

DAMPAK DAN TANTANGAN PENERAPAN PAJAK DIGITAL DI INDONESIA : STUDI KASUS PT. SII dan PT. T

Chirmala Wisnu Permata Affardi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Akutansi, Universitas

Padjadjaran, Bandung

Email : chirmalapermata99@gmail.com

ABSTRAK

Revolusi Industri 4.0 telah membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Pada Tahun 2024 Negara Indonesia memiliki 2.562 *startup* di Indonesia. Sehingga Indonesia menjadi Negara dengan jumlah Perusahaan *startup* terbesar nomor 1 di Asia Tenggara, peringkat ke-2 di Asia dan peringkat ke-6 di Dunia. Penerapan pajak digital di Indonesia secara resmi dimulai pada 1 Juli 2020 diatur dalam PP No. 46 Tahun 2020. Penerapan pajak digital sudah berjalan kurang lebih 4 tahun di Indonesia. Respon dari pemilik layanan penjualan E-commerce, pengguna layanan E-commerce, dan konsumen E-commerce memiliki pendapat pro (setuju) dan kontra (tidak setuju). Tujuan penelitian untuk mengetahui dampak, tantangan dan solusi penerapan pajak digital di Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus di PT. SII dan PT. T. Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia memiliki dampak positif dan negative yang signifikan terhadap peningkatan keadilan pajak, penyederhanaan kepatuhan pajak, dampak ekonomi jangka Panjang, beban finansial bagi UMKM atau *Startup*, pembaruan regulasi pajak digital dan dampak kenaikan harga konsumen. Adapun Tantangan dan solusi penerapan pajak digital adalah 1). minimnya kesadaran masyarakat terkait pajak digital solusinya dengan kampanye edukasi yang intensif, kolaborasi dengan stakeholder, membuat panduan informasi pajak digital dan menyediakan fasilitas layanan bantuan dan konsultasi, 2). Keterbatasan infrastruktur teknologi digital solusinya dengan investasi koneksi internet, peningkatan koneksi internet, kerjasama dengan swasta, dan membuat program pelatihan pegawai pajak. 3). Kerentanan terhadap ancaman keamanan data solusinya dengan pengaturan infrastruktur keamanan, membuat pelatihan kesadaran keamanan, melakukan audit dan pengujian keamanan berkala, membuat manajemen akses ketat, dan mengembangkan protokol respon independen. 4). Kerjasama internasional solusinya dengan memperkuat diplomat pajak, kerjasama bilateral dan multilateral, investasi dalam teknologi meningkatkan transparansi kebijakan pajak digital dan berkomunikasi secara efektif.

Kata kunci : Pajak Digital; Ekonomi Digital; *Startup*

ABSTRACT

Industrial Revolution 4.0 has had a significant impact on the economy in Indonesia. In 2024, Indonesia will have 2,562 startups in Indonesia. So that Indonesia has become the country with the number 1 largest number of startup companies in Southeast Asia, ranked 2nd in Asia and ranked 6th in the world. The implementation of digital tax in Indonesia officially started on July 1 2020, regulated in PP No. 46 of 2020. The implementation of digital taxes has been running for approximately 4 years in Indonesia. Responses from E-commerce sales service owners, E-commerce service users, and E-commerce consumers have pro (agree) and con (disagree) opinions. The aim of the research is to determine the impact, challenges and solutions for

implementing digital taxes in Indonesia. The method used in this research is qualitative with a case study approach at PT. SII and PT. Q. The research results show that the implementation of digital corporate tax in Indonesia has a significant positive and negative impact on increasing tax fairness, simplifying tax compliance, long-term economic impact, financial burden for MSMEs or Startups, updating digital tax regulations and the impact of increasing consumer prices. The challenges and solutions for implementing digital tax are 1). The lack of public awareness regarding digital tax can be solved by intensive educational campaigns, collaboration with stakeholders, creating digital tax information guides and providing assistance and consultation services, 2). The solution to the limitations of digital technology infrastructure is by investing in internet connections, improving internet connections, collaborating with the private sector, and creating tax officer training programs. 3). The solution to vulnerability to data security threats is by setting up security infrastructure, creating security awareness training, conducting regular security audits and testing, creating strict access management, and developing independent response protocols. 4). The solution to international cooperation is by strengthening tax diplomats, bilateral and multilateral cooperation, investing in technology, increasing the transparency of digital tax policies and communicating effectively

Keywords : Digital Tax; Digital Economy; Sturup

PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 telah membawa dampak yang signifikan terhadap perekonomian di Indonesia. Revolusi Industri 4.0 adalah periode di mana teknologi digital, kecerdasan buatan, robotika, dan otomatisasi berkembang dengan pesata. Hal ini berdampak signifikan terhadap perubahan masyarakat di Indonesia dalam berproduksi, berjualan dan berinteraksi di masyarakat. Dampak Revolusi 4.0 terhadap perekonomian Indonesia adalah Industri tradisional seperti manufaktur, pertanian, dan pertambangan mengalami transformasi melalui penggunaan teknologi digital. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi produksi, mengurangi biaya, dan meningkatkan kualitas produk usaha (Ikhsan et al., 2020).

Revolusi 4.0 mendorong pertumbuhan inovasi di berbagai sektor ekonomi di Indonesia. Perusahaan teknologi menghadirkan solusi-solusi baru untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat di Indonesia dan menciptakan peluang-peluang baru dalam bisnis digital sehingga mendorong pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia. E-commerce, fintech, layanan berbasis internet, dan industri kreatif semakin berkembang pesat. Pesatnya perkembangan bisnis digital di Indonesia menyebabkan perubahan pola konsumsi masyarakat Indonesia dari pembelian offline menjadi online (Jusuf, 2023). Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor kunci, seperti kemudahan akses, pilihan yang lebih banyak, harga yang kompetitif, kenyamanan berbelanja, ulasan produk,

rekomendasi, pengalaman berbelanja yang ditingkatkan, serta adopsi teknologi digital yang semakin luas. Semua faktor ini telah mengubah cara konsumen berbelanja, meningkatkan kepercayaan terhadap belanja online, dan membuka peluang baru bagi pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis mereka secara digital. Pesatnya perkembangan bisnis digital berdampak positif dalam menciptakan lapangan pekerjaan baru dan menyumbang signifikan terhadap PDB Negara Indonesia (Harahap, n.d.).

Pada Tahun 2025 diprediksi potensi ekonomi digital di Indonesia akan menyentuh angka USD 146 Miliar, jumlah tersebut meningkat sebanyak 23% dari tahun 2020 dengan capaian ekonomi digital di Indonesia sebesar USD 44 Miliar. Adapun data dapat dilihat di Grafik 1.1 tentang Gros Merchandise Value (GMV) Ekonomi Digital di Asia Tenggara. Proyeksi Kementerian Keuangan tentang potensi ekonomi digital Indonesia pada tahun 2025 akan mencapai Rp1.800 triliun, dengan pertumbuhan ekonomi digital sebesar 40 persen per tahun. Faktor-faktor penting yang mendorong pertumbuhan ini termasuk peningkatan jumlah pengguna internet, dengan penambahan 25,5 juta pengguna baru di Indonesia sampai dengan kuartal II tahun 2020, sehingga total pengguna mencapai 196,7 juta (Dwi Hadya Jayani, 2021). Hal ini diperkuat dengan data yang dipublikasikan oleh Databoks Tahun 2024 pada Diagram 1.1 menyatakan bahwasannya per tanggal 11 Januari Tahun 2024 Negara Indonesia memiliki 2.562 *startup* di Indonesia. Sehingga Indonesia menjadi Negara dengan jumlah Perusahaan *startup* terbesar nomor 1 di Asia Tenggara, peringkat ke-2 di Asia dan peringkat ke-6 di Dunia. Berdasarkan data Diagram 1.1 menyatakan Amerika Serikat memimpin peringkat global dengan 77.984 *startup*. Di urutan berikutnya adalah India dengan 16.344 *startup*, diikuti oleh Inggris (7.077 *startup*), Kanada (3.875 *startup*), dan Australia (2.795 *startup*). Negara lainnya dalam daftar sepuluh besar adalah Jerman, Prancis, Spanyol, Brasil, serta Indonesia. Grafik menunjukkan bahwa meskipun Indonesia tidak berada di peringkat teratas, posisinya cukup kuat dengan 2.562 *startup* (Cindy Mutia Annur, 2024). Selain itu, keterlibatan generasi milenial yang ahli dibidang digital menjadi pendorong utama dalam perkembangan perusahaan *startup* untuk meningkatkan ekonomi digital di Indonesia. Upaya pemerintah dalam mendorong UMKM untuk terjun dalam ekonomi digital juga berkontribusi dalam pertumbuhan sektor ini. Hal ini dikarenakan pembayaran pajak sektor UMKM akan menambah

pendapatan Negara dan hasil alokasi pembayaran tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan kemajuan program UMKM di Indonesia (Wahyudi & Nuryanah, 2024).

Namun, permasalahan timbul ketika ekonomi digital mulai menjajaki pasar di Indonesia dengan tingkat *playing field* yang berbeda antar sektor digital dan konvensional di Indonesia. Sektor konvensional, yang memiliki kehadiran fisik di negara tersebut, diwajibkan untuk memenuhi kewajiban perpajakan berdasarkan kriteria Badan Usaha Tetap (BUT). Sebaliknya, perusahaan-perusahaan digital yang beroperasi secara lintas batas tidak memiliki kewajiban serupa karena mereka tidak memiliki kehadiran fisik. Ini menciptakan kondisi yang tidak adil di mana perusahaan digital bisa melakukan transaksi lintas batas tanpa perlu membayar pajak, sedangkan perusahaan konvensional terbebani kewajiban pajak yang lebih tinggi (Javaid et al., 2024). Oleh karena itu, penting bagi pemerintah Indonesia untuk mengembangkan dan menerapkan kebijakan yang dapat menyelaraskan pajak antara kedua sektor tersebut. Salah satu solusi yang bisa diambil adalah mengimplementasikan prinsip pemajakan berbasis digital atau pengenaan pajak atas ekonomi digital, yang telah mulai diterapkan di beberapa negara lain. Kebijakan ini tidak hanya akan menciptakan lingkungan bisnis yang lebih adil, akantetapi juga dapat meningkatkan penerimaan negara dari sektor ekonomi digital yang berkembang pesat. Implementasi kebijakan tersebut harus dilakukan dengan hati-hati untuk memastikan bahwa tidak menghambat inovasi dan pertumbuhan startup digital di Indonesia.

Penerapan pajak digital di Indonesia secara resmi dimulai pada 1 Juli 2020 diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2020 dan implementasinya dijabarkan lebih lanjut melalui Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 48/PMK.03/2020. Pada tanggal ini, pemerintah mulai memberlakukan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas produk dan jasa digital yang dijual oleh perusahaan-perusahaan asing kepada konsumen di Indonesia. Peraturan ini diberlakukan sebagai respons terhadap pertumbuhan ekonomi digital yang cepat dan untuk memastikan bahwa perusahaan-perusahaan digital internasional memberikan kontribusi pajak yang adil di Indonesia, terlepas dari tidak adanya kehadiran fisik mereka di negara Indonesia (Rizky Alif, 2023).

Penerapan pajak digital sudah berjalan kurang lebih 4 tahun di Indonesia. Respon dari pemilik layanan penjualan E-commerce, pengguna layanan E-commerce,

dan konsumen E-commerce memiliki pendapat pro (setuju) dan kontra (tidak setuju). Pihak yang Pro terhadap penerapan pajak digital berpendapat bahwasannya penerapan pajak digital dapat memberikan keadilan pajak, peningkatan penerimaan negara, penyederhanaan kepatuhan pajak, pembaruan regulasi pajak digital dan dampak ekonomi jangka Panjang. Adapun Pihak yang Kontra berpendapat bahwasannya penerapan pajak digital dapat menambah beban finansial bagi UMKM atau *Starup* dan dampak kenaikan harga konsumen. Hal ini diperkuat dengan adanya tantangan yang kompleks dalam penerapan pajak digital adalah minimnya kesadaran masyarakat terkait pajak digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, kerentanan terhadap ancaman keamanan data dan kerjasama internasional. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian untuk mengetahui dampak dan tantangan penerapan pajak digital di Indonesia dengan studi kasus di PT. SII dan PT.T. Hal ini dilakukan untuk memberikan rekomendasi solusi berbasis bukti kepada pembuat kebijakan untuk meningkatkan keefektifan regulasi pajak digital, memperbaiki tantangan penerapan pajak digital, dan menyesuaikan kebijakan dengan dinamika pesatnya perkembangan perusahaan digital di Indonesia. Dengan demikian, diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi penting bagi literatur akademis dan praktik kebijakan publik, sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Pajak di Indonesia

Pajak adalah pungutan yang dikenakan oleh pemerintah kepada individu, dan atau badan usaha, berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang sifatnya bisa saja dipaksakan dan iuran tersebut tidak langsung akan mendapatkan timbal balik serta penggunaan iuran oleh rakyat tersebut dengan tujuan untuk membiayai pengeluaran pemerintah dalam memenuhi kebutuhan pembangunan dan pelayanan publik bagi masyarakat (Ifa Azzakyatun Nisak & Lutfi Ardhani, 2023). Pajak merupakan salah satu sumber pendapatan negara yang penting, yang digunakan untuk membiayai berbagai program dan kegiatan pemerintah, seperti pembangunan infrastruktur, pelayanan kesehatan, pendidikan, serta berbagai program sosial dan keamanan (Agusta & Trisnaningsih, n.d.).

Berdasarkan pemahaman mengenai pajak yang sudah disebutkan tersebut penulis dapat mengambil kesimpulan bahwasanya pajak merupakan iuran yang

pemungutannya dilakukan oleh negara dan dapat dipaksakan dengan menggunakan undang - undang maupun aturan pelaksana lain terkait undang-undang tersebut. Pemungutan pajak dilakukan mengikuti peraturan-peraturan perundangan yang berlaku dan dilakukan dengan tujuan untuk digunakan membiayai pengeluaran pemerintah yang digunakan untuk kepentingan umum.

Jenis Pajak di Indonesia

Pajak di Indonesia memiliki berbagai jenis tergantung cara pengelompokannya. Pengelompokan pajak dibagi menurut sifat-sifat dari pajak, Lembaga pemungut pajak dan pembebanan pajak. Adapun jenis pengelompokan pajak berdasarkan kriteria yang sudah disebutkan diatas sebelumnya antara lain, sebagai berikut:

1. Pengelompokan Berdasarkan sifat pajak

- a. Subjektif Pajak mengacu pada individu atau badan usaha yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Dalam konteks ini, pajak dipandang sebagai suatu kewajiban atau tanggung jawab yang terletak pada subjek pajak, yaitu individu atau badan usaha yang memiliki pendapatan, kekayaan, atau melakukan transaksi yang dikenai pajak. Adapun contoh subjektif pajak adalah Pajak Penghasilan (PPh) yaitu individu atau badan usaha yang memiliki penghasilan yang melebihi batas penghasilan yang ditetapkan dan Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) yaitu pemilik kendaraan bermotor yang terdaftar di instansi terkait (Nur Alim Bahri, 2022).
- b. Objektif Pajak biasanya dikenakan berdasarkan transaksi atas barang-barang tertentu yang menurut peraturan pajak atas transaksi dari barang-barang tersebut dikenakan pajak tertentu. Adapun contoh objektif pajak adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yaitu nilai transaksi jual beli barang atau jasa Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) yaitu nilai tanah dan atau bangunan yang dimiliki (Rafi Bakri & Muhammad Hakim, 2022).

2. Pengelompokan Berdasarkan Lembaga Pemungutan Pajak.

- a. Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Pusat.
 - Pajak Penghasilan (PPh) adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan individu dan badan usaha, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri
 - Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas penjualan barang dan jasa yang dilakukan oleh pelaku usaha.

- Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) adalah pajak yang dikenakan atas kepemilikan tanah dan/atau bangunan yang dimiliki oleh individu atau badan usaha.
- Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) adalah pajak yang dikenakan atas penjualan barang-barang mewah tertentu, seperti mobil mewah, kapal pesiar, dan barang mewah lainnya (NOVI NATALIA PADANG, 2021).

b. Pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah.

- Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak yang dikenakan atas kepemilikan dan penggunaan kendaraan bermotor di wilayah daerah tertentu.
- Pajak Bahan Bakar Minyak (PBBM) adalah pajak yang dikenakan atas penggunaan bahan bakar minyak, seperti bensin dan solar.
- Pajak Hotel adalah pajak yang dikenakan atas penerimaan dari penyelenggaraan usaha hotel, penginapan, atau akomodasi serupa.
- Pajak Restoran adalah pajak yang dikenakan atas penerimaan dari penyelenggaraan usaha restoran atau rumah makan (Fatimatuz Zahra, n.d.).

c. Pajak yang dipungut oleh instansi Pemerintah lainnya.

- Pajak Warisan adalah pajak yang dikenakan atas harta warisan yang diterima oleh penerima warisan.
- Pajak Hibah adalah pajak yang dikenakan atas hibah yang diberikan oleh seseorang kepada penerima hibah.
- Pajak Dividen adalah pajak yang dikenakan atas pembagian dividen oleh perusahaan kepada pemegang saham.
- Pajak Royalti adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima dari pembayaran royalti atas hak kekayaan intelektual (Ade Fariska & Isnani Yuli Andini, 2023).

3. Pengelompokan Berdasarkan Cara Pembebanan Pajak (Manurung et al., 2022) , sebagai berikut:

- a. Pajak Langsung adalah pajak yang dikenakan secara langsung kepada individu atau badan usaha atas penghasilan atau kekayaan yang mereka miliki. Pajak ini umumnya dikenakan berdasarkan proporsi atau jumlah yang spesifik dari pendapatan atau kekayaan yang dimiliki oleh wajib pajak. Contoh pajak langsung adalah Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), serta Pajak Kendaraan Bermotor (PKB).

- b. Pajak Tidak Langsung adalah pajak yang dikenakan atas transaksi pembelian barang atau jasa, yang pada akhirnya dapat ditransfer kepada konsumen dalam bentuk harga yang lebih tinggi. Pajak ini tidak dikenakan secara langsung kepada individu atau badan usaha, tetapi dikenakan pada barang atau jasa tertentu yang mereka beli atau gunakan. Contoh pajak tidak langsung adalah Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), serta Bea Masuk.
- c. Pajak Progresif adalah pajak yang tarifnya meningkat seiring dengan peningkatan jumlah pendapatan atau kekayaan yang dimiliki oleh wajib pajak. Pajak ini dirancang untuk menempatkan beban pajak lebih besar pada mereka yang memiliki penghasilan atau kekayaan yang lebih tinggi, dengan tujuan untuk menciptakan distribusi pendapatan yang lebih adil. Contoh pajak progresif adalah Pajak Penghasilan (PPh) yang tarifnya bertingkat, di mana tarif pajak meningkat seiring dengan peningkatan jumlah pendapatan.

Fungsi Pajak di Indonesia

Pelaksanaan pajak di Indonesia memiliki 2 fungsi (Agusta & Trisnaningsih, 2022), sebagai berikut:

1. Fungsi Anggaran, sebagai berikut:

- a. Pendapatan Negara: Pajak adalah sumber utama pendapatan bagi negara. Fungsi utama pajak dalam konteks anggaran adalah untuk menyediakan dana bagi pemerintah guna membiayai berbagai program dan kegiatan yang diperlukan untuk pembangunan dan pelayanan publik, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, serta kegiatan sosial dan keamanan.
- b. Pemerataan Pendapatan: Pajak dapat berperan dalam pemerataan pendapatan di masyarakat. Sistem perpajakan yang progresif, di mana tarif pajak meningkat seiring dengan peningkatan pendapatan, dianggap dapat membantu mengurangi kesenjangan ekonomi antara kelompok-kelompok masyarakat yang berpenghasilan tinggi dan rendah (Saputra, 2021).

2. Fungsi Mengatur, sebagai berikut:

- a. Pengendalian Inflasi: Pajak dapat digunakan sebagai alat untuk mengendalikan inflasi. Pemerintah dapat menggunakan kebijakan perpajakan, seperti penyesuaian tarif pajak, untuk mengatur permintaan agregat dalam perekonomian dan mencegah terjadinya inflasi yang berlebihan.

- b. Pengaturan Pertumbuhan Ekonomi: Sistem perpajakan juga dapat digunakan untuk mengatur pertumbuhan ekonomi. Pemerintah dapat memberlakukan insentif pajak atau pembebasan pajak untuk sektor-sektor tertentu dalam perekonomian guna merangsang investasi dan aktivitas ekonomi yang berpotensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- c. Pengalokasian Sumber Daya yang Efisien: Pajak dapat digunakan untuk mengalokasikan sumber daya ekonomi secara efisien. Pemerintah dapat memberlakukan insentif atau pembatasan pajak untuk mengarahkan sumber daya ke penggunaan yang paling produktif dan menguntungkan bagi perekonomian (Susila Adiyanta, 2020).

Pajak Digital di Indonesia

Pajak digital adalah bentuk pajak yang dikenakan atas transaksi atau kegiatan ekonomi yang dilakukan secara digital, terutama melalui platform online atau sistem elektronik. Adapun pengertian pajak digital berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh) adalah penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh wajib pajak dari luar wilayah Indonesia atau melalui media elektronik dianggap sebagai penghasilan yang diperoleh dari dalam wilayah Indonesia, termasuk penghasilan dari transaksi digital (Arjun Wahyudi & Siti Nuryanah, 2024). Pengertian ini juga diperkuat dengan adanya transaksi yang dilakukan melalui internet atau media elektronik yang tidak terikat pada lokasi fisik tertentu (Fatmawati et al., n.d.). Pajak digital mencakup berbagai jenis transaksi, termasuk penjualan barang dan jasa, iklan online, layanan digital, penjualan konten digital seperti musik, film, dan buku elektronik. Hal ini mencakup berbagai platform, mulai dari situs e-commerce, aplikasi seluler, layanan streaming dan media sosial. Pajak digital juga mencakup pengenaan pajak terhadap perusahaan-perusahaan digital, baik domestik maupun internasional, yang beroperasi dan memperoleh penghasilan dari pasar Indonesia (Anang Mury, 2020). Adapun contoh Perusahaan Indonesia yang dikenakan pajak digital adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, Bukalapak, Traveloka, Gojek, Grab, Netflix dll.

Pajak digital di Indonesia tidak hanya mencakup transaksi dan kegiatan ekonomi yang dilakukan secara online, akantetapi juga mencakup pengenaan pajak terhadap perusahaan-perusahaan digital yang beroperasi di Indonesia, baik yang berasal dari dalam negeri atau luar negeri (Surono, 2022). Hal ini mencerminkan upaya pemerintah

dalam memperbaharui sistem perpajakan untuk mengakomodasi perkembangan ekonomi digital, memastikan adanya keadilan dan kesetaraan dalam pembayaran pajak.

Pajak Digital di Indonesia diatur oleh Undang-Undang dan peraturan turunannya. Adapun regulasi yang mengatur tentang Pajak Digital, sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 7 Tahun 2017 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh): UU ini menjadi dasar pengenaan pajak atas transaksi digital. UU PPh memberikan landasan hukum yang jelas tentang pengenaan pajak atas penghasilan dari transaksi digital oleh perusahaan digital dalam negeri maupun luar negeri yang beroperasi di Indonesia.
2. Peraturan Pemerintah No. 8 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Peraturan Perdagangan Elektronik): Peraturan ini memberikan landasan hukum tentang perdagangan melalui sistem elektronik, yang mencakup transaksi digital. Peraturan Perdagangan Elektronik menjadi penting karena memberikan ketentuan lebih lanjut tentang transaksi digital yang menjadi objek pajak.
3. Peraturan Menteri Keuangan No. 120/PMK.04/2018 Tentang Tata Cara Pembelian Identifikasi dan penggunaan Nomor Pokok Wajib Pajak Bagi Wajib Pajak Dalam Negeri yang Melakukan Transaksi Melalui Sistem Elektronik: PMK 120 memberikan panduan tentang identifikasi dan penggunaan NPWP bagi wajib pajak yang melakukan transaksi melalui sistem elektronik. Regulasi ini penting karena membantu dalam mengidentifikasi dan memantau kegiatan transaksi digital yang dilakukan oleh wajib pajak dalam negeri.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah pendekatan atau strategi yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan menarik kesimpulan dalam suatu penelitian. Metode penelitian yang dipilih akan tergantung pada tujuan penelitian, jenis data yang dikumpulkan, serta konteks dan kebutuhan penelitian itu sendiri (Muftahatus Sa'adah, 2022). Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus di PT. SII dan PT. T. Penelitian studi kasus adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami secara mendalam suatu fenomena, situasi, atau masalah tertentu dalam konteks nyata. Dalam penelitian ini, peneliti memilih dua kasus yang dianggap representatif atau relevan dengan tujuan penelitian yaitu kasus di PT. SII dan PT. T. Kemudian, peneliti melakukan analisis terperinci terhadap kasus tersebut dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti wawancara,

observasi, dokumen, dan catatan lapangan. Adapun wawancara dalam penelitian ini menggunakan wawancara *semi-struktur* yang memadukan unsur struktur dan fleksibilitas. Dalam wawancara semi-struktur, peneliti memiliki daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan sebelumnya, tetapi juga memungkinkan ruang bagi responden untuk menjelaskan dan mengembangkan jawaban mereka secara lebih bebas (Muftahatus Sa'adah, 2022).

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh peneliti dengan melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang kompeten dalam bidangnya. Wawancara dilakukan dengan menggunakan *semi-structured* method oleh peneliti dikarenakan metode ini mudah digunakan dan memberikan kebebasan lebih untuk menggali dengan pertanyaan-pertanyaan yang lebih mendalam. Narasumber penelitian ini adalah Supervisor Pajak PT. SII (pemilik layanan penjualan E-commerce), Staff Pajak PT. T (pemilik layanan penjualan E-commerce), Supervisor Marketplace CV. TBWD (pengguna layanan E-commerce) dan 20 konsumen pembeli barang di E-commerce. Adapun data narasumber secara rinci dapat di Tabel 1.1.

Sumber data diperoleh dari partisipan penelitian atau dari dokumen dalam berbagai bentuk, termasuk statistik atau format lainnya dengan maksud untuk keperluan penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data skunder. Sumber data primer diperoleh dari informan yang dianggap kompeten dalam bidangnya. Disamping itu, untuk data lainnya dari sampel informan dari unsur masyarakat. Jumlah informan pada penelitian kualitatif bersifat fleksibel berdasarkan persyaratan validitas dan kesesuaian sampai kejenuhan data tercapai. Data sekunder adalah informasi yang diperoleh dari pihak lain dan tidak diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitian. Data skunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari buku-buku, jurnal, skripsi, tesis dan disertasi yang berhubungan dengan objek penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah sebuah Teknik yang membahas terkait proses pengolahan data penelitian dan informasi yang sudah didapatkan selama melakukan penelitian untuk mendapatkan hasil dari penelitian tersebut. Adapun Teknik analisa data, sebagai berikut:

- 1.Reduksi data adalah proses menyederhanakan dan mengorganisasi data yang telah dikumpulkan dalam penelitian kualitatif. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi pola, tema, atau konsep-konsep kunci yang muncul dari data dan mempersempit fokus analisis
- 2.Penyajian data adalah proses menampilkan hasil analisis data kualitatif dengan cara yang jelas dan sistematis agar dapat dipahami oleh pembaca.
- 3.Analisis data kualitatif adalah proses menginterpretasi dan memahami makna di balik data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi pola, tema, atau konsep yang muncul dari data dan menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang subjek penelitian(Nina Adlini, 2022).

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Dampak Penerapan Pajak Digital di Indonesia

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia memiliki dampak positif dan negative yang signifikan terhadap peningkatan keadilan pajak, penyederhanaan kepatuhan pajak, dampak ekonomi jangka Panjang, beban finansial bagi UMKM atau *Startup*, pembaruan regulasi pajak digital dan dampak kenaikan harga konsumen. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai dampak penerapan pajak digital di Indonesia, sebagai berikut:

1.Peningkatan Keadilan Pajak

Perusahaan digital internasional sering kali bisa menjual barang dan jasa tanpa membayar pajak yang setara dengan perusahaan lokal. Pajak digital menargetkan perusahaan-perusahaan ini untuk memastikan bahwa mereka membayar Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan potensi Pajak Penghasilan (PPh) sebagaimana mestinya, sesuai dengan pendapatan yang mereka peroleh dari konsumen Indonesia. Hal ini akan membantu menciptakan kondisi yang lebih setara di antara perusahaan lokal dan asing, memperbaiki ketidakseimbangan yang sebelumnya merugikan pelaku bisnis dalam negeri.

Pemerintah Indonesia dapat menarik pajak dari perusahaan digital Internasional untuk meningkatkan penerimaan pajak secara keseluruhan. Penerimaan pajak yang lebih besar dan lebih adil ini dapat digunakan untuk membiayai layanan publik dan infrastruktur, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas hidup masyarakat secara luas di Indonesia. Hal ini merupakan langkah penting dalam

memastikan bahwa keuntungan ekonomi yang dihasilkan oleh perusahaan digital juga memberikan manfaat kepada masyarakat Indonesia secara lebih luas. Hal ini sesuai pendapat dari EF selaku Supervisor Pajak PT. SII yang menyatakan bahwasannya pajak digital memberikan keadilan bagi usaha di Indonesia. Hal ini dikarenakan Perusahaan Internasional cenderung memberikan harga yang lebih murah, sehingga merugikan pengusaha lokal.

Penerapan pajak digital di Indonesia memungkinkan Pemerintah untuk menarik pajak dari Perusahaan besar Internasional yang sebelumnya tidak melakukan pembayaran secara proposional terhadap keuntungan yang mereka dapatkan ketika melakukan penjualan barang secara digital di Indonesia. Hal ini tentu dapat menciptakan lingkungan yang lebih adil bagi perusahaan lokal yang sebelumnya berkompetisi di pasar yang tidak seimbang di Indonesia.

2. Penyederhanaan Kepatuhan Pajak

Pajak digital mendorong penerapan sistem pendaftaran dan pelaporan elektronik yang sepenuhnya otomatis. Perusahaan digital internasional yang beroperasi di Indonesia diharuskan mendaftar dan melaporkan kewajiban pajak mereka melalui sistem online. Proses ini memastikan bahwa data yang masuk lebih akurat dan dapat diakses secara real-time oleh Dirjen Pajak. Hal ini memungkinkan Direktorat Jenderal Pajak untuk lebih efektif dalam memonitor transaksi dan kegiatan ekonomi di Indonesia. Pemerintah dapat lebih mudah mengidentifikasi ketidaksesuaian atau penghindaran pajak dikarenakan data yang lebih akurat dan real-time.

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia berpotensi menyederhanakan kepatuhan pajak dengan memperkenalkan prosedur yang lebih efisien dan sistematis dalam mengelola kewajiban pajak untuk perusahaan yang beroperasi dalam ruang digital. Inisiatif ini menargetkan perusahaan besar seperti raksasa e-commerce, penyedia layanan streaming, dan platform digital lainnya. Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penerimaan negara tetapi juga untuk menyederhanakan proses administrasi pajak. Pemerintah dengan memanfaatkan teknologi, berusaha mengurangi beban administratif bagi perusahaan dan otoritas pajak. Hal ini meningkatkan kepatuhan pajak, dan memastikan bahwa semua usaha yang berkewajiban melakukan pembaruan

pajak dapat melakukan pembayaran dengan adil dan sesuai dengan kegiatan ekonomi mereka di Indonesia. Hal ini sesuai pernyataan AN, RA, dan Y yang mengatakan bahwasannya pajak digital memudahkan bagi pembeli yang melakukan pembelian barang dari luar negeri dikarenakan langsung terpotong pada saat pembelian aplikasi. Hal ini akan berbeda dengan pembelian barang dari luar Negeri secara offline tentu akan terkena pajak dan pengurusannya yang sangat tidak memakan waktu yang cukup panjang.

3. Dampak Ekonomi Jangka Panjang

Pajak perusahaan digital diharapkan meningkatkan penerimaan pajak negara dengan adanya kewajiban pajak yang dikenakan pada perusahaan digital asing dan lokal sehingga pemerintah dapat mengumpulkan dana lebih banyak yang bisa digunakan untuk membiayai berbagai program pembangunan. Pendapatan pajak yang lebih tinggi ini memungkinkan pemerintah untuk meningkatkan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan layanan publik lainnya sehingga dapat menumbuhkan perekonomian jangka panjang.

Regulasi pajak digital dapat memaksa perusahaan digital asing membayar pajak kepada Negara sehingga menciptakan persaingan industri digital yang lebih adil untuk perusahaan lokal. Hal ini membantu memastikan persaingan yang sehat, di mana perusahaan tidak hanya bersaing berdasarkan kemampuan untuk melakukan inovasi dan efisiensi. Persaingan yang lebih adil ini dapat mendorong perusahaan lokal untuk berkembang dan berinovasi di Negara Indonesia.

Penerapan pajak pada perusahaan digital di Indonesia membawa dampak signifikan terhadap ekonomi dalam jangka panjang. Hal ini mencakup aspek-aspek seperti penerimaan pajak, investasi, persaingan bisnis, dan inovasi. Dampak jangka panjang penerapan pajak pada perusahaan digital di Indonesia diharapkan dapat berjalan positif. Kebijakan ini tidak hanya meningkatkan keadilan dan transparansi dalam sistem pajak, akantetapi dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan dengan merangsang investasi, persaingan, dan inovasi di Indonesia. Hal ini sesuai dengan pendapat NA selaku Supervisor CV. TBWD yang menyatakan bahwasanya dengan adanya penjualan online dan realisasi pajak digital mampu menaikkan omzet usaha dan memudahkan pengguna aplikasi untuk melakukan pembayaran kewajiban pajak usaha.

4. Beban Finansial bagi UMKM dan *Startups*

UMKM dan startup yang mengandalkan platform digital untuk operasional akan menghadapi peningkatan biaya operasional. Jika pajak perusahaan digital menyebabkan biaya layanan digital meningkat (karena perusahaan-perusahaan besar mungkin meneruskan biaya pajak kepada pengguna mereka). Hal ini dapat meningkatkan biaya untuk layanan hosting, perangkat lunak, atau layanan berbasis cloud untuk kepentingan bisnis UMKM atau startup di Indonesia.

Pajak yang lebih tinggi pada perusahaan digital besar dapat diwujudkan dalam bentuk tarif layanan yang lebih tinggi bagi UMKM dan startup. Misalnya, jika biaya iklan digital meningkat karena Google, Facebook, atau platform serupa memutuskan untuk meneruskan biaya pajak kepada pengiklan, maka UMKM dan startup yang bergantung pada iklan digital untuk akuisisi pelanggan mungkin akan melihat peningkatan signifikan dalam biaya pemasaran mereka.

UMKM dan startup memiliki aliran kas yang minim. Apabila terjadi perubahan dalam struktur pajak yang mempengaruhi biaya atau operasional mereka, maka akan dapat mengganggu aliran kas, yang sangat krusial untuk kelangsungan bisnis UMKM. Hal ini mungkin memaksa mereka untuk merancang ulang model bisnis mereka atau mencari pendanaan tambahan untuk menutupi biaya operasional yang meningkat. Hal ini sesuai dengan pendapat RS, IS dan DJ menyatakan bahwasannya pajak digital menjadi beban operasional yang berat bagi UMKM yang memiliki modal.

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia memiliki beberapa konsekuensi penting bagi beban finansial Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta startup. Meskipun kebijakan ini bertujuan untuk meningkatkan keadilan fiskal dan penerimaan pajak di Indonesia, akan tetapi dampaknya pada UMKM dan startup perlu dipertimbangkan dengan teliti Oleh Pemerintah. Penerapan pajak digital dapat meningkatkan keadilan fiskal dan efisiensi operasional dalam perekonomian secara keseluruhan, akan tetapi penting bagi Pemerintah untuk mempertimbangkan dampak potensial pada UMKM dan startup di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM adalah tulang punggung ekonomi yang mendukung pertumbuhan ekonomi jangka panjang yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia

5. Kebutuhan Pembaruan Regulasi Pajak Digital

Ekonomi digital mencakup berbagai model bisnis yang tidak selalu cocok dengan kerangka regulasi pajak yang tersedia di Indonesia. Platform digital dan layanan streaming, dapat menawarkan cara-cara baru dalam menghasilkan pendapatan yang mungkin belum sepenuhnya diatur dalam regulasi pajak di Indonesia. Oleh karena itu, penerapan pajak digital memerlukan pembaruan regulasi untuk mencakup definisi dan kategori baru yang dapat secara akurat menangkap aktivitas ekonomi ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan SN selaku Staff Pajak PT.T yang menyatakan bahawasanya perkembangan bisnis digital sangat pesat sekali. Apabila pengusaha akan melakukan kegiatan yang belum diatur oleh regulasi menjadi takut untuk melangkah dikhawatirkan terjadinya pelanggaran yang menyebabkan kerugian perusahaan.

Pesatnya pertumbuhan perusahaan digital akan membuka potensi untuk penghindaran pajak dan pelanggaran lainnya. Pembaruan regulasi pajak digital harus mencakup penyempurnaan dalam mekanisme kepatuhan dan penegakan yang memanfaatkan teknologi untuk mendeteksi adanya pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan digital di Indonesia.

Teknologi digital berkembang dengan cepat, dan regulasi pajak perlu terus diupdate untuk menjaga relevansinya. Pembaruan tersebut harus mempertimbangkan inovasi seperti mata uang kripto, blockchain, dan kecerdasan buatan yang semakin menjadi bagian integral dari transaksi ekonomi di Indonesia. Pembaruan regulasi harus melibatkan masukan dari berbagai pemangku kepentingan, pembisnis, konsumen, ahli pajak, dan pihak berwenang. Proses konsultatif ini dapat membantu menjamin bahwa regulasi yang diperbarui mendukung pertumbuhan ekonomi, adil, dan dapat diterapkan di Indonesia.

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia tidak hanya menciptakan dampak langsung terhadap penerimaan pajak dan bisnis, akantetapi mendorong kebutuhan untuk pembaruan dan penyesuaian regulasi pajak yang tersedia di Indonesia. Inisiatif ini bertujuan untuk mengadaptasi sistem pajak yang dapat menangani kompleksitas ekonomi digital yang terus berkembang di indonesia. Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia menggaris bawahi kebutuhan mendesak untuk memperbarui dan menyesuaikan regulasi pajak. Hal ini tidak hanya

tentang meningkatkan penerimaan akan tetapi juga memastikan keadilan, efisiensi, dan kepatuhan dalam pelaksanaan penerapan pajak digital di Indonesia

6. Dampak Harga Konsumen

Perusahaan digital, seperti penyedia layanan streaming, platform e-commerce, dan penyedia layanan cloud akan mengalami peningkatan beban pajak sebagai hasil dari kebijakan pajak digital di Indonesia. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi biaya pajak yang lebih tinggi, maka perusahaan-perusahaan meneruskan sebagian atau seluruh biaya tambahan kepada konsumen. Hal ini menyebabkan peningkatan harga kepada konsumen untuk membeli produk, dan berlangganan layanan yang dibeli dari platform digital di Indonesia. Jika banyak perusahaan digital memilih untuk meneruskan biaya pajak kepada konsumen, maka akan menyebabkan kenaikan harga umum untuk barang dan jasa digital, yang secara potensial bisa berkontribusi pada inflasi di Indonesia. Meskipun kontribusi khusus dari pajak digital terhadap tingkat inflasi keseluruhan mungkin relatif kecil akan terasa khususnya di pasar yang sangat bergantung pada produk digital di Indonesia. Hal ini sesuai dengan pendapat SS, NI, KS, BN menyatakan bahwasannya hampir keseluruhan E-commerce mengalami kenaikan dari biaya admin, biaya layanan, dan biaya penanganan. Hal ini tentu diakibatkan oleh beban pajak digital yang ditanggung oleh Perusahaan penyedia Aplikasi E-commerce.

Penerapan PPN atas barang dan jasa digital yang dijual oleh perusahaan asing kepada konsumen di Indonesia dapat langsung mempengaruhi harga eceran di Indonesia. Jika perusahaan memutuskan untuk menambahkan PPN yang harus mereka setorkan ke pemerintah ke dalam harga akhir produk atau layanan, maka akan meningkatkan biaya yang harus dibayar oleh konsumen di Indonesia. Hal ini dikarenakan konsumen di Indonesia membeli produk digital seperti software, aplikasi, game, dan layanan streaming dari penyedia luar negeri. Hal ini sesuai dengan pernyataan R, PK, AD dan CH yang menyatakan bahwasannya pembelian barang dari luar negeri secara online biaya yang dibayarkan untuk biaya admin, biaya layanan dan biaya pemesanan cenderung lebih tinggi. Sehingga yang sebelumnya berminat membeli barang dari luar negeri dengan alasan lebih murah, berpindah membeli barang didalam negeri.

Peningkatan harga pada layanan digital dapat mengubah perilaku pembelian konsumen di Indonesia. Hal ini seperti konsumen lebih memilih untuk mengurangi jumlah berlangganan atau beralih ke alternatif yang lebih murah. Apabila hal ini terjadi, maka akan mempengaruhi pengeluaran konsumen dan berdampak pada persaingan di pasar digital di Indonesia. Berdasarkan penejelasan diatas dapat disimpulkan bahwasannya dampak penerapan pajak perusahaan digital terhadap harga konsumen di Indonesia tergantung pada berbagai faktor, termasuk kebijakan penetapan harga perusahaan, struktur pasar, dan sensitivitas konsumen terhadap perubahan harga. Sedangkan penerapan pajak digital sangat penting untuk keadilan fiskal, dan stabilitas ekonomi. Adapun bagi pemerintah penerapan pajak digital digunakan untuk memantau dampaknya pada konsumen dan melakukan penyesuaian kebijakan untuk mengurangi beban yang tidak diinginkan pada masyarakat di Indonesia.

Tantangan Penerapan Pajak Digital di Indonesia

Penerapan Pajak Digital di Indonesia menghadapi beberapa tantangan yang menghambat realisasi percepatan pajak perusahaan digital di Indonesia. Tantangan penerapan pajak digital di Indonesia adalah minimnya kesadaran masyarakat terkait pajak digital, keterbatasan infrastruktur teknologi, kerentanan terhadap ancaman keamanan data dan kerjasama internasional. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan solusi yang dapat menyelesaikan permasalahan tantangan penerapan pajak digital di Indonesia. Adapun penjelasan lebih rinci mengenai tantangan dan solusi penerapan pajak digital di Indonesia, sebagai berikut:

1. Minimnya Kesadaran Masyarakat terkait Pajak Digital

Penerapan pajak digital di Indonesia menghadapi tantangan signifikan terkait dengan minimnya kesadaran masyarakat mengenai apa itu pajak digital dan implikasinya. Kurangnya pemahaman ini dapat menyebabkan beberapa masalah yang mempengaruhi efektivitas penerapan kebijakan ini serta kepatuhan dan tanggapan masyarakat terhadap pajak digital di Indonesia. Minimnya kesadaran masyarakat tentang kewajiban pajak digital dapat menyebabkan kepatuhan yang rendah di kalangan wajib pajak, khususnya di antara UMKM dan startup yang tidak sepenuhnya menyadari kewajiban mematuhi peraturan pajak digital di Indonesia. Hal ini sesuai dengan pernyataan RD, M dan AA yang menyatakan bahwasannya mereka keberatan

melakukan pembayar pajak digital. Hal ini dikarenakan usaha yang mereka lakukan masih taraf UMKM. Hal ini dikarenakan pajak digital akan menambah beban biaya yang dikeluarkan.

Tantangan implementasi kebijakan pajak digital di Indonesia tidak hanya secara teknis penerapan pajak digital, akan tetapi juga secara informatif. Pemerintah perlu memastikan bahwa informasi tentang perubahan peraturan pajak disampaikan secara efektif kepada semua pihak yang menjadi wajib pajak digital di Indonesia. Minimnya kesadaran dan kurangnya pemahaman tentang manfaat dan kebutuhan pajak digital dapat menyebabkan resistensi di kalangan pebisnis dan konsumen, sehingga hal ini dapat menjadi beban tambahan tanpa melihat manfaat jangka panjangnya. Oleh karena itu, perlu adanya solusi untuk mengatasi tantangan ini, sehingga peneliti merekomendasikan beberapa solusi strategi yang dapat digunakan, sebagai berikut:

- a. Kampanye edukasi yang intensif: Pemerintah bersama dengan lembaga terkait perlu melaksanakan kampanye informasi dan edukasi yang luas, menggunakan berbagai media dan platform untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat di Indonesia.
- b. Kolaborasi dengan Stakeholder: Melibatkan asosiasi bisnis, lembaga pendidikan, dan media dalam menyebarkan informasi tentang pajak digital di Indonesia.
- c. Panduan informasi Pajak Digital: Menyediakan panduan dan materi informasi yang mudah dipahami untuk membantu masyarakat memahami apa itu pajak digital dan bagaimana penerapannya di Indonesia.
- d. Layanan Bantuan dan Konsultasi: Membuka hotline atau layanan konsultasi pajak yang dapat diakses oleh wajib pajak yang membutuhkan bantuan atau klarifikasi seputar pajak digital di Indonesia.

2. Keterbatasan Infrastruktur Teknologi

Penerapan pajak digital di Indonesia menghadapi tantangan signifikan terkait dengan keterbatasan infrastruktur teknologi yang ada di Indonesia. Hal ini menjadi isu kritis karena efektivitas pajak digital sangat bergantung pada kemampuan teknologi untuk mengelola, memproses, dan memantau transaksi digital secara efisien. Infrastruktur teknologi yang digunakan oleh otoritas pajak harus mampu menangani volume data yang sangat besar dari berbagai transaksi digital yang terjadi setiap hari. Keterbatasan kapasitas ini bisa menyebabkan gangguan sistem, kesalahan data, atau

kegagalan dalam pemrosesan transaksi, yang semuanya bisa mengurangi efektivitas pengumpulan pajak digital di Indonesia.

Pajak digital membutuhkan integrasi antara sistem-sistem internal pemerintah dengan platform eksternal perusahaan digital, baik lokal maupun internasional. Keterbatasan dalam integrasi sistem ini dapat mengakibatkan kesulitan dalam melacak dan mengaudit transaksi digital secara akurat, yang sangat penting untuk memastikan kepatuhan pajak yang tepat di Indonesia. Tantangan penerapan pajak digital di Indonesia, khususnya di daerah pedesaan yang terpencil terdapat masalah akses internet yang belum stabil dan tidak cepat. Keterbatasan ini dapat menghambat kemampuan UMKM dan individu untuk mengakses sistem pajak digital, mematuhi peraturan pajak baru, dan mengelola kewajiban pajak mereka secara online. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh IS dan ND yang menyatakan bahwasannya rumahnya di daerah desa yang terkendala dengan sinyal yang menyebabkan susah untuk melakukan upload produk di aplikasi E-commerce, apalagi melaksanakan realisasi pajak digital.

Implementasi pajak digital memerlukan pelatihan yang memadai bagi staf pajak dan para pelaku bisnis tentang cara kerja sistem baru pajak digital di Indonesia. Keterbatasan dalam pelatihan dan kurangnya sumber daya manusia yang terampil dalam teknologi informasi dapat menghambat pengelolaan efektif sistem pajak digital di Indonesia.

Oleh karena itu, perlu adanya solusi untuk mengatasi tantangan ini, sehingga peneliti merekomendasikan beberapa solusi strategi yang dapat digunakan, sebagai berikut:

- a. Investasi Koneksi Internet: Pemerintah perlu secara aktif berinvestasi dalam peningkatan infrastruktur TI, termasuk server, sistem keamanan siber, dan teknologi database di seluruh Indonesia.
- b. Peningkatan koneksi internet: Memperluas akses internet ke daerah lebih luas, terutama yang terpencil, untuk memastikan bahwa semua wajib pajak bisa mengakses sistem pajak digital.
- c. Kerjasama dengan swasta: Kolaborasi dengan sektor swasta untuk mengembangkan dan mengimplementasikan solusi teknologi yang bisa mendukung sistem pajak digital di Indonesia.

d. Pelatihan dan pengembangan kapasitas: Menyediakan pelatihan berkelanjutan untuk staf pajak dan pelaku bisnis mengenai penggunaan dan manajemen sistem pajak digital di Indonesia.

3. Kerentanan Terhadap Ancaman Keamanan Data

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia mengalami berbagai tantangan terkait ancaman keamanan data wajib pajak digital di Indonesia. Oleh karena itu, penting untuk mengelola, memproteksi data keuangan pribadi yang sensitif untuk menjaga kepercayaan publik serta integritas sistem pajak di Indonesia. Meningkatnya jumlah transaksi sistem pajak yang dilakukan secara digital akan menjadi target yang lebih menarik bagi pelaku kejahatan siber. Sistem ini harus mampu melindungi data keuangan wajib pajak dari ancaman seperti peretasan, phishing, dan malware. Hal ini dikarenakan tanpa perlindungan yang memadai, data sensitif bisa dicuri, dan disalahgunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

Pengelolaan data dalam skala besar yang dilakukan oleh sistem pajak digital membutuhkan infrastruktur yang aman untuk penyimpanan dan transmisi data. Kebocoran data bisa terjadi melalui celah keamanan dalam perangkat lunak atau hardware, kesalahan manusia, dan kegagalan dalam protokol keamanan. Kebocoran data pribadi wajib pajak dapat memiliki konsekuensi serius, termasuk kehilangan kepercayaan publik dan risiko finansial. Konfigurasi yang tidak tepat dari infrastruktur TI yang mendukung sistem pajak digital dapat menciptakan kerentanan kesalahan dalam pengaturan keamanan, pengelolaan akses yang tidak memadai, dan pengawasan yang tidak efektif.

Integrasi antara sistem internal pajak dengan platform eksternal (misalnya, e-commerce, perbankan online) meningkatkan kompleksitas teknis dan sering menimbulkan titik kelemahan baru. Titik integrasi ini harus diamankan dengan hati-hati untuk mencegah eksploitasi oleh pihak yang tidak berwenang. Hal ini sesuai dengan pernyataan S, R dan DC yang menyatakan bahwasannya sering mendapatkan SMS atau WA yang sifatnya penipuan dan mereka berpendapat bahwasannya hal itu terjadi semenjak melakukan pendaftaran di aplikasi Ecommerce.

Tantangan keamanan tidak hanya datang dari ancaman eksternal, akan tetapi dapat muncul dari pihak internal. Pegawai atau kontraktor yang memiliki akses ke sistem bisa menyalahgunakan data atau merusak sistem dengan sengaja atau tidak

sengaja. Oleh karena itu Pemerintah wajib memastikan bahwa hanya orang-orang yang terpercaya dan memiliki kewenangan khusus yang memiliki akses ke data wajib pajak digital di Indonesia.

Oleh karena itu, perlu adanya solusi untuk mengatasi tantangan ini, sehingga peneliti merekomendasikan beberapa solusi strategi yang dapat digunakan, sebagai berikut:

- a. Pengaturan Insfratuktur keamanan: Investasi dalam teknologi keamanan terkini dan infrastruktur yang tangguh untuk melindungi sistem dari serangan siber.
- b. Pelatihan Kesadaran Keamanan: Mengadakan pelatihan kesadaran keamanan secara berkala untuk semua pegawai yang terlibat dalam pengelolaan sistem pajak digital di Indonesia.
- c. Audit dan Pengujian Keanamanan Berkala: Melakukan audit keamanan dan pengujian penetrasi secara rutin untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kerentanan sebelum bisa dimanfaatkan oleh wajib pajak digital di Indonesia.
- d. Manajemen Akses Ketat: Implementasi kebijakan kontrol akses yang ketat dan otentikasi kuat untuk membatasi akses hanya kepada individu yang membutuhkan akses untuk melakukan pekerjaan.
- e. Protokol dan Respon Independen: Mengembangkan protokol respon insiden yang efektif yang bisa segera diaktifkan bila kebocoran atau pelanggaran keamanan terjadi pada data wajib pajak digital di Indonesia.

4. Kerjasama Internasional

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia menghadapi berbagai tantangan, termasuk dalam hal kerjasama internasional. Kebijakan pajak digital sering kali melibatkan transaksi yang melintasi batas negara, yang memerlukan koordinasi dan kesepakatan antar negara untuk mencapai efektivitas yang optimal.

Berbagai negara memiliki pendekatan yang berbeda terhadap pajak digital, yang dapat mencakup perbedaan dalam tarif pajak, definisi entitas yang terkena pajak, dan mekanisme pemungutan pajak. Hal ini dapat menciptakan tantangan bagi perusahaan yang beroperasi di berbagai yurisdiksi, yang harus menavigasi rangkaian aturan yang kompleks dan sering kali kontradiktif. Tanpa koordinasi internasional yang memadai, ada risiko bahwa pendapatan yang sama mungkin dikenakan pajak lebih dari satu kali oleh yurisdiksi yang berbeda. Hal ini tidak hanya merugikan

perusahaan akan tetapi juga dapat menghambat pertumbuhan perdagangan digital lintas batas dan investasi global.

Efektivitas pajak digital sangat bergantung pada kemampuan negara untuk bertukar informasi secara efektif dan tepat waktu. Tantangan di sini termasuk isu-isu keamanan data, perlindungan privasi, dan kepatuhan terhadap regulasi data yang berbeda. Penerapan Pajak Digital dengan tidak ada kerjasama internasional yang kuat, maka pelacakan dan pengenaan pajak terhadap transaksi digital bisa menjadi sangat sulit dilakukan. Negara dengan infrastruktur teknologi yang kurang berkembang akan kesulitan mengikuti standar dan sistem yang digunakan oleh negara-negara maju, yang dapat menghambat upaya kerjasama antara dua negara.

Kebijakan pajak digital bisa menjadi sumber konflik kepentingan antar negara. Hal ini seperti negara dengan banyak perusahaan teknologi besar mungkin memiliki kepentingan untuk melindungi perusahaan-perusahaan tersebut dari pajak yang lebih tinggi di negara lain. Sehingga dapat menyebabkan ketegangan politik dan kesulitan dalam negosiasi perjanjian pajak internasional. Organisasi seperti OECD telah mengembangkan pedoman untuk pajak digital guna menghindari fragmentasi kebijakan dan memastikan pendekatan yang lebih konsisten secara global, akan tetapi pedoman ini membutuhkan komitmen dan adaptasi dari semua negara yang terlibat.

Oleh karena itu, perlu adanya solusi untuk mengatasi tantangan ini, sehingga peneliti merekomendasikan beberapa solusi strategi yang dapat digunakan, sebagai berikut:

- a. Memperkuat Diplomat Pajak: Aktif dalam forum-forum internasional seperti G20 dan OECD untuk mendukung pembentukan standar global yang adil dan efektif.
- b. Kerjasama Bilateral dan Multilateral: Mengembangkan perjanjian pajak bilateral dan multilateral yang mencakup ketentuan khusus untuk pajak digital untuk menghindari pajak ganda dan memperkuat kerjasama pemungutan pajak.
- c. Investasi dalam Teknologi: Meningkatkan kapasitas domestik untuk mengelola pajak digital dengan teknologi yang canggih dan sistem yang kompatibel dengan standar internasional.
- d. Transparansi dan Komunikasi: Meningkatkan transparansi kebijakan pajak digital dan berkomunikasi secara efektif dengan pemangku kepentingan internasional untuk membangun kepercayaan dan mendukung kerjasama.

KESIMPULAN

Penerapan pajak perusahaan digital di Indonesia memiliki dampak positif dan negative yang signifikan terhadap peningkatan keadilan pajak, penyederhanaan kepatuhan pajak, dampak ekonomi jangka Panjang, beban finansial bagi UMKM atau *Startup*, pembaruan regulasi pajak digital dan dampak kenaikan harga konsumen. Adapun Tantangan dan solusi penerapan pajak digital di Indonesia, sebagai berikut:

1. Minimnya kesadaran masyarakat terkait pajak digital dapat diselesaikan dengan solusi melakukan kampanye edukasi yang intensif, melakukan kolaborasi dengan stakeholder, membuat panduan informasi pajak digital dan menyediakan fasilitas layanan bantuan dan konsultasi.
2. Keterbatasan infrastruktur teknologi digital dapat diselesaikan dengan solusi melakukan investasi koneksi internet, melakukan peningkatan koneksi internet, membuat kerjasama dengan swasta, dan membuat program pelatihan pegawai pajak.
3. Kerentanan terhadap ancaman keamanan data dapat diselesaikan dengan solusi membuat pengaturan infrastruktur keamanan, membuat pelatihan kesadaran keamanan, melakukan audit dan pengujian keamanan berkala, membuat manajemen akses ketat, dan mengembangkan protokol respon independent.
4. Kerjasama internasional dapat diselesaikan dengan solusi memperkuat diplomat pajak, melakukan kerjasama bilateral dan multilateral, melakukan investasi dalam teknologi meningkatkan transparansi kebijakan pajak digital dan berkomunikasi secara efektif.

PENGHARGAAN/UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti berterimakasih kepada Orang Tua yang telah memberikan support dalam melaksanakan penelitian ini dan peneliti berterimakasih kepada Perusahaan, dan perorangan yang bersedia menjadi narasumber pada penelitian ini.

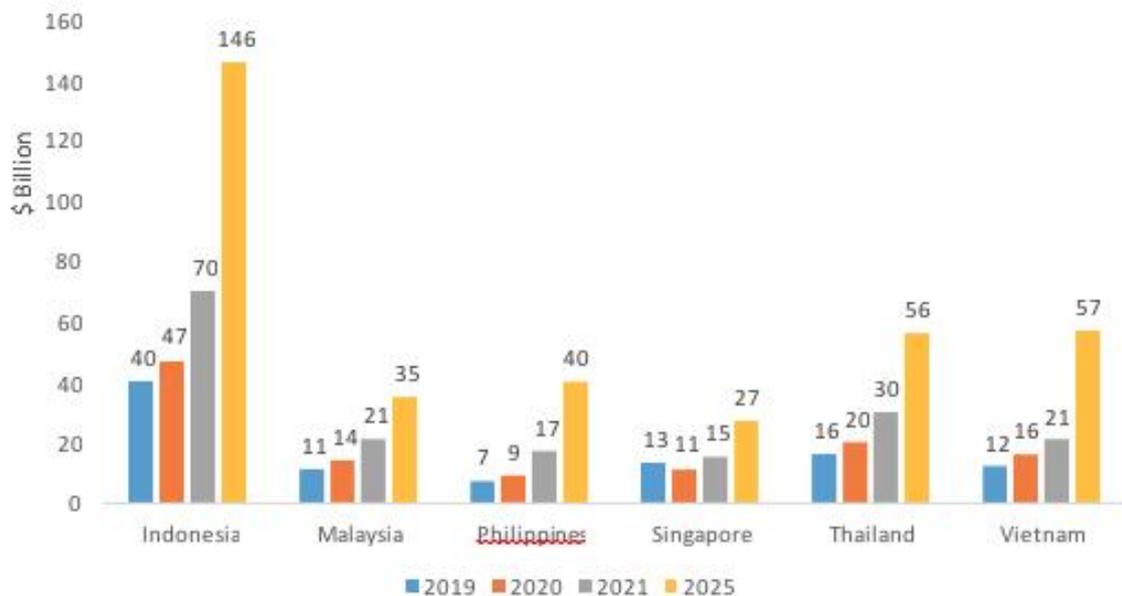
DAFTAR PUSTAKA

- Ade Fariska, & Isnani Yuli Andini. (2023). Dampak Inovasi Layanan Samsat Keliling Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Kendaraan Bermotor (Studi Kasus Kantor Samsat Sumenep). *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(1), 111–122. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i1.1468>
- Agusta, T., & Trisnaningsih, S. (2022). Peran Internet Of Thing Dalam Perpajakan Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi) Vol. 6 No. 2, 2022, 06(02)*, 1218–1226. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i2.2129>
- Anang Mury. (2020). Pemajakan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Lintas Negara. *Simposium Nasional Keuangan Negara*.
- Arjun Wahyudi & Siti Nuryanah. (2024). Analisis Manfaat Pengurangan Pph Final wajib Pajak Umkmorang Pribadi Dan Pelayanan Digital Pajak : Studi Kasus Di

- Kpp Pratama Praya PRAYA. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(1), 1574–1594. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3855>
- Cindy Mutia Annur. (2024, November). *Indonesia, Negara dengan Startup Terbanyak ke-6 di Dunia Awal 2024*. Databoks.
- Dwi Hadya Jayani. (2021, November). *Ekonomi Digital Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara*. Databoks.
- Fatimatuz Zahra. (n.d.). Analisis Efektivitas, Kontribusi dan Laju Pertumbuhan Terhadap Pendapatan Asli Daerah Pemerintah Kota Depok. *Jurnal Kajian Akuntansi, Auditing Dan Perpajakan*.
- Fatmawati, A., Suparna, P., Politeknik, W., Negara, K., & Korespondensi, S. A. (n.d.). *KAJIAN PEMUNGUT PPN LAINNYA DALAM MEKANISME PMSE ATAS TRANSAKSI DIGITAL DOMESTIK: PROPOSAL UNTUK INDONESIA*.
- Harahap, I. (n.d.). *Analysis of Digital Education Interactions, Education Openness, Islamic Human Development Index (I-HDI) and Indonesia's GDE Growth*. <https://doi.org/10.30868/ei.v12i01.4265>
- Ifa Azzakyatun Nisak & Lutfi Ardhani. (2023). Pengaruh Kondisi Keuangan Pasca New Normal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Dimoderasi Kesadaran Wajib Pajak (Studi Pada KPP Pratama Pare). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 07(02), 1–13. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.2963>
- Ikhsan, O. M. F., Islam, R., Khamis, K. A., & Sunjay, A. (2020). Impact of digital economic liberalization and capitalization in the era of industrial revolution 4.0: Case study in Indonesia. *Problems and Perspectives in Management*, 18(2), 290–301. [https://doi.org/10.21511/ppm.18\(2\).2020.24](https://doi.org/10.21511/ppm.18(2).2020.24)
- Javaid, M., Haleem, A., Singh, R. P., & Sinha, A. K. (2024). Digital economy to improve the culture of industry 4.0: A study on features, implementation and challenges. *Green Technologies and Sustainability*, 2(2), 100083. <https://doi.org/10.1016/j.grets.2024.100083>
- Jusuf, D. I. (2023). Consumer Behavior Shifting in the Era of Disruption in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e02847. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.2847>
- Manurung, P. A. T., Eva Sriwiyanti, & Saragih, M. (2022). Pengaruh Tarif Pajak Progresif Pajak Kendaraan Bermotor Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ilmiah Accusi*, 4(2). <https://doi.org/10.36985/jia.v4i2.436>
- Muftahatus Sa'adah. (2022). STRATEGI DALAM MENJAGA KEABSAHAN DATA PADA PENELITIAN KUALITATIF. *Jurnal Al 'Adad: Jurnal Tadris Matematika*, 54–64.
- Nina Adlini. (2022). METODE PENELITIAN KUALITATIF STUDI PUSTAKA. *Jurnal Edumaspul*, 6(1), 974–980.
- NOVI NATALIA PADANG. (2021). PERBANDINGAN SISTEM PUSAT DAN DESENTRALISASI PENATAAN PAJAK. *Perbandingan Sistem Pusat Dan Desentralisasi*.
- Nur Alim Bahri. (2022). Studi Komparasi Kepatuhan Membayar Pajak Bumi dan Bangunan Antara Kecamatan Ciambar dan Kecamatan Nagrak Dalam Perspektif Theory of Planned Behavior. *Sanskara Akuntansi Dan Keuangan*.
- Rafi Bakri, M., & Muhammad Hakim, A. (2022). PPh ATAU PPN: MENAKAR KEBIJAKAN PERPAJAKAN TERHADAP CRYPTOCURRENCY DI INDONESIA Oleh. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 9(1).

- Rizky Alif. (2023, November). *MENYOAL KETENTUAN PEMUNGUT PPN DIGITAL INDONESIA DAN THAILAND: SUDAHKAH SESUAI GOAL AWAL?* Megashif Fisipol UGM.
- Saputra, A. I. (2021). PAJAK KARBON SEBAGAI SUMBER PENERIMAAN NEGARA DAN SISTEM PEMUNGUTANNYA Carbon Tax as a Source of State Revenue and Its Collection System. *Jurnal Anggaran Dan Keuangan Negara Indonesia*, 3(1). <https://anggaran.e-journal.id/akurasi>
- Surono. (2022). PENGARUH PILLAR 1 OECD (UNIFIED APPROACH) TERHADAP PEMAJAKAN DIGITAL DI INDONESIA INDONESIA. *Jurnal Pajak Indonesia*.
- Susila Adiyanta, F. C. (2020). Fleksibilitas Pajak sebagai Instrumen Kebijakan Fiskal untuk Mengantisipasi Krisis Ekonomi sebagai Akibat Dampak Pandemi Covid-19. In *Online Administrative Law & Governance Journal* (Vol. 2, Issue 1). <https://katadata.co.id/berita/2019/05/23/menko-darmin-semua-menderita-akibat-perang-dagang>
- Wahyudi, A., & Nuryanah, S. (2024). *ANALISIS MANFAAT PENGURANGAN PPH FINAL WAJIB PAJAK UMKM ORANG PRIBADI DAN PELAYANAN DIGITAL PAJAK : STUDI KASUS DI KPP PRATAMA PRAYA*. 8(1).

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



Grafik 1.1 Gros Merchandise Value (GMV) Ekonomi Digital di Asia Tenggara
Sumber: Google, Temasek dan Bain (2021)

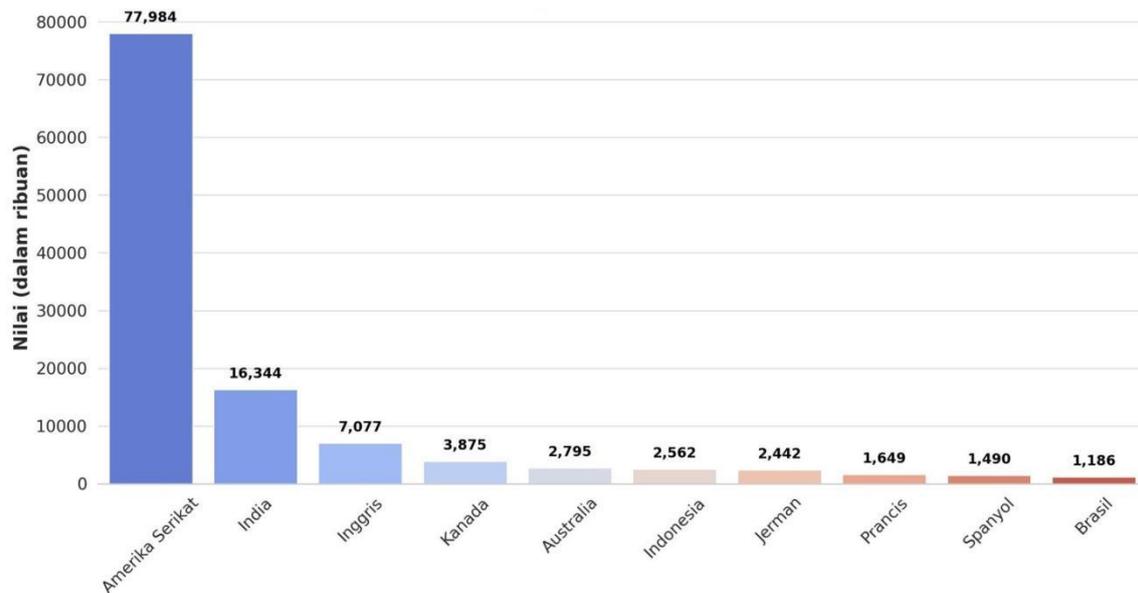


Diagram 1.1 Data 10 Negara dengan Starup terbesar di Dunia
Sumber: Databoks (2024)

Tabel 1.1 Data Narasumber Wawancara

No	Nama Inisial	Keterangan
1	EF	Supervisor Pajak PT. SII (pemilik layanan penjualan E-commerce)
2	SN	Staff Pajak PT. T (pemilik layanan penjualan E-commerce)
3	NA	Supervisor Marketplace CV. TBWD (pengguna layanan E-commerce)
4	AN	Supervisor Pajak PT. SII (pemilik layanan penjualan E-commerce)
5	CH	Staff Pajak PT. T (pemilik layanan penjualan E-commerce)
6	Y	Supervisor Marketplace CV. TBWD (pengguna layanan E-commerce)
7	ND	Konsumen E-Commerce
8	RA	Konsumen E-Commerce
9	AA	Konsumen E-Commerce
10	DC	Konsumen E-Commerce
11	R	Konsumen E-Commerce
12	M	Owner (pengguna layanan E-commerce)
13	S	Konsumen E-Commerce
14	RD	Konsumen E-Commerce
15	DJ	Owner (pengguna layanan E-commerce)
16	NI	Konsumen E-Commerce
17	SS	Owner (pengguna layanan E-commerce)
18	RS	Konsumen E-Commerce
19	KS	Konsumen E-Commerce
20	AD	Konsumen E-Commerce
21	PK	Konsumen E-Commerce
22	IS	Konsumen E-Commerce
23	BN	Konsumen E-Commerce