

Strategi Pemerintah dalam Mengoptimalkan Pajak Digital terhadap Influencer, Content Creator, dan Ekonomi Berbasis Platform di Indonesia

Ahmad Ghitsni¹, Imahda Khoiri Furqon²

Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan, Indonesia

*Correspondence author: imahda.khoiri.furqon@uingusdur.ac.id

Abstract

The transformation of the digital economy in Indonesia has encouraged the emergence of various new forms of economic activities, including influencers, content creators, and diverse business models operating through digital platforms. This development has created significant opportunities for the government to increase tax revenues from the digital sector. However, the characteristics of the digital economy, which involve cross-platform transactions, non-conventional payment systems, and cross-border activities, present substantial challenges in tax administration, monitoring, and collection. This study aims to examine the government's strategies for optimizing digital tax revenues generated by influencers, content creators, and platform-based economic actors in Indonesia. The research employs a qualitative approach using a literature review method, drawing upon various sources, including scholarly articles, tax regulations, government reports, and relevant international publications. Data were analyzed using thematic analysis to identify policy patterns, implementation challenges, and strategies that support the optimization of digital taxation. The findings reveal that digital tax optimization is pursued through three primary strategies: strengthening digital tax regulations, enhancing taxpayer compliance through tax literacy and educational programs, and utilizing digital technologies such as Big Data, Application Programming Interface (API), and Artificial Intelligence (AI) in tax administration and monitoring processes. The study further indicates that the success of digital tax optimization largely depends on the synergy between legal certainty, increased taxpayer awareness, and technological innovation. The integration of these three elements serves as a crucial foundation for establishing a more equitable, transparent, effective, and sustainable digital taxation system.

Keywords: Digital Taxation, Influencers, Content Creators, Platform Economy, Government Strategy

Abstrak

Transformasi ekonomi digital di Indonesia telah mendorong munculnya berbagai bentuk aktivitas ekonomi baru, termasuk profesi influencer, content creator, serta berbagai model bisnis yang beroperasi melalui platform digital. Perkembangan tersebut membuka peluang yang besar bagi negara untuk meningkatkan penerimaan dari sektor perpajakan. Meskipun demikian, karakteristik ekonomi digital yang ditandai oleh transaksi lintas platform, pembayaran nonkonvensional, dan aktivitas yang bersifat lintas batas negara menghadirkan tantangan tersendiri dalam proses pengawasan maupun pemungutan pajak. Penelitian ini

Please cite this article in APA Style as:

Ghitsni, A., & Furqon, I. K. (2026). Strategi Pemerintah dalam Mengoptimalkan Pajak Digital terhadap Influencer, Content Creator, dan Ekonomi Berbasis Platform di Indonesia. JEKP (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik), 13(1), 12–23.
<https://doi.org/10.33701/jekp.v13i1.5589>

ADDRESS

Jalan Ir. Soekarno Km. 20 Jatinangor,
Sumedang Regency, West Java
Province, Indonesia 45363
E-mail: jekp.ipdn.ac.id

ARTICLE INFO

Received: April 10th, 2026
Received in revised form: August
4th, 2026
Accepted: August 31, 2026

JOURNAL PUBLISHER INFORMATION

JEKP (Jurnal Ekonomi dan Keuangan Publik) or in English: Journal of Economy and Public Finance Published by Departement of Public Finance, Faculty of Government Management, Institut Pemerintahan Dalam Negeri.



This is an open access article under the CC-BY-SA license
© Ghitsni & Furqon (2026)

bertujuan untuk mengkaji strategi pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan pajak digital yang berasal dari influencer, content creator, dan pelaku ekonomi berbasis platform di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui metode studi pustaka yang memanfaatkan berbagai sumber data, seperti artikel ilmiah, regulasi perpajakan, laporan pemerintah, dan publikasi internasional yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi berbagai pola kebijakan, tantangan implementasi, serta strategi yang dapat mendukung optimalisasi pajak digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya optimalisasi pajak digital dilakukan melalui tiga strategi utama, yaitu penyempurnaan regulasi perpajakan digital, peningkatan kepatuhan wajib pajak melalui program literasi dan edukasi perpajakan, serta pemanfaatan teknologi digital seperti big data, Application Programming Interface (API), dan artificial intelligence (AI) dalam proses pengawasan perpajakan. Temuan penelitian juga mengindikasikan bahwa keberhasilan optimalisasi pajak digital sangat bergantung pada sinergi antara kepastian hukum, peningkatan kesadaran wajib pajak, dan pemanfaatan inovasi teknologi. Integrasi ketiga aspek tersebut menjadi fondasi penting dalam mewujudkan sistem perpajakan digital yang lebih adil, transparan, efektif, dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Pajak Digital, Influencer, Content Creator, Ekonomi Platform, Strategi Pemerintah

1. PENDAHULUAN

Ekonomi digital di Indonesia berkembang pesat dan mengubah pola bisnis masyarakat. Influencer dan content creator menjadi aktor penting dalam ekosistem ini. Mereka memberi kontribusi besar pada perputaran ekonomi kreatif nasional. Perubahan ini menimbulkan tantangan baru dalam sistem perpajakan, khususnya pada regulasi dan kepatuhan wajib pajak (Sari & Utami, 2023). Pemerintah harus menyesuaikan strategi agar regulasi pajak digital mampu mengimbangi dinamika ekonomi berbasis teknologi (Hutagaol & Rahayu, 2022). Penelitian mengenai perpajakan dalam ekonomi digital di Indonesia umumnya masih berfokus pada aspek kepatuhan wajib pajak secara umum, transaksi e-commerce, serta pengaturan pajak atas aktivitas ekonomi digital secara makro. Puspitasari dan Nugroho (2021) mengkaji perpajakan pada content creator dengan menitikberatkan pada identifikasi objek pajak dan potensi penerimaan negara dari aktivitas digital. Namun, penelitian tersebut belum menganalisis secara mendalam strategi pemerintah dalam mengoptimalkan pemungutan pajak, khususnya terkait mekanisme pengawasan, edukasi perpajakan, dan pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, penelitian Ardiansyah dan Fitriani (2020) lebih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi kepatuhan pajak generasi milenial dalam ekonomi digital menggunakan pendekatan perilaku wajib pajak. Kajian tersebut belum menjelaskan karakteristik penghasilan influencer dan content creator yang bersifat dinamis, berasal dari berbagai sumber pendapatan digital, serta melibatkan transaksi lintas negara yang menimbulkan kompleksitas tersendiri dalam administrasi perpajakan.

Di sisi lain, Hutagaol dan Rahayu (2022) menelaah regulasi pajak digital dari perspektif normatif dan yuridis, namun belum mengevaluasi sejauh mana implementasi kebijakan tersebut mampu meningkatkan kepatuhan wajib pajak digital maupun mendukung optimalisasi penerimaan negara. Dengan demikian, penelitian-penelitian sebelumnya cenderung mengkaji aspek regulasi, kepatuhan, dan ekonomi digital secara terpisah. Belum banyak penelitian yang mengintegrasikan ketiga aspek tersebut dalam satu kerangka analisis untuk menjelaskan bagaimana strategi pemerintah dapat mengoptimalkan pajak digital pada influencer, content creator, dan ekonomi berbasis platform. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif hubungan antara regulasi perpajakan digital, kepatuhan wajib pajak, serta pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemerintah dalam meningkatkan efektivitas pemungutan pajak di era ekonomi digital.

Penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan menekankan strategi pemerintah dalam menghadapi tantangan pajak digital. Fokus penelitian ini pada influencer, content creator, dan

platform digital yang semakin dominan di Indonesia. Penelitian sebelumnya menyoroti regulasi pajak secara normatif (Hutagaol & Rahayu, 2022) atau kepatuhan wajib pajak secara umum (Ardiansyah & Fitriani, 2020). Penelitian ini mengkaji kebijakan fiskal secara strategis. Kajian meliputi pemanfaatan teknologi, literasi pajak, dan penegakan aturan pada ekonomi digital. Isu pajak digital juga relevan dalam konteks globalisasi. Indonesia harus mengoptimalkan kebijakan pajak digital agar selaras dengan praktik internasional (Situmorang & Wibowo, 2024). Transaksi lintas negara dan platform global menambah kompleksitas perpajakan digital. Pemerintah harus menyesuaikan kebijakan domestik dengan standar global dan menjaga iklim usaha yang kondusif.

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemerintah dalam mengoptimalkan pajak digital pada influencer, content creator, dan platform digital di Indonesia. Hasil penelitian diharapkan memberi pemahaman yang lebih dalam tentang upaya pemerintah. Kajian ini juga bertujuan memperkuat kepatuhan pajak, meningkatkan penerimaan negara, dan menciptakan regulasi yang adaptif di era ekonomi digital. Pentingnya penelitian ini semakin terlihat seiring dengan meningkatnya jumlah influencer dan content creator yang memperoleh penghasilan melalui berbagai platform digital, seperti YouTube, TikTok, Instagram, Facebook, serta program afiliasi pada marketplace. Karakteristik pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas tersebut sering kali melibatkan transaksi lintas negara dan berbagai mekanisme pembayaran digital yang tidak seluruhnya terintegrasi dengan sistem perpajakan nasional. Kondisi ini berpotensi menciptakan kesenjangan pajak (*tax gap*) yang dapat mengurangi potensi penerimaan negara dari sektor ekonomi digital yang terus berkembang.

Sebagai respons terhadap fenomena tersebut, pemerintah telah menerapkan berbagai upaya, antara lain melalui integrasi data perpajakan, pengembangan teknologi pengawasan berbasis digital, peningkatan literasi perpajakan masyarakat, serta penyempurnaan regulasi yang mengatur aktivitas ekonomi digital. Meskipun demikian, efektivitas berbagai kebijakan dan strategi tersebut masih memerlukan evaluasi yang lebih mendalam untuk mengetahui sejauh mana kontribusinya terhadap optimalisasi penerimaan pajak. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna mengidentifikasi dan menganalisis strategi yang paling efektif dalam mendukung optimalisasi pajak digital, sekaligus mewujudkan sistem perpajakan yang adil, adaptif, dan berkelanjutan di tengah perkembangan ekonomi digital.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih untuk memahami secara mendalam strategi pemerintah dalam mengoptimalkan pajak digital terhadap influencer, content creator, dan ekonomi berbasis platform di Indonesia. Fokus penelitian diarahkan pada analisis regulasi perpajakan digital, kepatuhan wajib pajak digital, serta pemanfaatan teknologi dalam mendukung efektivitas administrasi dan pengawasan perpajakan. Penelitian dilakukan dalam konteks Indonesia dengan objek kajian berupa kebijakan perpajakan digital dan strategi pemerintah dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital. Data penelitian menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka. Sumber data berasal dari artikel jurnal nasional dan internasional bereputasi, buku akademik, laporan lembaga internasional, dokumen kebijakan, serta regulasi resmi pemerintah yang berkaitan dengan perpajakan digital. Literatur yang digunakan diterbitkan dalam rentang tahun 2020–2024 untuk memastikan relevansi data dengan perkembangan ekonomi digital dan kebijakan perpajakan terkini.

Proses penelusuran literatur dilakukan melalui berbagai basis data akademik, seperti *Google Scholar*, *Scopus*, *ScienceDirect*, dan *Garuda* dengan menggunakan kata kunci *digital tax*, *digital economy taxation*, *influencer taxation*, *content creator taxation*, *platform economy*, *tax compliance*, dan *digital tax policy*. Literatur dipilih berdasarkan beberapa kriteria, yaitu: (1) membahas perpajakan digital, ekonomi digital, influencer, content creator, atau ekonomi berbasis platform; (2) diterbitkan dalam jurnal ilmiah terindeks, buku akademik, atau dokumen resmi lembaga pemerintah dan

organisasi internasional; (3) memiliki relevansi langsung dengan strategi pemerintah dalam optimalisasi pajak digital; dan (4) tersedia secara lengkap sehingga memungkinkan dilakukan analisis mendalam. Literatur yang tidak relevan dengan fokus penelitian, tidak memiliki kredibilitas akademik yang memadai, atau hanya membahas ekonomi digital tanpa keterkaitan dengan perpajakan dikeluarkan dari proses analisis.

Pengumpulan data dilakukan dengan menelaah, mengidentifikasi, mengklasifikasi, dan merangkum berbagai informasi yang berkaitan dengan pajak digital pada influencer, content creator, dan ekonomi berbasis platform. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, interpretasi temuan, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan untuk menyaring informasi yang relevan dengan fokus penelitian, sedangkan penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar hubungan antar-temuan dapat terlihat secara sistematis. Hasil analisis kemudian dikelompokkan ke dalam tiga tema utama, yaitu strategi regulasi pemerintah, kepatuhan wajib pajak digital, dan pemanfaatan teknologi dalam pengawasan pajak digital. Kesimpulan ditarik secara induktif dengan menghubungkan temuan penelitian, teori perpajakan, dan hasil penelitian terdahulu.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis tematik yang dilakukan terhadap berbagai sumber literatur menghasilkan tiga tema utama yang menggambarkan strategi pemerintah dalam mengoptimalkan pajak digital. Ketiga tema tersebut meliputi penguatan regulasi perpajakan digital, peningkatan kepatuhan wajib pajak digital, serta pemanfaatan teknologi dalam pengawasan perpajakan. Tema-tema tersebut diperoleh melalui proses pengelompokan dan sintesis temuan dari penelitian terdahulu, kemudian digunakan sebagai landasan konseptual sekaligus kerangka analisis dalam penelitian ini.

A. Strategi Regulasi Pemerintah

Pemerintah Indonesia mengimplementasikan pajak digital sebagai tindak lanjut dari perkembangan cepat ekonomi yang berfokus pada teknologi. Menurut laporan dari Kementerian Komunikasi dan Informatika tahun 2023, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang, yang setara dengan 77% dari seluruh penduduk. Angka ini menunjukkan bahwa transaksi digital semakin menjadi hal yang umum dalam perekonomian. Para influencer, pembuat konten, dan para pelaku ekonomi platform merupakan bagian integral dari fenomena ini. Pemerintah memandang fenomena ini sebagai peluang yang besar dalam hal pendapatan negara. Pajak digital tidak hanya dianggap sebagai sumber pendapatan, tetapi juga sebagai sarana untuk mengatur (instrumen regulasi) demi memastikan keadilan dalam ekonomi.

Namun, studi ini menunjukkan bahwa peraturan yang ada masih belum sepenuhnya mengatasi tantangan yang dihadapi di lapangan. Ketentuan pajak penghasilan pada dasarnya dikenakan kepada setiap individu yang mendapatkan penghasilan, termasuk para influencer. Namun, cara pelaporan, pemotongan, dan pengecekan penghasilan dari sumber digital masih belum jelas. Influencer yang mendapatkan pembayaran dari luar negeri, misalnya, sering kali tidak tercatat dalam sistem pajak Indonesia. Ini menunjukkan adanya kekurangan dalam regulasi. Sari dan Utami (2023) mencatat bahwa meskipun pemerintah telah mulai memperhatikan pajak bagi influencer, tapi masih banyak rincian teknis yang belum diperhitungkan.

Kondisi ini menunjukkan adanya perbedaan yang mencolok dibandingkan dengan negara lain. Sebagai contoh, di Inggris, *Her Majesty's Revenue and Customs* (HMRC) telah merilis panduan resmi untuk influencer sejak tahun 2019. Panduan ini menguraikan tanggung jawab pelaporan pajak untuk segala jenis pendapatan, baik yang berupa uang maupun barang (*endorsement*). Sementara itu, di India, pemerintah mewajibkan platform pembayaran digital untuk secara otomatis memotong pajak penghasilan (*Tax Deducted at Source*) dari setiap transaksi yang diterima oleh influencer. Perbandingan ini memperlihatkan bahwa Indonesia masih belum sejajar dalam menyusun regulasi

yang rinci dan dapat dioperasikan. Pemerintah Indonesia menjadikan pajak digital sebagai alat baru untuk mendukung keberlanjutan fiskal. Perubahan ini terjadi karena sumbangan sektor tradisional terhadap penerimaan negara cenderung mengalami penurunan (Basri dan Rahardja, 2021).

Kebijakan pajak digital juga harus memperhatikan aspek keadilan dan efektivitas. Menurut OECD (2020), transparansi dan kerja sama antar negara sangat penting, terutama karena sebagian besar penghasilan influencer berasal dari platform global. Jika tidak ada koordinasi internasional, Indonesia bisa kehilangan potensi pendapatan pajak. Hal ini juga disampaikan oleh Waluyo (2020) yang menekankan perlunya kepastian hukum. Masyarakat pajak merasa bingung ketika aturan mengenai penghasilan dari platform luar negeri masih kurang jelas. Karena itu, kebijakan pajak digital harus seimbang antara kebutuhan negara dalam menerima pendapatan dengan kepastian hukum dan keadilan bagi berbagai sektor usaha. Hutagaol dan Rahayu (2022) menyatakan bahwa aturan di Indonesia masih bersifat normatif dan kurang mampu merespons perubahan yang cepat di bidang ekonomi kreatif. Penelitian ini mendukung pendapat tersebut. Aturan-aturan lebih banyak berbicara dalam kerangka yang umum, tanpa menggambarkan model bisnis spesifik yang berkembang di sektor digital. Contohnya, aturan belum membedakan dengan jelas pendapatan dari iklan YouTube, endorsement Instagram, dan live streaming TikTok, meskipun masing-masing memiliki cara pembayaran yang berbeda. Ketidakjelasan ini bisa menciptakan celah bagi praktik menghindari kewajiban pajak.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi regulasi pemerintah harus fokus pada dua aspek utama: kejelasan definisi dan fleksibilitas adaptasi. Kejelasan definisi membantu otoritas pajak dalam mengklasifikasikan setiap jenis penghasilan digital. Fleksibilitas adaptasi dibutuhkan agar regulasi tetap relevan ketika muncul inovasi baru. OECD (2021) menekankan bahwa salah satu faktor penting keberhasilan pajak digital adalah kemampuan regulasi untuk menyesuaikan diri dengan perkembangan ekonomi. Dampak dari temuan ini sangat besar. Regulasi pajak digital yang tidak jelas dapat merusak kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Influencer mungkin merasa tidak adil karena kewajiban pajak mereka tidak transparan. Sebaliknya, regulasi yang jelas dan adil bisa meningkatkan kesadaran wajib pajak. Hal ini sesuai dengan teori "*tax fairness*" yang menyatakan bahwa persepsi keadilan memengaruhi tingkat kepatuhan (Kirchler, 2007). Dari sisi fiskal, regulasi yang kuat akan memperluas jumlah wajib pajak dan meningkatkan pendapatan negara. Dari sisi sosial, regulasi yang bisa beradaptasi akan mengurangi kesenjangan antara pelaku ekonomi digital dan pelaku ekonomi konvensional. Oleh karena itu, strategi regulasi pajak digital harus menjadi prioritas utama dalam reformasi perpajakan Indonesia.

B. Kepatuhan Wajib Pajak Digital

Direktorat Jenderal Pajak mencatat bahwa jumlah orang yang wajib membayar pajak dalam bidang digital hanya sekitar 5.000 orang pada tahun 2022. Sementara itu, APJII melaporkan bahwa jumlah pengguna media sosial yang aktif membuat konten mencapai lebih dari 45 juta orang. Perbandingan kedua angka tersebut menunjukkan adanya perbedaan yang sangat besar. Banyak orang yang terlibat dalam bidang digital memiliki potensi pendapatan, tetapi hanya sedikit di antaranya terdaftar sebagai wajib pajak. Hal ini mencerminkan bahwa tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak di kalangan pelaku digital di Indonesia masih rendah. Sari dan Utami (2023) menemukan bahwa salah satu alasan kepatuhan pajak rendah adalah karena para influencer kurang memahami aturan perpajakan. Mereka sering kali menganggap penghasilan dari endorsement atau iklan di YouTube sebagai pendapatan yang tidak resmi. Puspitasari dan Nugroho (2021) juga menyebutkan bahwa content creator biasanya tidak menganggap kegiatan di dunia digital sebagai pekerjaan yang sah. Hal ini membuat mereka cenderung tidak memenuhi kewajiban dalam membayar pajak.

Teori kepatuhan pajak menjelaskan mengapa kepatuhan terhadap pajak bisa rendah. Menurut Kirchler (2007), kepatuhan dipengaruhi oleh rasa adil dan kepercayaan terhadap pemerintah. Masyarakat digital merasa sistem pajak tidak adil. Mereka merasa pemerintah hanya mengenakan

pajak ketika mereka populer. Tidak jelasnya informasi tentang pajak membuat mereka kurang percaya pada pemerintah. Faktor-faktor ini membuat mereka cenderung menghindari pajak. Fenomena ini juga terjadi di negara-negara lain. OECD (2021) menyatakan bahwa tingkat kepatuhan pajak digital masih rendah di berbagai negara. HMRC di Inggris menemukan hal serupa sebelum memberikan panduan khusus mengenai pajak untuk influencer. India juga mengalami masalah kepatuhan yang rendah sebelum menerapkan sistem pemotongan pajak otomatis (*Tax Deducted at Source*). Perbandingan ini menunjukkan bahwa masalah kepatuhan pajak digital bukan hanya terjadi di satu negara saja. Namun, pengalaman dari negara-negara lain menunjukkan bahwa kebijakan yang ketat bisa membantu meningkatkan kepatuhan.

Temuan ini memiliki dampak yang penting. Pertama, pemerintah harus meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pajak. Pemerintah bisa memberikan informasi melalui media sosial, video, dan kerja sama dengan platform digital. Kedua, proses melaporkan dan membayar pajak harus lebih mudah. Menggunakan sistem berbasis aplikasi dapat membantu wajib pajak digital dalam memenuhi kewajibannya. Ketiga, pemerintah harus memastikan keadilan. Influencer yang memiliki penghasilan besar harus dianggap sama dengan pekerja formal yang pajaknya sudah dikurangi. Penelitian ini menyatakan bahwa strategi untuk meningkatkan kepatuhan pajak harus didasari oleh regulasi, literasi, dan teknologi. Regulasi memberikan kepastian hukum. Literasi membantu meningkatkan kesadaran wajib pajak. Teknologi memudahkan proses pelaporan dan mengurangi kemungkinan pemalsuan. Ketiga hal ini dapat meningkatkan kepatuhan pajak digital secara signifikan.

Kepatuhan pajak digital di Indonesia masih rendah. Banyak influencer dan content creator mempercepat penundaan atau menghindari kewajiban pajak karena merasa beban administrasinya terlalu besar, seperti yang diungkapkan oleh Ardiansyah dan Fitriani (2020). Menurut Eichfelder dan Hechtner (2020), biaya untuk memenuhi kewajiban perpajakan, yang disebut *tax compliance cost*, menjadi salah satu faktor yang mengurangi semangat wajib pajak. Biaya ini mencakup waktu, tenaga, dan dana yang harus dikeluarkan influencer untuk memenuhi aturan perpajakan. Kepatuhan pajak yang rendah juga disebabkan karena kurangnya pemahaman mengenai pajak. Seperti yang diungkapkan oleh Rahayu dan Febrianti (2020), banyak pelaku ekonomi kreatif di Indonesia masih tidak tahu tentang kewajiban membayar pajak atas aktivitas digital. Banyak influencer tidak menyadari bahwa penghasilan dari endorsement, konten digital, dan kerja sama dengan brand harus dikenai pajak. Selain itu, menurut Torgler (2022), norma sosial juga memengaruhi tingkat kepatuhan pajak. Sebagai tokoh publik, influencer bisa menjadi teladan bagi pengikutnya. Jika influencer menunjukkan sikap patuh terhadap peraturan pajak, hal ini bisa menimbulkan dampak yang luas dan meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya kewajiban perpajakan. Kepatuhan pajak influencer juga perlu dilihat dari sudut keadilan. Kang dan Kim (2021) menekankan bahwa keadilan dalam sistem pajak digital sangat penting agar tidak ada perbedaan perlakuan antara sektor tradisional dan digital. Jika keadilan ini tidak diperhatikan, pelaku usaha digital bisa merasa dirugikan atau justru lebih untung dibandingkan dengan pelaku usaha konvensional. Oleh karena itu, strategi pemerintah dalam mengelola pajak digital tidak hanya beralih pada peningkatan pendapatan, tetapi juga harus menjaga kredibilitas dan legitimasi sistem perpajakan di mata masyarakat.

C. Pemanfaatan Teknologi dalam Pengawasan Pajak Digital

Pemerintah menggunakan teknologi sebagai alat utama dalam mengawasi pajak digital. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menerapkan sistem berbasis data untuk menemukan kegiatan ekonomi digital. Pemerintah menggabungkan data dari media sosial, marketplace, dan platform digital untuk mendeteksi kemungkinan wajib pajak yang belum terdaftar. Teknologi big data menjadi faktor penting dalam memperluas cakupan pajak digital. Hutagaol dan Rahayu (2022) menemukan bahwa informasi teknologi membantu mempercepat proses mengidentifikasi wajib pajak digital. DJP membuat sistem pencocokan data untuk membandingkan penghasilan influencer dengan laporan pajak mereka. Sistem ini bisa mendeteksi ketidaksesuaian antara transaksi digital dan pelaporan

pajak. Penggunaan teknologi ini meningkatkan kemampuan pengawasan. Pemerintah juga menggunakan sistem Application Programming Interface (API) untuk mendapatkan data transaksi dari platform digital. Dengan API, DJP bisa mendapatkan informasi tentang pendapatan influencer dan content creator secara langsung. Situmorang dan Wibowo (2024) menyatakan bahwa strategi ini efektif dalam mengurangi kemungkinan penghindaran pajak. Melalui API, DJP bisa melacak aktivitas secara otomatis tanpa perlu menunggu laporan dari wajib pajak.

Penggunaan teknologi bukan hanya sebagai alat pengawasan, tetapi juga sebagai cara untuk meningkatkan transparansi. Sistem *e-filing* dan *e-billing* membuat proses pelaporan dan pembayaran pajak lebih mudah bagi wajib pajak digital. Puspitasari dan Nugroho (2021) mengatakan bahwa kemudahan teknologi membantu meningkatkan kesadaran pajak di kalangan content creator. Wajib pajak cenderung lebih patuh jika sistem pelaporan sederhana dan cepat. Pengalaman internasional menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sangat penting. Menurut OECD pada tahun 2021, banyak negara menggunakan sistem digital untuk mengawasi pajak dari bisnis berbasis platform. Inggris misalnya menerapkan sistem pelaporan melalui platform digital yang memaksa platform melaporkan penghasilan pengaruh media sosial. India juga menggunakan sistem pemotongan pajak otomatis berbasis teknologi. Negara-negara tersebut berhasil meningkatkan kepatuhan pajak dengan bantuan teknologi.

Namun, penggunaan teknologi juga menghadapi tantangan. Infrastruktur teknologi di Indonesia belum merata. Banyak wilayah masih mengalami kendala akses internet. Hal ini membuat penerapan sistem digital sulit dilakukan secara menyeluruh. Selain itu, isu perlindungan data pribadi menjadi perhatian penting. Para influencer khawatir data mereka bisa digunakan secara salah. Penelitian oleh Ardiansyah dan Fitriani (2020) menunjukkan bahwa masyarakat masih kurang percaya terhadap sistem pajak digital karena khawatir akan keamanan data mereka. Perkembangan teknologi digital membawa peluang sekaligus tantangan dalam optimalisasi pajak. Pemerintah Indonesia memanfaatkan sistem pelaporan berbasis aplikasi digital untuk memperluas basis pajak dan mempermudah administrasi. Dwivedi et al. (2021) menunjukkan bahwa teknologi digital dapat meningkatkan efektivitas sistem perpajakan, tetapi juga membuka ruang bagi praktik penghindaran pajak. Situasi ini menegaskan bahwa regulasi pajak digital harus adaptif terhadap perubahan teknologi.

Penguatan pengawasan dengan menggunakan big data menjadi salah satu strategi penting yang digunakan pemerintah. Menurut Zhang dan Chen (2022), Tiongkok berhasil meningkatkan pengawasan terhadap transaksi digital dengan menggabungkan big data ke dalam sistem perpajakannya. Hasil penelitian ini memberikan pelajaran penting bagi Indonesia, bahwa penggunaan data besar dapat membantu pemerintah untuk melacak pendapatan dari influencer dan content creator yang belum dilaporkan. Dengan menggabungkan data dari berbagai platform digital ke dalam sistem perpajakan nasional, maka celah untuk menghindari pajak dapat semakin diperkecil. Meskipun masih ada tantangan, potensi penggunaan teknologi dalam pengawasan pajak digital tetap sangat besar. Pemerintah dapat memperkuat kerja sama dengan platform digital untuk berbagi informasi. Selain itu, pemerintah juga bisa mengembangkan sistem berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk menganalisis pola penghasilan influencer. Sistem AI mampu memprediksi besarnya pajak yang seharusnya dibayar dengan lebih tepat. Implikasi dari hasil penelitian ini jelas. Teknologi dapat meningkatkan ketaatan wajib pajak, memperluas sumber pendapatan pajak, serta mempercepat proses pengawasan. Teknologi juga dapat mengurangi beban administrasi bagi wajib pajak. Pemerintah hanya perlu memastikan perlindungan data dan adilnya sistem yang digunakan. Jika teknologi dimanfaatkan secara optimal, Indonesia bisa meningkatkan pendapatan pajak digital secara signifikan.

Berdasarkan hasil analisis tematik, ditemukan bahwa optimalisasi pajak digital pada influencer, content creator, dan ekonomi berbasis platform dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu regulasi perpajakan digital yang adaptif, kepatuhan wajib pajak digital, dan pemanfaatan teknologi

dalam pengawasan perpajakan. Ketiga komponen tersebut saling berkaitan dan membentuk strategi pemerintah dalam meningkatkan efektivitas pemungutan pajak digital.

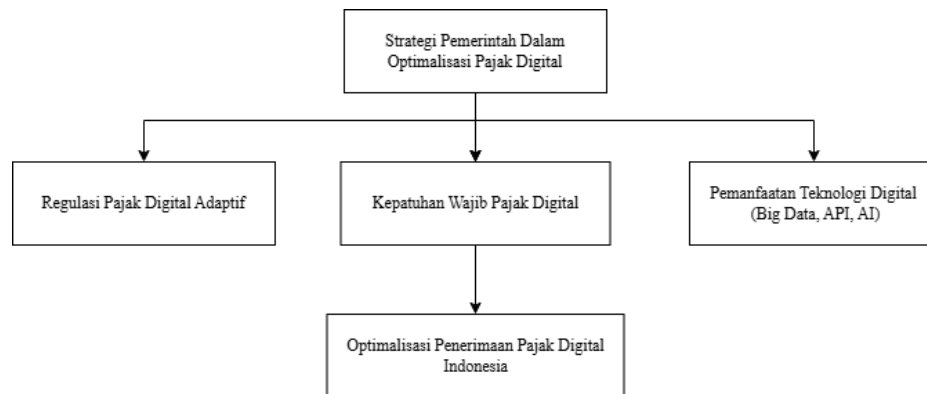


Figure 1. Model Konseptual Strategi Pemerintah dalam Optimalisasi Pajak Digital terhadap Influencer, Content Creator, dan Ekonomi Berbasis Platform

Model konseptual yang dihasilkan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi pemerintah dalam mengoptimalkan pajak digital ditentukan oleh tiga elemen utama, yaitu regulasi perpajakan digital yang responsif terhadap perkembangan teknologi, tingkat kepatuhan wajib pajak digital, serta pemanfaatan teknologi dalam proses pengawasan dan administrasi perpajakan. Ketiga elemen tersebut memiliki keterkaitan yang erat dan berperan sebagai fondasi dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan pajak pada influencer, content creator, dan pelaku ekonomi berbasis platform. Regulasi berfungsi memberikan kepastian dan landasan hukum, kepatuhan wajib pajak berkontribusi terhadap peningkatan penerimaan negara, sedangkan penggunaan teknologi digital mendukung proses pengawasan yang lebih akurat, transparan, dan efisien. Sinergi antara ketiga komponen tersebut diharapkan mampu memperkuat optimalisasi penerimaan pajak digital sekaligus mendorong terwujudnya sistem perpajakan yang berkeadilan, akuntabel, dan berkelanjutan.

D. Tantangan dan Prospek Optimalisasi Pajak Digital di Indonesia

Perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat memberikan peluang besar bagi pemerintah untuk meningkatkan penerimaan negara melalui sektor perpajakan. Namun demikian, optimalisasi pajak digital pada influencer, content creator, dan pelaku ekonomi berbasis platform masih menghadapi berbagai tantangan yang kompleks. Tantangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan aspek regulasi, tetapi juga mencakup karakteristik transaksi digital, tingkat kepatuhan wajib pajak, serta kesiapan teknologi yang digunakan dalam administrasi perpajakan. Karakteristik aktivitas ekonomi digital yang bersifat dinamis dan lintas negara yang menjadi salah satu tantangan utama. Influencer dan content creator memperoleh pendapatan dari berbagai sumber, seperti iklan digital, program afiliasi, kerja sama promosi, monetisasi konten, hingga penjualan produk dan jasa secara daring. Sebagian transaksi tersebut melibatkan platform global yang beroperasi di luar yurisdiksi Indonesia sehingga menyulitkan otoritas perpajakan dalam melakukan identifikasi, pengawasan, dan pemungutan pajak secara optimal. Kondisi ini sejalan dengan temuan OECD yang menyatakan bahwa digitalisasi ekonomi telah menciptakan tantangan baru terkait penentuan hak pemajakan dan pengawasan transaksi lintas batas negara (Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD, 2020).

Integrasi data antara otoritas perpajakan dengan berbagai platform digital masih menjadi tantangan dalam mendukung pengawasan yang efektif. Meskipun pemerintah telah melakukan modernisasi administrasi perpajakan melalui transformasi digital, akses terhadap data transaksi ekonomi digital secara komprehensif masih memerlukan penguatan melalui kerja sama yang lebih luas antara pemerintah, penyedia platform digital, dan lembaga terkait. Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa optimalisasi pajak digital membutuhkan harmonisasi kebijakan serta mekanisme pengawasan yang mampu menyesuaikan karakteristik ekonomi digital yang terus berkembang (Putra, 2024). Banyak influencer dan content creator belum sepenuhnya memahami bahwa pendapatan yang diperoleh dari aktivitas digital merupakan objek pajak yang wajib dilaporkan sesuai ketentuan perpajakan yang berlaku. Rendahnya pemahaman mengenai administrasi perpajakan berpotensi menimbulkan ketidakpatuhan, baik yang disengaja maupun yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan (S et al., 2024). Saptono et al. (2021) menjelaskan bahwa perkembangan profesi *content creator* dan YouTuber menimbulkan tantangan baru dalam administrasi perpajakan karena karakteristik penghasilannya yang beragam dan tidak selalu teridentifikasi secara langsung dalam sistem perpajakan konvensional.

implementasi pengawasan terhadap aktivitas ekonomi digital masih menghadapi berbagai tantangan, terutama karena karakteristik transaksi yang bersifat lintas negara, tidak selalu memiliki kehadiran fisik (*physical presence*), serta melibatkan platform digital global. Kondisi tersebut menyebabkan proses identifikasi objek pajak dan pemungutan pajak menjadi lebih kompleks dibandingkan transaksi ekonomi konvensional. Oleh karena itu, diperlukan sistem perpajakan yang adaptif serta mekanisme pengawasan yang mampu mengikuti perkembangan model bisnis digital. Suwardi et al. (2020) menjelaskan bahwa Indonesia perlu mengembangkan kebijakan pemajakan ekonomi digital yang sesuai dengan karakteristik transaksi digital, baik melalui optimalisasi Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), maupun pengembangan instrumen perpajakan digital yang mengacu pada praktik internasional (Suwardi et al., 2020). Pengawasan terhadap aktivitas ekonomi digital masih menghadapi berbagai kendala seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi dan munculnya beragam model bisnis berbasis platform. Kondisi ini menuntut pemerintah untuk melakukan penyesuaian kebijakan perpajakan secara berkelanjutan agar mampu mengimbangi dinamika ekonomi digital yang terus berkembang. Upaya tersebut tidak hanya mencakup penyempurnaan regulasi, tetapi juga memerlukan penguatan kapasitas institusi perpajakan, peningkatan kompetensi aparatur, serta pemanfaatan teknologi informasi yang lebih terintegrasi. Dengan dukungan sistem administrasi perpajakan yang modern dan adaptif, proses pengawasan terhadap influencer, content creator, maupun pelaku usaha digital dapat dilaksanakan secara lebih efektif. Tambunan dan Rosdiana (2020) menyatakan bahwa keberhasilan pemajakan ekonomi digital sangat bergantung pada kesiapan otoritas pajak dalam melakukan reformasi menyeluruh, baik dari aspek kebijakan, kelembagaan, sumber daya manusia, maupun infrastruktur teknologi yang mendukung administrasi perpajakan.

Transformasi digital telah mendorong otoritas perpajakan untuk mengembangkan sistem pengawasan yang lebih adaptif terhadap perubahan karakteristik transaksi ekonomi modern. Pemanfaatan teknologi dalam administrasi perpajakan tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan efisiensi pengelolaan data, tetapi juga memperkuat kemampuan pemerintah dalam mengidentifikasi aktivitas ekonomi digital yang berpotensi menjadi objek pajak. Suroso dan Apriliasari (2022) menjelaskan bahwa penyesuaian kebijakan perpajakan terhadap perkembangan ekonomi digital merupakan langkah penting untuk memastikan efektivitas pemungutan pajak serta menjaga keberlanjutan penerimaan negara di era digital.

Optimalisasi pajak digital tidak dapat dicapai hanya melalui penyempurnaan aspek regulasi semata, tetapi juga membutuhkan kerja sama yang erat antara pemerintah, penyedia platform digital, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat sebagai wajib pajak. Sinergi antar pemangku kepentingan tersebut menjadi faktor penting dalam membangun sistem perpajakan digital yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta menjawab berbagai tantangan yang muncul dalam aktivitas ekonomi digital. Selain itu, upaya penguatan regulasi, peningkatan pemahaman perpajakan masyarakat, dan pemanfaatan teknologi secara optimal dapat menjadi landasan untuk mewujudkan sistem perpajakan yang lebih efektif, berkeadilan, dan responsif terhadap dinamika ekonomi digital di Indonesia.

Selain tantangan yang berkaitan dengan regulasi dan pemanfaatan teknologi, perubahan pola aktivitas ekonomi masyarakat menuju ruang digital juga menjadi isu penting yang perlu mendapat perhatian. Perkembangan media sosial dan berbagai platform digital telah melahirkan beragam profesi baru yang sebelumnya belum dikenal dalam sistem perpajakan konvensional, seperti influencer, content creator, streamer, affiliate marketer, dan digital entrepreneur. Beragam profesi tersebut umumnya memperoleh penghasilan dari berbagai sumber dan platform yang berbeda, sehingga proses identifikasi serta pengawasan objek pajak menjadi semakin kompleks. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengembangkan sistem administrasi perpajakan yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan struktur ekonomi tanpa menghambat pertumbuhan sektor digital yang memiliki potensi besar bagi perekonomian nasional.

Peningkatan literasi perpajakan bagi pelaku ekonomi digital merupakan langkah penting dalam mendorong kepatuhan pajak secara sukarela (*voluntary compliance*). Masih terdapat banyak pelaku ekonomi digital, khususnya content creator yang baru memulai aktivitasnya, yang belum memahami bahwa pendapatan yang diperoleh dari monetisasi konten, endorsement, program afiliasi, maupun bentuk kerja sama komersial lainnya merupakan objek pajak yang wajib dilaporkan. Oleh sebab itu, diperlukan strategi edukasi perpajakan yang lebih inovatif dan mudah dijangkau oleh generasi digital melalui pemanfaatan media sosial, webinar, platform video, serta berbagai aplikasi digital. Pendekatan yang bersifat edukatif dinilai lebih efektif dalam membangun kesadaran perpajakan jangka panjang dibandingkan pendekatan yang hanya menitikberatkan pada aspek penegakan hukum. Transparansi dalam pengelolaan penerimaan pajak menjadi faktor yang berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan. Kepatuhan wajib pajak cenderung meningkat ketika masyarakat meyakini bahwa pajak yang mereka bayarkan dikelola secara akuntabel dan memberikan manfaat yang nyata bagi pembangunan. Dalam ekosistem ekonomi digital, aspek transparansi menjadi semakin penting mengingat sebagian besar pelaku usaha digital berasal dari kelompok usia muda yang memiliki akses luas terhadap informasi serta tingkat kepedulian yang tinggi terhadap akuntabilitas kebijakan publik. Oleh karena itu, pemerintah perlu memperkuat komunikasi publik terkait pemanfaatan dana pajak agar kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam memenuhi kewajiban perpajakan dapat terus meningkat.

Prospek optimalisasi pajak digital di Indonesia semakin terbuka seiring berkembangnya ekosistem pembayaran digital. Integrasi antara layanan pembayaran elektronik, dompet digital, perbankan digital, dan platform perdagangan elektronik berpotensi menghasilkan data transaksi yang lebih lengkap dan terstruktur. Apabila dikelola dengan tetap memperhatikan prinsip perlindungan data pribadi, integrasi tersebut dapat membantu otoritas perpajakan dalam meningkatkan efektivitas pengawasan, memperluas basis pajak, serta mengidentifikasi aktivitas ekonomi digital secara lebih akurat. Dengan demikian, sistem administrasi perpajakan dapat berjalan lebih efisien sekaligus meminimalkan potensi kehilangan penerimaan negara yang berasal dari transaksi digital yang belum terdeteksi. Keberhasilan optimalisasi pajak digital sangat bergantung pada kemampuan pemerintah dalam menjaga keseimbangan antara fungsi pengawasan dan upaya mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Kebijakan perpajakan yang terlalu restriktif berpotensi mengurangi inovasi dan perkembangan industri kreatif digital, sedangkan kebijakan yang terlalu longgar dapat mengakibatkan berkurangnya potensi penerimaan negara. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang fleksibel, proporsional, dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital agar tujuan peningkatan penerimaan negara dapat dicapai tanpa menghambat pertumbuhan sektor digital yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Pesatnya perkembangan ekonomi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap struktur dan pola aktivitas ekonomi masyarakat. Munculnya berbagai profesi berbasis platform digital, seperti influencer, content creator, streamer, affiliate marketer, dan pelaku usaha digital lainnya, menciptakan potensi baru bagi peningkatan penerimaan negara melalui sektor perpajakan. Namun, di sisi lain, kondisi tersebut juga menimbulkan tantangan dalam proses identifikasi wajib pajak, pengawasan transaksi, serta pelaksanaan pemungutan pajak akibat karakteristik aktivitas ekonomi digital yang dinamis, lintas platform, dan tidak selalu memiliki batas wilayah yang jelas.

Berdasarkan hasil analisis, optimalisasi pajak digital memerlukan strategi yang terintegrasi melalui penyempurnaan regulasi, penguatan sistem administrasi perpajakan, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia dan kapasitas kelembagaan. Berbagai kebijakan yang telah diterapkan pemerintah, termasuk modernisasi administrasi perpajakan dan pengembangan sistem pengawasan berbasis teknologi, menunjukkan upaya yang serius dalam menyesuaikan sistem perpajakan dengan perkembangan ekonomi digital sekaligus memperluas basis penerimaan pajak. Selain aspek regulasi dan teknologi, peningkatan literasi perpajakan juga memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong kepatuhan sukarela para pelaku ekonomi digital. Program edukasi yang berkelanjutan, transparansi dalam pengelolaan penerimaan negara, serta upaya membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem perpajakan dapat menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak. Di samping itu, perkembangan ekosistem pembayaran digital membuka peluang yang semakin besar bagi otoritas perpajakan untuk meningkatkan efektivitas pengawasan dan akurasi pengelolaan data transaksi ekonomi digital.

Secara keseluruhan, keberhasilan optimalisasi pajak digital tidak hanya bergantung pada keberadaan regulasi yang memadai dan dukungan teknologi yang modern, tetapi juga ditentukan oleh sinergi antara pemerintah, platform digital, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat sebagai wajib pajak. Dengan menerapkan kebijakan yang adaptif, sistem pengawasan yang efektif, serta menjaga keseimbangan antara peningkatan penerimaan negara dan keberlanjutan pertumbuhan ekonomi digital, Indonesia memiliki peluang yang kuat untuk membangun sistem perpajakan digital yang lebih inklusif, berkeadilan, dan mampu menjawab tantangan perkembangan ekonomi di masa mendatang.

References

- Ardiansyah, M., & Fitriani, A. (2020). Tax compliance in the digital economy: An empirical study of Indonesian millennials. *Journal of Taxation and Regulation*, 5(2), 120–133. <https://doi.org/10.31002/jtr.v5i2.2231>
- Basri, M. C., & Rahardja, S. (2021). Digital economy in Indonesia: Opportunities and challenges for taxation. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(2), 133–157. <https://doi.org/10.1080/00074918.2021.1930528>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Grover, P., Abbas, R., & Lal, B. (2021). Climate change and COP26: Are digital technologies and information management part of the problem or the solution? *International Journal of Information Management*, 60, 102383. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102383>
- Eichfelder, S., & Hechtner, F. (2020). Tax compliance costs: Cost burden and cost reliability. *Journal of Economic Psychology*, 81, 102328. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2020.102328>
- Hutagaol, J., & Rahayu, N. (2022). Tantangan implementasi pajak digital pada sektor ekonomi kreatif. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 37(3), 275–292. <https://doi.org/10.22146/jieb.v37i3.2281>
- Kang, S., & Kim, H. J. (2021). Taxation of the digital economy: Global perspectives and policy challenges. *Asian Journal of Comparative Law*, 16(1), 67–92. <https://doi.org/10.1017/asjcl.2021.2>

- Kirchler, E. (2007). *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge University Press.
- OECD. (2020). *Tax Challenges Arising from Digitalisation – Report on Pillar One Blueprint*.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Tax challenges arising from digitalisation – Economic impact assessment*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/26b7d4d3-en>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2021). *Tax challenges arising from digitalisation – Report on Pillar One blueprint*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/beba0634-en>
- Puspitasari, A., & Nugroho, Y. (2021). Digital economy and taxation: The case of social media content creators in Indonesia. *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(2), 89–97. <https://ijbel.com/index.php/ijbel/article/view/1128>
- Putra, O. J. (2024). *Is Value Added Tax an Appropriate Solution for Taxing the Digital Economy ? (Indonesian Context)*. 8.
- Rahayu, S. K., & Febrianti, D. (2020). The influence of tax knowledge and tax awareness on taxpayer compliance. *Journal of Accounting and Business Education*, 5(1), 73–89. <https://doi.org/10.26675/jabe.v5i1.11427>
- S, A. D., Rahayu, P., & N, M. A. (2024). *Implementasi Pajak Penghasilan Endorsement Influencer Media Sosial*. 8(4), 318–327. <https://doi.org/10.22437/jaku.v8i4.32122>
- Sari, D. K., & Utami, R. P. (2023). Pajak atas penghasilan influencer: Analisis regulasi dan kepatuhan wajib pajak di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 20(1), 45–60. <https://doi.org/10.21002/jaki.v20i1.1189>
- Saptono, P. B., Ayudia, C., & Khozen, I. (2021). *Regulating Income Tax : Case of Indonesian YouTubers*. 17(2), 199–215.
- Situmorang, R., & Wibowo, A. (2024). Optimizing Indonesia's digital tax policy: A study on influencers and e-commerce platforms. *Asian Journal of Accounting Research*, 9(1), 15–33. <https://doi.org/10.1108/AJAR-04-2023-0182>
- Surono, & Apriliasari, V. (2022). *PENGARUH PILLAR 1 OECD (UNIFIED APPROACH) TERHADAP PEMAJAKAN*. 462–471.
- Suwardi, Alan, B., Cinthya, S., & Ghifri, N. A. (2020). *Memajaki transaksi ekonomi digital: studi kasus di india, perancis, dan australia*.
- Tambunan, M. R. U. D., & Rosdiana, H. (2020). *Indonesia Tax Authority Measure on Facing the Challenge in Taxing Digital Economy*. 9, 1–10.
- Torgler, B. (2022). *Tax compliance and the psychology of taxpayers: Evidence from behavioral economics*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789904500>
- Waluyo, W. (2020). Digital taxation in Indonesia: Opportunities and challenges. *Journal of Indonesian Applied Economics*, 12(1), 1–14. <https://doi.org/10.21776/ub.jiae.2020.012.01.1>
- Zhang, Y., & Chen, W. (2022). Platform economy and taxation: Evidence from cross-border e-commerce. *Journal of International Business Policy*, 5(3), 345–364. <https://doi.org/10.1057/s42214-022-00128-2>