

Pajak Marketplace: Kewajiban, mekanisme dan Tantangan Penerapan di Indonesia

Chirmala Wisnu Permata Affardi

Universitas Sunan Gresik

Info Artikel

Article history:

Received Jan, 2026

Revised Jan, 2026

Accepted Jan, 2026

Kata Kunci:

Pajak Marketplace, Ekonomi Digital, Kepatuhan Pajak, Regulasi Perpajakan

Keywords:

Marketplace Tax, Digital Economy, Tax Compliance, Tax Regulation

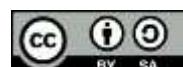
ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital melalui marketplace telah membawa dampak signifikan terhadap sistem perpajakan di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kewajiban perpajakan yang berlaku bagi pelaku usaha di platform marketplace, mekanisme pemungutan pajak yang diterapkan, dan tantangan dalam implementasinya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan analisis regulasi perpajakan terbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori kewajiban pajak utama, yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penghasilan (PPh), dan pajak daerah. Mekanisme pemungutan dilakukan melalui pemotongan/pemungutan oleh pihak marketplace (PMSE) untuk transaksi tertentu, sementara pelaporan tetap menjadi tanggung jawab wajib pajak. Tantangan utama meliputi rendahnya kepatuhan pajak pelaku UMKM, kompleksitas identifikasi transaksi, dan kapasitas teknologi administrasi perpajakan. Studi ini merekomendasikan perlunya sosialisasi yang lebih intensif, penyederhanaan sistem pelaporan, dan peningkatan kolaborasi antara otoritas pajak, penyelenggara marketplace, dan pelaku usaha.

ABSTRACT

The development of the digital economy through marketplaces has had a significant impact on the tax system in Indonesia. This study aims to analyze the tax obligations applicable to businesses on marketplace platforms, the tax collection mechanisms applied, and the challenges in their implementation. The research method used is qualitative with a literature study approach and analysis of the latest tax regulations. The results show that there are three main categories of tax obligations: Value Added Tax (VAT), Income Tax (PPh), and regional taxes. The collection mechanism is carried out through deductions/collections by marketplaces (PMSE) for certain transactions, while reporting remains the responsibility of taxpayers. Key challenges include low tax compliance among MSMEs, the complexity of transaction identification, and the capacity of tax administration technology. This study recommends the need for more intensive socialization, simplification of the reporting system, and increased collaboration between tax authorities, marketplace operators, and businesses.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Chirmala Wisnu Permata Affardi
Institution: Universitas Sunan Gresik
Email: chirmala.wpa@lecturer.usg.ac.id

1. PENDAHULUAN

Era digital telah mentransformasi fundamental pola perdagangan global, termasuk di Indonesia. Fenomena marketplace platform elektronik yang mempertemukan penjual dan pembeli secara daring seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, dan yang lainnya, telah berevolusi dari sekadar alternatif belanja menjadi infrastruktur utama perekonomian nasional. Perubahan ini mengalami akselerasi yang signifikan pasca pandemi COVID-19, di mana pembatasan sosial mendorong adopsi masif terhadap perdagangan elektronik (e-commerce). Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan berbagai laporan industri konsisten menunjukkan pertumbuhan volume dan nilai transaksi yang eksponensial di sektor ini (Sudarmanto et al., 2023).

Pertumbuhan yang pesat tersebut membawa dampak positif yang nyata bagi perekonomian, seperti penciptaan lapangan kerja, pemasaran produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang tanpa batas geografis. Namun, dibalik dampak positifnya, kemajuan ini sekaligus menghadirkan tantangan kompleks dalam ekosistem pemungutan pajak. Sebagai sumber pendapatan negara yang vital, potensi penerimaan pajak dari transaksi digital sangat besar. Namun, karakteristik unik ekonomi digital, seperti sifat transaksi yang lintas batas yurisdiksi, anonimitas relatif, minimnya kehadiran fisik (*physical nexus*), dan dominannya pertukaran data seringkali menyebabkan transaksi ini “lepas” atau sulit dijangkau (*hard-to-tax*) oleh sistem perpajakan konvensional yang berbasis pada lokasi fisik dan dokumen kertas. Fenomena *base erosion* dan *profit shifting* (BEPS) yang diperbincangkan oleh OECD menemukan manifestasinya dalam skala nasional, di mana nilai ekonomi yang tercipta di dalam negeri belum sepenuhnya dapat dikenakan pajak secara optimal dan adil (Septiana Hutami, 2023).

Merespons dinamika ini, regulasi perpajakan di Indonesia terus mengalami evolusi untuk mengejar laju inovasi ekonomi digital. Pemerintah, melalui Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Kementerian Keuangan, telah menerbitkan sejumlah aturan khusus sebagai landasan hukum (Judijanto et al., 2024). Tonggak awal adalah Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (Ppmk No 210/Pmk. 010/2018 Ang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce), 2018). Aturan ini kemudian disempurnakan secara signifikan dengan PMK No. 68/PMK.03/2022, yang memberikan kejelasan dan mekanisme yang lebih operasional. Inti dari regulasi ini adalah pengakuan terhadap peran strategis Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) atau *marketplace* sebagai *withholding agent* atau pemungut pajak. Dengan demikian, beban administrasi pemungutan sebagian dialihkan dari pedagang perorangan (UMKM) kepada platform yang memiliki kapasitas teknologi dan data. Selain itu, Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) memperkuat kerangka ini dengan memperluas definisi bentuk usaha tetap (*permanent establishment*) dan mengatur lebih lanjut tentang pajak pertambahan nilai (PPN) atas barang kena pajak (BKP) dan jasa kena pajak (JKP) yang diperoleh melalui platform digital (Junaini et al., 2025).

Meskipun kerangka hukum telah dibangun, implementasinya di lapangan masih menghadapi berbagai kendala multidimensi. Tantangan tersebut bersumber dari aspek kesadaran dan kepatuhan wajib pajak, kapasitas teknologi dan integrasi sistem, kerumitan administratif, sampai potensi resistensi dari pelaku usaha. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan (*gap*) antara kebijakan yang tertulis (*law in the book*) dengan praktik pelaksanaannya (*law in action*) yang perlu dikaji secara mendalam.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk membahas secara komprehensif tiga aspek utama: (1) kewajiban perpajakan apa saja yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha di marketplace, (2) bagaimana mekanisme pemungutan dan pelaporannya, serta (3) apa saja

tantangan yang dihadapi oleh pemerintah, penyelenggara marketplace, dan pelaku usaha dalam implementasi kebijakan ini.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran akademis dan praktis bagi pengembangan kebijakan perpajakan digital di Indonesia yang lebih efektif, adil, dan mendukung pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kepatuhan sukarela (*voluntary compliance*) di sektor ini

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Pajak dalam Ekonomi Digital: Pergeseran Paradigma dari *Physical Nexus* ke *Significant Economic Presence* dan Penerapan pada Kewenangan Pemajakan

Era ekonomi digital telah melahirkan konstruksi bisnis baru, yang menantang fondasi hukum dan administrasi perpajakan yang dibangun di atas paradigma ekonomi tradisional (Tambunan & Anwar, 2019). Ekonomi digital, sebagaimana didefinisikan oleh OECD (2021), merupakan suatu ekosistem ekonomi yang secara fundamental bergantung pada input dan infrastruktur teknologi digital, di mana penciptaan, penyimpanan, pertukaran, dan akuisisi nilai ekonomi terutama terjadi melalui pertukaran data (*datafication*) dan transaksi online dari efek jaringan (*network effects*). Karakter ini menghasilkan model bisnis berbasis platform seperti marketplace, aplikasi ride-hailing, dan layanan *subscription* yang nilai ekonominya tidak lagi linier dengan penjualan fisik, akantetapi bergantung pada skala pengguna, dan kepemilikan data. Dalam konteks marketplace, nilai diciptakan tidak hanya dari komisi transaksi barang, akan tetapi dari data perilaku konsumen, iklan yang ditargetkan, layanan finansial (*paylater*, asuransi), dan biaya berlangganan fitur premium bagi penjual (Sitepu & Fadila, 2024).

Revolusi bisnis ini secara langsung mengguncang konsep sentral dalam hukum pajak internasional dan domestik: nexus atau keterhubungan. Selama berabad-abad, *nexus* untuk pajak penghasilan (khususnya bagi badan usaha asing) ditentukan oleh kehadiran fisik yang substansial dan berkelanjutan (*physical presence test*) di suatu yurisdiksi, seperti pabrik, kantor pusat, atau tenaga penjualan. Konsep Bentuk Usaha Tetap (BUT) dalam tax treaty pun bertumpu pada ide ini. Ekonomi digital dengan mudah meruntuhkan tembok ini; sebuah perusahaan teknologi asing dapat menjangkau jutaan konsumen, mengumpulkan data, dan memperoleh pendapatan iklan atau komisi yang signifikan dari suatu negara tanpa memiliki aset fisik atau karyawan tetap di sana (Mastriati Hini Hermala Dewi, 2024). Kondisi ini menciptakan “celah” pemajakan (*taxation gap*) yang lebar, di mana nilai ekonomi yang tercipta dari suatu pasar domestik dapat lolos dari kewenangan pajak negara tersebut (Sharla Martiza & Luk Fuadah, 2025).

Menanggapi tantangan global ini, OECD melalui proyek Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Action Plan 1 meluncurkan kerangka konseptual Significant Economic Presence (SEP) (Liana et al., 2025). SEP mengusulkan perusahaan asing dapat dianggap memiliki *nexus* untuk tujuan pajak penghasilan di suatu negara jika memiliki keterlibatan ekonomi yang berkelanjutan dan signifikan dengan pasar negara tersebut, terlepas dari ada tidaknya kehadiran fisik. Indikator signifikansi ini dapat mencakup: (1) jumlah pendapatan yang diperoleh dari pengguna di yurisdiksi tersebut, (2) jumlah pengguna aktif (*active user base*), atau (3) volume konten digital yang secara spesifik ditargetkan untuk pasar domestik melalui algoritma, bahasa, dan metode pembayaran lokal. Konsep SEP secara resmi mengadopsi prinsip bahwa “di mana nilai diciptakan, di situ lah pajak harus dibayar” (*value creation approach*). Negara Indonesia, dalam upaya mengamankan basis pajaknya, secara progresif mengadopsi konsep ini melalui Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) (UU No 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Pajak, 2021). UU HPP memperluas definisi BUT tradisional dengan mencakup penyelenggaraan kegiatan usaha secara rutin melalui dunia maya (*cyber presence*) yang memenuhi kriteria tertentu, seperti perolehan penghasilan dari Indonesia melebihi batasan yang ditetapkan. Adopsi ini bukan hanya langkah teknis, tetapi merupakan pergeseran filosofis dalam kebijakan fiskal Indonesia untuk mengejar dan mengklaim hak pemajakan atas nilai ekonomi digital yang mengalir deras di dalam negeri.

2.2. Evolusi Regulasi Pajak Marketplace di Indonesia: Analisis Kritis terhadap Perkembangan Regulasi dari PMK 210/2018 hingga PMK 68/2022

Regulasi perpajakan untuk transaksi digital di Indonesia mengalami evolusi yang mencerminkan pembelajaran regulator dalam menanggapi dinamika pasar yang sangat cepat. Penelitian awal oleh (Tria Marcellina et al., 2025) secara komprehensif mengkaji PMK No. 210/PMK.010/2018 sebagai respons legal pertama yang spesifik. Penelitian mereka mengakui bahwa aturan ini merupakan terobosan penting karena untuk pertama kalinya secara tegas mengakui Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) sebagai pihak yang memiliki kewajiban perpajakan formal dalam hal ini sebagai pemungut Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 sebesar 0,5% dari nilai transaksi penjualan. Namun, analisis kritis mengungkap sejumlah kelemahan mendasar: pertama, ambiguitas definisi "penyelenggara" yang menimbulkan ketidakpastian hukum bagi model bisnis seperti *social commerce* atau platform aggregator; kedua, lingkup yang sempit karena hanya mengatur PPh Pasal 22 dan mengabaikan aspek Pajak Pertambahan Nilai (PPN) yang justru lebih kompleks; dan ketiga, mekanisme yang belum matang, di mana pelaporan masih bersifat manual dan terpisah, belum terintegrasi dengan sistem elektronik DJP yang lebih canggih. PMK 210/2018 pada dasarnya adalah eksperimen kebijakan (*policy experiment*) yang berfungsi sebagai fondasi untuk penyempurnaan lebih lanjut.

Penyempurnaan fundamental itu datang dengan PMK No. 68/PMK.03/2022. Penelitian oleh (Abdul Rosyid et al., 2024) menyebut regulasi ini sebagai "*game changer*" yang mengubah lanskap administrasi perpajakan digital Indonesia. Perubahan paradigmatis terjadi pada tiga level:

- 1) Level Konseptual: PMSE tidak lagi sekadar "pemungut" PPh Pasal 22, akan tetapi diformalkan sebagai agen kepatuhan pajak (*compliance agent*) dan pemungut pajak (*withholding agent*) dengan tanggung jawab yang lebih luas. Pergeseran ini mengubah PMSE dari pihak pasif yang melaporkan menjadi pihak aktif yang mengadministrasikan kepatuhan wajib pajak lain (penjual).
- 2) Level Cakupan Pajak: PMK memperluas jenis pajak yang menjadi tanggung jawab PMSE:
 - a) PPh Final 0,5%: Menggantikan dan memperjelas mekanisme PPh Pasal 22, dengan sasaran yang spesifik yaitu pedagang yang memanfaatkan fasilitas PP 23/2018. Hal ini memberikan kepastian dan kesederhanaan.
 - b) PPN sebesar 11% (kini 12% berdasarkan UU HPP): Ini adalah inovasi paling radikal. PMSE diberi mandat untuk memungut PPN atas transaksi Barang Kena Pajak (BKP) berwujud yang dilakukan oleh penjual non-Pengusaha Kena Pajak (non-PKP). Dengan kata lain, PMSE bertindak sebagai *substitute tax collector*, menjembatani "celah PPN" (*VAT gap*) yang besar akibat maraknya UMKM online yang belum PKP. Ini adalah bentuk delegasi fungsi fiskal negara kepada entitas swasta.
- 3) Level Administratif: PMK 68/2022 memperkenalkan hierarki kewajiban yang jelas. Penjual PKP tetap menjadi pemungut PPN utama dan wajib menerbitkan Faktur Pajak. PMSE bertanggung jawab memungut PPN untuk penjual non-PKP dan PPh Final untuk penjual PP 23. Pemisahan ini menciptakan sistem dua lapis (*two-tier system*) yang mencoba memadukan efisiensi administrasi dengan keadilan substantif. Dengan demikian, PMK 68/2022 merepresentasikan lompatan dari regulasi yang reaktif dan parsial menuju regulasi yang proaktif, komprehensif, dan berbasis pada pemanfaatan teknologi platform itu sendiri sebagai instrumen kepatuhan (PMK No. 68/PMK.03/2022 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Dan Pajak Penghasilan Atas Transaksi Perdagangan Aset Kripto, 2022).

2.3. Kepatuhan Pajak Digital: Persimpangan antara Teknologi, Psikologi, dan Administrasi dalam Ruang Maya

Studi mengenai kepatuhan pajak di ruang digital mengungkap bahwa dinamikanya lebih kompleks daripada di konteks tradisional, karena terjadi pada persimpangan antara teknologi, psikologi, dan sistem administrasi. Penelitian (Abdulrival hartoyo, 2025) di Indonesia menemukan bahwa bagi pelaku usaha online, tiga faktor utama mendorong kepatuhan: kesadaran

pajak (pengetahuan tentang kewajiban), kemudahan sistem (*ease of use* aplikasi pajak seperti e-Filing), dan persepsi risiko (takut diperiksa dan dikenai sanksi). Namun, temuan ini hanya menggambarkan permukaan.

Penelitian (Fathni et al., 2023) memberikan dimensi yang lebih dalam dengan memperkenalkan konstruksi kepercayaan (*trust*) sebagai variabel kunci dalam ekosistem platform. Kepercayaan dalam konteks ini bersifat tripartit dan saling terkait: (1) Kepercayaan Vertikal kepada Negara (Political Trust): Keyakinan wajib pajak bahwa uang pajak akan digunakan secara akuntabel dan untuk kepentingan publik. Tanpa ini, pajak dianggap sebagai "pemerasan". (2) Kepercayaan Horizontal kepada Platform (Institutional Trust): Keyakinan bahwa platform sebagai pemungut akan bertindak adil, transparan dalam perhitungan, dan melindungi data. Jika penjual merasa platform mengambil keuntungan dari mekanisme pemotongan, kepatuhan sukarela runtuh. (3) Kepercayaan Sosial kepada Sesama Pelaku Usaha (Peer Trust): Persepsi bahwa semua peserta pasar dikenai aturan yang sama (*level playing field*). Jika terdapat ketimpangan atau celah yang dimanfaatkan oleh pesaing, maka norma kepatuhan akan terkikis. Sosialisasi yang terbatas (seperti diidentifikasi Pratama) dan kompleksitas administratif yang tinggi merupakan faktor yang secara langsung merusak ketiga jenis kepercayaan ini.

Lebih lanjut, penelitian mutakhir oleh (Aini Shofiya Asy et al., 2023) menawarkan perspektif solutif dengan menekankan konsep "nudging melalui teknologi" (*technology-enabled nudging*). Platform digital memiliki kemampuan arsitektur yang unik untuk "menyisipkan" (*embed*) kepatuhan pajak secara halus ke dalam *user journey*. Hal ini dapat dilakukan melalui: (a) Desain Pilihan Default (*Default Options*): Misalnya, sistem secara otomatis memotong pajak dan menampilkannya sebagai komponen terpisah, dengan opsi 'opt-out' yang tidak mudah diakses. (b) Transparansi dan Umpam Balik Real-Time (*Real-Time Feedback*): Menampilkan perhitungan pajak secara real-time saat checkout, dengan tautan penjelasan sederhana. (c) Kepatuhan Tanpa Gesekan (*Frictionless Compliance*): Mengintegrasikan pelaporan ke dalam dashboard penjual, sehingga laporan SPT Masa dapat dibuat dengan satu klik berdasarkan data yang sudah terhimpun. Tantangannya adalah mendesain *nudge* ini agar informatif dan efektif meningkatkan kepatuhan, tanpa terasa memaksa atau mengganggu pengalaman pengguna sehingga justru mendorong mereka meninggalkan platform.

Akhirnya, studi dari (Dura et al., 2025) menambahkan perspektif ekonomi perilaku dengan menyoroti analisis cost-benefit subjektif yang dilakukan pelaku usaha mikro digital. Kepatuhan mereka tidak hanya dipengaruhi oleh beban nominal pajak (*tax rate*), tetapi lebih oleh persepsi terhadap beban kepatuhan (*compliance burden*) baik waktu, biaya, maupun kompleksitas mental—dibandingkan dengan manfaat yang dirasakan (*perceived benefits*). Manfaat ini tidak harus langsung berupa pengembalian uang, tetapi bisa berupa akses ke pasar yang lebih luas dan aman yang diberikan platform, legitimasi usaha, atau akses ke pembiayaan yang mensyaratkan bukti pelaporan pajak. Oleh karena itu, strategi untuk meningkatkan kepatuhan harus holistik, tidak hanya menakut-nakuti dengan sanksi, tetapi juga mendemonstrasikan nilai dan kemudahan yang didapat dari menjadi wajib pajak yang patuh dalam ekosistem digital.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis (Masitha et al., 2024). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena sosial yang kompleks secara mendalam, menganalisis makna di balik regulasi, dan menguraikan berbagai perspektif dari pemangku kepentingan terkait implementasi kebijakan pajak marketplace.

3.1. Jenis dan Sumber Data.

Data yang digunakan adalah data sekunder yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan (*library research*) yang sistematis. Sumber data terdiri dari:

Sumber Data Primer:

- a. Peraturan Perundang-undangan: Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (UU KUP), Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU

HPP), Undang-Undang PPN, Peraturan Pemerintah (PP), serta Peraturan Menteri Keuangan (PMK) yang relevan, khususnya **PMK No. 68/PMK.03/2022** sebagai regulasi inti.

- b. Dokumen Resmi Pemerintah: Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak (SE DJP), publikasi resmi DJP, laporan tahunan DJP, dan data statistik dari Badan Pusat Statistik (BPS) terkait perdagangan elektronik dan UMKM.

Sumber Data Sekunder:

- a. **Karya Ilmiah:** Jurnal nasional dan internasional, disertasi, tesis, dan prosiding seminar yang membahas ekonomi digital, perpajakan digital, kepatuhan pajak, dan regulasi marketplace.
- b. **Buku Teks:** Buku-buku referensi di bidang hukum pajak, administrasi perpajakan, dan ekonomi digital.
- c. **Laporan dan Publikasi Lembaga:** Laporan dari OECD, Bank Dunia, IMF, serta publikasi dari asosiasi industri seperti Asosiasi E-Commerce Indonesia (idEA).
- d. **Analisis Media dan Reputabel:** Artikel analitis dari media terpercaya dan firma konsultan hukum/pajak yang membahas implementasi teknis dari PMK 68/2022.

3.2. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara interaktif dan berulang mengikuti model analisis data kualitatif (Nur et al., 2025), yang terdiri dari tiga tahap alur kegiatan:

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*): Seluruh data dari berbagai sumber diseleksi, difokuskan, disederhanakan, dan diabstraksikan. Data regulasi dikodifikasi berdasarkan tema kewajiban, mekanisme, dan tantangan. Temuan dari literatur sebelumnya dikelompokkan untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*).
- b. Penyajian Data (*Data Display*): Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif-analitis yang terstruktur, serta ditunjang dengan tabel atau bagan jika diperlukan (misalnya, bagan alur mekanisme pemungutan pajak). Penyajian ini memungkinkan penulis untuk melihat pola, hubungan, dan temuan secara lebih jelas.
- c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing/Verification*): Berdasarkan penyajian data, dilakukan penarikan kesimpulan awal. Kesimpulan ini kemudian terus diverifikasi dan dikaji ulang dengan kembali menelusuri data mentah dan literatur untuk memastikan keabsahan (*validity*) dan konsistensi temuan. Proses ini dilakukan hingga diperoleh kesimpulan yang kokoh dan dapat menjawab pertanyaan penelitian.

Melalui pendekatan ini, penelitian ini berupaya memberikan analisis yang komprehensif dan mendalam terhadap kewajiban, mekanisme, dan tantangan pajak marketplace di Indonesia.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Kewajiban Perpajakan Marketplace di Indonesia: Dekonstruksi Hierarki Kewajiban dalam Ekosistem Platform.

Berdasarkan analisis terhadap kerangka regulasi terkini, terutama Peraturan Menteri Keuangan (PMK) No. 68/PMK.03/2022 dan Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) kewajiban perpajakan dalam ekosistem marketplace Indonesia dapat didekonstruksi menjadi sebuah arsitektur hierarkis yang kompleks. Arsitektur ini tidak lagi linier, akan tetapi bersifat dinamis dan terdistribusi di antara tiga aktor utama: Penjual (Seller), Pembeli (Buyer), dan Penyelenggara Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE atau Marketplace). Status hukum dan kapasitas administratif masing-masing aktor menjadi determinan utama dalam pembagian tanggung jawab perpajakan ini, menciptakan sebuah *multi-layered tax obligation system*.

4.1.1. Pajak Pertambahan Nilai (PPN): Dualisme Regim dan Alih Kewajiban dari Subjek ke Platform

Rezim PPN dalam transaksi marketplace mengalami transformasi paradigmatis dari sistem *self-assessment* murni menuju model *platform-withholding hybrid*. Kewajiban dialihkan sebagian dari subjek pajak (penjual) kepada platform sebagai *intermediary*, berdasarkan status Pengusaha Kena Pajak (PKP).

1) Penjual sebagai PKP: Kewajiban Tradisional yang Tetap Bertahan

Bagi penjual yang telah memenuhi syarat sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP), baik karena omzet melebihi Rp 4,8 miliar per tahun maupun karena memiliki untuk dikukuhkan secara sukarela kewajiban PPN tetap melekat sepenuhnya pada pengusaha sebagai *principal taxpayer*. Pengusaha bertindak sebagai pemungut PPN yang sah atas setiap penyerahan Barang Kena Pajak (BKP) atau Jasa Kena Pajak (JKP) melalui marketplace. Marketplace, dalam konteks ini berfungsi sebagai *digital venue* atau fasilitator transaksi yang netral secara fiskal. Penjual PKP wajib menerbitkan Faktur Pajak (sebaiknya dalam bentuk elektronik/e-Faktur) kepada pembeli, menyetorkan PPN yang dipungut (sebesar 12%), dan melaporkannya dalam SPT Masa PPN. Tanggung jawab administratif ini tidak dapat dialihkan, sehingga menempatkan penjual PKP pada strata kepatuhan yang paling tinggi dan kompleks dalam ekosistem digital.

2) PMSE sebagai *Substitute Tax Collector* untuk Penjual Non-PKP: Inovasi Administratif PMK 68/2022

Bagian paling inovatif dari regulasi terkini adalah pengalihan kewajiban pemungutan PPN dari penjual kecil kepada PMSE. Adapun penjual yang belum berstatus PKP yang merupakan mayoritas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di platform. Kewajiban untuk memungut PPN dialihkan secara paksa dan otomatis kepada PMSE. PMSE bertindak sebagai *fiscal agent* negara, dengan kewajiban untuk:

- Memungut PPN 12% secara otomatis dari nilai transaksi setiap penyerahan BKP berwujud yang dilakukan oleh penjual non-PKP di platformnya.
- Menerbitkan Bukti Pemungutan PPN (BP PPN), yang berfungsi sebagai dokumen hukum pengganti Faktur Pajak. BP PPN ini menjadi bukti penyetoran bagi negara dan, yang krusial, menjadi kredit pajak masukan bagi pembeli yang berstatus PKP.
- Menyetor dan Melaporkan PPN yang telah dipungut tersebut ke Kas Negara menggunakan identitas PMSE sendiri. Implikasi kebijakan ini bersifat dualistik. Di satu sisi, ini merupakan *simplifikasi administratif* yang monumental bagi UMKM, yang terbebas dari kerumitan administrasi PPN. Di sisi lain, ini menciptakan *economic cost* yang langsung (*visible*) bagi penjual non-PKP, karena 12% dari nilai penjualan bruto mereka dipotong sebelum cair, yang kerap dipersepsi sebagai pengurangan margin yang signifikan.

4.1.2. Pajak Penghasilan (PPh): Diversifikasi Instrument dan Fragmentasi Kewajiban

Landscape PPh dalam ekosistem marketplace jauh lebih terfragmentasi, mencerminkan keragaman subjek, objek, dan hubungan hukum yang terjadi di dalam platform.

1) PPh Final 0,5% (PP 23/2018): Mekanisme *Withholding Standar* untuk UMKM Digital

Ini adalah kewajiban inti yang dibebankan kepada PMSE. PMSE wajib memungut PPh Final sebesar 0,5% dari peredaran bruto atas transaksi yang dilakukan oleh penjual yang memanfaatkan fasilitas PP No. 23 Tahun 2018. Cakupannya mencakup penjual orang pribadi dan badan tertentu (CV, Firma, Koperasi) dengan peredaran bruto di bawah Rp 4,8 miliar. Pemungutan ini bersifat final dan dilakukan secara otomatis oleh sistem (*algorithmic withholding*), sehingga penjual tidak perlu lagi menghitung dan menyetor PPh badan/usahanya secara mandiri. Mekanisme ini adalah inti dari *business-friendly approach* pemerintah untuk mendorong kepatuhan massal dengan cara yang sederhana.

- 2) PPh Pasal 22, 21, 23, dan 26: Kewajiban Sporadis dan Berbasis Transaksi Di luar PPh Final, terdapat kewajiban pemotongan lain yang timbul dari sifat transaksi tertentu:
- PPh Pasal 22 masih relevan bagi penjual yang merupakan produsen atau importir barang-barang tertentu yang ditetapkan pemerintah (seperti semen atau baja), terlepas dari kanal penjualannya.
 - PPh Pasal 21 muncul dari hubungan kerja/imbalan jasa, seperti pembayaran kepada influencer, content creator, atau tenaga lepas (*freelancer*) yang mendapatkan imbalan melalui platform. Kewajiban pemotongan bisa jatuh pada brand/pengiklan atau platform itu sendiri.
 - PPh Pasal 23 dikenakan atas penghasilan dari jasa tertentu (misal, jasa teknik, manajemen, atau iklan) yang dibayarkan kepada penyedia jasa berstatus badan. PMSE dapat ditunjuk sebagai Pemotong Pajak Penghasilan Pasal 23 untuk transaksi jasa antar-pengguna di platformnya, menambah lagi perannya sebagai *withholding agent*.
 - PPh Pasal 26 menjadi kewajiban ketika terdapat transaksi dengan Subjek Pajak Luar Negeri (SPLN), misalnya pembayaran royalti atau fee kepada vendor asing.

4.1.3. Kewajiban Pajak Daerah: *The Last Frontier* dalam Pemajakan Digital

Sementara pajak pusat telah membuat lompatan regulasi, pemajakan daerah atas aktivitas ekonomi digital praktis masih berada di wilayah *uncharted territory*. Teoretis, aktivitas periklanan digital (*sponsored ads, banner ads*) di dalam platform dapat dikenai Pajak Reklame. Namun, implementasinya terbentur pada masalah *nexus* dan atribusi: (1) Platform seringkali tidak memiliki kantor fisik di daerah tempat iklan ditayangkan, (2) Sulitnya mengalokasikan pendapatan iklan global platform ke wilayah administratif spesifik di Indonesia, dan (3) Belum adanya mekanisme koordinasi dan pembagian data antara pemerintah daerah dengan perusahaan teknologi multinasional. Hal ini menciptakan *asymmetry* antara potensi penerimaan dan kapasitas realisasi, serta merupakan tantangan utama otoritas daerah di era digital.

4.2. Mekanisme Pemungutan dan Pelaporan: Arsitektur Teknokratis dan Realitas Operasional

PMK 68/2022 membangun sebuah sistem administrasi perpajakan yang berbasis pada prinsip kepatuhan tersemat (*embedded compliance*). Dalam sistem ini, PMSE tidak hanya sebagai pemungut pasif, tetapi sebagai *enabler* aktif yang menjadikan kepatuhan pajak sebagai bagian tak terpisahkan dari proses transaksi.

4.2.1. Fase 1: Onboarding dan Validasi Identitas (*Digital Gatekeeping*)

Sistem ini dimulai dengan *gatekeeping* digital. PMSE diwajibkan mendaftar ke DJP untuk memperoleh Nomor Identitas Perusahaan (NIP). Selanjutnya, mereka harus menjalankan prosedur *Know Your Customer* (KYC) terhadap penjual, termasuk mengumpulkan dan memverifikasi NIK (untuk orang pribadi) atau NPWP (untuk yang wajib). Penjual dengan omzet di atas Rp 200 juta/tahun secara hukum wajib memiliki NPWP dan memberikannya kepada PMSE. Dengan demikian, PMSE berfungsi sebagai *frontline administrator* yang membangun basis data wajib pajak digital yang terintegrasi dengan DJP.

4.2.2. Fase 2: Real-Time Algorithmic Withholding (Inti Sistem)

Pada puncak sistem ini terletak proses pemungutan otomatis yang dipicu oleh algoritma. Saat transaksi terjadi, sistem PMSE dalam milidetik akan:

- Mengkueri Status Penjual: Memeriksa database internal untuk menentukan apakah penjual telah terverifikasi sebagai PKP atau non-PKP, dan apakah eligible untuk PP 23/2018.

- 2) Menjalankan Logika Pemungutan:
 - a) IF Penjual = Non-PKP → *Trigger*: Pungut PPN 12%.
 - b) IF Penjual = Eligible PP 23 → *Trigger*: Potong PPh Final 0.5%.

(Kedua pemungutan dapat berjalan paralel untuk penjual non-PKP yang eligible PP 23)
- 3) Memisahkan Dana (*Settlement Split*): Sistem memisahkan dana hasil transaksi menjadi tiga *bucket*: (a) Netto untuk penjual, (b) PPN untuk disetorkan ke negara, dan (c) PPh Final untuk disetorkan ke negara. Pemisahan ini terjadi sebelum dana dikreditkan ke rekening penjual, menjadikan kepatuhan sebagai *default* yang tak terhindarkan.

4.2.3. Fase 3: Konsolidasi, Penyetoran, dan Pelaporan (*Back-Office Compliance*)

- 1) Tanggung Jawab PMSE: Setiap bulan, PMSE harus mengkonsolidasikan seluruh pungutan pajak dari jutaan transaksi. Mereka wajib menyetor total PPN dan PPh Final yang terhimpun ke Kas Negara paling lambat tanggal 15 bulan berikutnya menggunakan NIP mereka. Selanjutnya, mereka harus melaporkan detailnya melalui SPT Masa PPN dan SPT Masa PPh, yang mencakup data agregat dan *breakdown* per penjual. Untuk PPN yang dipungut, mereka menerbitkan Bukti Pemungutan PPN yang dapat diakses oleh pembeli.
- 2) Tanggung Jawab Residual Penjual: Meski telah dipotong, penjual tetap memiliki kewajiban pelaporan akhir. Dalam SPT Tahunan PPh, mereka harus melaporkan seluruh penghasilan bruto dan mencantumkan PPh Final 0,5% yang telah dipotong PMSE sebagai kredit pajak. Bagi penjual PKP, kewajiban lengkap administrasi PPN (faktur, setor, lapor) tetap ada di pundak mereka.

4.2.4. Fasilitas vs. Beban: Analisis Dwi-Wajah Kebijakan

Secara desain, sistem ini mengandung fasilitas: tarif PPh Final 0,5% yang jauh lebih ringan dari tarif progresif, dan pembebasan UMKM dari administrasi PPN. Namun, secara psikologis dan ekonomis, sistem ini dirasakan sebagai beban baru. Potongan yang transparan dan otomatis itu membuat *tax incidence* menjadi sangat terasa (*salience tinggi*) bagi penjual kecil, berbeda dengan sistem *self-assessment* tradisional di mana penghitungan dan pembayaran pajak terpisah dari arus kas usaha.

4.3. Tantangan Implementasi: Anatomi Rintangan dalam Ekosistem Pajak Digital

4.3.1. Tantangan Regulasi: *The Moving Target Problem*

Regulatory lag adalah tantangan abadi. Sementara regulator menyelesaikan aturan untuk model *marketplace goods*, bisnis telah berevolusi ke barang digital (NFT, aset virtual), layanan mikro (*micro-services*), dan model *subscription* hibrida. Pertanyaan mendasar seperti "Apakah penjualan NFT merupakan penyerahan BKP Tidak Berwujud?" atau "Bagaimana mengalokasikan pendapatan dari paket *membership* yang menggabungkan fitur marketplace dan iklan?" masih menjadi *grey area* yang luas. Pada level internasional, mekanisme pemungutan PPN atas barang impor bernilai rendah (*de minimis*) yang dibeli langsung konsumen dari platform luar negeri (misal, Shein, AliExpress) masih sangat sulit ditegakkan, menciptakan ketimpangan kompetisi dengan pelaku domestik.

4.3.2. Tantangan Kepatuhan: *The Literacy-Trust Gap*

Hambatan utama terletak pada tingkat dasar: literasi pajak digital yang rendah di kalangan pelaku usaha mikro. Banyak yang menganggap pemotongan oleh platform sebagai "biaya administrasi" atau "potongan platform" baru, bukan sebagai kewajiban pajak negara. Ketidaktahuan ini, ditambah dengan persepsi ketidakadilan karena merasa penjual offline sejenis tidak dikenai PPN, menggerogoti kepercayaan (*trust*) terhadap sistem. Hal ini memicu perilaku penghindaran

(*avoidance*) kreatif, seperti memindahkan transaksi ke media sosial (*platform leakage*) atau memecah toko (*shop splitting*) untuk tetap di bawah ambang batas pemungutan.

4.3.3. Tantangan Teknologi: *The Interoperability Burden*

Sistem yang elegan secara teori ini terbentur pada realitas infrastruktur. Sistem DJP (e-Faktur, ebupot unifikasi) harus mampu menyerap, mencocokkan (*matching*), dan memvalidasi data miliaran transaksi dari ratusan PMSE dengan format dan *frequency* yang berbeda—sebuah tantangan *big data* dan *interoperability* yang masif. Di sisi PMSE, terutama yang kecil dan menengah, beban biaya untuk memodifikasi sistem inti (*core payment engine*), membangun API yang aman dengan DJP, dan menjalankan *compliance reporting* bulanan sangat signifikan, berpotensi menjadi *barrier to entry*.

4.3.4. Tantangan Administratif: *The Double Reporting Dilemma*

Sistem ini menciptakan pelaporan ganda. Sebuah transaksi dilaporkan oleh PMSE (sebagai pemungut) dan harus dilaporkan kembali oleh penjual (sebagai subjek pajak). Bagi wajib pajak awam, ini adalah sumber kebingungan dan kecemasan akan duplikasi atau kesalahan. Mekanisme rekonsiliasi otomatis antara data *withholding* PMSE dan SPT Tahunan penjual masih belum sempurna, sehingga berpotensi menimbulkan surat teguran atau pemeriksaan yang tidak diinginkan bagi penjual yang sebenarnya sudah patut.

4.3.5. Tantangan Ekonomi: *The Competitiveness Distortion Risk*

Secara tidak sengaja, kebijakan ini dapat mendistorsi pasar. Penjual non-PKP (UMKM) kini menanggung beban PPN 12% yang otomatis dan transparan, sementara penjual PKP yang lebih besar dapat mengelola PPN-nya sendiri (misal, dengan menetapkan harga *inclusive tax* yang lebih kompetitif). Hal ini dapat mengikis keunggulan harga UMKM dan secara paradoks mendorong konsolidasi ke arah penjual yang lebih besar dan mapan. Lebih jauh, ini dapat mendorong migrasi aktivitas ke platform informal (Instagram, WhatsApp) yang belum jelas status PMSE-nya, menciptakan *uneven playing field* baru.

5. KESIMPULAN

Penerapan pajak marketplace di Indonesia, khususnya melalui PMK No. 68/PMK.03/2022, telah membangun kerangka hukum yang progresif dengan menciptakan sistem pemungutan semi otomatis yang memposisikan platform digital sebagai *withholding agent*. Sistem ini berhasil mendefinisikan hierarki kewajiban pajak (PPN dan PPh) secara jelas berdasarkan status pelaku usaha dan menerapkan mekanisme *embedded compliance* yang canggih.

Namun, implementasinya dihadapkan pada tantangan multidimensi yang signifikan: *regulatory lag* dalam menanggapi inovasi bisnis baru, rendahnya literasi pajak dan kepercayaan di kalangan UMKM, beban teknologi dan interoperabilitas data, kompleksitas pelaporan ganda, dan risiko distorsi pasar yang dapat merugikan pelaku kecil. Keberhasilan kebijakan ini pada akhirnya bergantung pada kemampuan mengatasi kesenjangan antara desain regulasi yang matang dan realitas sosio-teknis di lapangan, melalui edukasi intensif, penyederhanaan administratif, serta kolaborasi erat antara otoritas pajak, penyelenggara platform, dan komunitas pelaku usaha digital.

5.1 Saran

Berdasarkan temuan penelitian, diajukan rekomendasi strategis:

1) Bagi Pemerintah (DJP):

- a) Melakukan kampanye sosialisasi masif dan berkelanjutan bersama asosiasi e-commerce dan PMSE, dengan materi yang sederhana dan aplikatif.

- b) Mengembangkan *single submission API* yang terintegrasi penuh untuk memangkas beban pelaporan ganda dan menyediakan dashboard kepatuhan terpadu bagi UMKM.
- 2) **Bagi PMSE:**
 - a) Menanamkan edukasi pajak langsung dalam alur pengguna (*in-app nudging*) dan membuat pusat informasi perpajakan terpusat di platform.
 - b) Berinvestasi dalam interoperabilitas sistem untuk memastikan integrasi data yang real-time dan akurat dengan DJP.
- 3) **Bagi Pelaku Usaha:**
 - a) Proaktif memanfaatkan kanal edukasi resmi dari DJP dan platform untuk memahami kewajiban dan manfaat kepatuhan pajak.
 - b) Mempertimbangkan penggunaan jasa konsultan pajak atau software akuntansi sederhana untuk mengelola pembukuan dan pelaporan.
- 4) **Bagi Penelitian Lanjutan:**
 - a) Melakukan studi kuantitatif untuk menganalisis dampak kebijakan terhadap kepatuhan UMKM, daya saing pasar, dan efektivitas penerimaan pajak.
 - b) Mengeksplorasi aspek perpajakan untuk model bisnis baru (seperti *dropshipping*, NFT, dan aset digital) serta analisis kebijakan pajak daerah atas ekonomi platform.

DAFTAR PUSTAKA

- PMK No. 68/PMK.03/2022 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Dan Pajak Penghasilan Atas Transaksi Perdagangan Aset Kripto (2022). www.jdih.kemenkeu.go.id
- Abdul Rosyid, M., Pangesti, I., Hasanah, N., & Mastutik, S. (2024). Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kepatuhan Dan Penerapan Hukum Pajak Di Indonesia. *Mendapo: Journal of Administrative Law*, 5(3), 265–280. <https://doi.org/10.22437/mendapo.v5i3.32242>
- Abdulrival hartoyo. (2025). Akuntansi Digital Sebagai Game Changer Bagi Umkm: Solusi Pengelolaan Keuangan Di Kota Gorontalo. *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi*, 5(4).
- Aini Shofiya Asy, N., Suyanto, B., Septiani, D., Wahyudi, I., Airlangga Jalan Dharmawangsa Dalam, U., & Timur, J. (2023). Jurnalisme Warga dalam Strategi Konvergensi Suara Surabaya: Akomodasi Aspirasi atau Aktifitas Buruh Digital? *ETTISAL: Journal of Communication*, 8(2). <https://doi.org/10.21111/ejoc.v8i2.11957>
- Dura, J., Bukhori, M., & Octaviola Rosanti, N. (2025). Analisis Pengaruh Ekonomi Halal Sebagai Pilar Utama Dalam Peningkatan Kinerja Ukm Sektor Halal. *RISTANSI: Riset Akuntansi*, 6(1), 143–172. <https://doi.org/10.32815/ristansi.v6i1.2689>
- Fathni, I., Zulaika, S., & Sari Dewi, R. (2023). Pengaruh Kebijakan Privasi, dan Tingkat Kepercayaan Pada Platform Digital terhadap Perilaku Pengguna dalam Melindungi Privasi Online di Indonesia. *Sanskara Hukum Dan HAM*, 2(02), 118–126. <https://doi.org/10.58812/shh.v2.i02>
- Judijanto, L., Destiana, R., Sudarmanto, E., Ayu, I., Suprapti, P., & Harsono, I. (2024). Analisis Pengaruh Adopsi Teknologi Finansial, Kepercayaan Nasabah, dan Regulasi Terhadap Penggunaan Layanan Keuangan Digital. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science* (Vol. 3, Number 01).
- Junaini, A. P., Marlina, E., & Fionasari, D. (2025). The Effect of Tax Regulatory Understanding and Awareness on Taxpayer Compliance with Risk Preferences as Moderation Variables. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science* (Vol. 4, Number 03).
- Liana, S., Lukita, C., Ramdan, A., Karawang, U. S., Ronggo Waluyo, J. H., Timur, T., Karawang, J., Barat, I., & Artikel, R. (2025). Tinjauan OECD Inclusive Framework dalam Meminimalisir Base Erosion Profit Shifting dan Impikasinya terhadap Indonesia INFO ARTIKEL. *Jambura Accounting Review Journal Homepage*, 6(1), 12–21.
- Masitha, Z., Zulfikar Mulyadi, D., & Tinggi Ilmu Ekonomi Enam Enam, S. (2024). Transparansi Keuangan Daerah: Studi Kualitatif Tentang Pengelolaan Anggaran Di Sulawesi Tenggara. *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting*, 5(2). <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/IJMA/index>
- Mastriati Hini Hermala Dewi. (2024). Peran Teknologi Dan Hukum Bisnis Di Era Globalisasi Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMAK)*, 3(2).

- Nur, Y., Putri, A., & Hariyono, A. (2025). Analisis Efektivitas Penggunaan Jurnal.id Sebagai Penunjang Pencatatan Laporan Keuangan PT. Swabina Gatra Travel Sebagai Informasi Akuntansi. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 15. <https://journal.ikopin.ac.id>
- PPMK No 210/PMK. 010/2018 Tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (E-Commerce) (2018). www.jdih.kemenkeu.go.id
- Septiana Hutami. (2023). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017 – 2019). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 01–16.
- Sharla Martiza, B., & Luk Fuadah, L. (2025). Systematic Literature Review: Analisis Kontemporer Transfer Pricing dan Implikasi Perpajakan Global. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(1).
- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2024). Analisis Pemanfaatan Layanan Paylater Di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1). <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/jye>
- Sudarmanto, E., Ramadhani, H., Rijal, S., & Widia Nurdiani, T. (2023). Tren Investasi Aset Digital: Studi tentang Perilaku Investor Muda terhadap Cryptocurrency di Tengah Perubahan Pasar Keuangan di Kota Bandung. In *Jurnal Akuntansi dan Keuangan West Science* (Vol. 2, Number 03).
- Tambunan, M. R. U. D., & Anwar, R. (2019). Transformasi Budaya Organisasi Otoritas Perpajakan Indonesia Menghadapi Era Ekonomi Digital. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.253>
- Tria Marcellina, D., Soeharno, A., Muhammadiyah Jember, U., & Studi Ilmu Komunikasi, P. (2025). Analysis Of The Use Of Lazada Marketplace In Digital Marketing Of Body Slimming Products At Deanisya Official Store Indonesia. In *Jurnal Interelasi* (Vol. 1, Number 5).
- UU No 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Pajak (2021).