

## Persepsi Mahasiswa Akuntansi tentang Dampak Penerapan Pajak Atas Seller E-Commerce Berdasarkan PMK Nomor 37 Tahun 2025

Chelsya <sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Universitas Tarumanagara, Jakarta, Indonesia. Email: [chelsya@fe.untar.ac.id](mailto:chelsya@fe.untar.ac.id)

### RIWAYAT ARTIKEL

Diterima: November 03, 2025

Direvisi: November 12, 2025

Disetujui: November 13, 2025

DOI :

<https://doi.org/10.60079/amfr.v4i1.642>



Advances in Research

### ABSTRAK

**Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penerapan pajak atas seller E-Commerce berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 37 Tahun 2025 dari sudut pandang mahasiswa akuntansi. Studi ini berfokus pada persepsi akademisi muda terhadap efektivitas kebijakan perpajakan digital dalam meningkatkan kepatuhan pajak pelaku usaha daring.

**Metode Penelitian:** Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui survei menggunakan kuesioner daring (Google Form). Responden penelitian terdiri dari 107 mahasiswa akuntansi yang telah menempuh mata kuliah perpajakan. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif untuk memetakan persepsi mahasiswa terhadap penerapan PMK No. 37 Tahun 2025 dan dampaknya terhadap perilaku kepatuhan pajak di sektor E-Commerce.

**Hasil dan Pembahasan:** Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi menilai penerapan PMK No. 37 Tahun 2025 berdampak positif terhadap peningkatan kepatuhan pajak seller E-Commerce. Efektivitas kebijakan ini dinilai bergantung pada sosialisasi yang tepat, kejelasan regulasi, serta transparansi pemerintah dalam penggunaan penerimaan pajak.

**Implikasi:** Penelitian ini menekankan pentingnya peran pemerintah dalam memperkuat sosialisasi, memperbaiki sistem administrasi digital, dan menyediakan fasilitas pelaporan pajak yang sederhana bagi pelaku E-Commerce. Kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** pajak; e-commerce; pmk no. 37 tahun 2025; kepatuhan pajak; persepsi mahasiswa; akuntansi.

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital berbasis Artificial Intelligence (AI) telah membawa transformasi besar dalam dunia perdagangan modern. Kemudahan transaksi melalui E-Commerce memungkinkan penjual menawarkan produk dengan jangkauan yang luas hanya melalui perangkat gawai dan koneksi internet, menghasilkan omzet yang mencapai jutaan hingga miliaran rupiah. Namun, di balik kemudahan tersebut, terdapat kewajiban penting yang tidak boleh diabaikan, yakni pembayaran pajak atas penghasilan dari penjualan online maupun offline. Banyak penjual E-Commerce beranggapan bahwa usaha mereka masih terlalu kecil untuk dikenakan pajak, padahal Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) pada klaster Pajak Penghasilan (PPh) menegaskan bahwa setiap penghasilan tetap dikenakan pajak, termasuk penghasilan yang diperoleh



2025. The Author(s). This open-access article is distributed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

Page | 35

melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan TikTok Shop. Pemerintah kini menegaskan bahwa platform-platform tersebut tidak hanya menjadi sarana transaksi, tetapi juga bagian dari ekosistem pajak digital. Melalui kerja sama dengan Direktorat Jenderal Pajak (DJP), data transaksi yang terekam di sistem E-Commerce digunakan untuk memetakan potensi perpajakan secara akurat dan meningkatkan transparansi. Menurut Turban & Lee, (2015) E-Commerce adalah proses jual beli barang, jasa, maupun data melalui jaringan internet. Sementara Yoganingsih & Husadha, (2021) menegaskan bahwa tujuan utama E-Commerce adalah untuk memperoleh penghasilan, sedangkan Leonardo (2020) menyoroti perannya dalam memperluas distribusi bisnis hingga ke pasar internasional. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2020), selama pandemi Covid-19 aktivitas E-Commerce meningkat hingga 40,6%, namun mayoritas pelaku masih belum melaporkan kewajiban pajaknya. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya aktivitas perdagangan digital dan rendahnya kepatuhan pajak, yang menimbulkan potensi kerugian negara (Munthe, 2020).

Sejumlah studi terdahulu menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan memiliki pengaruh langsung terhadap aktivitas transaksi E-Commerce. Ningsih *et al.*, (2019) menemukan bahwa kebijakan perpajakan berpengaruh signifikan terhadap aktivitas transaksi online. Ningsih *et al.*, (2019) menyatakan bahwa pemahaman terhadap peraturan perpajakan, tarif pajak, dan kesadaran wajib pajak berpengaruh positif terhadap tingkat kepatuhan. Penelitian oleh Khodijah & Afriani, (2020) menunjukkan bahwa pengetahuan mahasiswa tentang sistem perpajakan elektronik masih rendah, sehingga diperlukan sosialisasi yang lebih intensif. Faisol & Rofiqi, (2020) menambahkan bahwa banyak wajib pajak belum memahami peraturan perpajakan terkait E-Commerce, yang menyebabkan rendahnya tingkat pelaporan pajak. Dalam konteks regulasi, Tofan & Trinaningsih, (2022) menjelaskan bahwa peraturan pajak E-Commerce pada awalnya memperlakukan transaksi online sama dengan transaksi konvensional. Namun, tantangan utama kini muncul dalam mekanisme self-assessment system, di mana pelaku usaha diharuskan menilai dan melaporkan pajaknya sendiri, yang sering kali menimbulkan kesulitan dalam pelacakan aktivitas digital (Suprihatin & Afriyanti, 2021). Lebih lanjut, Maxuel & Primastiwi, (2021) menyoroti bahwa kepatuhan pajak sangat dipengaruhi oleh faktor sosialisasi, pemahaman peraturan, dan tarif pajak. Meski banyak penelitian membahas perpajakan E-Commerce, tidak ada studi yang secara spesifik menganalisis PMK Nomor 37 Tahun 2025 atau menyoroti persepsi mahasiswa akuntansi terhadap kebijakan tersebut. Temuan Beny & Dewi, (2021) menunjukkan bahwa penerapan kebijakan pajak digital masih menghadapi kompleksitas dan membutuhkan adaptasi regulasi yang berkelanjutan. Sementara itu, peraturan pajak saat ini belum mencakup aspek E-Commerce secara komprehensif (Risandhi, 2024). Hartati *et al.*, (2024) mengidentifikasi hambatan utama dalam pemungutan pajak seperti rendahnya kesadaran pelaku usaha serta lemahnya penegakan hukum. Astuti *et al.*, (2024) menegaskan bahwa persepsi terhadap keadilan pajak dan pengetahuan perpajakan memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat kepatuhan pelaku E-Commerce.

Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti dinamika perpajakan dalam konteks E-Commerce, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek kepatuhan wajib pajak dan efektivitas kebijakan pemerintah tanpa menyentuh dimensi persepsi akademik dan teoretis yang lebih luas. Penelitian Ningsih *et al.*, (2019) dan Maxuel & Primastiwi (2021), misalnya, menekankan pentingnya pemahaman peraturan, sosialisasi pajak, serta kesadaran wajib pajak terhadap tingkat kepatuhan, namun belum menelaah bagaimana persepsi calon profesional pajak—khususnya mahasiswa akuntansi—terbentuk terhadap regulasi baru yang berbasis digital. Di sisi lain, Tofan & Trinaningsih, (2022) dan Beny & Dewi, (2021) menunjukkan bahwa sistem pemungutan pajak E-Commerce masih



menghadapi tantangan dalam penerapan mekanisme self-assessment dan integrasi data digital, tetapi tidak mengkaji bagaimana kebijakan baru seperti PMK Nomor 37 Tahun 2025 memengaruhi sikap dan pemahaman generasi muda terhadap kewajiban perpajakan. Secara empiris, masih terdapat kesenjangan antara regulasi pajak yang semakin adaptif terhadap ekonomi digital dan kesiapan kognitif serta afektif masyarakat, khususnya mahasiswa, dalam memaknai kebijakan tersebut. Secara teoretis, belum banyak penelitian yang mengaitkan konsep kepatuhan pajak dengan perspektif perilaku dan persepsi akademik, padahal pemahaman ini penting untuk menjembatani kebijakan pemerintah dan realitas sosial para pelaku ekonomi digital. Oleh karena itu, diperlukan studi yang menelaah persepsi mahasiswa akuntansi terhadap kebijakan perpajakan E-Commerce guna memperluas landasan teoretis dan memperkuat bukti empiris tentang efektivitas penerapan PMK Nomor 37 Tahun 2025.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya yang menelaah persepsi mahasiswa akuntansi terhadap penerapan PMK Nomor 37 Tahun 2025 sebagai representasi dari calon profesional pajak di era digital. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang menitikberatkan pada kepatuhan wajib pajak pelaku usaha dan efektivitas kebijakan pemerintah, penelitian ini menggabungkan pendekatan konseptual dan empiris untuk menilai sejauh mana mahasiswa memahami, menilai, dan merespons kebijakan perpajakan digital yang diberlakukan terhadap seller E-Commerce. Kebaruan ini juga muncul dari konteks regulasi terbaru yang belum banyak dikaji secara akademik, di mana PMK Nomor 37 Tahun 2025 menjadi instrumen penting dalam memperluas basis pajak nasional sekaligus menegakkan prinsip keadilan fiskal di sektor digital. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis dan menginterpretasikan persepsi mahasiswa akuntansi terhadap dampak penerapan PMK Nomor 37 Tahun 2025, baik dari aspek kesadaran, pemahaman, maupun pandangan mereka mengenai keadilan dan efektivitas kebijakan tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap literatur perpajakan digital serta menjadi masukan strategis bagi pembuat kebijakan dan lembaga pendidikan dalam meningkatkan literasi pajak di kalangan generasi muda.

## Tinjauan Literatur dan Pengembangan Hipotesis

### Pajak

Pajak menurut Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021, yang sebelumnya diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP) Pasal 1 Ayat 1, adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dasar hukum konstitusional pemungutan pajak di Indonesia diperkuat oleh Pasal 23A Undang-Undang Dasar (UUD) 1945, yang menyatakan bahwa "pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan Undang-Undang." Pandangan klasik juga disampaikan oleh Soemahamidjaja dalam Resmi (2019) bahwa pajak adalah iuran wajib berupa uang atau barang yang dipungut oleh penguasa berdasarkan norma hukum guna menutup biaya produksi barang dan jasa kolektif untuk kesejahteraan umum. Menurut Resmi (2019), pajak merupakan iuran rakyat kepada negara yang dapat dipaksakan tanpa balas jasa langsung (kontraprestasi), untuk membiayai pengeluaran umum negara. Definisi ini menegaskan bahwa pajak adalah bentuk "upeti" wajib yang dibayar oleh warga negara setiap tahunnya dan digunakan untuk membiayai pengeluaran umum seperti program pembangunan infrastruktur, subsidi, serta pengeluaran lainnya bagi kesejahteraan rakyat. Dalam konteks modern,



Fahrисal *et al.*, (2022) menekankan bahwa pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara yang bersifat memaksa tanpa adanya timbal balik langsung, digunakan untuk membiayai pengeluaran umum. Pajak bukanlah kontribusi sukarela, melainkan kewajiban hukum yang melekat pada setiap warga negara sebagai bentuk partisipasi dalam pembangunan nasional. Triwahyuni, (2024) menambahkan bahwa pajak memiliki dasar hukum yang kuat serta berfungsi sebagai instrumen distribusi pendapatan untuk kepentingan publik. Dengan demikian, pajak menjadi manifestasi nyata dari fungsi negara dalam melaksanakan kewajiban konstitusional sebagaimana diatur dalam Pasal 23A UUD 1945.

Dalam perspektif ekonomi dan sosial, pajak dipandang sebagai sarana utama redistribusi pendapatan masyarakat yang berorientasi pada kesejahteraan umum. Safinatunnayah (2023) menjelaskan bahwa pajak merupakan iuran wajib rakyat yang bersifat memaksa, hasilnya digunakan untuk membiayai berbagai program pembangunan, penyediaan layanan publik, serta penguatan sektor sosial. Pandangan ini diperkuat oleh Affardi, (2024) yang menegaskan bahwa pajak merupakan sumber pendapatan negara yang krusial dalam mendukung pembiayaan program pemerintah, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, dan kesehatan publik. Dalam kerangka ini, pajak tidak hanya dipahami sebagai kewajiban finansial, tetapi juga sebagai instrumen kebijakan fiskal yang berperan menjaga stabilitas ekonomi, mengatur distribusi pendapatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Sementara itu, Prawati *et al.*, (2020) mengutip pandangan Soemitro dalam Mardiasmo, bahwa pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara yang dapat dipaksakan tanpa memperoleh jasa timbal balik langsung. Hal ini menegaskan bahwa meskipun manfaat pajak tidak dirasakan secara individual, hasil pengelolaannya memberikan dampak kolektif yang besar melalui pembiayaan berbagai kegiatan pemerintahan. Oleh karena itu, pajak dapat dipahami sebagai instrumen keuangan yang memiliki dimensi ekonomi, sosial, dan moral, yang memperkuat hubungan tanggung jawab antara negara dan warga negaranya.

Dari sisi fungsional, pajak memiliki beberapa dimensi utama yaitu fungsi anggaran (budgeter), fungsi pengaturan (regulerend), fungsi stabilisasi, dan fungsi redistribusi. Fahrисal *et al.*, (2022) menegaskan bahwa pajak digunakan untuk membiayai pengeluaran negara serta melaksanakan program-program publik jangka panjang. Pajak tidak hanya meningkatkan penerimaan negara, tetapi juga berfungsi sebagai alat kebijakan yang mampu mengendalikan perekonomian melalui pemberian insentif atau disinsentif fiskal. Sementara Mardiasmo (2021) mendefenisikan pajak sebagai iuran rakyat kepada kas negara tanpa memperoleh jasa timbal balik langsung, yang digunakan untuk membiayai pengeluaran umum serta menjadi instrumen pemerintah dalam mencapai tujuan ekonomi dan sosial. Dengan demikian, pajak tidak hanya berperan sebagai kewajiban administratif, tetapi juga sebagai simbol partisipasi moral dan sosial masyarakat dalam membangun negara. Kesimpulannya, pajak memiliki peran vital dalam menopang keberlanjutan fiskal negara, memastikan pemerataan kesejahteraan, serta mencerminkan hubungan timbal balik antara pemerintah dan masyarakat dalam kerangka pembangunan berkelanjutan.

## E-Commerce

E-Commerce merupakan bentuk perdagangan modern yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya jaringan internet, sebagai sarana utama untuk melakukan transaksi jual beli barang dan jasa secara elektronik. Menurut Ariansyah *et al.*, (2021) E-Commerce adalah sistem perdagangan berbasis digital yang memungkinkan individu maupun pelaku bisnis melakukan transaksi tanpa batas ruang dan waktu melalui platform daring. Konsep ini mengubah cara



konvensional dalam bertransaksi dengan menciptakan efisiensi, kecepatan, dan aksesibilitas yang lebih luas bagi para pelaku ekonomi. Dalam konteks ekonomi digital, E-Commerce berperan sebagai jembatan antara produsen dan konsumen, di mana interaksi ekonomi tidak lagi dibatasi oleh lokasi geografis. Selain itu, perkembangan infrastruktur teknologi seperti jaringan internet berkecepatan tinggi, metode pembayaran digital, dan layanan logistik modern telah mempercepat adopsi E-Commerce di berbagai sektor. Ahi *et al.*, (2023) menegaskan bahwa kebijakan dan regulasi yang mendukung perdagangan elektronik berperan penting dalam membentuk ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan. Mereka menyoroti pentingnya peran pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang mendorong inovasi sekaligus melindungi konsumen dalam transaksi online. E-Commerce bukan hanya fenomena ekonomi, melainkan juga refleksi dari transformasi sosial di mana masyarakat beradaptasi terhadap perubahan teknologi dan gaya hidup digital. Platform digital seperti marketplace, media sosial, dan website e-commerce telah menjadi kanal utama dalam aktivitas ekonomi modern, mengubah pola konsumsi dan perilaku pembelian masyarakat secara fundamental.

Selain sebagai instrumen perdagangan, E-Commerce juga menunjukkan dinamika yang kompleks dalam konteks perilaku konsumen dan adaptasi teknologi. Weryani *et al.*, (2024) mengungkapkan bahwa tren E-Commerce di Indonesia ditandai oleh pertumbuhan pesat jumlah transaksi, meningkatnya partisipasi pelaku usaha kecil, serta pergeseran perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam aktivitas ekonomi. Perubahan ini tidak hanya menunjukkan peningkatan kuantitatif, tetapi juga transformasi kualitatif dalam cara masyarakat memahami konsep nilai dan kenyamanan dalam berbelanja. Konsumen kini lebih selektif terhadap kualitas produk, ulasan pengguna, serta kecepatan layanan, sehingga pengalaman pengguna menjadi faktor utama keberhasilan platform digital. Silalahi *et al.*, (2022) menjelaskan bahwa E-Commerce berperan penting dalam memperkuat posisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia karena mampu mengatasi hambatan geografis dan keterbatasan biaya pemasaran. Melalui E-Commerce, pelaku UMKM dapat memperluas jangkauan pasar hingga ke level nasional dan internasional, meningkatkan daya saing, serta memperbaiki efisiensi operasional. Sementara itu, Budianto *et al.*, (2023) menyoroti bahwa faktor-faktor seperti harga, promosi, kualitas layanan, dan ulasan produk sangat memengaruhi keputusan pembelian di platform seperti Shopee.

Lestari *et al.*, (2024) menekankan bahwa E-Commerce memiliki peran penting dalam transformasi ekonomi global karena memperkuat keterhubungan antara pasar domestik dan internasional. Melalui platform digital, pelaku usaha tidak hanya dapat memperluas pasar, tetapi juga memperoleh akses terhadap jaringan rantai pasok global yang lebih efisien. Transformasi ini menciptakan peluang baru bagi negara berkembang seperti Indonesia untuk berpartisipasi lebih aktif dalam perdagangan dunia. E-Commerce juga mendorong inovasi dalam sektor logistik, pembayaran, serta pengelolaan data konsumen, yang kesemuanya berkontribusi terhadap peningkatan efisiensi ekonomi nasional. Musyaffa *et al.*, (2024) menyatakan bahwa pengembangan platform E-Commerce berbasis web dengan desain antarmuka yang efisien berperan besar dalam menciptakan pengalaman belanja daring yang aman dan nyaman. Aspek keamanan data, kecepatan akses, dan kemudahan navigasi menjadi elemen kunci dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap transaksi digital. Lebih jauh, E-Commerce juga berfungsi sebagai medium inklusi ekonomi yang memperkecil kesenjangan antara pelaku usaha besar dan kecil melalui kemudahan akses pasar. Dengan dukungan kebijakan yang tepat dan literasi digital yang memadai, E-Commerce dapat berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.



## Pajak atas seller E-Commerce

Pajak seller E-Commerce merupakan kewajiban perpajakan yang harus dibayar oleh individu atau badan usaha yang memperoleh penghasilan dari kegiatan penjualan barang dan/jasa secara daring melalui platform perdagangan elektronik (E-Commerce) atau saluran online lainnya. Kewajiban perpajakan tersebut mencakup Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang dikenakan atas aktivitas ekonomi digital. Berdasarkan PMK No. 37 Tahun 2025, platform E-Commerce (marketplace) dapat ditunjuk sebagai pemungut PPh Pasal 22 sebesar 0,5% dari peredaran bruto pedagang tertentu, untuk mempermudah administrasi dan pengawasan pajak. Ketentuan ini berlaku bagi seller yang memiliki omzet di atas Rp500.000.000 per tahun, sedangkan bagi penjual dengan omzet di bawah batas tersebut diberikan pembebasan pajak dengan syarat menyampaikan surat pernyataan. Pajak Pertambahan Nilai (PPN) juga diberlakukan terhadap transaksi E-Commerce apabila penjual telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Prinsip ini menegaskan bahwa meskipun transaksi dilakukan secara digital, penghasilan yang diperoleh tetap dikenakan pajak sebagaimana pelaku usaha konvensional. Berdasarkan PMK No. 37 Tahun 2025 dan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, penjual online dengan omzet tertentu dikenakan PPh Final UMKM sebesar 0,5% dari omzet bulanan, tidak termasuk PPN dan PPnBM. Selain itu, peraturan tersebut juga mengatur mekanisme pengembalian (restitusi) apabila terjadi selisih lebih antara PPh Pasal 22 yang dipungut oleh pihak lain dengan pajak terutang yang sebenarnya. Menurut Ardila & Ulfa, (2022) pajak atas E-Commerce secara prinsip memiliki dasar hukum yang sama dengan pajak konvensional, namun mekanisme pemungutannya disesuaikan dengan karakteristik transaksi digital yang bersifat lintas batas dan terekam secara elektronik. Daryatno *et al.*, (2024) menambahkan bahwa kewajiban perpajakan bagi perusahaan E-Commerce tidak hanya mencakup PPh, tetapi juga PPN yang dikenakan atas barang dan jasa digital, sehingga sistem perpajakan Indonesia kini bergerak menuju pendekatan yang lebih inklusif terhadap ekonomi digital dan kesetaraan fiskal bagi semua pelaku usaha.

Seiring berkembangnya teknologi dan meningkatnya volume transaksi daring, pemerintah menghadapi tantangan dalam memastikan kepatuhan pajak pelaku E-Commerce. Oktavia *et al.*, (2024) menjelaskan bahwa penerapan regulasi perpajakan terhadap pelaku usaha digital, khususnya pelaku UKM pengguna platform daring, masih menghadapi hambatan dalam hal pemahaman aturan dan kesadaran wajib pajak. Banyak pelaku E-Commerce yang belum memahami kewajiban perpajakannya karena menganggap transaksi digital sulit terpantau oleh otoritas pajak. Hal ini diperkuat oleh Sulastri *et al.*, (2023) yang menemukan bahwa tingkat kepatuhan pajak dalam lingkungan E-Commerce dipengaruhi oleh efektivitas sistem self-assessment, sosialisasi pajak, dan modernisasi administrasi. Dalam sistem self-assessment, wajib pajak diberi tanggung jawab untuk menghitung, melaporkan, dan menyertorkan pajaknya secara mandiri, tetapi efektivitasnya bergantung pada kesadaran dan integritas pelaku usaha. Ramadanty & Fuadah, (2025) melalui kajian literatur sistematis menemukan bahwa regulasi pajak digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kepatuhan wajib pajak, terutama jika disertai dengan edukasi fiskal yang konsisten dan pemberian insentif perpajakan yang jelas. Mereka menegaskan pentingnya sinergi antara pemerintah dan platform digital untuk memastikan pemanfaatan data transaksi secara optimal dalam pengawasan dan pemungutan pajak. Integrasi data elektronik ini berpotensi meningkatkan transparansi, mengurangi praktik penghindaran pajak, dan memperkuat tata kelola fiskal nasional.



Selain aspek kepatuhan domestik, dimensi global dari perpajakan E-Commerce juga menjadi sorotan penting karena sifat transaksi digital yang lintas batas dan kompleks. Novastria & Abuyasin Sabda Hani (2024) menyoroti bahwa ekspansi E-Commerce membawa konsekuensi terhadap praktik tax avoidance, terutama pada perusahaan yang beroperasi di beberapa yurisdiksi pajak. Melalui struktur bisnis digital, beberapa perusahaan dapat mengalihkan laba ke negara dengan tarif pajak rendah untuk meminimalkan kewajiban pajaknya. Hal ini menimbulkan tantangan baru bagi otoritas pajak dalam menegakkan prinsip keadilan dan mengatasi praktik penghindaran pajak. Sudirman *et al.*, (2024) membandingkan kerangka hukum perpajakan digital antara Indonesia dan Singapura, di mana Indonesia saat ini tengah memperkuat infrastruktur hukumnya melalui PMK No. 60 Tahun 2022 yang mengatur pemungutan PPN atas transaksi digital dari luar negeri, sedangkan Singapura telah lebih maju dengan penerapan digital services tax dan reverse charge system. Perbandingan ini menunjukkan bahwa Indonesia perlu memperkuat kerja sama internasional, meningkatkan integrasi data lintas negara, serta mengadopsi teknologi analitik untuk mendeteksi potensi penghindaran pajak di sektor digital. Pada akhirnya, pajak atas seller E-Commerce bukan hanya instrumen fiskal untuk menambah penerimaan negara, tetapi juga wujud keadilan dan pemerataan dalam sistem ekonomi modern. Kebijakan ini mencerminkan adaptasi negara terhadap dinamika ekonomi digital global, menegaskan komitmen pemerintah dalam membangun sistem perpajakan yang adil, transparan, dan berkelanjutan di era transformasi digital.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan gambaran empiris mengenai persepsi mahasiswa akuntansi terhadap penerapan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 37 Tahun 2025 tentang pajak atas seller E-Commerce. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengumpulan data numerik melalui survei dan analisis statistik untuk menggambarkan pandangan responden secara objektif dan terukur. Desain deskriptif digunakan untuk menjelaskan fenomena yang terjadi tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Penelitian ini menitikberatkan pada analisis persepsi mahasiswa sebagai calon profesional akuntansi yang telah memperoleh pemahaman dasar mengenai perpajakan, sehingga hasil penelitian dapat memberikan refleksi terhadap efektivitas kebijakan pajak digital dari perspektif akademik. Secara konseptual, penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana kebijakan PMK No. 37 Tahun 2025 dipahami dan diterima oleh mahasiswa akuntansi serta dampaknya terhadap peningkatan kepatuhan pajak di sektor E-Commerce.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan akuntansi yang telah menempuh mata kuliah perpajakan di lingkungan perguruan tinggi. Mahasiswa dipilih sebagai subjek penelitian karena dianggap memiliki kompetensi akademik dan pemahaman teoretis yang memadai untuk menilai kebijakan perpajakan secara rasional dan kritis. Sampel penelitian ditentukan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu, di mana responden yang dipilih harus memenuhi kriteria telah mengambil mata kuliah perpajakan. Dari penyebaran kuesioner yang dilakukan, diperoleh 107 responden mahasiswa akuntansi yang memenuhi kriteria tersebut. Jumlah ini dianggap representatif untuk menggambarkan persepsi mahasiswa terhadap kebijakan perpajakan digital, khususnya terkait implementasi PMK No. 37 Tahun 2025 pada seller E-Commerce. Responden berasal dari berbagai jenjang semester, sehingga hasil



penelitian ini diharapkan mencerminkan persepsi mahasiswa dengan tingkat pengetahuan yang beragam mengenai pajak digital dan kepatuhan pajak.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan penyebaran kuesioner online menggunakan platform Google Form. Metode ini dipilih karena efisien, mampu menjangkau responden secara luas, dan sesuai dengan karakteristik populasi yang terbiasa menggunakan media digital. Kuesioner disusun berdasarkan konsep dasar kepatuhan pajak, pemahaman terhadap regulasi, serta persepsi mahasiswa terhadap efektivitas kebijakan PMK No. 37 Tahun 2025. Instrumen penelitian terdiri dari 8 butir pertanyaan tertutup dengan skala pengukuran nominal dan ordinal, yang dirancang untuk menilai aspek pengetahuan, pemahaman, sikap, dan persepsi terhadap kebijakan pajak digital. Sebelum disebarluaskan, kuesioner diuji melalui expert judgment untuk memastikan kesesuaian indikator dengan tujuan penelitian dan kejelasan setiap item pertanyaan. Seluruh pertanyaan difokuskan pada sejauh mana mahasiswa memahami substansi kebijakan, menilai keadilan penerapannya, serta melihat dampaknya terhadap peningkatan kepatuhan pajak pelaku E-Commerce.

Data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner kemudian dianalisis menggunakan pendekatan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis ini bertujuan untuk menginterpretasikan tanggapan responden secara sistematis berdasarkan distribusi frekuensi dan persentase dari setiap item pertanyaan. Tahapan analisis dilakukan melalui beberapa langkah, yaitu: (1) proses data cleaning untuk memastikan keabsahan data yang masuk, (2) tabulasi data dari setiap butir pertanyaan, (3) perhitungan proporsi jawaban untuk menggambarkan kecenderungan persepsi responden, dan (4) interpretasi hasil analisis dalam bentuk deskripsi naratif yang menjelaskan temuan utama. Data hasil kuesioner diolah menggunakan perangkat lunak statistik sederhana seperti Microsoft Excel untuk menghasilkan visualisasi berupa tabel dan diagram yang memperjelas distribusi tanggapan responden. Hasil analisis kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan mengenai pandangan mahasiswa akuntansi terhadap penerapan PMK No. 37 Tahun 2025, khususnya dalam menilai efektivitas kebijakan tersebut terhadap peningkatan kepatuhan perpajakan di sektor E-Commerce.

## Hasil dan Pembahasan

### Analisis Hasil dan Pembahasan

#### Pemahaman/Pengetahuan Mahasiswa Akuntansi Mengenai Pajak atas Seller E-Commerce.

Dari hasil kuesioner yang didapat dari mahasiswa akuntansi didapatkan hasil sebagai berikut:



**Gambar 1. Hasil Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Mengenai Pajak Online Seller**



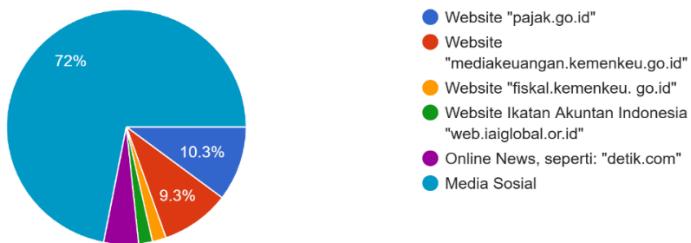
Berdasarkan analisa atas Gambar 1 mengenai Hasil Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Mengenai Pajak atas Seller E-Commerce, didapatkan hasil bahwa sebanyak 52.3% responden atau sebanyak 56 mahasiswa akuntansi telah mengetahui mengenai PMK No. 37 Tahun 2025 terkait pajak atas seller E-Commerce, dan sisanya sebanyak 47,7% responden atau 51 mahasiswa akuntansi menyatakan belum mengetahui mengenai PMK No. 37 Tahun 2025. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa akuntansi sudah memperoleh pemahaman atas penerapan PMK No. 37 Tahun 2025 mengenai pajak atas seller E-Commerce, namun masih perlu sekali dilakukan sosialisasi terus menerus terkait PMK No. 37 Tahun 2025 bagi mahasiswa maupun masyarakat, agar semakin banyak lagi yang memahami PMK No. 37 Tahun 2025.

### **Sumber Informasi Mengenai Penerapan Pajak atas Seller E-Commerce (PMK No. 37 Tahun 2025).**

Dari data kuesioner yang diperoleh dari mahasiswa akuntansi, didapatkan hasil sebagai berikut:

Dari sumber manakah anda mengetahui informasi mengenai pengenaan pajak atas online seller (PMK No. 37 Tahun 2025)?

107 responses



**Gambar 2. Sumber Informasi Penerapan PMK No. 37 Tahun 2025**

Dari analisa atas Gambar 2 tentang Sumber Informasi Penerapan PMK No. 37 Tahun 2025 mengenai pajak atas seller E- Commerce, didapatkan bahwa sebanyak 72% responden (77 mahasiswa akuntansi) mengetahui informasi mengenai PMK No. 37 Tahun 2025 dari website "pajak.go.id", sedangkan sisanya yaitu sebanyak 28% responden (30 mahasiswa akuntansi) memperoleh informasi mengenai PMK No. 37 Tahun 2025 dari sumber lainnya, seperti website "mediakeuangan.kemenkeu. go.id", website "fiskal.kemenkeu.go.id", website IAI, online news, dan media sosial. Dari hasil analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa website "pajak.go.id" masih menjadi sumber informasi terakurat dan yang dipercaya oleh mahasiswa akuntansi maupun masyarakat.

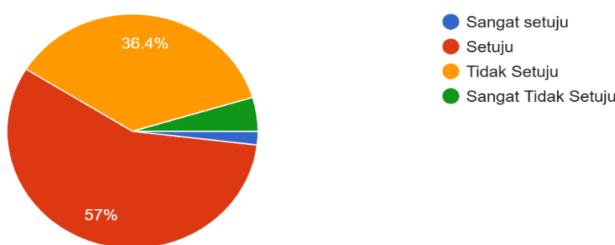
### **Pendapat Mahasiswa Akuntansi Terkait Tarif 0,5% Dari Omzet Bruto Berdasarkan PMK No.37 Tahun 2025.**

Dari hasil kuesioner yang diterima dari 107 responden mahasiswa akuntansi, didapatkan hasil sebagai berikut:



Apakah anda setuju dengan pengenaan pajak atas online seller yaitu 0,5% dari omzet bruto per bulan (syaratnya adalah omzet bruto di atas Rp500.000.000 per tahun)?

107 responses



**Gambar 3. Pendapat Mahasiswa Terkait Tarif 0,5% dari Omzet Bruto Berdasarkan PMK No. 37 Tahun 2025**

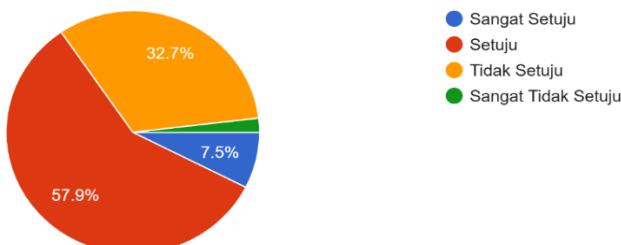
Berdasarkan analisa atas Gambar 3 tentang Pendapat Mahasiswa Akuntansi Mengenai Tarif 0,5% dari Omzet Bruto Berdasarkan PMK No.37 Tahun 2025, didapatkan hasil bahwa sebanyak 59% responden (63 mahasiswa akuntansi) menyatakan pendapat "sangat setuju" dan pendapat "setuju" dengan penerapan PMK No.37 Tahun 2025, yaitu pengenaan tarif 0,5% dari omzet bruto per bulan dengan syarat omzet bruto per tahun di atas Rp500.000.000 bagi seller E-Commerce, sedangkan sisanya sebesar 41% responden (44 mahasiswa akuntansi) menyatakan pendapat "tidak setuju" maupun pendapat "sangat tidak setuju". Hasil kesimpulan yang bisa ditarik dari analisa hasil kuesioner di atas, adalah sebagian besar mahasiswa akuntansi setuju dengan kebijakan pajak yang diambil oleh pemerintah, karena mahasiswa akuntansi menyadari pentingnya pajak bagi pembiayaan pengeluaran umum negara.

### **Pendapat Mahasiswa Akuntansi Terhadap Dampak Positif Penerapan PMK No. 37 Terhadap Peningkatan Kepatuhan Seller E-Commerce Dalam Pembayaran dan Pelaporan Pajak.**

Dari hasil kuesioner terhadap 107 responden mahasiswa akuntansi, didapatkan hasil sebagai berikut:

Menurut pendapat anda, dengan adanya PMK No. 37 Tahun 2025 yang mulai berlaku 14 Juli 2025 dapat berdampak positif bagi peningkatan kepatuhan seller dalam membayar dan melaporkan pajak?

107 responses



**Gambar 4. Pendapat Mahasiswa Terhadap Dampak Positif Penerapan PMK No. 37 Tahun 2025 Terhadap Peningkatan Kepatuhan Seller E-Commerce Dalam Pembayaran dan Pelaporan Pajak.**



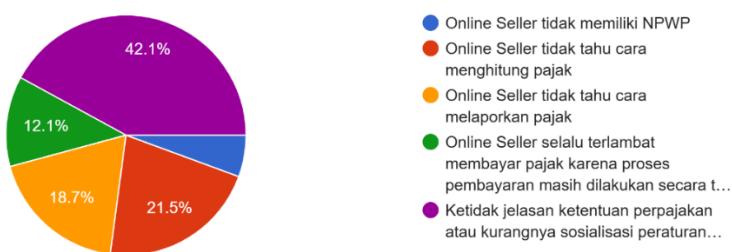
Hasil kuesioner sebagaimana tampilan tabel 4 menunjukkan bahwa sebanyak 65,4% responden (70 mahasiswa akuntansi) menyatakan pendapat "sangat setuju" dan pendapat "setuju", dan sisanya sebanyak 34,6% responden (37 mahasiswa akuntansi) menyatakan pendapat "tidak setuju" dan "sangat tidak setuju". Dari hasil analisa kuesioner di atas, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa akuntansi optimis bahwa PMK No. 37 Tahun 2025 yang ditetapkan oleh pemerintah berdampak positif dalam meningkatkan kepatuhan seller E-Commerce dalam pelaporan dan pembayaran pajak.

## Pendapat Mahasiswa Tentang Kesulitan Yang Dihadapi Seller E-Commerce Dalam Membayar Dan Melaporkan Pajaknya.

Hasil kuesioner dari 107 responden mahasiswa akuntansi menunjukkan hasil sebagai berikut:

Menurut pendapat anda, apakah kesulitan yang dihadapi online seller dalam membayar dan melaporkan pajaknya?

107 responses



**Gambar 5. Kesulitan Seller E-Commerce Dalam Pelaporan dan Pembayaran Pajak**

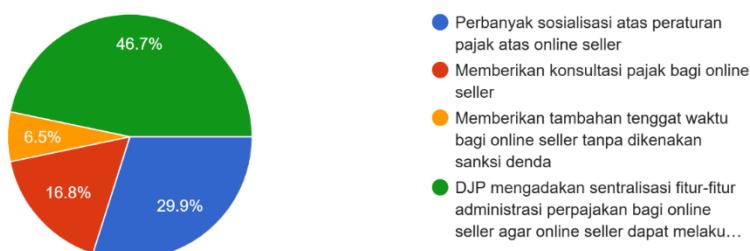
Dari analisa hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebanyak 42,1% responden (45 mahasiswa akuntansi) berpendapat kesulitan yang dihadapi seller E-Commerce dalam pelaporan dan pembayaran pajak adalah karena ketidak jelasan ketentuan perpajakan dan kurangnya sosialisasi peraturan pajak; kemudian sebanyak 40,2% responden (43 mahasiswa akuntansi) berpendapat bahwa kesulitan seller E-Commerce disebabkan oleh seller tidak tahu cara menghitung pajak E-Commerce dan cara melaporkan pajaknya; kemudian sebanyak 12,1% responden (13 mahasiswa akuntansi) berpendapat bahwa penyebab seller E-Commerce kesulitan dalam membayar dan melaporkan pajak E-Commerce adalah karena proses pembayaran untuk transaksi online masih dilakukan secara terpisah atau karena belum adanya sentralisasi fitur-fitur administrasi perpajakan bagi seller E-Commerce; sedangkan sisanya 5,6% responden (6 mahasiswa akuntansi) berpendapat seller E-Commerce mengalami kesulitan karena belum memiliki NPWP. Penyebab kesulitan seller E-Commerce dalam membayar dan melaporkan pajak perlu menjadi perhatian pemerintah karena apabila tidak ada peninjauan ulang atas penyebab ketidak lancaran pelaporan dan pembayaran pajak, akan merugikan negara. Pemerintah perlu secara aktif terus memberikan sosialisasi tentang cara yang benar dalam melaporkan dan membayar pajak melalui iklan di sosial media, media cetak, dan media lainnya. Seller E-Commerce juga harus turut berperan aktif mengatasi kesulitan pelaporan dan pembayaran pajak E-Commerce dengan berkonsultasi dengan petugas pajak di Kantor Pajak.

## Pendapat Mahasiswa Akuntansi Mengenai Solusi Tepat Mengatasi Kesulitan Seller E-Commerce.

Hasil yang ditunjukkan dari kuesioner yang disebar ke mahasiswa akuntansi adalah sebagai berikut:

Menurut pendapat anda, apakah solusi yang tepat untuk mengatasi kesulitan online seller dalam membayar dan melaporkan pajak?

107 responses



**Gambar 6. Solusi Tepat Mengatasi Kesulitan Seller E-Commerce**

Gambar 6. mengenai pendapat mahasiswa dalam menentukan solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh seller E-Commerce terkait pelaporan dan pembayaran pajak E-Commerce, setelah dilakukan analisa, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1) Pemerintah (dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak / DJP) perlu mengadakan sentralisasi fitur-fitur administrasi perpajakan bagi seller E-Commerce agar seller dapat melakukan pembayaran dan pelaporan pajak secara terintegrasi. Hal ini ditunjukkan dari hasil kuesioner yaitu sebanyak 46,7% responden (50 mahasiswa akuntansi) yang menyatakan sentralisasi fitur-fitur administrasi perpajakan merupakan solusi yang tepat dalam mengatasi permasalahan; 2) Pemerintah perlu memperbanyak sosialisasi atas peraturan perpajakan terkait PMK No. 37 Tahun 2025. Solusi ini ditetapkan berdasarkan hasil kuesioner yang menunjukkan sebanyak 29,9% responden (32 mahasiswa akuntansi) berpendapat sosialisasi peraturan merupakan solusi yang tepat; 3) Pemerintah memberikan konsultasi pajak kepada seller E-Commerce tanpa menarik biaya. Solusi ini diusulkan oleh 18 mahasiswa akuntansi (16,8% responden); 4) Pemerintah perlu memberikan tambahan tenggat waktu bagi seller E-Commerce tanpa mengenakan sanksi denda. Solusi ini dianggap dapat mengatasi kesulitan seller E-Commerce bagi 6,5% responden (7 mahasiswa akuntansi) berdasarkan hasil kuesioner.

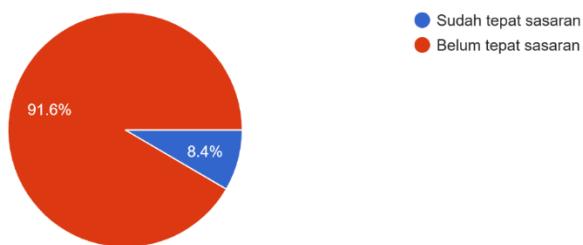
## Pendapat Mahasiswa Akuntansi Terhadap Penggunaan Penerimaan Pajak Negara Dalam Pembangunan Infrastruktur, Kesehatan, Pendidikan, dan Sektor Lainnya.

Hasil kuesioner terkait pendapat mahasiswa akuntansi mengenai apakah penggunaan pajak telah tepat sasaran dalam membangun infrastruktur, kesehatan, pendidikan dan sektor lainnya bagi kesejahteraan rakyat, menunjukkan hasil sebagai berikut:



Menurut pendapat anda, apakah penerimaan pajak negara telah digunakan secara tepat sasaran dalam pembangunan infrastruktur, kesehatan, pendidikan, dan sektor lainnya?

107 responses



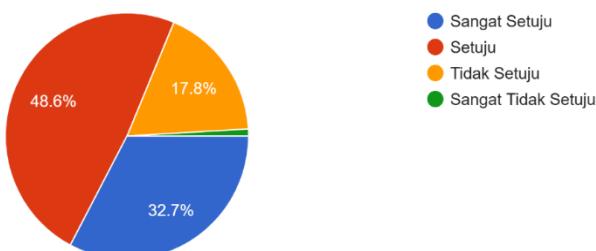
**Gambar 7. Penggunaan Pajak Negara Dalam Pembangunan Infrastruktur.**

Berdasarkan analisa atas hasil kuesioner mahasiswa akuntansi, dapat disimpulkan bahwa sebanyak 91,6% responden (98 mahasiswa akuntansi) berpendapat bahwa pajak yang telah dibayar dan dilaporkan oleh rakyat, belum tepat sasaran dalam membangun infrastruktur, kesehatan, pendidikan dan sektor lainnya untuk kesejahteraan rakyat. Menurut mereka, pajak yang seharusnya untuk kesejahteraan semua masyarakat, malah diselewengkan atau digunakan untuk memperkaya pihak-pihak tertentu. Salah satu contoh nyata yaitu kejadian demonstrasi yang dilakukan oleh rakyat karena protes terhadap tunjangan anggota dewan yang nilainya terlalu besar dan tidak masuk akal. Demonstrasi yang dilakukan oleh berbagai kalangan masyarakat menunjukkan tingkat ketidak percayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dalam memberdayakan penerimaan pajak negara. Kenaikan tarif pajak yang terus menerus tidak diimbangi dengan peningkatan program kesehatan, peningkatan program pendidikan, peningkatan fasilitas dan infrastruktur untuk masyarakat, harusnya mendapat perhatian penuh dan prioritas utama pemerintah.

### **Pendapat Mahasiswa Akuntansi Terkait Dampak Positif Peningkatan Kepatuhan Seller E-Commerce Apabila Penggunaan Penerimaan Pajak Negara Telah Tepat Sasaran.**

Hasil kuesioner yang diberikan kepada 107 responden mahasiswa akuntansi yang telah mengambil mata kuliah perpajakan, menunjukkan hasil sebagai berikut:

Menurut pendapat anda, apabila penerimaan pajak negara telah digunakan secara tepat sasaran dapat berdampak positif bagi peningkatan kepatuhan...line seller dalam membayar dan melaporkan pajak.  
107 responses



**Gambar 8. Penggunaan Pajak Tepat Sasaran Terhadap Peningkatan Kepatuhan Pajak**



Berdasarkan analisa terhadap hasil kuesioner, menunjukkan bahwa sebanyak 81,3% responden (87 mahasiswa akuntansi) memberikan pendapat "setuju" dan pendapat "sangat setuju" terkait peningkatan kepatuhan pajak apabila penggunaan pajak untuk kesejahteraan masyarakat telah tepat sasaran. Sisanya sebanyak 18,7% responden (20 mahasiswa akuntansi) berpendapat tidak adanya hubungan antara peningkatan kepatuhan pajak dengan pemberdayaan pajak yang tepat sasaran.

## Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak penerapan pajak atas seller E-Commerce berdasarkan PMK No. 37 Tahun 2025 dilihat dari persepsi mahasiswa akuntansi. Melalui pendekatan kuantitatif deskriptif, penelitian ini menggambarkan bagaimana mahasiswa akuntansi menilai kebijakan perpajakan digital yang diterapkan pemerintah terhadap pelaku usaha daring. Hasil pengumpulan data melalui kuesioner yang terdiri dari delapan butir pertanyaan menunjukkan bahwa mahasiswa akuntansi menilai kebijakan tersebut berdampak positif terhadap peningkatan kepatuhan pajak. Berdasarkan persepsi responden, kebijakan PMK No. 37 Tahun 2025 dipandang sebagai langkah strategis dalam memperkuat keadilan dan efektivitas sistem perpajakan nasional di era digital. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepercayaan masyarakat, khususnya kalangan akademisi muda, terhadap pemerintah masih tinggi, serta harapan mereka agar penerimaan pajak dapat dikelola dengan transparan untuk mendukung kesejahteraan publik.

Hasil penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perpajakan digital dan kepatuhan wajib pajak di sektor E-Commerce, yang masih tergolong bidang kajian baru di Indonesia. Secara ilmiah, penelitian ini memberikan sudut pandang akademik yang kritis dari mahasiswa akuntansi terhadap kebijakan pajak digital, sekaligus memperkuat pemahaman tentang adaptasi sistem fiskal terhadap perkembangan teknologi ekonomi digital. Secara praktis, hasil penelitian ini memiliki implikasi manajerial bagi pemerintah dan otoritas pajak untuk meningkatkan strategi sosialisasi dan edukasi pajak kepada generasi muda, terutama calon profesional di bidang akuntansi dan keuangan. Sosialisasi yang lebih efektif akan memperkuat kesadaran pajak, meningkatkan kepatuhan pelaku usaha online, serta memperkecil potensi penghindaran pajak di sektor digital.

Penelitian ini memiliki ruang lingkup sampel yang terbatas karena hanya mencakup mahasiswa dari satu program studi akuntansi pada satu universitas. Keterbatasan ini dapat berpengaruh terhadap tingkat generalisasi hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan populasi dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai universitas dan program studi lain seperti ekonomi, manajemen, atau hukum, yang juga memiliki relevansi terhadap isu perpajakan digital. Penelitian mendatang juga dapat menggunakan metode mixed methods dengan menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi persepsi dan kepatuhan pajak di era digital. Selain itu, perlu dikaji lebih lanjut efektivitas implementasi PMK No. 37 Tahun 2025 secara longitudinal untuk menilai sejauh mana regulasi tersebut mampu meningkatkan kepatuhan pajak, memperluas basis pajak, dan memperkuat kontribusi sektor E-Commerce terhadap penerimaan negara secara berkelanjutan.

## Referensi

- Affardi, C. W. P. (2024). Dampak dan tantangan penerapan pajak digital di Indonesia: Studi kasus PT. SII dan PT. T. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 8(2), 875–901.  
<https://doi.org/10.31955/mea.v8i2.4093>



- Ahi, A. A., Sinkovics, N., & Sinkovics, R. R. (2023). E-commerce Policy and the Global Economy: A Path to More Inclusive Development? *Management International Review*, 63(1), 27–56. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00490-1>
- Ardila, I., & Ulfa, Z. (2022). Pengenaan Pajak Penghasilan Pengusaha E-Commerce Shopee Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 23 Tahun 2018. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 3(2), 379–384. url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>
- Ariansyah, K., Sirait, E. R. E., Nugroho, B. A., & Suryanegara, M. (2021). Drivers of and barriers to e-commerce adoption in Indonesia: Individuals' perspectives and the implications. *Telecommunications Policy*, 45(8), 102219. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.telpol.2021.102219>
- Astuti, A., Pricilia, M. D., & Inasius, F. (2024). Factors influencing tax compliance among e-commerce traders in Indonesia. *Macroeconomics and Finance in Emerging Market Economies*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/17520843.2024.2429909>
- Beny, I. K., & Dewi, M. L. (2021). Implementasi Kebijakan Pemungutan Pajak Atas Transaksi Perdagangan Melalui E-Commerce Di Indonesia. *Jurnal Locus Delicti*, 2(2), 60–72. <https://doi.org/10.23887/jld.v2i2.462>
- Budianto, C., Hidayah, T., & Bagus Qomaruzzaman Ratu Edi. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce Shopee. *JMBI: Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 4(1) SE-Articles. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i1.910>
- Daryatno, A. B., Prasetio, J., & Cahyadi, S. A. (2024). Kewajiban Perpajakan Pada Perusahaan Ecommerce Dalam Upaya Meningkatkan Tax Compliance. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(3), 853–859. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i3.31983>
- Efraim Turban, E. T., & King Jae Kyu Lee, D. K. J. K. (2015). Electronic commerce a managerial and social networks perspective. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-10091-3>
- Fahrисal, M., Anggraini, D., & My, A. S. (2022). Pengetahuan dan Sanksi Perpajakan: Mampukah Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Orang Pribadi? Tax Knowledge and Sanctions: Can I Affect Individual Tax Compliance? *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(November), 69–76. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.500>
- Faisol, M., & Rofiqi, I. (2020). Pajak E-commerce Di Kabupaten Sumenep: Apa Kata Mereka? *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 10(2), 159–172. <https://doi.org/10.24929/FEB.V10I2.1214>
- Hartati, L., Gunawan, A., & Evrita, R. R. E. (2024). Pemberlakukan Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai Terhadap Transaksi Umkm E-Commerce (Implementation of The Influence of Value Added Tax on E-Commerce Msme Transactions). *Studi Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 4(1), 81–92. <https://doi.org/10.35912/sakman.v4i1.3273>
- Khodijah, I., & Afriani, R. I. (2020). Application Of Taxation E-System To The Understanding Of Accounting Student At Bina Bangsa University. *Eaj (Economic and Accounting Journal) Учредители: Universitas Pamulang*, 3(1), 10–19. <https://doi.org/10.32493/eaj.v3i1.y2020.p10-19>
- 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>
- Lestari, A. P., Fatiha, S. A., & Putri, S. O. (2024). International Journal of Computer in Law & Political Science E-Commerce in Indonesia 's Economic Transformation and Its Influence on Global Trade. *International Journal of Computer in Law & Political Science*, 4, 10–23. <https://doi.org/10.34010/injucolpos.vxix.xxxx>
- Mardiasmo, M. B. A. (2021). Akuntansi sektor publik-edisi terbaru. Penerbit Andi.
- Maxuel, A., & Primastiwi, A. (2021). Pengaruh Sosialisasi Perpajakan Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM E-. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 19–26. <https://doi.org/10.21460/JRMB.2021.161.369>
- Munthe, D. T. (2020). Pemanfaatan E-Commerce Dalam Penerimaan Pajak: Desi Triana Munthe. *Jurnal Perpajakan*, 1(2), 182–190. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalperpajakan/article/view/817>



- Musyaffa, A. I., Mulki Indiana Zulfa, & Muhammad Syaiful Alim. (2024). Rancang Bangun Purecompute Platform E-Commerce Untuk Belanja Laptop Berbasis Website. *Jurnal SINTA: Sistem Informasi Dan Teknologi Komputasi*, 1(1 SE-Articles), 21–29. <https://doi.org/10.61124/sinta.v1i1.9>
- Ningsih, A. S., Maslichah, M., & Mawardi, M. C. (2019). Pengaruh Pemahaman Peraturan Pajak, Tarif Pajak, Lingkungan dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pengguna E-Commerce. *E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 8(01). <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/2836>
- Oktavia, J. D., Mahsuni, A. W., & Hariri, H. (2024). Analisis Penerapan Peraturan Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Atas Transaksi Online (E-Commerce)(Studi Kasus pada UMKM di Kota Malang). *E-Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 13(01), 595–603. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/24622>
- Prawati, L. D., Pinta, J., & Hutagalung, U. (2020). The Effect Of Capital Intensity , Executive Characteristics , And Sales Growth On Tax Avoidance. *Journal of Applied Finance and Accounting*, 7(1), 1–8.
- Ramadanty, J., & Fuadah, L. (2025). Taxing the Digital Economy: Bridging the Impact of E-Commerce Tax Regulations on Taxpayer Compliance. *Jurnal Ilmu Sosial Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 6, 143–156. <https://doi.org/10.47747/jismab.v6i2.2744>
- Resmi, Siti. (2019). Perpajakan, Edisi – ke 11, Jakarta: Salemba Empat.
- Risandhi, D. N. (2024). Efektivitas Pengaturan Hukum Pajak E-Commerce terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak di Indonesia. <https://doi.org/10.62383/demokrasi.v1i2.154>
- Rizmy Otlani Novastria, & Abuyasin Sabda Hani. (2024). The Impact Of E-Commerce On Tax Avoidance In Indonesia: Empirical Study On Companies Registered In Indonesia Stock Exchange. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(6 SE-Articles), 3122–3137. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i6.5998>
- Safinatunnayah, Z. A. (2023). Pengaruh Pemeriksaan Pajak, Penagihan Pajak Dan Kepatuhan Wajib Pajak Terhadap Efektifitas Penerimaan Pajak Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Depok Cimanggis. *Jurnal Bina Akuntansi*, 10(2 SE-Articles), 651–675. <https://doi.org/10.52859/jba.v10i2.465>
- Silalahi, P. R., Wahyudi, I. H., Taufiq, M., Annisa, N., & Rahman, Z. (2022). Peran E-Commerce dalam Menopang Keberhasilan UMKM di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(4 SE-). <https://doi.org/10.30651/jms.v7i4.13930>
- Sudirman, L., Girsang, J., & Abao, G. (2024). The Legal Framework of E-Commerce Taxation in Indonesia and Singapore. *Legal Spirit*, 8, 315–324. <https://doi.org/10.31328/ls.v8i2.5433>
- Sulastri, Andesto, R., & Oktris, L. (2023). The Determinant of Tax Compliance in Indonesia (Experience in E-Commerce Environment ). *JRSSEM*, 03(01), 49–67. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v3i01.523>
- Suprihatin, N. S., & Afriyanti, M. (2021). Dampak Penerapan Transaksi E-Commerce Melalui Pemungutan Pajak Penghasilan (PPH). *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 16(1), 29–41. <https://doi.org/10.32400/GC.16.1.28829.2021>
- Tofan, A., & Trinaningsih, S. (2022). Analisis Perkembangan Pajak Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Pmse) Di Indonesia. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1). <https://doi.org/10.32502/jab.v7i1.4566>
- Tri wahyuni, M. (2024). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Penghasilan Orang Pribadi (Studi Kasus Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Ruteng Manggarai). STIESIA Surabaya.
- Weryani, W., Lisniawati, L., Hamsani, H., & Susi, R. (2024). E-Commerce Trends in Indonesia: A Literature Review on Adaptation and Consumer Behavior (Issue Icemab). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-614-7>
- Yoganingsih, T., & Husadha, C. (2021). Eksistensi Pajak E-Commerce. *Jurnal Buana Akuntansi*, 6(1), 83–96.

## Penulis korespondensi

Chelsya dapat dihubungi melalui: [chelsya@fe.untar.ac.id](mailto:chelsya@fe.untar.ac.id)

