

# Optimalisasi Penerapan PPN Dalam E-Commerce Marketplace Untuk Mendorong Kepatuhan Pajak

Fika Salsabila Putri<sup>1</sup>, Tiara Ayu Hendrawati<sup>2</sup>, Uliya Juwanda Esa Hasanah<sup>3</sup>

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta  
<sup>1</sup>[fikasalsabila.2023@student.uny.ac.id](mailto:fikasalsabila.2023@student.uny.ac.id), <sup>2</sup>[tiaraayu.2023@student.uny.ac.id](mailto:tiaraayu.2023@student.uny.ac.id), <sup>3</sup>[uliyajuwanda.2023@student.uny.ac.id](mailto:uliyajuwanda.2023@student.uny.ac.id)

## Abstract

This study aims to analyze the optimization of the implementation of Value Added Tax (VAT) in the E-Commerce marketplace platform to encourage tax compliance in Indonesia. Along with the development of the digital economy, the implementation of VAT in online transactions is important to create a sustainable tax system. This study focuses on optimizing the implementation of policies and the application of VAT in the marketplace to influence the level of tax compliance for business actors. The qualitative descriptive analysis method is used in the analysis of this study through literature study data collection techniques. By analyzing the optimization of the implementation of VAT policies in the E-Commerce sector, this study is expected to provide appropriate policy recommendations to increase tax awareness and compliance and support the growth of the digital economy in a fair and sustainable manner.

## Article Received:

December 8<sup>th</sup>, 2024

## Article Revised:

December 12<sup>nd</sup>, 2024

## Article Published:

December 13<sup>rd</sup>, 2024

## Keywords:

Value Added Tax, E-Commerce, Marketplace, Tax Compliance

## Correspondence:

Fika Salsabila Putri

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis optimalisasi penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam platform E-Commerce marketplace guna mendorong kepatuhan pajak di Indonesia. Seiring dengan perkembangan ekonomi digital, penerapan PPN dalam transaksi online menjadi penting untuk menciptakan sistem pajak yang berkelanjutan. Penelitian ini berfokus pada optimalisasi implementasi kebijakan dan penerapan PPN pada marketplace guna mempengaruhi tingkat kepatuhan pajak bagi para pelaku usaha. Metode analisis kualitatif deskriptif digunakan dalam analisis penelitian ini melalui teknik pengumpulan data studi literatur. Dengan menganalisis optimalisasi implementasi kebijakan PPN di sektor E-Commerce, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang sesuai untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak serta mendukung pertumbuhan ekonomi digital secara adil dan berkelanjutan.

## Artikel Diterima:

8 Desember 2024

## Artikel Revisi:

12 Desember 2024

## Artikel Dipublikasi:

13 Desember 2024

## Kata Kunci:

Pajak Pertambahan Nilai, E-Commerce, Marketplace, Kepatuhan Pajak

## Korespondensi:

Fika Salsabila Putri

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam lingkup ekonomi global termasuk di Indonesia. Salah satu sektor yang paling berdampak dari perkembangan ini adalah E-Commerce Marketplace yang kini menjadi pilihan utama masyarakat dalam melakukan transaksi barang dan jasa. Nilai transaksi di sektor E-Commerce terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun sehingga hal ini mencerminkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Kemudahan akses, efisiensi waktu, dan variasi produk menjadi beberapa faktor yang menarik masyarakat untuk beralih ke E-Commerce. Namun, di balik pertumbuhan yang pesat ini, muncul tantangan besar dalam aspek pengelolaan perpajakan, khususnya penerapan Pajak Pertambahan Nilai (Yunita & Tambun, 2024). Sebagai salah satu sumber utama pendapatan negara, PPN memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Penerapan PPN dalam transaksi digital bertujuan menciptakan sistem pajak yang adil dan setara antara sektor digital dan konvensional. Selain itu, kebijakan ini juga diharapkan dapat mendorong transparansi dalam sistem perpajakan di era digital.

Dalam hal ini, implementasi PPN di sektor E-Commerce masih dihadapkan dalam berbagai tantangan. Salah satu tantangan yang muncul berupa kurang meratanya penerapan kebijakan PPN di seluruh platform digital yang menciptakan kesenjangan dalam pemungutan pajak. Minimnya pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan juga menjadi tantangan besar yang menghambat kepatuhan terhadap aturan yang berlaku. Selain itu, pengawasan terhadap transaksi digital sering kali sulit dilakukan karena sifat transaksi yang lintas batas dan berlangsung secara virtual. Di sisi lain, sektor

ini memberikan peluang besar untuk meningkatkan penerimaan negara melalui optimalisasi kebijakan perpajakan digital. Dengan penerapan PPN yang efektif, tepat, dan adil, pemerintah dapat mengurangi ketimpangan pajak antara pelaku usaha konvensional dan digital. Sehingga hal demikian berpotensi dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan pelaku usaha digital serta menciptakan sistem perpajakan yang lebih transparan. Meskipun terdapat tantangan dalam implementasinya, namun masih dapat diatasi dengan kebijakan yang dirancang secara strategis dan responsif terhadap kebutuhan era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih dalam tentang strategi optimalisasi penerapan PPN dalam transaksi digital di sektor E-Commerce guna mendorong kepatuhan pajak. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi literatur, penelitian ini menganalisis implementasi kebijakan PPN dan dampaknya terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan yang bermanfaat bagi akademisi dan praktisi yang tertarik dengan isu perpajakan digital. Sementara hasil dari penelitian ini juga diharapkan mampu menghasilkan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk menciptakan ekonomi digital yang lebih berkelanjutan serta dapat menjadi panduan bagi pengambil kebijakan dan pelaku E-Commerce dalam menghadapi tantangan perpajakan di era digital. Sehingga, penelitian ini dapat mendukung transformasi sistem perpajakan Indonesia menuju era ekonomi digital yang lebih transparan dan efisien.

## B. LITERATUR REVIEW DAN HIPOTESIS

### 1. Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) merupakan pajak yang dikenakan pada setiap tahap produksi dan distribusi barang dan jasa, yang dibebankan kepada konsumen akhir, namun tugas memungut, menyetor, dan melaporkan PPN ada pada PKP. Sebagai salah satu komponen penting dalam pendapatan negara, PPN berperan dalam mendukung pembangunan dan kesejahteraan publik (Bird & Gendron, 2007). Di Indonesia, peraturan mengenai PPN diatur dalam Undang-Undang Pajak Pertambahan Nilai. Dalam transaksi digital, PPN berfungsi untuk mengurangi ketimpangan pajak antara bisnis konvensional dan bisnis berbasis digital. Sebelumnya, sektor digital memiliki potensi kehilangan penerimaan pajak yang signifikan. Mekanisme PPN diterapkan dengan cara mengkreditkan pajak masukan (pajak yang dibayar atas pembelian barang atau jasa) dengan pajak keluaran (pajak yang dipungut atas penjualan barang atau jasa). Artinya, pengusaha atau penjual cukup menyetor selisih antara pajak keluaran dan pajak masukan, sehingga hanya pajak yang benar-benar dibebankan kepada konsumen yang disetorkan ke pemerintah.

PPN berperan penting sebagai sumber pendapatan negara untuk membiayai berbagai pengeluaran publik, seperti infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan. Selain itu, PPN juga digunakan sebagai alat kebijakan fiskal untuk mengatur perekonomian. Dalam penerapannya, PPN dihitung berdasarkan nilai tambah dari barang atau jasa yang dijual. Sejak 1 April 2022, tarif PPN di Indonesia meningkat sebesar 11% dari sebelumnya 10%, dan direncanakan akan mengalami peningkatan sebesar 12% pada 1 Januari 2025. Tarif ini berlaku untuk seluruh transaksi yang menjadi objek pajak PPN.

### 2. E-Commerce

E-Commerce merupakan aktivitas jual dan beli, promosi, serta pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan menggunakan teknologi digital (Jony Wong 2010). E-Commerce salah satu jenis dari mekanisme bisnis yang dijalankan secara elektronik menggunakan media internet sebagai media pertukaran barang atau jasa oleh dua pihak intitusi maupun antar institusi dengan konsumen secara langsung (Amir Hartman 2000). Penggunaan E-Commerce memudahkan perusahaan untuk memperluas jangkauan bisnis dan memperluas jangkauan konsumen dengan lebih efisien. Proses transaksi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional, kini berubah menjadi lebih modern dengan inovasi transaksi online. Di Indonesia, penggunaan E-Commerce terus mengalami peningkatan setiap tahunnya yang disebabkan karena proses digitalisasi.

Data menunjukkan bahwa pada Februari 2022, nilai transaksi E-Commerce mencapai Rp30,8 triliun dengan total volume transaksi sebanyak 222,9 juta (Ramli, 2022). Berdasarkan survei *We Are Social* pada April 2021, Indonesia memiliki tingkat penggunaan E-Commerce tertinggi di dunia yang mencapai 88,1% (Lidwina, 2021). RedSeer juga menyatakan bahwa nilai transaksi E-Commerce di Indonesia akan meningkat hingga mencapai US\$137,5 miliar pada tahun 2025 (Pahlevi, 2022). Keberadaan berbagai platform E-Commerce telah mempermudah transaksi ekonomi sekaligus membuka peluang bisnis baru. Saat ini, hampir semua jenis barang dan jasa dapat diperoleh secara online. Bagi konsumen, E-Commerce memberikan kemudahan dalam berbelanja secara cepat dan praktis. Sementara bagi pelaku bisnis, E-Commerce menjadi cara efektif untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional.

Jenis-Jenis E-Commerce :

- a.) B2C (Business to Consumer) : Transaksi antara perusahaan dan konsumen. Contohnya Amazon atau Tokopedia
- b.) B2B (Business to Business) : Transaksi antar perusahaan. Contohnya antara produsen dan distributor
- c.) C2C (Consumer to Consumer) : Transaksi langsung antar konsumen. Contohnya OLX

- d.) C2B (Consumer to Business) : Konsumen menawarkan layanan produk atau jasa kepada perusahaan. Contohnya Fiver

### 3. Marketplace

Marketplace merupakan platform digital yang berfungsi sebagai sarana untuk memasarkan produk secara elektronik (Apriadi, 2017). Marketplace berperan sebagai perantara yang menyediakan tempat jual beli dengan melibatkan banyak pihak seperti pengelola marketplace, merchant, penyedia layanan pembayaran, hingga jasa pengiriman. Di Indonesia, terdapat berbagai platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, dan lain sebagainya. Melalui marketplace, penjual dapat memasarkan produk atau jasa, sedangkan pembeli dapat mencari, memilih, dan membeli produk sesuai kebutuhan. Proses jual beli dalam marketplace mencakup tahap pencarian produk, pemilihan produk, pemesanan, dan pembayaran. Dimana platform ini biasanya memperoleh keuntungan melalui komisi atau biaya layanan dari penjual.

Jenis marketplace dapat dibagi menjadi 2 kategori utama :

- a.) Marketplace Murni : Dalam jenis ini, penjual memiliki kebebasan untuk mengelola transaksi secara individu, termasuk pengaturan harga dan informasi produk. Marketplace hanya berperan sebagai perantara yang memfasilitasi proses jual beli
- b.) Marketplace Konsinyasi : Disini, penjual hanya menitipkan produk kepada platform marketplace yang kemudian mengatur seluruh proses transaksi, termasuk penetapan harga dan pengiriman. Contoh dari jenis ini adalah Zalora dan Berrybenka

Perkembangan marketplace di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat. Keberadaan marketplace membuka peluang bagi masyarakat untuk memulai atau mengembangkan usaha dengan lebih mudah dan praktis. Aktivitas jual beli dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, tanpa terikat jarak, ruang, maupun waktu selama terdapat akses internet. Pada dasarnya, marketplace mirip dengan pasar tradisional yang mempertemukan penjual dan pembeli, namun perbedaannya terletak pada sistem yang berbasis online. Dengan demikian, transaksi dapat dilakukan tanpa pertemuan fisik antara penjual dan pembeli sehingga memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam berbelanja.

### 4. Kepatuhan Pajak

Kepatuhan pajak merupakan tindakan atau perilaku wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku di suatu negara (Sitorus & Tambun, 2023). Hal ini mencakup pelaporan, perhitungan, pembayaran, dan penyetoran pajak tanpa melakukan tindakan penghindaran atau manipulasi data yang dapat merugikan negara (Tambun & Haryati, 2022). Menurut Simon (2003) dalam Harinurdin (2009) mendefinisikan kepatuhan pajak (Tax Compliance) sebagai kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban pajaknya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Kepatuhan ini diwujudkan tanpa memerlukan pemeriksaan mendalam, investigasi menyeluruh (Obtrusive Investigation), peringatan, ancaman, atau penerapan sanksi baik hukum maupun administratif.

Adapun jenis-jenis kepatuhan wajib pajak menurut Rahayu (2010:138) dalam Hestanto (2018) yaitu :

- a.) Kepatuhan Formal : Kondisi dimana wajib pajak memenuhi kewajiban secara formal sesuai dengan aturan dalam undang-undang perpajakan
- b.) Kepatuhan Material : Kondisi dimana wajib pajak secara substansial memenuhi seluruh ketentuan material dalam Undang-Undang Perpajakan sesuai dengan esensi dan aturan

Guna meningkatkan kepatuhan pajak, penggunaan aplikasi perpajakan online seperti Online Pajak menjadi solusi yang efektif. Aplikasi ini memberikan kemudahan dalam membantu membuat dan mengirimkan faktur elektronik, melaporkan, dan membayar pajak dengan mudah. Selain itu, aplikasi tersebut memungkinkan penyimpanan data transaksi secara terstruktur. Kepatuhan pajak sangat penting dalam sistem perpajakan karena memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk mengelola kewajiban pajak secara mandiri, mulai dari menghitung, menyetor, dan melaporkan (Tambun et al., 2023). Pemerintah melalui otoritas pajak senantiasa terus berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kewajiban pajak dan melakukan pengawasan untuk memastikan kepatuhan pajak (Tambun et al., 2024). Dalam hal ini, kepatuhan pajak sangat penting bagi keberlangsungan pembangunan negara, mengingat pajak berperan sebagai sumber pendapatan utama pemerintah untuk membiayai berbagai program pembangunan dan layanan publik.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian sekunder dengan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis optimalisasi penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam E-Commerce marketplace guna mendorong

kepatuhan pajak. Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi literatur dari berbagai sumber terpercaya seperti jurnal akademik, laporan pemerintah, peraturan perundang-undangan, artikel, dan publikasi resmi dari otoritas perpajakan. Metode ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi yang relevan dan terkini mengenai implementasi kebijakan PPN E-Commerce, tantangan yang dihadapi, dan strategi optimalisasi yang dapat diterapkan. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil temuan dari berbagai literatur untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai efektivitas kebijakan PPN dalam meningkatkan kepatuhan pajak pelaku E-Commerce. Sedangkan teknik penelitian yang digunakan terdiri dari 3 bagian meliputi reduksi atau penyederhaan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

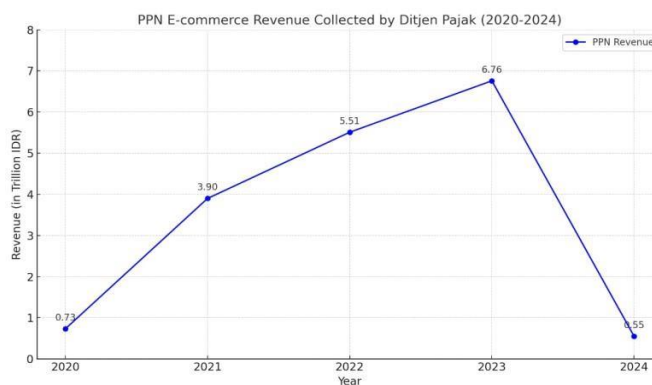
## D. HASIL DAN DISKUSI

### 1. Tantangan Implementasi PPN dalam E-Commerce Marketplace

Pertumbuhan pesat transaksi di sektor E-Commerce membawa tantangan besar bagi implementasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Salah satu tantangan yang dihadapi berupa rendahnya pemahaman wajib pajak, baik dari kalangan individu maupun pelaku usaha terhadap kewajiban perpajakan. Minimnya tingkat kesadaran perpajakan ini membuat banyak pelaku usaha digital tidak melaporkan transaksi yang terjadi secara transparan. Akibatnya, pengumpulan pajak menjadi kurang optimal sehingga memengaruhi penerimaan negara. Tantangan ini semakin sulit dihadapi ketika transaksi digital yang bersifat lintas batas sehingga membuat pengawasan sulit dilakukan. Otoritas pajak sering kali tidak memiliki akses terhadap data transaksi untuk memastikan bahwa setiap transaksi tercatat dengan benar. Hal ini yang kemudian seringkali dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk menghindari pajak. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat merugikan negara dengan mengurangi pendapatan pajak yang sangat dibutuhkan untuk mendukung pembangunan nasional.

Tantangan lain yang dihadapi berupa kesenjangan penerapan kebijakan PPN di berbagai platform e-commerce. Marketplace besar umumnya telah menerapkan pemungutan PPN secara otomatis, sehingga mempermudah pengelolaan pajak bagi pelaku usaha. Namun, banyak juga usaha kecil yang berjualan melalui platform E-Commerce tetapi belum memahami kewajiban perpajakan usaha yang dijalankan. Hal ini membuat sebagian besar transaksi kecil di platform digital tidak terpantau oleh otoritas pajak. Selain itu, implementasi teknologi pendukung untuk meningkatkan transparansi pajak masih belum merata, sehingga proses pelaporan pajak sering kali menjadi beban administratif bagi pelaku usaha kecil. Kurangnya dukungan teknis dari pemerintah juga memperlambat digitalisasi perpajakan yang sebenarnya sangat diperlukan dalam pertumbuhan transaksi di era digital. Tanpa dukungan teknologi yang memadai, pengawasan dan pemungutan PPN di sektor E-Commerce akan terus menghadapi tantangan.

Gambar 1. Setoran PPN E-Commerce



Sumber : Direktorat Jenderal Pajak

Penerimaan PPN dalam E-Commerce Marketplace yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Pajak dari tahun 2020 hingga 2024 terlihat dalam diagram garis diatas. Pada tahun 2020, tercatat besar penerimaan pajak yang masih sedikit dikarenakan implementasi kebijakan PPN baru mulai dijalankan. Hingga secara signifikan besar penerimaan pajak dari tahun 2021 sampai 2023 terus mengalami peningkatan. Hal tersebut berarti mencerminkan bahwa pada tahun 2021 sampai 2023, para pelaku E-Commerce memiliki tingkat kesadaran yang tinggi akan kewajiban dan kepatuhan pajak. Namun, pada tahun 2024 besar penerimaan pajak mengalami penurunan drastis. Penurunan ini kemungkinan terjadi dikarenakan beberapa tantangan seperti kurangnya dukungan teknis dari pemerintah, tantangan dalam pengawasan kebijakan, dan perubahan kebijakan itu sendiri. Sehingga dari gambar grafik tersebut perlu untuk disoroti terkait pentingnya konsistensi kebijakan guna menjaga kestabilan penerimaan pajak yang dilakukan oleh para pelaku usaha. Penurunan penerimaan PPN yang terjadi pada tahun 2024 ini perlu untuk mendapatkan evaluasi yang mendalam. Tujuannya agar berbagai tantangan yang

muncul dapat segera ditindaklanjuti guna menciptakan penerimaan pajak yang optimal untuk pembangunan nasional.

## 2. Strategi Optimalisasi Implementasi PPN dalam E-Commerce Marketplace

Optimalisasi kebijakan PPN di sektor E-Commerce membutuhkan kerja sama yang kuat antar stakeholder. Hal ini menjadi langkah yang penting untuk memperkuat teknologi guna mendukung optimalisasi pemungutan PPN di setiap transaksi digital. Dengan kerja sama yang kuat antara marketplace dan otoritas pajak, seluruh transaksi dapat tercatat secara real-time sehingga meminimalisir risiko penghindaran pajak. Teknologi seperti blockchain dapat digunakan untuk memastikan transparansi dalam pelaporan pajak dengan menyediakan rekam jejak yang tidak dapat diubah. Selain itu, big data analytics dapat membantu otoritas pajak menganalisis pola transaksi, mengidentifikasi perpajakan, dan mengambil tindakan yang lebih efektif. Sistem otomatis ini juga mempermudah pelaku usaha untuk mematuhi kewajiban pajak tanpa harus melalui proses administratif yang sulit. Dengan teknologi ini, otoritas pajak dapat memastikan bahwa semua transaksi tercatat dengan baik dan real time.

Selain pemanfaatan teknologi, pemerintah juga perlu memperbaiki kebijakan terkait perpajakan agar lebih relevan dengan kebutuhan digital. Kebijakan yang adaptif terhadap kebutuhan era digital sangat penting untuk menciptakan sistem perpajakan yang efektif dan adil. Salah satu strategi yang dapat diterapkan dengan memberikan insentif pajak bagi pelaku usaha kecil di E-Commerce untuk mendorong dalam menjadi Pengusaha Kena Pajak (PKP). Insentif ini dapat berupa pengurangan tarif pajak, penghapusan denda keterlambatan, atau penyederhanaan proses pelaporan pajak yang memungkinkan pelaku usaha kecil untuk memenuhi kewajibannya dengan lebih mudah. Selain itu, kerjasama dengan platform E-Commerce dapat dimanfaatkan untuk memberikan sosialisasi dan edukasi perpajakan kepada penjual dan pembeli. Dalam hal ini, marketplace menjadi sarana sosialisasi tentang pentingnya pajak dan dampaknya terhadap pembangunan nasional. Edukasi tersebut penting untuk meningkatkan kesadaran semua pihak yang terlibat dalam E-Commerce mengenai tanggung jawab sebagai wajib pajak.

Langkah berikutnya dapat dilakukan dengan meningkatkan kapasitas otoritas pajak dalam mengawasi transaksi digital secara efektif dan efisien. Dengan melibatkan tenaga ahli di bidang teknologi informasi dan perpajakan, otoritas pajak dapat merancang sistem pengawasan yang lebih modern dan responsif terhadap perkembangan teknologi. Pengawasan berbasis teknologi memungkinkan deteksi dini terhadap transaksi yang mencurigakan atau tidak dilaporkan dengan benar. Selain itu, evaluasi rutin terhadap kebijakan perpajakan digital juga menjadi kunci dalam memastikan bahwa aturan yang diterapkan tetap relevan dengan pasar digital. Pemerintah juga perlu menerapkan kebijakan yang fleksibel untuk mengatasi perubahan dalam teknologi dan pola konsumsi masyarakat. Kerja sama antara penguatan kapasitas SDM, evaluasi kebijakan, dan implementasi teknologi akan memastikan bahwa pengawasan terhadap transaksi E-Commerce berjalan dengan baik. Sehingga dengan strategi ini, diharapkan kebijakan PPN tidak hanya meningkatkan kepatuhan pajak tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan. Kesuksesan kebijakan ini tidak hanya akan memberikan dampak positif pada penerimaan pajak, tetapi juga memperkuat posisi Indonesia sebagai salah satu pemimpin ekonomi digital di Asia Tenggara.

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

Optimalisasi penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) di sektor E-Commerce Marketplace menjadi langkah yang strategis untuk meningkatkan penerimaan negara dan menciptakan keadilan dalam sistem perpajakan. Langkah ini perlu dilakukan dengan melibatkan kolaborasi antar stakeholder seperti pemerintah, pelaku usaha, dan platform digital. Meskipun dalam implementasinya kebijakan ini masih menghadapi tantangan, seperti rendahnya pemahaman wajib pajak terhadap kewajiban perpajakan, kesenjangan dalam penerapan kebijakan di berbagai platform digital, serta kurangnya infrastruktur teknologi yang mendukung. Sehingga kurangnya pemahaman ini sering kali menyebabkan banyak pelaku usaha kecil di sektor digital tidak memenuhi kewajiban pajaknya yang berdampak pada penurunan efektivitas pengumpulan pajak. Pengawasan terhadap transaksi digital yang bersifat lintas batas juga menjadi tantangan bagi otoritas pajak dalam memastikan seluruh transaksi tercatat dengan benar. Dengan demikian, diperlukan langkah yang baik dan efektif untuk mengatasi tantangan ini. Langkah yang dapat dilakukan berupa penguatan regulasi, peningkatan literasi perpajakan, dan pengembangan teknologi yang mendukung. Selain itu, edukasi kepada pelaku usaha dan masyarakat tentang pentingnya kepatuhan pajak perlu ditingkatkan untuk mengurangi potensi penghindaran pajak. Dalam hal ini, pemerintah perlu melakukan evaluasi secara berkala guna memastikan bahwa kebijakan PPN di sektor E-Commerce telah berjalan seiring dengan pertumbuhan ekonomi digital yang pesat. Dengan langkah yang terencana, penerapan PPN dapat menjadi instrumen yang efektif untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional secara berkelanjutan.

## REFERENCES

Agrawal, D. R. (2018). State and Local Revenue Enhancement and Taxation Policies in a Digital Economy. *Journal of Public Economics*, 162, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2018.03.012>

- Alm, J., & Melnik, M. I. (2005). Tax Sensitivity in Electronic Commerce. *Economic Inquiry*, 43(2), 294-305. <https://doi.org/10.1093/ei/cbi018>
- Amelia, M., Prastiwi, D., Mohd., & Palil, R. (2024). *The Effect Of E-Commerce Tax Complexity And Tax Sanctions On Online Marketplace Taxpayer Compliance With Gender As A Modertion Variable*.
- Bennet, S., & Thompson, R. (2022). New EU VAT-related obligations for e-commerce platforms worldwide: A qualitative impact assessment. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4223001>
- Bruce, D., Fox, W. F., & Luna, L. (2019). Sales Taxes in an E-Commerce Generation. *Journal of Economic Perspectives*, 33(3), 27-44. <https://doi.org/10.1257/jep.33.3.27>
- Chetty, R., Looney, A., & Kroft, K. (2017). Digitalization to Improve Tax Compliance: Evidence From VAT E-Invoicing in Peru. *Journal of Public Economics*, 92(5-6), 1043-1063. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2007.06.004>
- Cockfield, A. J. (2001). Formulating International Tax Laws in the Age of Electronic Commerce. *International Tax Journal*, 27(1), 2-22. <https://www.jstor.org/stable/3312740>
- Djufri. (2022). Dampak Pengenaan Ppn 11% Terhadap Pelaku Dunia Usaha Sesuai Uu No.7 Thn 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan Di Indonesia. In *JOSR: Journal of Social Research* (Vol. 1, Issue 5). <http://https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsrhttp://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr>
- Erasmus Law Review. (2022). The Contribution OF Trust to the Practical Implementation of VAT E-Commerce Rules. *Erasmus Law Review*, 15(2), 147-159. Retrieved From <https://www.elevenjournals.com/tijdschrift/ELR/2022/2/ELR-D-22-00026>
- European Commission. (2022). New EU VAT Rules for E-Commerce: Updated Revenue Figures Point to a Successful Implementation. Retrieved From [https://taxationcustoms.ec.europa.eu/news/new-eu-vat-rules-e-commerce-updated-revenue-figurespoint-successful-implementation-2022-05-23\\_en](https://taxationcustoms.ec.europa.eu/news/new-eu-vat-rules-e-commerce-updated-revenue-figurespoint-successful-implementation-2022-05-23_en)
- Europe PMC. (2022). Tax Compliance and Digitalization: Insights and Challenges. Retrieved From <https://europepmc.org/articles/PMC9168443/bin/mmc1.pdf>
- Fuadah, Nurul., Elin, P., & Irwan, H. (2022). Analisis Penerapan Pajak Pertambahan Nilai Pada Transaksi E-Commerce dan Konvensional. *Jurnal Aktiva Riset Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 152-164.
- Goolsbee, A. (2000). The Sales Tax and Electronic Commerce: So What's New? *The Economic Journal*, 110(3), F419-F434. <https://doi.org/10.1111/1468-0297.00583>
- Grant Thornton. (2021). Important EU VAT Developments for Platforms. Retrieved From <https://www.grantthornton.nl/en/insights-en/topics/vat/important-eu-vat-developments-for-platforms/>
- Indonesia. Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2024. Sekretariat Negara. Jakarta
- International Monetary Fund. (2019). Digitalization to Improve Tax Compliance. Retrieved From <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/001/2019/231/001.2019.issue-231-en.xml>
- Keen, M., & Smith, S. (2006). Thinking Straight About the Taxation of Electronic Commerce: Tax Principles and Their Application. *National Tax Journal*, 59(4), 911-922. <https://doi.org/10.17310/ntj.2006.4.06>
- Kirchler, E., Hoelzl, E., & Wahl, I. (2008). Tax Compliance and Enforcement. *Journal of Economic Psychology*, 29(2), 210-225. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.05.004>
- Leonardo, P. (2020). Application Of Taxation On Transactions E-Commerce On The Marketplace Platform. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 45-54. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248>
- Lina, Tiar., Mulky, I., & Najla, N. (2024). Analisis Implementasi Pajak Pertambahan Nilai E-Commerece dan Pajak Atas Penjualan Barang Mewah Pada Sektor Industri Otomotif di Indonesia. *Journal of Business Management and Accounting*, 6(1), 443-459.
- Luthfi, Adam., Amri, K., & Lilis, A. (2023). *Statistik E-Commerce*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019). The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales. OECD Publishing. Retrieved From <https://www.oecd.org/publications/the-role-of-digital-platforms-in-the-collection-of-vat-gst-on-online-sales-e0e2dd2d-en.htm>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2019). The Role of Digital Platforms in the Collection of VAT/GST on Online Sales. OECD Publishing. Retrieved From <https://www.oecd.org/publications/the-role-of-digital-platforms-in-the-collection-of-vat-gst-on-online-sales-e0e2dd2d-en.htm>
- Picciotto, S. (1992). The Globalization of Taxation? Electronic Commerce and the Transformation of the State. *International Journal of Political Economy*, 22(3), 26-57. <https://doi.org/10.2753/IJP0217-9202220303>
- Sitorus, R. R., & Tambun, S. (2023). Pengaruh insentif pajak dan layanan pajak terhadap persepsi dan kepatuhan wajib pajak. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(12).
- Slemrod, J., & Bakija, J. (2016). Tax Compliance Costs: A Business-Administration Perspective. *National Tax Journal*, 69(4), 783-807. <https://doi.org/10.17310/ntj.2016.4.02>
- Sugiarto, Agus. (2023). *Laporan Perilaku Konsumen E-Commerce Indonesia 2023*. OJK Institute
- TechCrunch. (2021). As EU's VAT Reform Ramps Up, Marketplaces Must Focus on Compliance to Avoid Tax Risk. Retrieved From <https://techcrunch.com/2021/12/10/as-eus-vat-reform-ramps-up-marketplaces-must-focus-on>

- compliance-to-avoid-tax-risk/
- Terra, B., & Kajus, J. (2019). VAT and Electronic Commerce: The New Rules as a Means for Simplification, Combatting Fraud and Creating a More Level Playing Field?. *ERA Forum*, 19(3), 451–468. <https://doi.org/10.1007/s12027-019-00575-9>
- Tambun, S., & Haryati, A. (2022). Moderasi Sikap Nasionalisme Atas Pengaruh Moral Pajak Terhadap Kesadaran Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 13(2), 278-289.
- Tambun, S., Do Parago, A., & Sitorus, R. R. (2023). Pengaruh Literasi Akuntansi dan Flourishing Terhadap Komitmen Patuh Pajak Dengan Kebutuhan Kompetensi Perpajakan Sebagai Pemoderasi. *Media Akuntansi Perpajakan*, 8(2), 76-87.
- Tambun, S., Mofun, S. N., Putra, R. R., Julito, K. A., & Sitorus, R. R. (2024). Pendampingan Peningkatan Kredibilitas Laporan Keuangan Dan Efektivitas Pelaporan Pajak Pt. Tbi. *Journal Of Community Dedication*, 4(1), 52-63.
- Turina, A. (2021). E-Commerce And Effective Vat/Gst Enforcement: Can Online Platforms Play A Valuable Role?. *Ssrn Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4013021>
- Utami, S. W. (2024). *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif Tinjauan Yuridis Terhadap Pajak Digital: Implementasi Dan Tantangannya Di Indonesia*.
- Vertex. (2022). Online Marketplace Vat: Everything You Need To Know. Retrieved From <https://www.vertexinc.com/en-gb/resources/resources-library/online-marketplace-vat-everything-you-need-know>
- Wiratama, R., Asri, M., & Tangke, P. (2020). *Online Business (E-Commerce) In Indonesia Taxation*. <https://ssrn.com/abstract=3522835>
- Wiswarupa, M., & Ayu Sadnyini, I. (2024). *Law Development Journal Legal Construction of E-Commerce Income Tax in Online Marketplace: Withholding Tax System Mechanism*. 6(1), 64–75.
- Yunita, Y., & Tambun, S. (2024). Pengaruh Earnings Management dan Derivatif Keuangan Terhadap Tax Avoidance Dengan GCG Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 9(1), 51-66.