan melaksanakan strategi yang tepat, pemerintah Indonesia dapat memaksimalkan potensi penerimaan dari sektor ekonomi digital, meningkatkan kepatuhan pajak, serta menciptakan sistem perpajakan yang lebih adil dan berkelanjutan (Firmansah & Rahayu, 2020).

Di tengah pesatnya perkembangan ekonomi digital global, penerapan pajak digital menjadi isu strategis yang tidak dapat dihindari (OECD, 2023). Negara-negara di seluruh dunia menghadapi tantangan yang kompleks dalam menyesuaikan sistem perpajakan dengan karakteristik unik ekonomi digital, yang bersifat lintas batas, tidak berwujud, dan sangat cepat bertransformasi (Suwardi et al., 2020). Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan antara yurisdiksi fiskal suatu negara dan lokasi aktivitas ekonomi digital itu sendiri. Hal ini menyebabkan banyak perusahaan digital dan pelaku ekonomi di media sosial memperoleh penghasilan signifikan tanpa terikat kewajiban pajak yang proporsional di negara tempat pengguna atau konsumen berada.

Selain itu, kompleksitas teknis dan administrasi perpajakan juga menjadi hambatan tersendiri. Kurangnya data yang akurat, keterbatasan teknologi pengawasan, dan rendahnya literasi pajak di kalangan pelaku ekonomi digital memperburuk rendahnya tingkat kepatuhan (Dwi et al., 2024). Di sisi lain, pemajakan yang terlalu agresif tanpa edukasi dan insentif yang memadai dapat menimbulkan resistensi dan mendorong praktik penghindaran pajak (Khasanah et al., 2023).

Di sisi lain, penerapan pajak digital juga menghadirkan berbagai peluang. Negara memiliki kesempatan untuk menciptakan sumber penerimaan baru yang potensial, memperluas basis pajak, serta mendorong keadilan fiskal antar sektor ekonomi (Suwardi et al., 2020). Di era transformasi digital, keberadaan sistem perpajakan yang adaptif dapat menjadi instrumen strategis untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Untuk itu, penting bagi negara-negara, termasuk Indonesia, untuk merumuskan pendekatan pajak digital yang adil, efisien, dan selaras dengan dinamika global. Kolaborasi internasional, pemanfaatan teknologi digital dalam pengawasan, serta pembangunan kesadaran pajak di kalangan pelaku ekonomi digital menjadi kunci untuk mengatasi tantangan sekaligus memanfaatkan peluang yang ada (OECD, 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai penerapan pajak digital menjadi sangat penting. Kajian ini dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas sistem perpajakan digital saat ini, tantangan yang dihadapi, serta strategi yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan kepatuhan pajak, terutama dari pelaku ekonomi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pertanyaan yang akan dijawab melalui kajian systematic literature review (SLR) ini adalah :

- Q1 : Apa saja bentuk kebijakan pajak digital yang telah diterapkan di Indonesia?
- Q2 : Apa saja tantangan utama dalam penerapan pajak digital di Indonesia?
- Q3 : Apa saja peluang yang ditawarkan dalam penerapan pajak digital di Indonesia?
- Q4 : Bagaimana dampak penerapan pajak digital terhadap kepatuhan dan penerimaan pajak di Indonesia?

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Atribusi (*Attribution Theory*)

Teori Atribusi dikemukakan oleh Fritz Heider pada tahun 1958 dan diperdalam oleh Bernard Weiner pada tahun 1986. Teori ini berfokus pada cara orang memahami penyebab perilaku mereka sendiri dan orang lain. Dalam hal pembayaran pajak, teori ini menjelaskan bahwa keputusan seseorang untuk mematuhi atau tidak tergantung pada bagaimana mereka melihat kewajiban pajak tersebut, apakah mereka menganggapnya sebagai tanggung jawab pribadi yang internal atau disebabkan oleh faktor eksternal seperti sistem yang rumit, kurangnya informasi, atau ketidakadilan dalam aturan yang berlaku.

Dalam pajak digital, terutama untuk pelaku dalam ekonomi digital seperti pembuat konten, influencer, dan YouTuber, pandangan mereka terhadap kewajiban pajak sangat berpengaruh terhadap tindakan mereka. Banyak pelaku digital melihat pajak sebagai beban yang ditentukan oleh negara, bukan sebagai tanggung jawab moral atau kewajiban sebagai warga negara. Temuan penelitian (Khasanah et al., 2023) menunjukkan bahwa rendahnya kesadaran tentang pajak di kalangan YouTuber Indonesia disebabkan oleh pandangan yang menganggap pajak sebagai tekanan dari luar, bukan sebagai kontribusi untuk pembangunan.

Sebaliknya, jika seseorang memandang kepatuhan pajak sebagai tanggung jawab sosial dan sebuah kontribusi kepada negara, mereka akan lebih mungkin untuk mematuhi. Pandangan ini dapat dibentuk melalui pendidikan, sosialisasi yang baik, dan cara komunikasi publik yang efektif. Teori atribusi juga menyatakan bahwa persepsi tentang keadilan sistem pajak, tingkat kepercayaan terhadap otoritas pajak, serta sejauh mana regulasi transparan dapat memengaruhi cara seseorang berperilaku terkait pajak. Jika individu merasa mendapatkan perlakuan yang adil dan melihat manfaat dari sistem yang ada, mereka akan lebih cenderung memiliki pandangan positif yang bersifat internal dan patuh dalam hal pajak.

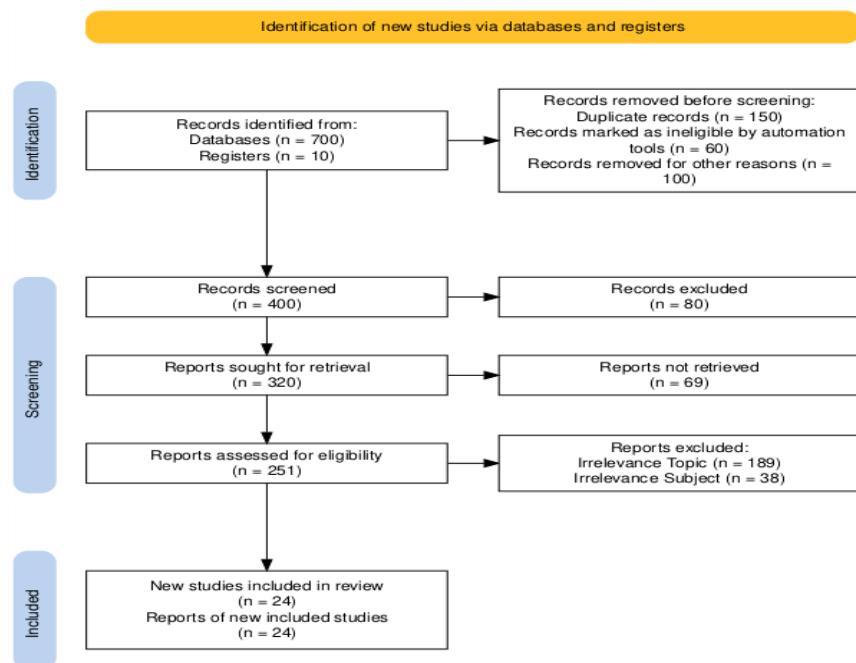
Digital Taxation Theory

Teori perpajakan digital (*Digital Taxation Theory*) dikembangkan oleh Keen dan Mintz pada tahun 2004. Teori pajak digital muncul sebagai respons atas ketidaksesuaian antara sistem perpajakan konvensional dan perkembangan ekonomi digital yang pesat. Sistem pajak internasional tradisional dirancang berdasarkan prinsip kehadiran fisik (physical presence) untuk menetapkan kewajiban perpajakan. Namun, model bisnis digital seperti platform digital, e-commerce, layanan cloud, dan media sosial dapat menghasilkan pendapatan signifikan di suatu negara tanpa memiliki entitas fisik di wilayah tersebut (OECD, 2023).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode Tinjauan Literatur Sistematis (TLS). Tujuan dari TLS adalah untuk memberikan daftar lengkap yang berkaitan dengan penelitian di bidang studi atau topik tertentu. Dalam penelitian ini, penulis mengumpulkan jurnal sebelumnya, kemudian membaca, menganalisis, dan mengurutkan literatur untuk menemukan peluang dan tantangan dalam penerapan pajak digital. Proses penelitian dilakukan melalui

beberapa langkah yang dimulai dengan mencari jurnal-jurnal terdahulu dengan menggunakan berbagai kata kunci yang relevan dengan tujuan penelitian, seperti “Pajak Digital”, “Peluang dan Tantangan Pajak Digital”, “Implementasi Pajak Digital”, “Pajak Media Sosial” serta “PPN”. Penulis melakukan pencarian di beberapa basis data elektronik seperti Google Scholar, Semantic Scholar, Crossref, dan Research Gate. Selama proses penyaringan jurnal-jurnal ini, kriteria pemilihan termasuk jurnal yang ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris, serta jurnal yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2024. Penulis menganalisis data dengan menggunakan tabel sistematis yang didasarkan pada pertanyaan yang ada.



4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis dengan teliti memilih dan membaca jurnal-jurnal terdahulu. Selanjutnya, untuk mempermudah pengkategorian jurnal berdasarkan kata kunci seperti “Pajak Digital”, “Peluang dan Tantangan Pajak Digital”, Implementasi Pajak Digital”, ” Pajak Media Social” seta “PPN”. penulis membuat tabel matriks yang sesuai sebagai berikut:

Q1 : Apa saja bentuk kebijakan pajak digital yang telah diterapkan di Indonesia?

Tabel 1. Hasil Tinjauan Literatur mengenai Kebijakan Pajak Digital

No	Penulis dan Tahun penelitian	Kebijakan yang diterapkan atau disarankan
1	(Hartanto et al., 2024)	Mengacu pada UU No. 36 Tahun 2008 tentang PPh dan SE-62/PJ/2013 tentang penegasan pajak e-commerce. Penerapan pajak terhadap penghasilan dari penjualan online di Instagram. Ditekankan pada sistem Self Assessment.
2	(Astuti Rahayu et al., 2021)	Pembuat Konten Online wajib memiliki NPWP dan melakukan pelaporan pajak. Mengacu pada PER-17/2015 tentang norma perhitungan penghasilan neto dan UU KUP No.16 Tahun 2009 bahwa tidak ada diferensiasi perlakuan pajak terhadap konten digital.
3	(Tiara et al., 2024)	Content Creator dikenakan PPh dengan 3 pendekatan berdasarkan jenis hubungan kerja dan metode pembayaran yaitu : Pasal 27 (tanpa pemotongan), pasal 23 (Lewat Agensi), Pasal 21 (Pemotongan oleh pengguna jasa).
4.	(Dwi et al., 2024)	Pajak Penghasilan yang mengatur kegiatan endorsement atau termasuk dalam profesi pembuat konten online diatur dalam Undang-Undang No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan.
5.	(Sari, 2020)	PPh Pasal 26 digunakan untuk pemotongan terhadap Youtuber asing. Kebijakan SKD & P3B (Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda) untuk menghindari pajak ganda.
6.	(Miftahudin & Irawan, 2020)	Rekomendasi kebijakan: supplier collection, intermediary collection, Evaluasi atas PMK-40/PMK.03/2010 tentang reverse charge dan self declare untuk transaksi digital
7.	(Antolis et al., 2021); (Farda Rizqi Putra & Hermawan, 2023); (Jamilah, 2024)	Penggunaan sistem self-assessment dan official withholding untuk pelaku usaha digital dan Penerapan PER-17/PJ/2015 sebagai dasar hukum pengenaan pajak pada selebgram dan YouTuber
8.	(Rahmawati & Nurcahyani, 2024); (Suwardi et al., 2020); (Rizal et al., 2024); (Imaniar & Kumala, 2024)	PMK No. 48/PMK. 03/2020 tentang pemungutan PPN atas perdagangan melalui sistem elektronik dan kenaikan PPN menjadi 11% serta implementasi kebijakan PPN
9.	(Elfanso & Monica, 2023)	PMK No. 210/PMK.010/2018 mewajibkan marketplace memiliki NPWP dan dikukuhkan sebagai PKP.
10.	(Firmansah & Rahayu, 2020)	PP No. 1/2020 dan UU No. 2/2020 yang berfokus pada Significant Economic Presence.

11.	(Khasanah et al., 2023)	Internal revenue code chapter 3, tentang kewajiban melaporkan informasi pajak melalui Google Adsense
12.	(Wijayanti, 2020)	PP Nomor 80 Tahun 2019 dan PMK Nomor 210/PMK.010/2018 tentang kebijakan pelaku usaha yang melakukan PMSE atau melakukan aktivitas jual beli melalui platform e-commerce.
13.	(Utami, 2024)	Perbaikan UU ITE (UU No. 19/2019), PP No. 80/2019, dan PMK No. 48/PMK.03/2020
14.	(Kartiko & Widjiastuti, 2022); (Arimbhi et al., 2021); (Mohammad et al., 2024)	Rekomendasi kebijakan untuk memperkuat sinergi antar otoritas terkait, misalnya perbankan/lembaga keuangan, PPATK serta perluasan zonasi pajak digital
15.	(Darhani & Wijaya, 2022)	PMK No.70/PMK.03/2022 pada pasal 5 ayat 2 huruf (b) tentang penyerahan jasa digital berupa penayangan (streaming) film atau audio visual lainnya melalui saluran internet atau jaringan elektronik merupakan jasa kena pajak berkaitan
16.	(Muslim, 2024)	Rekomendasi kebijakan untuk implementasi Digital service Tax, konsep Significant Economic Presence dan Harmonisasi pajak digital internasional
17.	(Sinaga & Sa'adah, 2024)	Rekomendasi kebijakan untuk penerbitan PMK tentang Economic Presence

Berdasarkan hasil kajian dari beberapa jurnal yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa, kebijakan perpajakan digital di Indonesia terus berkembang mengikuti dinamika ekonomi digital. Kebijakan-kebijakan ini merujuk pada berbagai regulasi seperti Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, serta sejumlah Peraturan Menteri Keuangan dan peraturan pelaksana lainnya. Fokus utamanya adalah pengenaan pajak atas penghasilan yang diperoleh dari aktivitas digital, termasuk content creator, YouTuber, marketplace, dan pelaku perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Pengenaan pajak dilakukan melalui mekanisme seperti PPh Pasal 21, 23, dan 26, serta PPN atas transaksi digital dengan tarif yang telah ditingkatkan menjadi 11%. Selain itu, sistem pelaporan pajak menggunakan pendekatan self-assessment maupun pemotongan oleh pihak ketiga (withholding), untuk meningkatkan kepatuhan pajak dari pelaku usaha digital.

Di samping penguatan regulasi domestik, beberapa penelitian juga mendorong penerapan teknologi dalam administrasi perpajakan, seperti pelaporan melalui platform digital (contohnya Google Adsense), e-faktur, serta pemanfaatan big data dan AI untuk pengawasan. Ada pula dorongan untuk memperkuat sinergi antarotoritas seperti DJP, PPATK, lembaga keuangan, dan penyelenggara platform digital agar pengawasan lebih efektif. Dalam konteks internasional, konsep Significant Economic Presence dan Digital Services Tax (DST) direkomendasikan untuk memajaki entitas asing yang memperoleh penghasilan dari pasar Indonesia tanpa kehadiran fisik.

Q2 : Apa saja tantangan utama dalam penerapan pajak digital di Indonesia ?

Tabel 2. Hasil Tinjauan Literatur mengenai Tantangan Pajak Digital

No	penulis dan Tahun Penelitian	Tantangan Utama
1.	(Antolis et al., 2021); (Astuti Rahayu et al., 2021); (Dwi et al., 2024); (Farda Rizqi Putra & Hermawan, 2023); (Khasanah et al., 2023); (Tiara et al., 2024); (Elfanso & Monica, 2023); (Imaniar & Kumala, 2024);	Rendahnya kesadaran pajak dan tingkat kepatuhan pajak , Kurangnya Sosialisasi, Kurang memahami regulasi perpajakan
2.	(Sari, 2020)	Tidak adanya aturan eksplisit bagi Youtuber asing-potensi pajak berganda lintas negara
3.	(Miftahudin & Irawan, 2020)	Ketimpangan antara pelaku usaha dalam negeri dan luar negeri, Rendahnya kepatuhan self-declare serta sulitnya pengawasan transaksi digital lintas batas
4.	(Wijayanti, 2020); (Suwardi et al., 2020); (Utami, 2024); (Rizal et al., 2024); (Firmansah & Rahayu, 2020); (Muslim, 2024)	Tidak adanya kehadiran fisik (BUT) sehingga, menyulitkan dalam hal perpajakan, Regulasi tidak relevan untuk bisnis digital, Ketidaksesuaian prinsip PPh dan PPN dalam konteks digital
5.	(Hartanto et al., 2024)	Sulitnya pengawasan atas transaksi online melalui media sosial , minimnya aturan khusus untuk penjual online di media sosial
6.	(Jamilah, 2024); (Mohammad et al., 2024)	Keterlambatan penyusunan regulasi khusus, Fluktuasi penghasilan yang menyulitkan perhitungan pajak, Minimnya transparansi dari platform digital
7.	(Sinaga & Sa'adah, 2024)	Inkonsistensi regulasi antar peraturan (UU No. 2/2020 dengan PP No. 80/2019), Tidak adanya kejelasan mengenai economic presence
8.	(Rahmawati & Nurcahyani, 2024)	Kesulitan Identifikasi subjek dan objek pajak digital, Ketidakjelasan yurisdiksi perpajakan atas transaksi online ,Minimnya kerjasama

		internasional untuk data transaksi lintas negara
9.	(Arimbhi et al., 2021)	Belum adanya kesepakatan internasional tentang sistem perpajakan digital, Adanya praktik Transfer Pricing
10.	(Darhani & Wijaya, 2022)	Sulitnya mengkategorikan jenis jasa kesenian dan hiburan digital serta Google sebagai pihak pemungut belum ada kehadiran fisik di Indonesia
11.	(Kartiko & Widjiastuti, 2022)	Belum ada definisi universal ekonomi digital sehingga membutuhkan kebijakan pajak yang lebih terintegrasi

Berdasarkan hasil penelitian dari berbagai jurnal yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa penerapan kebijakan perpajakan digital di Indonesia beradaptasi dengan perubahan dalam ekonomi digital. Kebijakan ini mengacu pada beragam regulasi, termasuk Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang mengatur Pajak Penghasilan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Aturan Perpajakan, serta berbagai Peraturan Menteri Keuangan dan regulasi lain yang bersifat pelaksana. Fokus utama dari kebijakan ini ialah penerapan pajak atas pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas digital, yang meliputi content creator, YouTuber, marketplace, serta pelaku perdagangan melalui sistem elektronik (PMSE). Pajak diterapkan melalui mekanisme seperti PPh Pasal 21, 23, dan 26, serta pajak pertambahan nilai (PPN) untuk transaksi digital dengan tarif yang kini telah meningkat menjadi 11%. Selain itu, untuk meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan pelaku usaha digital, sistem pelaporan pajak memanfaatkan pendekatan self-assessment dan pemotongan oleh pihak ketiga (withholding).

Selain memperkuat regulasi di dalam negeri, beberapa penelitian juga mendorong penggunaan teknologi dalam administrasi perpajakan, contohnya laporan yang dilakukan melalui platform digital (seperti Google Adsense), e-faktur, serta pemanfaatan big data dan kecerdasan buatan (AI) untuk pengawasan. Ada pula seruan untuk memperkuat kerjasama antara berbagai otoritas, seperti DJP, PPATK, lembaga keuangan, serta penyelenggara platform digital agar pengawasan lebih efisien. Dalam konteks global, konsep Keberadaan Ekonomi Signifikan dan Pajak Layanan Digital (DST) diusulkan untuk mengenakan pajak pada entitas asing yang mendapatkan pendapatan dari pasar Indonesia tanpa keberadaan fisik.

Q3 : Apa saja peluang yang ditawarkan dalam penerapan pajak digital di Indonesia ?

Tabel 3. Hasil Tinjauan Literatur mengenai Peluang Pajak Digital

No	penulis dan Tahun Penelitian	Peluang yang ditawarkan
1.	(Mohammad et al., 2024); (Elfanso & Monica, 2023); (Imaniar & Kumala, 2024); (Rahmawati & Nurcahyani, 2024); (Rizal et al., 2024); (Firmansah & Rahayu, 2020); (Antolis et al., 2021); (Astuti Rahayu et al., 2021); (Hartanto et al., 2024); (Dwi et al., 2024); (Farda Rizqi Putra & Hermawan, 2023); (Tiara et al., 2024); (Arimbhi et al., 2021); (Wijayanti, 2020); (Suwardi et al., 2020); (Sari, 2020)	Potensi penerimaan pajak yang besar
2.	(Khasanah et al., 2023)	Tax treaty yang dijalankan dapat menekan potensi praktik pajak berganda dan memperluas data penerimaan perpajakan
3.	(Jamilah, 2024); (Utami, 2024)	Rencana strategis nasional untuk menangani digitalisasi ekonomi untuk memperbesar cakupan pengawasan dan pemajakan
4.	(Sinaga & Sa'adah, 2024)	Konsep Economic Presence memberi peluang bagi Indonesia menarik pajak dari aktor global seperti Netflix, Google dll.
5.	(Miftahudin & Irawan, 2020); (Darhani & Wijaya, 2022)	Mengoptimalkan penerimaan PPN digital lintas negara
6.	(Kartiko & Widjiastuti, 2022)	Bisa mengadopsi model Digital Services Tax (DST) seperti di negara lain tanpa harus membuat jenis pajak baru, serta kolaborasi lintas lembaga (OJK, Kominfo, dan DJP) berpotensi memperkuat pengawasan dan pemajakan.
7.	(Muslim, 2024); (Prihandoko et al., 2024)	Adopsi teknologi seperti E-Invoicing, E-Filling, E-Billing, Real-time reporting, Blockchain serta harmonisasi pajak global melalui kerjasama internasional

Berdasarkan hasil kajian dari beberapa jurnal yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa, penerapan pajak digital di Indonesia memberikan sejumlah peluang strategis yang signifikan. Salah satu peluang terbesar adalah potensi peningkatan penerimaan pajak dari aktivitas ekonomi digital yang terus berkembang pesat. Selain itu, perjanjian pajak internasional (tax treaty) dapat membantu menekan praktik pajak berganda dan memperluas data penerimaan perpajakan. Peluang lainnya terletak pada rencana strategis nasional dalam menghadapi digitalisasi ekonomi yang dapat memperluas

cakupan pengawasan dan pemajakan. Konsep kehadiran ekonomi (economic presence) memungkinkan Indonesia menarik pajak dari perusahaan digital global meskipun tidak memiliki kehadiran fisik di dalam negeri. Optimalisasi penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) digital lintas negara juga menjadi salah satu fokus penting. Selain itu, adopsi teknologi digital seperti e-invoicing, e-filing, e-billing, dan pelaporan real-time membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi pengawasan serta kepatuhan pajak di era digital.

Q4 : Bagaimana dampak penerapan pajak digital terhadap kepatuhan dan penerimaan pajak di Indonesia ?

Tabel 4. Hasil Tinjauan Literatur mengenai Dampak Kepatuhan dan Penerimaan

No	Penulis dan Tahun Penelitian	Kepatuhan Pajak	Penerimaan Pajak
1.	(Hartanto et al., 2024); (Antolis et al., 2021); (Mohammad et al., 2024)	Self-Assesment System masih menyulitkan penegakan hukum pajak digital dan Tingkat Kepatuhan pajak masih rendah karena kurangnya pengawasan	Potensi penerimaan tinggi dari transaksi penjualan online
2.	(Astuti Rahayu et al., 2021); (Farda Rizqi Putra & Hermawan, 2023); (Darhani & Wijaya, 2022); (Sari, 2020); (Dwi et al., 2024)	Content creator banyak yang belum melaksanakan kewajiban perpajakannya karena minimnya pemahaman dan kesadaran	Potensi penerimaan tinggi dari pajak content creator
3.	(Utami, 2024); (Rizal et al., 2024); (Muslim, 2024); (Jamilah, 2024); (Firmansah & Rahayu, 2020)	Edukasi dan sosialisasi dapat meningkatkan kepatuhan secara bertahap	Jika strategi diimplementasikan secara optimal, maka pajak digital akan jadi penyumbang pajak baru
4.	(Kartiko & Widjiastuti, 2022); (Sinaga & Sa'adah, 2024)	Kurangnya kepastian hukum membuat tingkat kepatuhan pelaku usaha digital rendah	Reformulasi PPh digital lintas batas dapat meningkatkan potensi pajak dari perusahaan global seperti Netflix, Amazon, dll.
6.	(Tiara et al., 2024)	Adanya tiga skema pemajakan (Pasal 17, 21, 23) berpotensi menimbulkan rendahnya kepatuhan pajak	Sistem pajak variatif (self-assessment dan withholding) dapat menambah efektivitas pengumpulan pajak
7.	(Rahmawati & Nurcahyani, 2024)	Kepatuhan pajak masih rendah karena banyak	Potensi besar namun belum optimal;

		pelaku usaha digital belum terdaftar sebagai pemungut PPN	diperlukan reformasi administratif dan kerja sama internasional
8.	(Khasanah et al., 2023)	Google mendorong kepatuhan melalui pemotongan otomatis, namun pemahaman domestik masih rendah	Penerimaan meningkat melalui pemotongan oleh Google, dan mendorong Youtuber membuat NPWP
9.	(Suwardi et al., 2020)	Tingkat kepatuhan masih rendah karena kurangnya pemahaman sistem reverse charge	Penerimaan PPN meningkat
10.	(Miftahudin & Irawan, 2020)	Self declare yang sulit diawasi membuat rendahnya tingkat kepatuhan	Skema supplier dapat memperkuat penerimaan PPN dari luar negeri
11.	(Prihandoko et al., 2024); (Wijayanti, 2020); (Arimbhi et al., 2021); (Imaniar & Kumala, 2024)	Peningkatan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak	Peluang peningkatan penerimaan pajak dari perluasan objek dan subjek PPh dan PPN

Berdasarkan hasil kajian dari beberapa jurnal yang telah dianalisis, dapat disimpulkan bahwa, penerapan pajak digital di Indonesia memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan dan penerimaan pajak. Di satu sisi, sistem self-assessment dan kurangnya pengawasan menyebabkan tingkat kepatuhan pajak digital masih rendah, terutama di kalangan pelaku usaha digital dan content creator yang belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan. Rendahnya kepastian hukum, keberagaman skema pemajakan, serta keterbatasan pemahaman terhadap mekanisme seperti reverse charge juga menjadi hambatan dalam meningkatkan kepatuhan.

Namun demikian, terdapat potensi besar dalam peningkatan penerimaan pajak, khususnya dari transaksi penjualan online, content creator, dan perusahaan global seperti Google, Netflix, dan Amazon. Jika strategi edukasi dan sosialisasi dijalankan secara optimal, serta reformasi administrasi dan kerja sama internasional diperkuat, maka penerimaan pajak dapat dimaksimalkan. Adopsi teknologi dan sistem pemotongan otomatis, seperti yang diterapkan oleh Google, juga berkontribusi terhadap peningkatan kepatuhan dan penerimaan PPN. Oleh karena itu, sinergi antara peningkatan kesadaran, pengawasan, dan reformasi sistem diperlukan untuk mengoptimalkan dampak positif dari pajak digital di Indonesia.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan pajak digital di Indonesia merupakan langkah strategis untuk merespons perkembangan ekonomi digital yang pesat, terutama di sektor media sosial dan layanan digital lintas batas. Meskipun pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan seperti pemotongan pajak oleh platform digital, kewajiban NPWP bagi content creator, serta perluasan objek pajak penghasilan, implementasinya masih menghadapi sejumlah tantangan. Hambatan utama meliputi rendahnya kesadaran dan kepatuhan pelaku ekonomi digital, kurangnya edukasi perpajakan, kompleksitas regulasi, serta keterbatasan sistem pengawasan dan integrasi data antara platform digital dan Direktorat Jenderal Pajak. Di sisi lain, pajak digital juga menghadirkan peluang besar dalam memperluas basis pajak dan meningkatkan penerimaan negara dari sektor yang sebelumnya belum tergarap secara optimal. Dampaknya terhadap kepatuhan pajak masih terbatas, namun menunjukkan potensi peningkatan jika didukung oleh strategi yang lebih adaptif, edukatif, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah dan pelaku ekonomi digital di Indonesia. Saran yang kami berikan yaitu pemerintah agar dapat merumuskan kebijakan sesegera mungkin serta memperhatikan perkembangan pajak digital yang telah diterapkan negara lain untuk dijadikan pertimbangan dalam memutuskan suatu kebijakan.

DAFTAR REFERENSI

- Antolis, M. L., Widiati, I. A. P., & Seputra, I. P. G. (2021). Pengenaan pajak penghasilan terhadap pelaku usaha jasa promosi melalui media sosial. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 2(3), 468–472. <https://doi.org/10.22225/juinhum.2.3.4121.468-472>
- Arimbhi, P., Rahmi, N., Wulandari, W., Ramdan, A., & Rachmatulloh, I. (2021). Peluang dan tantangan pajak digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 148–154. <https://eprints.untirta.ac.id/26194/>
- Astuti Rahayu, P., Elvira, S. M. F., Dewanti, M. P. R. P., & Katolik Parahyangan, U. (2021). Analisis kebijakan dan implementasi perpajakan wajib pajak orang pribadi pembuat konten online di negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi dan Perpajakan*, 8(1), 53–65.
- Darhani, A. P. P., & Wijaya, S. (2022). Pajak pertambahan nilai jasa kesenian dan hiburan atas konten digital pasca harmonisasi peraturan perpajakan. *Educoretax*, 2(2), 120–144.
- Dwi, A., Rahayu, P., & Muhammad, A. (2024). Implementation of social media influencer endorsement income tax. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Jambi*, 8(4), 318–327. <https://doi.org/10.22437/jaku.v8i4.32122>

- Elfanso, E., & Monica, L. (2023). Analisis dampak transaksi e-commerce terhadap penerimaan pajak pertambahan nilai. *Owner*, 7(1), 841–850. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1477>
- Firmansah, B., & Rahayu, N. (2020). Analisis kesiapan otoritas pajak dalam pemajakan atas ekonomi digital. *JPSI (Journal of Public Sector Innovations)*, 5(1), 13–22. <https://doi.org/10.26740/jpsi.v5n1.p13-22>
- Hartanto, R., Ginting, B., Leviza, J., & Barus, M. (2024). Pengenaan pajak penghasilan terhadap penjual online di sosial media Instagram. *Jurnal Hukum*, 5(1), 1–12.
- Imaniar, E. I., & Kumala, R. (2024). Analisis implementasi pemungutan PPN atas transaksi digital di Indonesia dalam rangka peningkatan penerimaan pajak. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 4(5), 504–512.
- Jamilah. (2024). Analisis strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak content creator di Kota Parepare. [Unpublished manuscript].
- Kartiko, N. D., & Widjiastuti, A. (2022). Potensi pajak dalam ekonomi digital dan rekomendasi kebijakannya. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 3(1), 50–73.
- Khasanah, N. L., Herawati, N., & Jurnal Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. (2023). Pemungutan pajak Amerika pada YouTuber Indonesia berdasarkan peraturan U.S. Internal Revenue Code Chapter 3. *Jurnal Akuntansi*, 2(2), 126–139. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i2>
- Miftahudin, A., & Irawan, F. (2020). Alternatif kebijakan pajak pertambahan nilai atas konsumsi atau pemanfaatan konten dan jasa digital dari penyedia luar negeri. *Jurnal Kajian Ilmiah Perpajakan Indonesia*, 1(2), 131–148.
- Mohammad, A., Mustam, A., & Muhtarom, M. (2024). Optimalisasi transaksi melalui e-commerce sebagai upaya peningkatan penerimaan pajak. *Risalah Hukum*, 20(1), 41–49.
- Muslim, M. (2024). E-commerce taxation: Challenges and opportunities. *Advances in Taxation Research*, 2(2), 78–96.
- OECD. (2023). *Tax challenges arising from the digitalisation of the economy – Administrative guidance on the global anti-base erosion model rules (Pillar Two)*, July 2023. <https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/topics/policy-sub-issues/global-minimum-tax/administrative-guidance-global-anti-base-erosion-rules-pillar-two-july-2023.pdf>
- Prihandoko, N. D., & Rahminda, G. A. (2024). Modernization system taxation in the midst of the digital economy wave: A study literature. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Inovasi*, 7(1), 235–243.
- Putra, M. F. R., & Hermawan, S. (2023). Analisa pengenaan pajak penghasilan terhadap influencer pada media sosial TikTok. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 281–287. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10100557>
- Rahmawati, R., & Nurcahyani, N. (2024). Analisis pajak digital di Indonesia: Kontribusi dan tantangan ke depan. *Jurnal Financia*, 5(2). <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/financia>

- Rizal, M., Permana, N., & Qalbia, F. (2024). Transformasi sistem perpajakan di era digital: Tantangan, inovasi, dan kebijakan. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Inovasi*, 4(4), 340–348. <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i4.648>
- Sari, W. P. (2020). Pajak penghasilan terhadap YouTuber asing yang mendapat endorsement dari pelaku usaha di Indonesia. *Notaire*, 3(2), 273. <https://doi.org/10.20473/ntr.v3i2.20553>
- Sinaga, H. D., & Sa'adah, N. (2024). Reformulasi pajak penghasilan atas transaksi lintas batas di era digital di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, 6(1), 82–95.
- Suwardi, B. A., Setiawan, C., & Ginting, N. A. (2020). Memajaki transaksi ekonomi digital: Studi kasus di India, Perancis, dan Australia. *Jurnal Ekonomi Digital*, [Online].
- Tiara, I., Huzaifah, Z., Novikasari, R., & Huda, M. (2024). Pemungutan pajak penghasilan terhadap jasa endorsement konten kreator digital. <https://bisnis.tempo.co/read/1766780/mengenal-apa-itu-influencer-jenis-dan-perannya>
- Utami, S. W. (2024). Tinjauan yuridis terhadap pajak digital: Implementasi dan tantangannya di Indonesia. *Jurnal Studi Interdisipliner*, 23(1), 88–96.
- Wijayanti, D. (2020). Pajak digital. *Jurnal Optimum*, 10(1), 74–83.