

Integrasi Pajak Digital dan Perlindungan Konsumen dalam Tata Kelola Ekonomi Digital Indonesia : Tinjauan Sistematis Literatur 2021-2025

Dita Nabila¹, Erika Nurainisa², Muhammad Lutfi³, Ida Farida Adi Prawira⁴

^{1,2,3,4}Akuntansi Fakultas, Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail: ditanabila27@upi.edu , erikanurainisa@upi.edu , mhmmldlfti27@upi.edu , ida.farida@upi.edu

Abstrak-Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang mencapai USD 90–100 miliar pada tahun 2025 menghadirkan tantangan serius dalam tata kelola perpajakan dan perlindungan konsumen, terutama karena kedua kebijakan tersebut selama ini berjalan secara sektoral dan tidak terintegrasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis perkembangan kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen dalam ekonomi digital Indonesia periode 2021–2025, menjelaskan peran pemerintah dalam mengintegrasikan keduanya, serta merumuskan rekomendasi kebijakan integratif yang relevan. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan protokol PRISMA melalui penelusuran jurnal nasional terakreditasi Sinta, prosiding ilmiah, dan laporan resmi pemerintah periode 2021–2025. Dari 120 literatur yang teridentifikasi, proses penyaringan menghasilkan 20 artikel final yang dianalisis menggunakan teknik content analysis. Hasil penelitian menunjukkan tiga temuan utama: pertama, kebijakan pajak digital berkembang signifikan ditandai peningkatan penerimaan PPN PMSE dari Rp731,4 miliar (2020) menjadi Rp6,76 triliun (2023), namun masih terdapat grey area regulasi dan celah yurisdiksi; kedua, implementasi kerangka perlindungan konsumen digital meskipun UU PDP 2022 telah diterbitkan belum efektif, terbukti dari peningkatan pengaduan konsumen e-commerce sebesar 40% pada 2023; ketiga, peran pemerintah dalam mengintegrasikan kedua kebijakan masih bersifat parsial dan reaktif akibat fragmentasi kelembagaan antara otoritas perpajakan dan perlindungan konsumen. Penelitian ini merekomendasikan empat langkah strategis: revisi regulasi yang menghubungkan kewajiban pajak dengan standar perlindungan konsumen, pembentukan forum koordinasi lintas kementerian, penguatan kapasitas pengawasan dan penegakan hukum terintegrasi, serta peningkatan literasi digital konsumen sebagai fondasi ekosistem kepercayaan digital nasional.

Kata Kunci: Tata Kelola Ekonomi Digital, Pajak PMSE, Fragmentasi Kebijakan, Perlindungan Data Pribadi, Tinjauan Sistematis

ABSTRACT-Indonesia's digital economy, valued at USD 90–100 billion in 2025, presents critical governance challenges as digital tax and consumer protection policies have historically operated in separate institutional silos. This study aims to analyze the development of digital tax and consumer protection policies within Indonesia's digital economy framework for the period 2021–2025, examine the government's role in integrating both policies, and formulate integrative policy recommendations. A Systematic Literature Review (SLR) with the PRISMA protocol was employed, drawing from Sinta-accredited national journals, scientific proceedings, and official government reports published between 2021 and 2025. From 120 initially identified sources, 20 final articles were selected through systematic screening and analyzed using content analysis. Three key findings emerge: first, digital tax policy has progressed significantly, with Electronic Commerce VAT (PPN PMSE) revenue rising from IDR 731.4 billion (2020) to IDR 6.76 trillion (2023), yet regulatory grey areas and jurisdictional gaps persist; second, consumer protection implementation remains ineffective despite the enactment of the Personal Data Protection Law (UU PDP 2022), as evidenced by a 40% increase in e-commerce consumer complaints in 2023; third, the government's integrative role remains partial and reactive due to institutional fragmentation between tax and consumer protection authorities. Four strategic recommendations are proposed: regulatory revision linking tax obligations with consumer protection standards, establishment of a cross-ministerial coordination forum, strengthening of integrated supervisory and law enforcement capacity, and investment in consumer digital literacy as the foundation of a trustworthy digital ecosystem.

Keywords: Digital Economy Governance, Electronic Commerce Taxation, Policy Fragmentation, Personal Data Protection, Systematic Literature Review

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi di Indonesia sudah terjadi dari beberapa dekade lalu. Hingga saat ini, digitalisasi telah merubah seluruh aspek kehidupan masyarakat di Indonesia, baik dari segi sosial, politik, maupun ekonomi tidak akan pernah terlepas dari digitalisasi. Salah satu aspek penting yang tidak bisa lepas dari digitalisasi adalah sektor ekonomi. Pada perkembangannya, ekonomi digital di Indonesia berlangsung sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023, dan besaran ekonomi digital Indonesia sendiri telah mencapai USD 82 Miliar pada 2023 dan diprediksi akan naik dua kali lipat pada 2025 (Rahmawati & Cahyani, 2024). Hal tersebut terbukti pada tahun 2025, berdasarkan data Komdigi ekonomi digital Indonesia adalah yang terbesar di Asia Tenggara dengan nilai transaksi (GMV) mencapai USD 90-100 Miliar. Pertumbuhan ini didorong oleh maraknya transaksi melalui e-commerce, layanan *streaming*, serta beragam aplikasi berbasis teknologi yang kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari keseharian masyarakat (Hayati &

Furqon, 2025). Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu kekuatan ekonomi digital terbesar di kawasan Asia Tenggara, sekaligus menghadirkan tantangan baru dalam tata kelola perpajakan dan perlindungan konsumen secara nasional.

Merespons ekspansi ekonomi digital tersebut, pemerintah menerbitkan Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 yang menjadi landasan hukum pengenaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE), yang kemudian diperkuat melalui Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU No. 7/2021) sebagai tonggak modernisasi sistem pajak nasional dalam menghadapi tantangan ekonomi digital lintas batas (Putri & Wijaya, 2022). Berdasarkan regulasi ini, penerimaan PPN PMSE meningkat signifikan dari Rp731,4 miliar pada 2020 menjadi Rp6,7 triliun pada 2023 dengan kepatuhan pelaporan mencapai 92,64% (Ramdan et al., 2025). Namun di sisi lain, pertumbuhan transaksi digital yang pesat justru turut menimbulkan persoalan serius di bidang perlindungan konsumen, pengaduan konsumen di sektor e-commerce meningkat sebesar 40% pada periode yang sama (Prayuti et al., 2024). Kerangka hukum perlindungan konsumen digital yang bertumpu pada UUPK No. 8/1999, UU ITE, dan UU PDP No. 27/2022 dinilai belum memadai: UUPK tidak memberikan ketentuan spesifik bagi transaksi digital, UU ITE lebih menitikberatkan aspek teknis, dan penegakan hukum terhadap pelaku usaha digital asing masih sangat terbatas (Nurhayati et al., 2024; Rahmawati & Nurcahyani, 2024). Kondisi ini diperparah oleh rendahnya literasi hukum konsumen serta maraknya praktik penipuan daring dan kebocoran data pribadi (Fista et al., 2023). Berbagai kajian juga menunjukkan bahwa mekanisme pemungutan PPN PMSE masih menyisakan permasalahan terkait cakupan yurisdiksi, kepatuhan pelaku usaha asing, dan celah regulasi yang berpotensi merugikan penerima negara (Wulandari, 2023). Dua permasalahan inilah, pajak digital dan perlindungan konsumen yang menjadi fokus utama pemetaan dalam penelitian ini.

Persoalan yang lebih mendasar dan belum banyak dikaji adalah absennya integrasi antara kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen dalam satu kerangka tata kelola ekonomi digital yang kohesif. Selama ini kedua kebijakan tersebut berjalan secara sektoral dan terpisah: kebijakan pajak digital dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak di bawah Kementerian Keuangan, sementara perlindungan konsumen berada di bawah koordinasi Kementerian Perdagangan dan lembaga-lembaga terkait lainnya (Wijayanti & Gultom, 2022). Padahal, dalam praktiknya kedua domain ini berinteraksi erat: pengenaan pajak atas transaksi digital berdampak langsung pada harga dan akses layanan bagi konsumen, sementara lemahnya perlindungan konsumen dapat mengikis kepercayaan publik terhadap ekosistem digital yang menjadi basis penerimaan pajak itu sendiri (Priliasari, 2023). Kesenjangan integrasi kebijakan inilah yang menjadi *research gap* utama yang diidentifikasi dari tinjauan literatur yang ada.

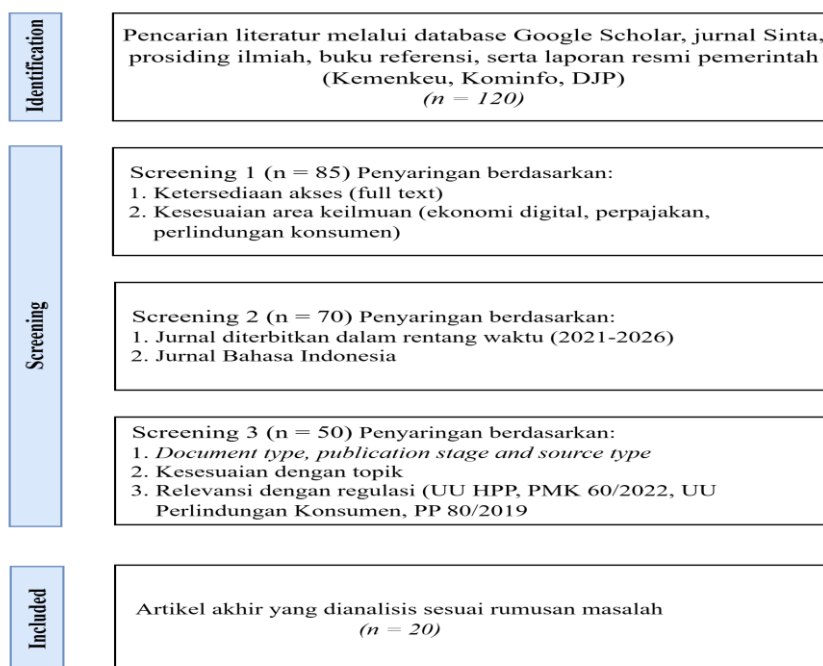
Kajian literatur juga mengungkap bahwa peran pemerintah dalam mengintegrasikan dua kebijakan tersebut masih bersifat parsial dan reaktif. Suhartini (2022) mencatat bahwa regulasi pajak digital yang ada masih menciptakan *grey area* dan belum diimbangi dengan kapasitas pengawasan yang memadai, sementara Priliasari (2023) menemukan bahwa implementasi UU PDP 2022 belum diikuti dengan perubahan nyata pada praktik perlindungan data di industri e-commerce. Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah belum memainkan peran koordinatif yang kuat dalam menghubungkan instrumen fiskal digital dengan instrumen perlindungan konsumen sebagai dua pilar tata kelola ekonomi digital yang seharusnya saling memperkuat. Kondisi ini sekaligus membuka ruang bagi penelitian ini untuk merumuskan rekomendasi kebijakan yang lebih integratif dan berpijak pada sintesis literatur terkini.

Beberapa penelitian terdahulu telah mengkaji pajak digital dan perlindungan konsumen, namun secara terpisah. Dari sisi perpajakan, Wulandari (2023; 2024) dan Putri & Wijaya (2022) menelaah implementasi PPN PMSE dan pro-kontra Digital Services Tax, sementara Suhartini (2022) menganalisis perkembangan regulasi PPN atas transaksi elektronik. Dari sisi perlindungan konsumen, Fista et al. (2023) dan Wijayanti & Gultom (2022) mengkaji efektivitas UUPK dalam transaksi e-commerce, sementara Priliasari (2023) membahas perlindungan data pribadi konsumen pascaterbitnya UU PDP 2022. Secara kritis, seluruh penelitian tersebut masing-masing domain secara sektoral dan belum ada yang memeriksa bagaimana pajak digital dan perlindungan konsumen berinteraksi dalam membentuk tata kelola ekonomi digital, maupun bagaimana peran pemerintah mengintegrasikan keduanya secara sinergis. Novelty penelitian ini terletak pada sintesis sistematis pertama yang menghubungkan dua arus literatur tersebut dalam satu kerangka analisis berbasis protokol yang disebut PRISMA dengan cakupan literatur nasional periode 2021-2025. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini merumuskan tiga pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana perkembangan kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen dalam ekonomi digital Indonesia berdasarkan literatur 2021–2025? (2) Bagaimana literatur menjelaskan peran pemerintah dalam mengintegrasikan kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen? (3) Bagaimana rekomendasi kebijakan yang dapat dirumuskan dari literatur untuk memperkuat integrasi pajak digital dan perlindungan konsumen dalam tata kelola ekonomi digital Indonesia?

Penelitian ini berkontribusi secara teoritis dengan memetakan secara sistematis dua aspek regulasi yang selama ini dikaji secara terpisah perpajakan digital dan perlindungan konsumen dalam satu tinjauan yang komprehensif dan integratif. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pembuat kebijakan dalam memperbarui regulasi yang lebih adaptif dan sinergis, serta memberikan masukan bagi akademisi

dan praktisi hukum dalam memahami dan mengembangkan tata kelola ekonomi digital Indonesia yang adil, akuntabel, dan berpihak pada kepentingan konsumen.

2. METODOLOGI PENELITIAN



Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk mengidentifikasi, menelaah, dan menganalisis berbagai literatur yang relevan mengenai ekonomi digital, perpajakan, dan perlindungan konsumen. Metode SLR dipilih karena mampu memberikan proses kajian literatur yang lebih sistematis, transparan, dan dapat direplikasi. Tahapan penelitian mengacu pada alur *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA), yang meliputi tahap identifikasi, penyaringan (*screening*), kelayakan (*eligibility*), dan inklusi artikel.

Pada tahap identifikasi, peneliti melakukan pencarian literatur melalui database Google Scholar, jurnal SINTA, prosiding ilmiah, buku referensi, serta laporan resmi pemerintah seperti Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, dan Direktorat Jenderal Pajak dengan menggunakan kata kunci yang berkaitan dengan ekonomi digital, pajak digital, dan perlindungan konsumen untuk rentang waktu literatur tahun 2021-2025. Dari hasil pencarian awal diperoleh sebanyak 120 literatur.

Tahap selanjutnya adalah screening atau penyaringan awal. Pada tahap ini artikel diseleksi berdasarkan ketersediaan teks lengkap (full text) dan kesesuaian bidang kajian dengan topik penelitian sehingga jumlah literatur berkurang menjadi 85 artikel. Selanjutnya dilakukan penyaringan kedua berdasarkan tahun publikasi, yaitu artikel yang diterbitkan dalam rentang 2021–2026 dan menggunakan bahasa Indonesia sehingga diperoleh 70 artikel.

Pada tahap eligibility, peneliti melakukan penelaahan lebih mendalam terhadap isi artikel berdasarkan jenis dokumen, kesesuaian topik, serta relevansi dengan regulasi terkait, seperti UU HPP, PMK Nomor 60 Tahun 2022, UU Perlindungan Konsumen, dan PP Nomor 80 Tahun 2019. Setelah proses evaluasi dilakukan, sebanyak 50 artikel dinyatakan memenuhi kriteria kelayakan.

Tahap akhir adalah inklusi, yaitu pemilihan artikel yang paling relevan dengan rumusan masalah penelitian. Dari keseluruhan proses tersebut diperoleh 20 artikel yang kemudian dianalisis secara mendalam untuk menjawab tujuan penelitian. Dengan penggunaan metode SLR berbasis PRISMA, penelitian ini diharapkan memiliki tingkat transparansi dan reproduktibilitas yang lebih baik.

Seluruh data dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis) melalui tahapan identifikasi sumber literatur, penyaringan berdasarkan ketersediaan akses, area keilmuan, rentang waktu publikasi, dan kesesuaian kriteria inklusi, hingga diperoleh artikel final yang relevan dengan rumusan masalah. Artikel-artikel tersebut kemudian dianalisis melalui reduksi data, pengelompokan tema pajak digital dan perlindungan konsumen, serta perbandingan temuan antar penelitian untuk menghasilkan gambaran menyeluruh mengenai dinamika kebijakan ekonomi digital Indonesia

3. PEMBAHASAN

A. Perkembangan Kebijakan Pajak Digital dan Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Digital Indonesia (2021–2025)

1. Perkembangan Kebijakan Pajak Digital

Kebijakan pajak digital di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan dalam kurun waktu 2021–2025, didorong oleh pesatnya pertumbuhan transaksi melalui Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Tonggak utama reformasi ini adalah diterbitkannya Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) Nomor 7 Tahun 2021, yang menjadi landasan modernisasi sistem perpajakan nasional sekaligus memperkuat kerangka pemungutan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas transaksi digital lintas batas (Putri & Wijaya, 2022). Sebelumnya, dasar hukum pemungutan PPN PMSE telah diletakkan melalui Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020, yang kemudian dioperasionalkan melalui Peraturan Menteri Keuangan Nomor 60 Tahun 2022.

Perkembangan regulasi ini sejalan dengan kerangka teoritis administrasi pajak modern yang menekankan pentingnya adaptasi sistem perpajakan terhadap transformasi ekonomi digital (OECD, 2020). Dalam perspektif perbandingan kebijakan, langkah Indonesia menerbitkan UU HPP sebagai respons terhadap ekspansi PMSE konsisten dengan pola yang diterapkan negara-negara berkembang lain seperti India melalui Equalization Levy (2016) dan Malaysia melalui Digital Services Tax (2020). Ini menunjukkan bahwa Indonesia mengikuti tren global dalam upaya menjaring basis pajak dari sektor digital, meskipun dengan pendekatan yang lebih konservatif dibandingkan beberapa yurisdiksi lain yang langsung menerapkan pajak layanan digital (DST) tersendiri (Wulandari, 2024). Perbedaan pendekatan ini dapat dijelaskan oleh pertimbangan kesiapan infrastruktur perpajakan domestik serta kekhawatiran terhadap dampak penerapan DST terhadap iklim investasi teknologi asing di Indonesia.

Dalam perkembangannya, kebijakan PPN PMSE menunjukkan hasil yang positif dari sisi penerimaan negara. Ramdan et al. (2025) mencatat bahwa penerimaan PPN PMSE meningkat secara drastis dari Rp731,4 miliar pada tahun 2020 menjadi Rp6,76 triliun pada tahun 2023, dengan tingkat kepatuhan pelaporan yang mencapai 92,64% pada tahun yang sama. Pertumbuhan penerimaan ini sejalan dengan ekspansi nilai ekonomi digital Indonesia yang mencapai USD 82 miliar pada 2023 dan diproyeksikan terus meningkat (Rahmawati & Cahyani, 2024). Data Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi) tahun 2025 bahkan menempatkan Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara dengan Gross Merchandise Value (GMV) mencapai USD 90–100 miliar (Hayati & Furqon, 2025).

Temuan peningkatan penerimaan PPN PMSE yang signifikan ini konsisten dengan sejumlah kajian internasional yang menunjukkan bahwa mekanisme pemungutan pajak berbasis platform digital memiliki efektivitas lebih tinggi dibandingkan model perpajakan konvensional (Bird & Gendron, 2007; OECD, 2019). Tingkat kepatuhan 92,64% yang dicatat Ramdan et al. (2025) bahkan melampaui rata-rata kepatuhan PPN secara umum di Indonesia yang berkisar pada angka 60–70% (Direktorat Jenderal Pajak, 2023), sebuah kesenjangan yang bermakna secara ilmiah. Hal ini dapat dijelaskan oleh karakteristik pelaku usaha digital asing yang umumnya merupakan perusahaan multinasional dengan tata kelola kepatuhan yang lebih terstruktur, serta relatif mudahnya pengawasan melalui sistem elektronik dibandingkan sektor informal konvensional. Dengan kata lain, digitalisasi justru memudahkan pemungutan pajak pada segmen tertentu, suatu temuan yang mendukung argumen Keen & Mintz (2004) tentang keunggulan sistem pajak berbasis teknologi dalam meminimalkan gap kepatuhan. Makna ilmiah dari temuan ini adalah bahwa perluasan cakupan PPN ke sektor digital tidak hanya meningkatkan penerimaan secara nominal, tetapi juga secara struktural memperbaiki efisiensi pemungutan pajak secara keseluruhan.

Meskipun penerimaan pajak digital terus meningkat, berbagai kajian mengungkap sejumlah kelemahan mendasar yang masih melekat pada kebijakan ini. Suhartini (2022) menyoroti bahwa regulasi pajak digital yang berlaku masih menciptakan grey area, terutama terkait definisi objek pajak dan batas kewajiban pelaku usaha asing yang beroperasi secara digital di Indonesia. Wulandari (2023) memperkuat temuan tersebut dengan mengidentifikasi permasalahan dalam cakupan yurisdiksi, rendahnya kepatuhan pelaku usaha asing, serta adanya celah regulasi yang berpotensi menyebabkan kehilangan penerimaan negara. Lebih lanjut, Wulandari (2024) mengulas pro dan kontra penerapan Digital Service Tax (DST) sebagai alternatif kebijakan, yang hingga kini masih menjadi perdebatan di kalangan akademisi dan pembuat kebijakan. Naza dan Aldaufa (2025) menambahkan bahwa ketimpangan perlakuan pajak antara pelaku usaha digital domestik dan asing masih menjadi isu kritis yang belum terselesaikan secara komprehensif.

Temuan adanya grey area dan ketimpangan perlakuan pajak ini tidak berdiri sendiri, melainkan merupakan bagian dari tantangan universal yang dihadapi oleh berbagai negara dalam perpajakan ekonomi digital. Dalam konteks global, OECD (2015) melalui Proyek Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Action 1 telah mengidentifikasi bahwa nexus dan yurisdiksi perpajakan merupakan permasalahan paling kompleks dalam perpajakan digital, sebuah masalah yang hingga kini belum tuntas diselesaikan bahkan oleh negara-negara maju. Temuan Suhartini (2022) dan Wulandari (2023) yang mengidentifikasi grey area di Indonesia sejalan dengan

kondisi yang dilaporkan di negara berkembang lain seperti Brasil dan Vietnam (IMF, 2021), menunjukkan bahwa ini bukan kelemahan eksklusif sistem perpajakan Indonesia, melainkan cerminan dari inkonsistensi framework perpajakan global. Perbedaan yang menarik justru terletak pada tingkat intensitas permasalahan: di Indonesia, ketimpangan antara pelaku domestik dan asing cenderung lebih tajam karena lemahnya mekanisme pertukaran data antar-yurisdiksi dan belum optimalnya pemanfaatan Common Reporting Standard (CRS). Makna ilmiahnya adalah bahwa solusi atas kelemahan kebijakan pajak digital Indonesia tidak dapat bersifat unilateral, melainkan memerlukan penyelarasan dengan kerangka perpajakan internasional yang lebih komprehensif.

Aspek lain yang mendapat perhatian dalam literatur adalah implikasi kebijakan pajak digital terhadap ekosistem UMKM. Sembiring et al. (2025) menemukan bahwa kebijakan pajak e-commerce yang berlaku belum sepenuhnya mempertimbangkan kapasitas kepatuhan UMKM yang menjadi tulang punggung ekonomi digital Indonesia. Kondisi ini menciptakan paradoks di mana kebijakan fiskal yang dirancang untuk memperluas basis pajak justru berpotensi menghambat pertumbuhan pelaku usaha kecil yang baru memasuki ekosistem digital.

Paradoks yang diidentifikasi Sembiring et al. (2025) ini secara teoritis dapat dijelaskan melalui konsep *compliance burden* atau beban kepatuhan, yakni fenomena di mana biaya administrasi pemenuhan kewajiban pajak berdampak secara proporsional lebih besar terhadap usaha kecil dibandingkan usaha besar (Sandford, 1995; Lignier & Evans, 2012). Temuan ini juga memiliki kesesuaian dengan kajian Bank Dunia (2020) yang menunjukkan bahwa UMKM di negara berkembang umumnya mengalokasikan 3–5 kali lebih banyak waktu per unit pendapatan untuk pemenuhan kewajiban pajak dibandingkan perusahaan besar. Berbeda dengan hasil kajian di beberapa negara yang telah menerapkan skema *simplified tax regime* untuk usaha kecil digital seperti Thailand dan Filipina yang menunjukkan peningkatan kepatuhan UMKM secara signifikan, Indonesia hingga periode kajian ini belum memiliki mekanisme serupa yang cukup inklusif. Perbedaan kondisi ini memperkuat kesimpulan bahwa kebijakan pajak digital Indonesia masih bersifat *one-size-fits-all*, yang secara ilmiah tidak optimal bagi heterogenitas pelaku usaha dalam ekosistem digital nasional. Temuan ini memiliki implikasi kebijakan yang penting: diperlukan rezim perpajakan digital yang bersifat *graduated* dan adaptif terhadap skala usaha, sebagai prasyarat agar ekspansi basis pajak digital tidak mengorbankan inklusivitas ekonomi digital itu sendiri.

Secara keseluruhan, perkembangan kebijakan pajak digital Indonesia dalam periode 2021–2025 mencerminkan tegangan antara keberhasilan ekspansi penerimaan negara di satu sisi dan persistensi kelemahan struktural di sisi lain. Temuan-temuan ini, bila dibandingkan dengan konteks internasional, menunjukkan bahwa Indonesia berada pada tahap transisi yang khas bagi negara berkembang dengan ekonomi digital berskala besar namun kapasitas regulasi yang masih dalam proses penguatan. Makna ilmiah yang dapat ditarik dari keseluruhan temuan pada subbagian ini adalah bahwa efektivitas kebijakan pajak digital tidak dapat diukur semata dari pertumbuhan penerimaan, melainkan juga dari dimensi ekuitas antarpelaku usaha, konsistensi yurisdiksi, dan kapasitas inklusivitas terhadap UMKM sebagai pilar utama ekonomi digital Indonesia.

2. Perkembangan Kebijakan Perlindungan Konsumen Digital

Di sisi perlindungan konsumen, kerangka hukum yang berlaku di Indonesia bertumpu pada tiga pilar utama, yaitu Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK), Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), serta Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi (UU PDP) (Nurhayati et al., 2024). Kehadiran UU PDP tahun 2022 merupakan langkah maju yang signifikan dalam upaya memberikan perlindungan hukum yang lebih komprehensif bagi konsumen digital Indonesia, khususnya dalam menghadapi ancaman kebocoran dan penyalahgunaan data pribadi.

Namun demikian, berbagai kajian menyimpulkan bahwa implementasi ketiga instrumen hukum tersebut masih jauh dari memadai. Fista et al. (2023) mengungkapkan bahwa UUPK yang diberlakukan sebelum era digital belum memberikan ketentuan yang spesifik dan adaptif bagi konsumen dalam transaksi e-commerce, sehingga menimbulkan kekosongan hukum yang kerap dimanfaatkan oleh pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab. Senada dengan itu, Nurhayati et al. (2024) menemukan bahwa UU ITE lebih menitikberatkan pada aspek teknis transaksi elektronik dan kecenderungannya lebih bersifat represif terhadap pelanggaran, bukan preventif dalam melindungi konsumen. Penegakan hukum terhadap pelaku usaha digital asing yang beroperasi tanpa kehadiran fisik di Indonesia juga disebut sebagai hambatan struktural yang belum berhasil diatasi.

Kondisi ini tercermin dari data pengaduan konsumen yang terus meningkat. Prayuti et al. (2024) mencatat bahwa pengaduan konsumen di sektor e-commerce meningkat sebesar 40% pada tahun 2023 seiring pesatnya pertumbuhan transaksi digital. Persoalan yang paling banyak dilaporkan meliputi penipuan daring, ketidaksesuaian produk, keterlambatan pengiriman, serta kebocoran data pribadi. Priliasari (2023) menambahkan bahwa meskipun UU PDP telah diterbitkan, implementasinya belum diikuti dengan perubahan nyata pada praktik perlindungan data di industri e-commerce, yang mengindikasikan lemahnya pengawasan dan penegakan regulasi. Literasi hukum konsumen yang masih rendah juga disebut sebagai faktor kritis yang memperparah kerentanan konsumen dalam ekosistem digital (Fista et al., 2023).

Secara keseluruhan, perkembangan kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen dalam periode 2021–2025 menunjukkan kemajuan yang signifikan namun tidak seimbang. Reformasi perpajakan digital berjalan relatif lebih cepat dengan dukungan regulasi yang lebih konkret, sementara pembaruan kerangka perlindungan

konsumen digital masih tertatih-tatih dalam implementasinya. Kesenjangan antara capaian normatif dan realitas implementatif di kedua bidang ini menjadi tantangan utama yang harus ditangani secara serius oleh pemangku kebijakan

B. Peran Pemerintah dalam Mengintegrasikan Kebijakan Pajak Digital dan Perlindungan Konsumen

1. Kondisi Sektoral Tata Kelola yang Ada

Literatur yang dikaji secara konsisten mengungkapkan bahwa kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen di Indonesia selama ini berjalan secara sektoral dan tidak terintegrasi. Wijayanti dan Gultom (2022) mencatat bahwa kebijakan pajak digital dikelola oleh Direktorat Jenderal Pajak di bawah Kementerian Keuangan, sementara perlindungan konsumen berada di bawah koordinasi Kementerian Perdagangan bersama Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN) dan lembaga-lembaga terkait lainnya. Fragmentasi kelembagaan ini menciptakan silo kebijakan yang menghambat koordinasi dan sinergi antarinstansi dalam menghadapi tantangan ekonomi digital yang bersifat lintas sektoral.

Implikasi dari fragmentasi kelembagaan ini sangat nyata. Dalam praktiknya, kedua domain kebijakan ini berinteraksi erat: pengenaan pajak atas transaksi digital berdampak langsung pada harga dan aksesibilitas layanan bagi konsumen, sementara lemahnya perlindungan konsumen dapat mengikis kepercayaan publik terhadap ekosistem digital yang menjadi basis penerimaan pajak itu sendiri (Priliasari, 2023). Meski demikian, saling keterkaitan ini belum secara eksplisit diakui dan direspons melalui mekanisme koordinasi kebijakan yang sistematis antara otoritas perpajakan dan otoritas perlindungan konsumen.

2. Peran Pemerintah yang Masih Parsial dan Reaktif

Beberapa kajian menggambarkan peran pemerintah dalam integrasi kebijakan ini masih bersifat parsial dan reaktif. Suhartini (2022) menemukan bahwa regulasi pajak digital yang ada masih menciptakan grey area dan belum diimbangi dengan kapasitas pengawasan yang memadai, menunjukkan bahwa pemerintah lebih berfokus pada aspek penerimaan fiskal semata tanpa mempertimbangkan dampak kebijakan tersebut terhadap ekosistem konsumen secara lebih luas. Sementara itu, Priliasari (2023) menemukan bahwa implementasi UU PDP 2022 belum diikuti dengan perubahan nyata pada praktik perlindungan data di industri e-commerce, yang mengindikasikan lemahnya fungsi pengawasan pemerintah pascalegislati.

Dari perspektif ekonomi politik, Sembiring et al. (2025) menganalisis bahwa regulasi e-commerce dan kebijakan pajak UMKM mencerminkan orientasi pemerintah yang masih lebih condong pada kepentingan pertumbuhan ekonomi makro daripada perlindungan ekosistem pelaku usaha kecil dan konsumen. Temuan ini diperkuat oleh Nurhayati et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa hambatan penerapan regulasi perlindungan konsumen digital tidak hanya bersumber dari kelemahan substansi hukum, tetapi juga dari rendahnya kapasitas pengawasan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab di lapangan.

3. Upaya Koordinasi dan Celah Tersisa

Meskipun integrasi belum berjalan optimal, terdapat beberapa inisiatif yang menunjukkan kesadaran pemerintah terhadap perlunya sinergi kebijakan. Diterbitkannya UU HPP Nomor 7 Tahun 2021 yang memuat klausul mengenai kewajiban keterbukaan data bagi pelaku usaha digital merupakan salah satu titik temu antara instrumen fiskal dan perlindungan konsumen, meskipun belum didesain secara eksplisit sebagai mekanisme perlindungan konsumen (Putri & Wijaya, 2022). Demikian pula, PP Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik berupaya mengintegrasikan aspek perlindungan konsumen dalam kerangka transaksi digital, namun implementasinya dinilai belum menjangkau seluruh lapisan pelaku usaha digital, terutama yang berbasis di luar negeri.

Celah koordinasi yang paling kritis, sebagaimana diidentifikasi oleh Wijayanti dan Gultom (2022), terletak pada absennya forum lintas kementerian atau mekanisme koordinasi formal yang secara sistematis menghubungkan kebijakan fiskal digital dengan kebijakan perlindungan konsumen. Tanpa mekanisme koordinasi semacam ini, respons kebijakan terhadap permasalahan yang bersifat lintas sektoral seperti penipuan berbasis pajak (*tax fraud*) dalam transaksi e-commerce atau kebocoran data konsumen yang berdampak pada kepatuhan pajak akan senantiasa terlambat dan tidak komprehensif.

C. Rekomendasi Kebijakan untuk Memperkuat Integrasi Pajak Digital dan Perlindungan Konsumen

1. Penguatan Kerangka Regulasi yang Integratif

Berdasarkan sintesis literatur yang dikaji, rekomendasi pertama yang dapat dirumuskan adalah perlunya revisi dan penguatan kerangka regulasi ekonomi digital yang secara eksplisit mengintegrasikan dimensi perpajakan dan perlindungan konsumen. Wulandari (2023) merekomendasikan pembaruan regulasi PPN PMSE untuk menutup celah yurisdiksi, khususnya melalui penguatan kewajiban registrasi dan pelaporan bagi pelaku usaha digital asing yang memiliki Significant Economic Presence (SEP) di Indonesia, tanpa bergantung semata pada kehadiran fisik.

Sementara itu, Fista et al. (2023) dan Nurhayati et al. (2024) merekomendasikan pembaruan UUPK agar secara spesifik mengakomodasi karakteristik transaksi digital, termasuk pengaturan mengenai hak konsumen atas transparansi harga (termasuk komponen pajak), mekanisme penyelesaian sengketa berbasis digital, dan tanggung jawab platform digital sebagai perantara transaksi.

Dalam konteks integrasi, revisi regulasi yang diperlukan sebaiknya memuat klausul yang secara eksplisit menghubungkan kewajiban perpajakan platform digital dengan standar perlindungan konsumen yang harus dipenuhi. Sebagai contoh, kelayakan platform digital sebagai pemungut pajak (withholding agent) dapat dikaitkan dengan pemenuhan standar perlindungan data konsumen dan mekanisme penyelesaian sengketa yang memadai. Pendekatan ini akan menciptakan insentif bagi pelaku usaha digital untuk memenuhi kedua kewajiban secara bersamaan, sekaligus mempermudah fungsi pengawasan pemerintah.

2. Reformasi Kelembagaan dan Penguatan Koordinasi Antarinstansi

Rekomendasi kedua menyangkut reformasi kelembagaan untuk mengatasi fragmentasi tata kelola ekonomi digital. Wijayanti dan Gultom (2022) mengusulkan pembaruan mekanisme penyelesaian sengketa konsumen di era digital yang memerlukan keterlibatan otoritas pajak dalam proses verifikasi identitas dan rekam jejak pelaku usaha digital. Lebih jauh, literatur yang dikaji secara implisit mendukung pembentukan forum koordinasi lintas kementerian yang melibatkan setidaknya Kementerian Keuangan (DJP), Kementerian Perdagangan (BPKN), Kementerian Komunikasi dan Digital (Komdigi), serta Otoritas Perlindungan Data Pribadi sebagai mekanisme institutionalisasi integrasi kebijakan ekonomi digital.

Model koordinasi semacam ini telah diterapkan di beberapa negara maju dalam bentuk Digital Economy Taskforce atau Digital Regulation Cooperation Forum (DRCF) yang mempertemukan regulator dari berbagai sektor untuk merumuskan respons kebijakan yang terpadu terhadap tantangan ekonomi digital. Adopsi model serupa di Indonesia, yang disesuaikan dengan konteks kelembagaan nasional, dinilai strategis untuk mengatasi silo kebijakan yang selama ini menghambat sinergi antara instrumen fiskal digital dan instrumen perlindungan konsumen (Sembiring et al., 2025).

3. Penguatan Kapasitas Pengawasan dan Penegakan Hukum

Rekomendasi ketiga berfokus pada penguatan kapasitas pengawasan dan penegakan hukum yang menjadi titik lemah implementasi kebijakan yang selama ini teridentifikasi. Suhartini (2022) menekankan pentingnya peningkatan kapasitas DJP dalam melakukan audit digital terhadap pelaku usaha asing, termasuk melalui penguatan kerja sama pertukaran informasi perpajakan internasional (Automatic Exchange of Information/AEOI). Prihasari (2023) secara paralel merekomendasikan penguatan kapasitas penegakan UU PDP melalui pembentukan otoritas perlindungan data yang independen dengan kewenangan sanksi yang efektif dan deterministik.

Integrasi sistem pengawasan antara otoritas pajak dan otoritas perlindungan konsumen juga menjadi rekomendasi penting yang dapat diturunkan dari temuan Nurhayati et al. (2024). Basis data terintegrasi yang memuat informasi pelaku usaha digital mencakup status kepatuhan pajak, rekam jejak pengaduan konsumen, dan kepatuhan standar perlindungan data akan memungkinkan pengawasan yang lebih efisien dan berbasis risiko. Pelaku usaha yang tidak mematuhi kewajiban perpajakan, misalnya, dapat ditandai untuk pemeriksaan lebih lanjut terkait praktik perlindungan konsumennya, dan sebaliknya.

4. Peningkatan Literasi Digital dan Ekosistem Kepercayaan

Rekomendasi keempat menekankan pentingnya investasi dalam peningkatan literasi digital konsumen dan pelaku usaha sebagai fondasi ekosistem ekonomi digital yang sehat. Fista et al. (2023) dan Prayuti et al. (2024) secara senada mengidentifikasi rendahnya literasi hukum konsumen sebagai faktor struktural yang memperparah kerentanan konsumen digital. Program literasi yang komprehensif mencakup hak-hak konsumen dalam transaksi digital, mekanisme pelaporan pengaduan, serta pemahaman tentang kewajiban pajak dalam belanja digital perlu dirancang sebagai program nasional yang melibatkan kolaborasi antarpemangku kepentingan.

Naza dan Aldaufa (2025) juga menyoroti bahwa kepercayaan publik terhadap ekosistem digital merupakan prasyarat bagi keberhasilan kebijakan pajak digital jangka panjang. Konsumen yang tidak mempercayai keamanan transaksi digital akan cenderung beralih ke transaksi informal yang sulit dikenai pajak. Dengan demikian, investasi dalam perlindungan konsumen yang efektif secara tidak langsung merupakan investasi dalam memperluas basis pajak digital. Pemahaman tentang hubungan sinergis ini perlu menjadi landasan paradigmatik bagi para pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi tata kelola ekonomi digital Indonesia ke depan.

4. KESIMPULAN

Tinjauan sistematis terhadap 20 artikel literatur periode 2021–2025 menghasilkan tiga temuan utama yang menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif.

Pertama, kebijakan pajak digital dan perlindungan konsumen digital di Indonesia sama-sama mengalami perkembangan yang signifikan, namun dengan laju dan kedalaman implementasi yang tidak seimbang. Reformasi perpajakan digital berjalan lebih cepat dengan capaian yang terukur penerimaan PPN PMSE meningkat dari Rp731,4 miliar (2020) menjadi Rp6,76 triliun (2023) dengan kepatuhan pelaporan 92,64% namun masih menyisakan *grey area* regulasi, celah yurisdiksi, dan ketimpangan perlakuan antara pelaku usaha domestik dan asing. Di sisi perlindungan konsumen, kehadiran UU PDP 2022 merupakan kemajuan normatif yang berarti, namun tidak serta-merta menghasilkan perubahan nyata di lapangan, sebagaimana tercermin dari peningkatan pengaduan konsumen *e-commerce* sebesar 40% pada tahun 2023.

Kedua, peran pemerintah dalam mengintegrasikan kedua kebijakan tersebut masih bersifat parsial dan reaktif. Fragmentasi kelembagaan antara Direktorat Jenderal Pajak, Kementerian Perdagangan, dan otoritas perlindungan data menciptakan *silo* kebijakan yang menghambat sinergi. Tidak adanya mekanisme koordinasi formal lintas kementerian menjadi titik lemah paling kritis, mengakibatkan kedua domain yang secara substantif saling bergantung ini terus dikelola seolah-olah independen satu sama lain.

Ketiga, sintesis literatur menghasilkan empat rekomendasi kebijakan integratif: (a) revisi regulasi yang secara eksplisit menghubungkan kewajiban perpajakan platform digital dengan pemenuhan standar perlindungan konsumen; (b) pembentukan forum koordinasi lintas kementerian sebagai mekanisme institusionalisasi integrasi kebijakan ekonomi digital; (c) penguatan kapasitas pengawasan dan penegakan hukum melalui basis data terintegrasi yang memuat status kepatuhan pajak, rekam jejak pengaduan konsumen, dan kepatuhan standar perlindungan data; serta (d) investasi strategis dalam literasi digital konsumen sebagai fondasi ekosistem kepercayaan yang menjadi prasyarat keberhasilan kebijakan pajak digital jangka panjang.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa efektivitas tata kelola ekonomi digital Indonesia tidak dapat dicapai melalui pendekatan sektoral. Pajak digital dan perlindungan konsumen harus dipandang sebagai dua pilar yang saling memperkuat lemahnya salah satu pilar secara langsung menggerus fondasi pilar lainnya. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan literatur nasional berbahasa Indonesia, sehingga penelitian lanjutan yang bersifat komparatif dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya direkomendasikan untuk memperkaya basis empiris bagi reformasi kebijakan ekonomi digital yang lebih komprehensif dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Bird, R. M., & Gendron, P. P. (2007). *The VAT in developing and transitional countries*. Cambridge University Press.
- Direktorat Jenderal Pajak. (2023). *Laporan tahunan Direktorat Jenderal Pajak 2023*. Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Fista, Y. L., Machmud, A., & Suartini, S. (2023). Perlindungan hukum konsumen dalam transaksi *e-commerce* ditinjau dari perspektif undang-undang perlindungan konsumen. *Binamulia Hukum*, 12(1), 177–189. <https://doi.org/10.37893/jbh.v12i1.599>
- Hayati, F., & Furqon, I. K. (2025). Tantangan dan peluang penerapan pajak digital di Indonesia dalam era ekonomi digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(1), 130–134. <https://www.researchgate.net/publication/388370549>
- Keen, M., & Mintz, J. (2004). The division of the tax base between center and periphery. *Journal of Public Economics*, 88(3–4), 757–787.
- Lignier, P., & Evans, C. (2012). The rise and rise of tax compliance costs for the small business sector in Australia. *Australian Tax Forum*, 27(3), 615–672.
- Muhammad Ainun Naza, & Azwar Fariz Aldaufa. (2025). Perlakuan pajak digital di era digitalisasi: Studi kasus kebijakan pajak *e-commerce* di Indonesia. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(4), 1665–1673. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i4.2638>
- Nurhayati, T., Adila, A. H., & Fibriani, R. (2024). Perlindungan konsumen dalam *e-commerce* di Indonesia: Hambatan penerapan regulasi antara penerapan dan pengawasan. *Aliansi: Jurnal Hukum, Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 1(6). <https://journal.appihi.or.id/index.php/Aliansi/article/view/539>
- Prayuti, Y., et al. (2024). Implikasi risiko transaksi digital terhadap pengaduan konsumen di sektor *e-commerce*: Tinjauan strategi nasional perlindungan konsumen 2024. *Innovative: Journal of Social Science Research*. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/11440>
- Priliastari, E. (2023). Perlindungan data pribadi konsumen dalam transaksi *e-commerce* menurut peraturan perundang-undangan di Indonesia. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 12(2), 261–279. <https://rechtsvinding.bphn.go.id/ejournal/index.php/jrv/article/view/875>
- Putri, A. F., & Wijaya, S. (2022). Kajian pemungut PPN lainnya dalam mekanisme PMSE atas transaksi digital domestik: Proposal untuk Indonesia. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, 6(2S), 561–577. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2S.1901>
- Rahmawati, R., & Nurcahyani, N. (2024). Analisis pajak digital di Indonesia: Kontribusi dan tantangan ke depan. *Jurnal Financia*, 5(2). <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/financia/article/view/1785>

- Ramdan, A., Wulandari, W., Agung, P. H., Wulaningsih, R. W., & Azizah, W. (2025). Analisis implementasi kebijakan pemungutan PPN atas PMSE. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(4), 617–623. <http://journal.yp3a.org/index.php/akua/article/view/4586>
- Sandford, C. (1995). *Tax compliance costs: Measurement and policy*. Fiscal Publications.
- Sembiring, N. C., Silalahi, N. E. L., Malau, C. O., Sibarani, A., Sinaga, H. B., & Saragih, I. J. (2025). Ekonomi politik perdagangan digital pada regulasi e-commerce dan kebijakan pajak UMKM. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 6244–6258. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4325>
- Suhartini, D. (2022). Analisis perkembangan pajak pertambahan nilai atas perdagangan melalui sistem elektronik di Indonesia. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(12). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10440>
- Wijayanti, D., & Gultom, E. R. (2022). Pembaharuan hukum perlindungan konsumen mengenai penyelesaian sengketa konsumen di era digital. *Unes Law Review*, 5(2), 474–487. <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/658>
- Wulandari, D. (2023). Tentang PPN PMSE Indonesia: Masih ada yang perlu diperbaiki? *Jurnal Pajak Indonesia*, 7(2), 54–66. <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI/article/view/1939>
- Wulandari, D. (2024). Kebijakan pajak dalam perdagangan melalui sistem elektronik: Mengupas pro dan kontra digital service tax. *Scientax: Jurnal Kajian Ilmiah Perpajakan Indonesia*, 5(2), 220–238. <https://ejurnal.pajak.go.id/st/article/view/768>
- International Monetary Fund. (2021). *Taxing the digital economy: Theory, policy and practice*. IMF Working Paper. International Monetary Fund.
- OECD. (2015). *Addressing the tax challenges of the digital economy: Action 1 — 2015 final report*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264241046-en>
- OECD. (2019). *The role of digital platforms in the collection of VAT/GST on online sales*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/role-digital-platforms-vat-en>
- OECD. (2020). *Tax challenges arising from digitalisation — Report on Pillar One blueprint*. OECD Publishing.
- World Bank. (2020). *Taxation and the digital economy: Policy options for developing countries*. World Bank Group.

Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 42.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2020 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) dan/atau dalam rangka Menghadapi Ancaman yang Membahayakan Perekonomian Nasional dan/atau Stabilitas Sistem Keuangan Menjadi Undang-Undang.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 246.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 27 Tahun 2022 tentang Pelindungan Data Pribadi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 196.
- Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 222.
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 60/PMK.03/2022 tentang Tata Cara Penunjukan Pemungut, Pemungutan, dan Penyetoran, serta Pelaporan Pajak Pertambahan Nilai atas Pemanfaatan Barang Kena Pajak Tidak Berwujud dan/atau Jasa Kena Pajak dari Luar Daerah Pabean di Dalam Daerah Pabean melalui Perdagangan melalui Sistem Elektronik.