

Persepsi Masyarakat terhadap Pajak Digital dalam Transaksi E-Commerce pada Era Ekonomi Digital di Indonesia

Aribbah Fitroti¹, Dini Hanifah², Haifa Nur Jubaidah³, Gina Sakinah⁴

^{1,2,3,4} Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung

e-mail: aribbahf@gmail.com¹, hanifahdini112@gmail.com², haifanurjubaidah@gmail.com³,
ginasakinah1004@uinsgd.ac.id⁴

Abstrak

Transformasi ekonomi digital di Indonesia telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya melalui peningkatan transaksi pada *platform e-commerce*. Untuk menyesuaikan regulasi fiskal dengan kondisi tersebut, pemerintah memberlakukan kebijakan pajak digital, seperti Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi masyarakat terhadap kebijakan tersebut dengan fokus pada tiga aspek utama, yaitu tingkat pemahaman, dampak terhadap perilaku belanja daring, serta harapan masyarakat terhadap implementasi kebijakan yang lebih efektif. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara semi-terstruktur kepada sejumlah pengguna aktif *e-commerce*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum sepenuhnya memahami esensi PPN digital, meskipun mereka menyadari adanya tambahan biaya dalam transaksi. Pemahaman yang terbentuk masih terbatas dan dipengaruhi oleh sumber informasi yang tidak seragam. Dampak kebijakan terhadap perilaku konsumen cenderung bervariasi: beberapa menjadi lebih selektif dalam berbelanja, sementara sebagian lainnya tetap bertransaksi karena faktor kenyamanan. Adapun harapan masyarakat antara lain mencakup transparansi penggunaan pajak, sosialisasi yang lebih masif, serta insentif bagi konsumen skala kecil. Temuan ini menegaskan pentingnya edukasi fiskal digital dan strategi komunikasi publik yang adaptif guna mendukung keberhasilan implementasi kebijakan pajak digital.

Article history

Received: Juni 2025

Reviewed: Juni 2025

Published: Juni 2025

Plagirism checker no 886

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Kata Kunci: Pajak digital, e-commerce, persepsi masyarakat, PPN, literasi fiskal

Abstract

The digital economic transformation in Indonesia has significantly altered consumer behavior, especially through the rapid growth of e-commerce transactions. In response, the government introduced digital taxation policies, including Value Added Tax (VAT) on digital transactions, to align fiscal regulations with evolving consumption patterns. This study aims to explore public perceptions of the policy by focusing on three key aspects: level of understanding, impact on online shopping behavior, and public expectations toward its implementation. A descriptive qualitative method was employed, using semi-structured interviews with active e-commerce users as the primary data source. The findings indicate that most respondents are aware of additional charges during transactions but lack a comprehensive understanding of VAT as a form of digital tax. Their knowledge is shaped by inconsistent and informal information sources. The perceived impact of the tax policy varies: some consumers have become more selective in their purchases, while others continue shopping online due to convenience. Public expectations include clearer transparency on tax utilization, wider socialization efforts, and incentives for small-scale consumers. These results highlight the need for improved digital fiscal literacy and adaptive public communication strategies to ensure effective implementation of digital tax policies.

Keywords: digital tax, e-commerce, public perception, VAT, fiscal literacy.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat ekonomi digital di Indonesia telah mendorong transformasi signifikan dalam pola konsumsi dan transaksi masyarakat. Platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, dan marketplace lainnya kini menjadi media utama dalam aktivitas jual beli harian. Berdasarkan laporan Google, Temasek, dan Bain & Company (dalam Lubis et al., 2024), nilai transaksi e-commerce Indonesia meningkat tajam dari USD 21 miliar pada tahun 2019 menjadi USD 77 miliar pada 2022, dan berkontribusi sebesar 8,9% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB)

pada 2023. Angka ini mencerminkan e-commerce sebagai sektor strategis dalam penguatan ekonomi digital nasional.

Dalam rangka mengoptimalkan potensi penerimaan negara dari aktivitas digital tersebut, pemerintah Indonesia memberlakukan kebijakan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi digital, termasuk dalam sektor e-commerce. Penerapan pajak digital ini bertujuan untuk menciptakan kesetaraan perlakuan perpajakan antara sektor digital dan konvensional, serta memperluas basis pajak di tengah meningkatnya ekonomi berbasis teknologi (Ifani et al., 2025).

Namun, kebijakan ini belum sepenuhnya dipahami maupun diterima secara menyeluruh oleh masyarakat. Hasil wawancara terhadap responden pengguna aktif e-commerce menunjukkan bahwa sebagian besar memang mengetahui adanya tambahan biaya saat melakukan pembayaran, tetapi tidak semuanya memahami bahwa biaya tersebut merupakan bagian dari kewajiban pajak digital. Informasi yang mereka peroleh umumnya bersumber dari media sosial, pemberitaan daring, hingga perbincangan informal, bukan dari sosialisasi langsung pemerintah.

Selain tingkat pemahaman yang beragam, sikap masyarakat terhadap kebijakan ini juga menunjukkan variasi. Beberapa responden menerima pajak digital sebagai kewajiban warga negara dan bentuk kontribusi terhadap pembangunan, sedangkan sebagian lainnya merasa keberatan karena kurangnya transparansi manfaat dan alokasi penggunaan pajak tersebut. Terdapat pula perubahan perilaku belanja yang diakibatkan oleh kebijakan ini, seperti kecenderungan untuk menunda pembelian, membandingkan harga antar platform, atau memilih metode pembayaran yang dianggap lebih ringan dari segi beban pajak.

Fakta tersebut mengindikasikan adanya kesenjangan antara tujuan ideal dari penerapan pajak digital dan persepsi masyarakat sebagai pengguna akhir layanan e-commerce. Masih lemahnya literasi digital fiskal menjadi salah satu faktor penghambat dalam pencapaian kepatuhan pajak yang optimal. Menurut penelitian Ifani et al. (2025), literasi digital secara signifikan memperkuat hubungan antara sistem pajak digital dengan kepatuhan masyarakat terhadap kewajiban perpajakan.

Selain itu, urgensi edukasi publik mengenai manfaat kebijakan ini juga ditegaskan oleh hasil pengabdian masyarakat oleh Setiawan et al. (2023), yang menyoroti rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pajak digital dan perbankan digital. Edukasi berbasis komunitas, pemanfaatan media sosial, serta pendekatan komunikatif berbasis teknologi menjadi solusi strategis untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pajak digital.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi persepsi masyarakat terhadap kebijakan pajak digital, khususnya pada transaksi e-commerce. Fokus

kajian meliputi tiga aspek utama: tingkat pemahaman, dampak terhadap perilaku konsumsi, serta harapan masyarakat terhadap efektivitas dan transparansi implementasi kebijakan di masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami persepsi masyarakat terhadap kebijakan pajak digital dalam transaksi e-commerce di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling sesuai untuk menggali pandangan, pengalaman, dan harapan masyarakat secara mendalam, terutama dalam konteks perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh kebijakan fiskal digital.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian utama. Kajian literatur dilakukan untuk memperkuat landasan teori dan memahami konteks kebijakan pajak digital. Literatur yang dikaji mencakup jurnal ilmiah, peraturan pemerintah, serta laporan dan artikel dari sumber resmi seperti Direktorat Jenderal Pajak. Kajian ini berfungsi untuk menelusuri perkembangan regulasi perpajakan digital dan berbagai tantangan yang dihadapi dalam penerapannya.

Dilakukan juga studi kasus lapangan melalui wawancara semi-terstruktur terhadap tujuh orang responden yang aktif berbelanja melalui platform e-commerce di Indonesia. Responden dipilih secara purposive, yaitu berdasarkan kriteria seperti frekuensi belanja online, variasi latar belakang usia, serta tingkat pengetahuan tentang pajak digital. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman responden terhadap PPN digital, dampaknya terhadap perilaku konsumsi mereka, serta harapan mereka terhadap kebijakan di masa depan. Proses wawancara memungkinkan peneliti mendapatkan informasi secara mendalam dan fleksibel sesuai konteks masing-masing responden. Data dari hasil wawancara dianalisis dengan metode analisis tematik, yaitu dengan cara mengelompokkan jawaban ke dalam beberapa tema utama, seperti pemahaman tentang pajak digital, dampak terhadap perilaku belanja online, dan harapan masyarakat terhadap kebijakan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pemahaman Masyarakat Terhadap Pajak Digital

Pajak digital merupakan bentuk adaptasi kebijakan fiskal terhadap dinamika transformasi ekonomi berbasis teknologi. Dalam sektor e-commerce, kebijakan ini direpresentasikan melalui penerapan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas barang dan jasa

digital yang dibeli konsumen melalui platform daring. Meskipun kebijakan ini dimaksudkan untuk memperluas basis pajak dan menyeimbangkan perlakuan antara sektor digital dan konvensional, pemahaman masyarakat terhadap konsep dan implementasinya masih sangat terbatas (Umamah et al., 2024).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pengguna aktif platform e-commerce, sebagian besar responden menyadari bahwa terdapat tambahan biaya pada saat melakukan pembayaran online. Namun, pemahaman mereka atas asal muasal biaya tersebut bervariasi. Responden 1 menyatakan, *"Iya, karena ada biaya layanannya,"* yang mengindikasikan bahwa ia mengenali adanya tambahan biaya namun belum mengidentifikasikannya sebagai PPN digital. Di sisi lain, Responden 2 mengaitkan biaya tersebut dengan notifikasi sistem pembayaran: *"ya saya tau, karena biasanya terdapat keterangan tambahan pada saat akan melakukan pembayaran."* Hal ini mencerminkan bahwa informasi yang diterima hanya terbatas pada permukaan transaksi, bukan pada esensi kebijakan pajak digital itu sendiri.

Ketika diminta pendapatnya mengenai kebijakan pajak digital, responden memberikan tanggapan beragam. Responden 3 menyatakan bahwa *"kebijakan pemerintah yang menerapkan pajak pada transaksi digital sebagai langkah yang mendukung keadilan dan keberlanjutan fiskal di era ekonomi digital,"* yang menunjukkan pemahaman positif terhadap tujuan kebijakan tersebut. Sebaliknya, Responden 2 memberikan respons yang lebih kritis: *"sedikit memberatkan, karena tidak semua transaksi masuk ke dalam kategori kena PPN."* Ini menunjukkan bahwa terdapat keraguan terhadap kejelasan implementasi kebijakan, terutama dalam membedakan transaksi mana yang seharusnya dikenakan pajak dan mana yang tidak.

Dalam hal sumber informasi, mayoritas responden mendapatkan pemahaman tentang pajak digital dari kanal informal. Responden 4 menyatakan, *"Saya tahu dari website atau sosial media resmi Direktorat Jenderal Pajak,"* yang mencerminkan adanya kesadaran untuk mencari sumber resmi. Namun, sebagian besar lainnya menyebut media sosial, artikel daring seperti *pajak.go.id*, dan diskusi tidak formal sebagai sumber utama. Hal ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi dari pihak otoritas belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara optimal, sehingga pemahaman yang terbentuk pun cenderung bersifat sepihak dan kurang mendalam.

Kesenjangan pemahaman ini sejalan dengan temuan Setiawan et al. (2023), yang menyebut bahwa lemahnya sosialisasi resmi menjadi penyebab rendahnya pemahaman masyarakat terhadap kebijakan perpajakan berbasis digital. Sosialisasi yang bersifat satu arah tanpa pendekatan edukatif membuat masyarakat kesulitan dalam memahami detail kebijakan,

terutama dalam konteks digital yang terus berkembang. Oleh karena itu, edukasi publik yang terstruktur, jelas, dan komunikatif perlu digencarkan agar tujuan kebijakan ini tercapai secara adil dan inklusif.

Selain itu, literasi digital fiskal yang belum optimal turut menjadi hambatan. Menurut Rahmatunnisa et al. (2012), keberhasilan kebijakan berbasis teknologi seperti PPN digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan publik untuk mengakses dan memahami sistem perpajakan yang digunakan. Rendahnya literasi digital ini berpotensi menimbulkan resistensi kebijakan di kalangan pengguna yang merasa kurang mendapatkan kejelasan. Oleh karena itu, peningkatan literasi dan transparansi menjadi kunci untuk memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kebijakan pajak digital di era ekonomi digital.

B. Dampak Penerapan Pajak Digital Terhadap Perilaku Belanja Online

Penerapan pajak digital di Indonesia telah menjadi langkah strategis pemerintah dalam merespons pertumbuhan pesat transaksi ekonomi digital, khususnya melalui *platform e-commerce*. Kebijakan ini ditujukan untuk menciptakan keadilan fiskal antara pelaku usaha konvensional dan digital, sekaligus meningkatkan penerimaan negara. Namun demikian, penerapan pajak pada transaksi digital juga menimbulkan perubahan dalam perilaku masyarakat sebagai konsumen *e-commerce*. Berdasarkan hasil wawancara terhadap tujuh responden dengan latar belakang usia dan frekuensi belanja *online* yang beragam, diperoleh beberapa tanggapan yang mencerminkan dampak kebijakan ini terhadap pola konsumsi digital.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka mengetahui adanya pemungutan pajak atas transaksi digital, terutama dalam bentuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Pengetahuan ini diperoleh melalui berbagai sumber, mulai dari perbincangan informal, sosial media, hingga informasi resmi dari Direktorat Jenderal Pajak.

Tanggapan masyarakat terhadap kebijakan ini pun beragam. Sebagian besar responden mengakui bahwa pajak digital merupakan langkah penting untuk meningkatkan penerimaan negara serta mewujudkan keadilan fiskal. Responden 3 menyatakan bahwa, “*Saya memandang kebijakan pemerintah yang menerapkan pajak pada transaksi digital sebagai langkah yang mendukung keadilan dan keberlanjutan fiskal di era ekonomi digital. Tentu saja, ada pro dan kontra, namun argumen di balik kebijakan ini cukup kuat.*” Pernyataan ini mencerminkan pemahaman bahwa kebijakan perpajakan digital memiliki dasar yang rasional dan selaras dengan prinsip pemerataan beban pajak.

Kebijakan tersebut juga sejalan dengan ketentuan dalam PMK No. 48/PMK.03/2020, yang mengatur penunjukan pelaku usaha digital luar negeri—seperti penyedia platform aplikasi, streaming, atau layanan digital lainnya—sebagai pemungut, penyetor, dan pelapor PPN atas pemanfaatan barang dan jasa digital oleh konsumen Indonesia. Melalui regulasi ini, pemerintah memastikan bahwa perusahaan digital asing turut serta dalam kontribusi fiskal, meskipun tidak memiliki bentuk usaha tetap di Indonesia. Sementara itu, pengaturan tarif khusus atas penghasilan dari penggunaan hak kekayaan intelektual atau jasa tertentu yang diterima oleh wajib pajak luar negeri tanpa bentuk usaha tetap diatur dalam PMK No. 210/PMK.010/2018, dengan tarif final sebesar 0,5% dari jumlah bruto penghasilan.

Meski demikian, beberapa responden juga menyuarakan kekhawatiran terhadap dampak langsung kebijakan ini terhadap harga barang. Kenaikan harga yang disebabkan oleh beban pajak dianggap dapat mempengaruhi daya beli masyarakat, khususnya dari kalangan pelajar dan mahasiswa. Responden 4 menyatakan, *“Sejak ada pajak digital, aku jadi lebih mikir dulu sebelum belanja online. Kadang aku bandingin dulu harga di beberapa tempat, atau cari promo supaya nggak terlalu kena biaya tambahan.”* Tanggapan ini menunjukkan bahwa konsumen menjadi lebih selektif dalam mengambil keputusan pembelian dan cenderung menunda pembelian barang yang bersifat tidak mendesak.

Dampak lainnya terlihat dari adanya perubahan dalam metode pembayaran. Responden 2 mengaku bahwa ia kini lebih berhati-hati memilih metode pembayaran yang tidak menimbulkan tambahan biaya atau pajak. *“Sekarang saya menjadi lebih memilih beberapa metode pembayaran yang sekiranya tidak ada pajak atau pajaknya lebih kecil,”* tuturnya. Hal ini menandakan bahwa selain selektif dalam memilih produk, konsumen juga mulai mempertimbangkan strategi dalam proses pembayaran untuk meminimalisir pengeluaran tambahan.

Meski tidak semua responden menyatakan adanya perubahan drastis dalam frekuensi belanja *online*, sebagian besar mengaku mulai menyesuaikan pola konsumsi mereka. Responden 3 mengaku meski masih tetap berbelanja online, ia kini melakukan penyaringan lebih ketat terhadap barang-barang yang ingin dibeli. *“Perubahan ini lebih kepada bagaimana saya menyaring dan mempertimbangkan pembelian, bukan berarti saya berhenti berbelanja online sama sekali,”* ujarnya. Responden 7 juga mengungkapkan bahwa ia kini menjadi lebih selektif dan menunda pembelian produk secara *online*, terutama jika barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan.

Temuan dari wawancara ini sejalan dengan penerapan pajak digital secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumen dalam transaksi *e-commerce*, sebagian besar responden mengurangi frekuensi pembelian akibat kenaikan harga, namun di sisi lain menunjukkan peningkatan kesadaran dan kepatuhan terhadap kewajiban perpajakan (Kamil & Yolifiandri, 2024). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pajak digital tidak hanya berdampak secara ekonomis, tetapi juga turut membentuk kesadaran fiskal masyarakat.

Jika penerapan pajak digital tidak disertai regulasi yang jelas dan koordinasi antar negara, dapat menimbulkan ketidakpastian harga serta mengganggu pola konsumsi dan investasi (Geetha, 2022). Dalam konteks Indonesia, hal ini menjadi penting mengingat pertumbuhan *e-commerce* yang sangat pesat, didukung oleh peningkatan akses internet dan adopsi teknologi digital. Maka, kejelasan informasi, edukasi pajak, serta pengawasan yang proporsional menjadi kunci utama untuk menjaga keseimbangan antara tujuan fiskal dan kenyamanan konsumen.

Tantangan utama dalam penerapan pajak digital adalah rendahnya tingkat literasi pajak di kalangan pelaku usaha kecil dan konsumen umum. Rendahnya pemahaman ini menyebabkan ketidaksiapan dalam menerima kebijakan dan dapat memicu resistensi (Suprihatin & Afriyanti, 2021). Oleh sebab itu, pendekatan edukatif dan sosialisasi yang melibatkan berbagai media - seperti kampanye digital, kolaborasi dengan platform *e-commerce*, dan edukasi di lingkungan pendidikan - menjadi penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat.

Meskipun beberapa responden menilai bahwa kebijakan ini masih perlu evaluasi lebih lanjut, terutama dalam penerapannya agar tidak terlalu membebani masyarakat kelas menengah ke bawah, secara umum kebijakan pajak digital dapat dianggap sebagai langkah adaptif yang relevan dalam menghadapi transformasi ekonomi digital. Responden 5 menekankan pentingnya keseimbangan dalam pelaksanaan kebijakan ini dengan mengatakan, *"Keadilan kebijakan ini tergantung pada bagaimana pemerintah memastikan dampaknya tidak memberatkan masyarakat, khususnya bagi konsumen dan bisnis kecil."*

Dampak dari pajak digital terhadap perilaku belanja *online* tidak dapat diabaikan. Masyarakat menunjukkan respons yang adaptif namun kritis, dengan perubahan perilaku yang mencakup selektivitas pembelian, perbandingan harga yang lebih intensif, hingga perubahan metode pembayaran. Meskipun ada resistensi dari sebagian kalangan, kesadaran akan kewajiban pajak juga meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan kebijakan perpajakan digital tidak hanya terletak pada regulasinya, tetapi juga pada pendekatan komunikatif dan edukatif yang dilakukan oleh pemerintah kepada masyarakat luas.

C. Harapan Masyarakat Terhadap Kebijakan Pajak Digital

Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi masyarakat terhadap pajak digital terbentuk oleh beberapa faktor utama, yakni harapan terhadap keadilan fiskal, kebutuhan akan kejelasan regulasi, efektivitas komunikasi pemerintah, serta transparansi dalam pelaksanaan kebijakan perpajakan. Mayoritas responden menyampaikan bahwa keberadaan pajak digital bukanlah hal yang ditolak secara prinsip. Sebaliknya, pajak dianggap sebagai instrumen penting untuk menciptakan keadilan ekonomi dan mendukung pembangunan. Namun demikian, harapan yang disampaikan merujuk pada perlunya keadilan dalam penerapan pajak agar tidak menimbulkan beban berlebih, terutama bagi pelaku usaha kecil.

Responden 1, menyampaikan bahwa kebijakan pajak digital idealnya memberikan keadilan ekonomi tanpa memicu kenaikan harga secara signifikan. Ia menekankan pentingnya regulasi yang mudah dipahami dan tidak menyulitkan pelaku usaha *"Pajak digital bisa bikin ekonomi lebih adil, tapi tetap ringan dan nggak bikin harga makin mahal. Yang penting, aturannya jelas dan nggak ribet"*. Senada dengan itu, Responden 5 mengharapkan kebijakan yang bersifat adil dan tidak terlalu membebani, *"Harapan utama terhadap kebijakan pajak digital ke depan adalah agar pemerintah dapat menerapkannya dengan cara yang adil, transparan, dan tidak memberatkan masyarakat"*.

Lebih lanjut, Responden 3 menambahkan dimensi global dan adaptif dalam sistem perpajakan digital, *"Harapan saya adalah terciptanya sistem pajak digital yang adil, jelas, adaptif, kompetitif, dan terkoordinasi secara internasional"*. Pandangan-pandangan ini sejalan dengan prinsip-prinsip kebijakan fiskal yang inklusif, di mana implementasi pajak digital harus mempertimbangkan aspek keadilan vertikal (antara kelompok kaya dan miskin) dan horizontal (antara pelaku usaha konvensional dan digital) (Affardi, 2024).

Hampir seluruh responden menekankan pentingnya edukasi sebagai kunci untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap pajak digital. Edukasi dinilai lebih efektif bila dilakukan dengan pendekatan yang kontekstual, berbasis media digital, dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Responden 4, misalnya, menyarankan pendekatan visual seperti video pendek yang dapat diakses masyarakat umum, *"Pemerintah perlu sering sosialisasi pajak digital lewat sosial media atau video singkat supaya mudah dimengerti. Bisa juga kasih contoh manfaat pajak dan insentif kecil biar masyarakat makin semangat bayar"*.

Responden 6 juga menekankan perlunya transparansi dalam pelaporan hasil pemanfaatan pajak digital agar masyarakat merasa terlibat secara langsung, *"Transparansi dalam pelaporan*

penggunaan pajak juga penting untuk membangun kepercayaan masyarakat". Pentingnya edukasi ini diperkuat oleh teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior) yang menyatakan bahwa niat untuk patuh terhadap kebijakan dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, dan norma sosial (Ajzen, 1991). Sosialisasi yang efektif akan meningkatkan sikap positif masyarakat terhadap pajak digital, sehingga mendorong niat untuk patuh (Juniarti et al., 2025).

Selain edukasi, masyarakat mengharapkan kejelasan dalam kebijakan teknis. Responden 2 mengungkapkan, *"Harap untuk lebih diperhatikan lagi mana transaksi/pembelian yang termasuk kena pajak dan yang tidak"*. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan pajak digital harus dikomunikasikan dengan rinci dan disertai batasan yang terukur, guna menghindari kesalahpahaman atau persepsi ketidakadilan. Penelitian oleh Risandhi et al. (2024) menyebutkan bahwa ketidakpastian hukum menjadi salah satu faktor utama yang menurunkan kepatuhan pajak digital di sektor e-commerce. Maka, kepastian hukum dan konsistensi regulasi menjadi keharusan dalam konteks kebijakan fiskal digital.

Masyarakat juga berharap kebijakan ini tidak sekadar berorientasi pada penerimaan negara, tetapi mampu memperkuat ekosistem digital, terutama bagi UMKM. Responden 7 menekankan bahwa regulasi harus memperhatikan kondisi pelaku ekonomi kecil, *"Kebijakan pajak digital ke depannya harus mendukung pertumbuhan ekonomi digital, terutama bagi pelaku UMKM dan konsumen kecil"*. Sejalan dengan kebijakan PPh final 0,5% untuk UMKM yang diatur dalam UU HPP Tahun 2021, insentif semacam ini perlu terus disosialisasikan agar pelaku usaha tidak merasa terbebani secara finansial (Juniarti et al., 2025).

Sebagaimana diungkapkan oleh Khaliyah (2025), tantangan terbesar dalam penerapan pajak digital bukan hanya pada aspek regulasi, tetapi juga pada bagaimana pemerintah membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat melalui pendekatan yang inklusif dan komunikatif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan kebijakan pajak digital sangat ditentukan oleh sinergi antara kualitas regulasi, efektivitas edukasi, dan keterlibatan publik dalam proses penyusunan kebijakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa masyarakat memiliki pemahaman yang belum merata terhadap kebijakan pajak digital dalam transaksi *e-commerce*. Meskipun sebagian besar responden menyadari adanya tambahan biaya saat berbelanja *online*, banyak di antara mereka yang belum memahami bahwa biaya tersebut merupakan bentuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) digital. Informasi yang diterima masyarakat sebagian besar berasal

dari media sosial dan diskusi informal, bukan dari sumber resmi. Hal ini menyebabkan munculnya pemahaman yang terbatas dan kadang keliru terkait tujuan serta cara kerja kebijakan pajak digital.

Kebijakan ini juga membawa dampak nyata terhadap perilaku belanja *online* masyarakat. Beberapa responden menyatakan menjadi lebih berhati-hati dalam memilih produk, membandingkan harga, hingga menunda pembelian barang yang tidak mendesak. Mereka juga lebih selektif dalam memilih metode pembayaran untuk menghindari biaya tambahan. Meski kebijakan ini dianggap mendukung keadilan fiskal dan meningkatkan penerimaan negara, masyarakat berharap penerapannya tidak memberatkan, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan konsumen dari kalangan menengah ke bawah. Kejelasan aturan dan edukasi menjadi hal penting agar kebijakan ini bisa diterima dengan baik.

Pemerintah perlu memperkuat sosialisasi dan edukasi mengenai pajak digital dengan cara yang mudah dipahami, seperti melalui media sosial, video pendek, atau infografik. Regulasi teknis juga harus disampaikan secara jelas, terutama mengenai jenis transaksi yang dikenai pajak. Selain itu, transparansi dalam pelaporan pemanfaatan pajak sangat penting untuk membangun kepercayaan masyarakat. Dukungan terhadap UMKM juga perlu diperhatikan, misalnya melalui pemberian insentif atau penyederhanaan proses administrasi. Dengan pendekatan yang komunikatif dan inklusif, diharapkan kebijakan pajak digital dapat berjalan efektif dan adil bagi semua pihak.

Daftar Pustaka

- Affardi, C. W. (2024). DAMPAK DAN TANTANGAN PENERAPAN PAJAK DIGITAL DI INDONESIA : STUDI KASUS PT. SII dan PT. T. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), 875-901.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.
- Ifani, D, Afifudin, A, & Nandiroh, U (2025). Dampak Penerapan Sistem Pajak Digital Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak yang Dimoderasi oleh Literasi Digital. *e_Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, jim.unisma.ac.id, <<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jra/article/view/26936>>
- Juniarti, Noersanti, L., Akhmadi, A., Ardhetta, P. A., & Auzaini, S. N. (2025). Digitalisasi Perpajakan: Tantangan, Peluang, dan Dampaknya terhadap Kepercayaan Publik serta Kewajiban Pajak di Tokopedia. *Jurnal Akuntansi STEI*, 1-11. Retrieved from <https://ejournal.stei.ac.id/index.php/AkuntansiSTEI>.

- Khaliyah, I. (2025). PENERAPAN PERPAJAKAN DALAM TRANSAKSI E-COMMERCE. JURNAL AKUNTANSI, PERPAJAKAN DAN AUDITING, 170-179. Retrieved from <http://pub.unj.ac.id/journal/index.php/japa>.
- Lubis, N, Harahap, AY, Tantawi, R, Aslami, N, & ... (2024). Dampak Perkembangan Ekonomi Digital terhadap Pertumbuhan Sektor E-Commerce di Indonesia: Perspektif Teknologi, Konsumen, dan Regulasi. Jurnal Penelitian ..., ejurnalunsam.id, <<https://ejurnalunsam.id/index.php/jensi/article/view/10649>>
- Muin, I (2023). Perlindungan Data Pribadi Dalam Platform E-Commerce Guna Peningkatan Pembangunan Ekonomi Digital Indonesia. Journal Law And Justice, jurnalilmiah.co.id, <<https://jurnalilmiah.co.id/index.php/MJPJLJ/article/view/30>>
- Rahmatunnisa, R, Khairani, S, & Pratiwi, R (2016). Pemahaman Mahasiswa Akuntansi Terhadap Teknologi Pajak (Studi Kasus di STIE MDP Palembang)., core.ac.uk, <<https://core.ac.uk/download/pdf/45375377.pdf>>
- Risandhi, D. N., Handayani, I. G., & Najicha, F. U. (2024). Efektivitas Pengaturan Hukum Pajak E-Commerce Terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak Di Indonesia. Demokrasi: Jurnal Riset Ilmu Hukum, Sosial dan Politik, 128-142. doi:<https://doi.org/10.62383/demokrasi.v1i2.154>.
- Setiawan, DA, Diana, AL, Yusuf, M, & ... (2023). Penyuluhan Pemahaman Digital Wallet, Digital Perbankan dan Pajak Penghasilan Bagi Pengusaha Kecil Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan. Jurnal Pengabdian ..., bajangjournal.com, <<https://bajangjournal.com/index.php/JPM/article/view/6615>>
- Zuhrah, N, Umamah, R, Kurniawan, H, & ... (2024). Pengaruh Reformasi dan Modernisasi Perpajakan terhadap Kepatuhan dan Penerimaan Pajak di Indonesia. Journal of ..., economics.pubmedia.id, <<https://economics.pubmedia.id/index.php/jmsd/article/view/365>>