J . A . P Jurnal Audit & Perpajakan
Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

Analisis Substansi dan Dinamika Penundaan Implementasi PMK 37 Tahun 2025: Marketplace Sebagai Pemungut Pajak Penghasilan 22

Penulis:
Dyah Ayu Wulandari[1]
Irene Ismail[2]
Krisna Putra Yudistira [3]

Afiliasi:
Universitas Bina Sarana Informatika[123]

Korespondensi:
63231456@bsi.ac.id

Histori Naskah:
Submit: 19-11-2025
Accepted: 26-11-2025
Published: 30-11-2025

Abstrak:
Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia mendorong pemerintah mendorong pemerintah melakukan reformasi perpajakan melalui penerbitan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 37 Tahun 2025 (PMK 37/2025) yang menetapkan *marketplace* sebagai pemungut Pajak Penghasilan Pasal 22 atas transaksi dalam negeri. Namun, kebijakan ini mengalami penundaan implementasi sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai kesiapan regulasi dan faktor penyebab ditundanya penerapan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis substansi PMK 37/2025, mekanisme pemungutan PPh 22 oleh *marketplace*, serta faktor struktural dan ekonomis yang melatarbelakangi penundaan implementasinya. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan melalui analisis dokumen (*content analysis*) terhadap peraturan perundang-undangan, publikasi Direktorat Jenderal Pajak, dan literatur relevan terkait perpajakan digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PMK 37/2025 merupakan kebijakan strategis untuk menyederhanakan administrasi perpajakan, meningkatkan transparansi data transaksi digital, dan memperluas basis penerimaan negara. Meskipun demikian, implementasinya ditunda karena pertumbuhan ekonomi yang belum stabil, ketidaksiapan infrastruktur digital, serta rendahnya literasi perpajakan UMKM. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur perpajakan digital dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas pemungutan PPh 22 melalui *marketplace* dan tantangan penerapannya di Indonesia..

Kata kunci: digitalisasi perpajakan, *marketplace*, Pajak Penghasilan Pasal 22, penundaan implementasi, PMK 37 Tahun 2025

Pendahuluan

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Statista, pada tahun 2024 jumlah pengguna *e-commerce* di Indonesia telah mencapai 65,65 juta orang dan diproyeksikan terus meningkat pada tahun-tahun berikutnya. Perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi COVID-19 turut mempercepat transisi ekonomi menuju transaksi digital melalui *marketplace*. Fenomena ini memberikan dampak positif terhadap perekonomian nasional, namun juga menghadirkan tantangan pengawasan pajak, khususnya terkait pemungutan PPh atas transaksi digital yang sangat beragam dan melibatkan banyak pelaku usaha. Kompleksitas transaksi tersebut berpotensi menimbulkan kesenjangan kepatuhan pajak apabila tidak diimbangi dengan regulasi yang adaptif dan mekanisme pemungutan yang efektif.

Sebagai langkah antisipatif, pemerintah menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 37 Tahun 2025 yang menetapkan marketplace sebagai pemungut Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 atas transaksi dalam negeri. Regulasi ini bertujuan menyederhanakan proses pemungutan pajak melalui sistem yang lebih otomatis, transparan, dan terintegrasi, serta memperluas basis penerimaan negara di sektor ekonomi digital.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

Kebijakan ini juga mencerminkan upaya pemerintah menciptakan kesetaraan perlakuan pajak antara pelaku usaha online dan offline. Namun, implementasi PMK 37/2025 kemudian ditunda karena mempertimbangkan kondisi ekonomi serta kesiapan pelaku usaha, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas substansi regulasi tersebut.

Penelitian terdahulu menunjukkan berbagai persoalan perpajakan dalam ekosistem digital. Penelitian Ramadhani (2025) mengungkapkan bahwa tingkat kepatuhan pajak digital masih rendah dan regulasi e-commerce belum mampu mengatasi tantangan pengawasan transaksi daring. Penelitian Faizah & Edy, (2024) menemukan hambatan dalam penerapan pajak pada transaksi marketplace, seperti sulitnya mengidentifikasi jenis usaha, rendahnya literasi perpajakan UMKM, dan ketidakjelasan regulasi pasca pencabutan aturan sebelumnya. Sementara itu, penelitian Tambunan, (2020) mencatat adanya resistensi pelaku usaha terhadap rencana penunjukan marketplace sebagai pemungut pajak, termasuk kekhawatiran beban administrasi dan perpindahan pedagang ke platform informal. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya persoalan struktural dalam perluasan basis pajak di sektor digital.

Research Gap

Meskipun berbagai studi telah membahas kepatuhan pajak digital dan tantangan regulasi *e-commerce*, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji substansi PMK 37 Tahun 2025 serta dinamika penundaan implementasinya, terutama terkait mekanisme pemungutan PPh Pasal 22 oleh *marketplace*. Tidak ada kajian yang secara komprehensif menilai kesiapan regulasi, kesiapan platform, serta potensi dampaknya terhadap pelaku usaha. Celah penelitian inilah yang menjadi dasar perlunya analisis lebih mendalam terhadap kebijakan tersebut.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini berfokus pada analisis substansi PMK 37 Tahun 2025, mekanisme pemungutan PPh Pasal 22 melalui *marketplace*, serta faktor-faktor yang menyebabkan penundaan implementasi kebijakan. Melalui kajian ini, diharapkan diperoleh rekomendasi strategis agar regulasi dapat berjalan optimal, meningkatkan kepatuhan pajak, serta tetap mendukung pertumbuhan sektor digital di Indonesia.

Studi Literatur

Marketplace

Marketplace adalah bentuk usaha yang semakin populer karena kemajuan pesat di bidang infrastruktur teknologi informasi. Menurut Yustiani, (2017) *Marketplace* ini dibuat agar mempermudah proses bisnis yang rumit, sehingga bisnis menjadi lebih cepat dan hasilnya lebih baik. *Marketplace* menjadi platform dua-sisi (*two-sided platform*) yang mempertemukan penjualan dan pembeli untuk melakukan transaksi barang dan jasa secara daring. Model bisnis ini memungkinkan interaksi antar pengguna, di mana keberhasilan satu pihak bergantung pada jumlah pengguna di sisi lainnya (*network effects*). Struktur tersebut membuat *marketplace* berperan penting dalam memperluas pasar, menurunkan biaya transaksi, serta meningkatkan efisiensi ekonomi digital Veisdal, (2020). *Marketplace* juga mengelola berbagai aspek transaksi seperti pembayaran, pengiriman, promosi, hingga pengolahan data penjualan, sehingga memiliki visibilitas menyeluruh terhadap aktivitas perdagangan yang berlangsung di dalam sistemnya.

Dalam konteks perpajakan, karakteristik keterpusatan data dan kendali atas alur transaksi menjadikan *marketplace* pihak yang memiliki kemampuan teknis untuk menjalankan fungsi *withholding tax*, termasuk pemungutan Pajak Penghasilan Pasal 22. PMK 37 Tahun 2025 merepresentasikan pergeseran paradigma dari sistem konvensional yang sebelumnya hanya menugaskan bendahara pemerintah, bank devisa, dan

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

industri tertentu menjadi model *digital-based withholding* yang memanfaatkan platform sebagai pemungut pajak. Penunjukan *marketplace* tersebut bertujuan memperluas basis pajak dan meningkatkan transparansi transaksi digital.

Namun, peran baru ini juga menghadirkan tantangan. Marketplace perlu menyesuaikan sistem operasional, mengidentifikasi status perpajakan penjual (PKP/non-PKP, omzet ≥/ <500 juta), serta mengantisipasi risiko perpindahan pedagang ke platform lain yang tidak dikenai kewajiban pemungutan. Tantangan-tantangan ini menjadi salah satu dasar penundaan implementasi PMK 37/2025, sehingga pemahaman mendalam mengenai konsep marketplace penting dalam menganalisis efektivitas dan hambatan kebijakan tersebut.

Pajak Penghasilan 22

Pajak Penghasilan Pasal 22 merupakan jenis pajak yang dipungut oleh pihak-pihak tertentu yang ditunjuk oleh pemerintah atas transaksi jual beli barang. Menurut Pailaha, (2024) PPh Pasal 22 ialah pajak yang dikenakan oleh bendaharawan pemerintah terkait dengan kegiatan impor atau kegiatan usaha di bidang lainnya. Pihak yang diberi kewenangan tersebut mencakup bendahara pemerintah dalam pembayaran belanja barang, bank devisa dan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai untuk transaksi impor, serta sejumlah badan usaha yang bergerak pada komoditas strategis seperti BBM, baja, semen, otomotif, dan kertas.

Peraturan perpajakan juga memberikan otoritas kepada Menteri Keuangan untuk menetapkan pihak lain sebagai pemungut pajak sesuai kebutuhan kebijakan. Berdasarkan kewenangan tersebut, pemerintah menerbitkan PMK 37 Tahun 2025 dan menggeser pendekatan pemungutan dari entitas konvensional menuju entitas digital, yakni *marketplace*. Penelitian Tanjung, (2025) menunjukkan bahwa pemungutan oleh pihak ketiga efektif memperluas basis pajak dan meningkatkan kepatuhan fiskal karena meminimalkan interaksi langsung antara wajib pajak dan otoritas pajak.

Berikut contoh skenario pemungutan PPh 22:

Pada *marketplace* X terdapat dua pedagang dengan karakteristik omzet yang berbeda. Pedagang A memiliki omzet tahunan sebesar Rp 450.000.000, sehingga termasuk dalam kategori pelaku usaha dengan peredaran bruto di bawah Rp 500.000.000. Berdasarkan ketentuan PMK 37 Tahun 2025, Pedagang A berhak menyampaikan Surat Pernyataan Tidak Dipungut kepada *marketplace*. Setelah pernyataan diterima dan divalidasi, *marketplace* tidak melakukan pemungutan PPh Pasal 22 atas transaksi yang dilakukan pedagang tersebut.

Sebaliknya, Pedagang B memiliki omzet tahunan sebesar Rp750.000.000, sehingga memenuhi kriteria sebagai pedagang yang wajib dipungut PPh Pasal 22. Dengan demikian, *marketplace* X wajib mengenakan pemungutan sebesar 0,5% dari peredaran bruto, tidak termasuk PPN dan PPnBM, pada setiap transaksi yang dilakukan Pedagang B.

Apabila Pedagang B melakukan penjualan senilai Rp 2.000.000, Marketplace memungut Rp 10.000 sebagai PPh 22 dari perhitungan tarif 0,5% x Rp 2.000.000. Selanjutnya Marketplace akan menerbitkan dokumen tagihan (*invoice)* yang merupakan dokumen yang dipersamakan dengan bukti pemungutan Pajak Penghasilan Pasal 22 sebesar Rp 10.000.

PMK Nomor 37 Tahun 2025

PMK 37 Tahun 2025 diterbitkan sebagai respons terhadap meningkatnya transaksi perdagangan digital yang sulit diawasi melalui mekanisme perpajakan konvensional. Fitriandi (2021) menyatakan bahwa meskipun aktivitas di *marketplace* meningkat pesat, kontribusi pajak dari sektor tersebut masih rendah.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

Kebijakan ini menjadi langkah reformasi perpajakan digital yang bersifat paradigmatik, karena untuk pertama kalinya *marketplace* ditetapkan sebagai pemungut pajak langsung pada level transaksi.

Sebagaimana dijelaskan oleh Leonardo & Tjen (2020), perkembangan teknologi telah mengubah perilaku konsumsi masyarakat yang kini lebih mengandalkan platform digital, sehingga membutuhkan mekanisme pemungutan yang lebih adaptif dan berbasis data transaksi *real time*.

PMK 37/2025 menetapkan tarif pemungutan PPh Pasal 22 sebesar 0,5% dari peredaran bruto pedagang, tidak termasuk PPN dan PPnBM. Pemilihan tarif ini konsisten dengan rezim PPh Final UMKM (PP 23/2018), sehingga dianggap proporsional dan tidak membebani pelaku usaha kecil. Marketplace yang memenuhi kriteria tertentu diwajibkan melakukan pemungutan, penyetoran, serta pelaporan PPh 22 atas transaksi pedagang dalam negeri.

Regulasi ini juga memberikan pengecualian bagi pedagang dengan omzet tahunan di bawah Rp500 juta melalui penyampaian pernyataan tidak dipungut. Marketplace wajib menerbitkan dokumen tagihan elektronik sebagai bukti pemungutan serta mengirimkan laporan transaksi kepada DJP. Integrasi pelaporan ini bertujuan meminimalkan *tax gap* dan memperkuat transparansi sistem perpajakan digital.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (*library research*). Seluruh data yang digunakan berasal dari sumber sekunder, meliputi peraturan perundang-undangan, publikasi resmi Direktorat Jenderal Pajak, laporan penelitian, serta artikel ilmiah dan berita yang relevan dengan topik perpajakan digital. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran dokumen-dokumen tersebut secara sistematis untuk memperoleh informasi mengenai ketentuan, tujuan, serta dinamika kebijakan PMK 37 Tahun 2025.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*) secara deskriptif, dengan cara menginterpretasikan substansi regulasi, membandingkan ketentuan dengan regulasi sebelumnya, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang melatarbelakangi penundaan implementasi kebijakan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti menelaah secara mendalam karakteristik kebijakan, konteks penerapannya, serta implikasinya terhadap mekanisme pemungutan PPh Pasal 22 di *marketplace*.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan analisis mendalam terhadap Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 37 Tahun 2025 dan materi terkait yang dikumpulkan, penelitian ini menghasilkan temuan utama mengenai substansi regulasi, perbandingannya dengan regulasi sebelumnya, tujuan implementasi, alasan penundaan, serta implikasi terhadap *marketplace* dan pelaku usaha. Temuan ini diperoleh melalui kajian literatur, analisis dokumen resmi, dan interpretasi terhadap ketentuan hukum yang berlaku.

Substansi PMK Nomor 37 Tahun 2025

PMK 37 tahun 2025 diterbitkan pada 11 Juni 2025 dan diundangkan pada 14 Juli 2025 sebagai dasar hukum untuk menunjuk *marketplace* sebagai pemungut Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 22 atas transaksi pedagang dalam negeri. Berdasarkan Pasal 3 ayat (2), *marketplace* yang menggunakan rekening escrow dapat ditunjuk sebagai pemungut jika memenuhi kriteria nilai transaksi atau jumlah *traffic* tertentu dalam 12

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

bulan. Subjek pajak meliputi pedagang dalam negeri yang bertransaksi dengan alamat IP atau nomor telepon Indonesia, dan mereka wajib menyampaikan NPWP atau NIK serta alamat korespondensi kepada *marketplace*.

Tarif PPh Pasal 22 ditetapkan sebesar 0,5% dari peredaran bruto (tidak termasuk PPN dan PPnBM), yang dapat diperlakukan sebagai kredit pajak atau pelunasan PPh Final. Pengecualian diberikan untuk pelaku usaha kecil dengan omzet di bawah Rp500 juta per tahun, serta transaksi tertentu seperti jasa pengiriman, pulsa, kartu perdana, dan penjualan emas perhiasan. Penetapan tarif 0,5% ini sejalan dengan rezim PPh Final UMKM berdasarkan Peraturan Pemerintah nomor 23 tahun 2018, sehingga PMK 37 tahun 2025 pada dasarnya menerapkan skema pemungutan otomatis atas tarif yang sebelumnya sudah berlaku bagi UMKM.

Perbandingan dengan Regulasi Sebelumnya

PMK 37/2025 merupakan penyempurnaan dari sejumlah peraturan terdahulu, antara lain:

1. PMK 210/PMK.010/2018 mengenai perlakuan perpajakan atas transaksi e-commerce.
2. PMK 31/PMK.010/2019 yang mencabut PMK 210/2018.
3. PMK 48/PMK.03/2020 jo. PMK 60/PMK.03/2022, terkait PPN PMSE lintas batas.

Berbeda dari regulasi sebelumnya, PMK 37 tahun 2025 memperkenalkan perubahan paradigmatis: *marketplace* bukan lagi sekadar pelapor aktivitas transaksi, tetapi bertindak sebagai pemungut (*withholding agent*) PPh, memungkinkan integrasi data pemungutan secara otomatis ke sistem DJP.

Tujuan Regulasi

Dari aspek administratif, PMK 37/2025 memiliki beberapa tujuan utama, yaitu:

1. Penyederhanaan Mekanisme Pemungutan Pajak
   Sistem pemungutan melalui *marketplace* menggantikan kewajiban pelapor manual oleh pedagang, sehingga proses administrasi pajak menjadi lebih efisien dan mudah. Pedagang tidak lagi perlu melakukan setoran pajak secara mandiri karena pajak dipungut otomatis melalui platform tempat mereka berjualan.
2. Digitalisasi Sistem Perpajakan
   Kebijakan ini merupakan langkah konkret menuju integrasi sistem perpajakan digital, di mana data transaksi *e-commerce* akan langsung tercatat dalam sistem Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Mekanisme ini memperkuat program Sistem Inti Administrasi Perpajakan (SIAP) yang sedang dikembangkan pemerintan
3. Transparansi dan Akurasi Data Transaksi
   Melalui keterlibatan *marketplace* sebagai pihak pemungut, data transaksi penjualan dapat tercatat secara *real-time* dan terverifikasi. Hal ini membantu pemerintah mempersempit ruang bagi praktik *shadow economy* dan meningkatkan transparansi antara pelaku usaha digital dengan otoritas pajak.

Melalui pelibatan *marketplace*, pemerintah ingin memastikan bahwa proses pemungutan PPh berlangsung otomatis, transparan, dan efisien. Langkah ini tidak hanya mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan, tetapi juga mencerminkan transformasi fiskal digital menuju sistem perpajakan yang berbasis data.

DJP juga menekankan bahwa kebijakan ini bukan pajak baru, melainkan pergeseran mekanisme dari pembayaran mandiri menjadi pemungutan otomatis oleh *marketplace*. Tujuannya adalah mendorong

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

kepatuhan proporsional, mempermudah pedagang dalam memenuhi kewajiban perpajakan, dan memperkuat pengawasan atas aktivitas ekonomi digital .

Kebijakan ini juga menjamin asas keadilan (*equity*) antara pelaku usaha *online* dan *offline*. Kajian menunjukkan bahwa isu utama penerapan PPh 22 di *e-commerce* adalah potensi beban ganda bagi UMKM, sehingga perlu kepastian hukum agar pemungutan tidak menggandakan pajak (Ritonga, 2025).

Penundaan Implementasi

Meskipun dirancang sebagai regulasi strategis, implementasi PMK 37 tahun 2025 ditunda oleh pemerintah. Penundaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Kondisi Ekonomi Makro yang Belum Pulih
   Pemerintah menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi belum mencapai target ideal, sehingga pemungutan pajak tambahan dikhawatirkan membebani pelaku usaha dan memperlambat pemulihan ekonomi. Kebijakan pajak berbasis transaksi dinilai sensitif terhadap kondisi konsumsi masyarakat, sehingga implementasi ditunda hingga ekonomi tumbuh stabil.
2. Risiko Terhadap UMKM di Marketplace
   Literatur menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan digital dapat memicu penurunan margin UMKM, penurunan minat berjualan di *marketplace*, perpindahan pedagang ke platform informal seperti media sosial (*platform switching*), dan peningkatan beban administrasi. Fitriandi (2021) mencatat kecenderungan pedagang berpindah ke kanal non-*marketplace* ketika beban pajak meningkat. Risiko ini menjadi salah satu pertimbangan utama pemerintah menunda implementasi.
3. Ketidaksiapan Infrastruktur Marketplace
   Marketplace memerlukan waktu untuk menyesuaikan modul pemotongan otomatis, integrasi data perpajakan, keamanan data dan audit kepatuhan, sistem identifikasi pedagang berdasarkan NPWP/NIK. Marketplace kecil menghadapi tantangan lebih besar dibanding *marketplace* besar, sehingga penundaan dimaksudkan untuk menghindari ketimpangan struktural dalam ekosistem digital.
4. Minimnya Literasi Pajak Pelaku UMKM
   Penelitian Pailaha (2024) menunjukkan bahwa kepatuhan pajak meningkat hanya jika sosialisasi dan edukasi dilakukan secara intensif. Banyak UMKM belum memahami mekanisme bukti potong, cara pengkreditan PPh 22, konsekuensi pajak final vs tidak final. Penundaan memberi ruang untuk sosialisasi dan edukasi lebih komprehensif.

Perbandingan Internasional

Untuk memahami konteks global, sejumlah negara telah mengadopsi mekanisme "*digital platforms as tax intermediaries*", terutama dalam skema VAT/GST.

Praktik Internasional yang relevan:

1. OECD (2020): *Model Reporting Rules for Digital Platforms*
   Menempatkan *marketplace* sebagai perantara pajak dalam pelaporan pendapatan penjual yang mana fokus pada transparansi, bukan pemungutan langsung.
2. Uni Eropa: *VAT E-Commerce Package* (2021)
   Marketplace dianggap sebagai "*deemed supplier*" pada transaksi tertentu untuk bertanggung jawab memungut dan menyetor VAT atas penjualan jarak jauh.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

3. Australia (ATO) dan Selandia Baru (IRD)
   Marketplace melakukan pemotongan pajak atas layanan *ride-sharing* dan akomodasi berbasis platform.
4. IMF (2023): *Digitalization of Tax Administration*
   IMF menekankan risiko ketimpangan kesiapan teknologi antara platform besar dan kecil, serta meningkatnya biaya kepatuhan.

Perbedaan dengan Indonesia

Negara OECD umumnya memulai dengan kewajiban pelaporan (*reporting rules*) sebelum menerapkan mekanisme pemungutan. Indonesia langsung menerapkan pemungutan PPh 22, sehingga membutuhkan kesiapan sistem yang lebih kompleks. Tarif 0,5% berkaitan langsung dengan rezim PPh Final UMKM, sedangkan di banyak negara, tarif VAT/GST jauh lebih tinggi.

Implikasi terhadap *Marketplace* dan Pelaku Usaha

Implikasi terhadap *marketplace* dan pelaku UMKM terlihat berbeda antara platform besar dan kecil. Marketplace berskala besar seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada perlu melakukan penyesuaian sistem, termasuk pengembangan modul pemungutan PPh 22 secara otomatis, validasi NPWP atau NIK pedagang, integrasi pelaporan digital berkala ke DJP, serta penerbitan *invoice* elektronik sebagai bukti pemotongan pajak. Sementara itu, *marketplace* kecil menghadapi tantangan yang lebih signifikan karena keterbatasan kapasitas teknologi dan biaya investasi. Kondisi ini dapat menimbulkan hambatan operasional, risiko kehilangan pedagang yang berpindah ke platform yang lebih besar atau non-marketplace, serta potensi ketidakmampuan memenuhi standar integrasi yang diwajibkan pemerintah.

Bagi pelaku UMKM, kebijakan pemungutan oleh *marketplace* sebenarnya menawarkan kemudahan karena pajak dipotong secara otomatis sehingga mereka tidak perlu melakukan penyetoran manual. Namun demikian, sejumlah risiko tetap muncul. Banyak UMKM masih kesulitan memahami status pemajakan mereka, khususnya perbedaan antara PPh final dan tidak final. Di sisi lain, potongan pajak sering dipersepsikan sebagai pengurang margin, sehingga dapat memengaruhi minat berjualan melalui platform resmi. Ketergantungan terhadap bukti potong dari *marketplace* juga menimbulkan potensi kendala administratif, terutama bagi pelaku usaha yang belum terbiasa dengan pelaporan digital. Selain itu, terdapat risiko perpindahan pedagang ke platform informal seperti media sosial untuk menghindari pemungutan otomatis. Oleh karena itu, penundaan implementasi PMK 37 tahun 2025 memberi ruang bagi pemerintah, *marketplace*, dan asosiasi UMKM untuk meningkatkan literasi pajak dan memberikan pendampingan yang lebih komprehensif sebelum kebijakan diberlakukan penuh.

Analisis Kritis

Secara konseptual, PMK 37 Tahun 2025 merupakan langkah progresif pemerintah dalam memperkuat reformasi perpajakan digital melalui penunjukan *marketplace* sebagai pemungut PPh Pasal 22. Kebijakan ini dinilai strategis untuk memperluas basis pajak dan meningkatkan transparansi transaksi digital. Namun demikian, efektivitas implementasinya sangat bergantung pada sejumlah aspek penting, baik dari sisi fiskal, teknologi, maupun kesiapan pelaku usaha.

Dari sisi fiskal, penetapan tarif pemungutan sebesar 0,5% dari omzet berpotensi menekan margin pelaku usaha mikro dan kecil, terutama bagi pedagang yang masih dalam tahap pemulihan pasca-pandemi. Meskipun pemerintah telah memberikan pengecualian bagi pedagang dengan omzet tahunan di bawah Rp500 juta, batas ini tetap perlu dievaluasi agar sejalan dengan kondisi ekonomi yang belum sepenuhnya

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

stabil. Kekhawatiran terjadinya beban berlebih bagi UMKM menjadi salah satu alasan pemerintah menunda implementasi kebijakan ini sampai situasi ekonomi lebih mendukung.

Dari aspek teknologi, kesiapan sistem *marketplace* untuk menjalankan pemungutan pajak masih belum merata. Penelitian Rosyid, (2024) menegaskan bahwa integrasi sistem perpajakan membutuhkan investasi besar dalam pengembangan API, pengamanan data, dan audit sistem. Ketidaksiapan *marketplace* kecil dapat menimbulkan kesenjangan dengan platform besar yang memiliki infrastruktur digital lebih matang. Kondisi ini menjadi pertimbangan penting dalam penundaan penerapan agar tidak menimbulkan disrupsi terhadap ekosistem digital.

Sementara itu, dari aspek edukasi dan kepatuhan, studi Pailaha et al., (2024) menunjukkan bahwa pemahaman UMKM terhadap kewajiban perpajakan digital, termasuk administrasi bukti potong dan pelaporan, masih rendah. Minimnya literasi pajak berpotensi menyebabkan resistensi terhadap kebijakan baru, terutama ketika diterapkan pada masa ekonomi yang belum stabil. Oleh karena itu, sinergi antara sosialisasi, pendampingan UMKM, dan penguatan literasi perpajakan menjadi prasyarat penting sebelum kebijakan ini diberlakukan penuh.

Secara keseluruhan, PMK 37 Tahun 2025 merupakan kebijakan visioner dalam memperkuat tata kelola perpajakan digital. Namun penundaan implementasi yang dilakukan pemerintah dapat dipahami sebagai langkah kehati-hatian untuk menjaga daya tahan UMKM dan memastikan kesiapan seluruh pemangku kepentingan. Agar kebijakan ini tidak hanya berorientasi pada optimalisasi penerimaan negara, pemerintah perlu memastikan keselarasan antara tujuan fiskal dan stabilitas ekonomi, sehingga ekosistem digital dapat tumbuh secara inklusif dan berkelanjutan.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil analisis terhadap PMK Nomor 37 Tahun 2025, dapat disimpulkan bahwa kebijakan ini merupakan langkah strategis pemerintah dalam memperkuat reformasi perpajakan digital melalui penunjukan *marketplace* sebagai pemungut PPh Pasal 22. Regulasi ini tidak hanya menyederhanakan mekanisme pemungutan pajak dan meningkatkan transparansi data transaksi, tetapi juga memperbaiki celah regulasi yang terdapat pada kebijakan sebelumnya yang belum mampu mengakomodasi pertumbuhan pesat perdagangan digital di Indonesia. Dengan pemungutan otomatis melalui *marketplace*, pemerintah berupaya menciptakan sistem perpajakan yang lebih efisien, akuntabel, dan setara antara pelaku usaha *online* dan *offline*.

Namun, implementasi PMK 37/2025 ditunda karena kondisi ekonomi nasional yang masih belum sepenuhnya stabil. Kekhawatiran terhadap penurunan margin UMKM, potensi migrasi pedagang dari *marketplace* ke platform lain, serta kemungkinan menurunnya daya beli masyarakat menjadi pertimbangan utama. Di sisi lain, kesiapan infrastruktur digital *marketplace* serta literasi perpajakan UMKM juga belum merata. Penundaan ini memungkinkan pemerintah, *marketplace*, dan pelaku usaha mempersiapkan diri melalui peningkatan kesiapan sistem, sosialisasi, dan edukasi perpajakan yang lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, PMK 37 Tahun 2025 adalah kebijakan yang visioner dalam transisi menuju ekosistem perpajakan digital yang modern. Namun, keberhasilan implementasinya memerlukan keseimbangan antara tujuan fiskal dan keberlanjutan ekonomi, terutama bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang menjadi tulang punggung perdagangan digital. Dengan kesiapan sistem, pemahaman pelaku usaha, serta kondisi ekonomi yang lebih stabil, kebijakan ini berpotensi memberikan dampak positif terhadap penerimaan negara sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan.

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Volume : 05 | Nomor 02 | November 2025 | E-ISSN : 2809-1809 | DOI: doi.org/10.47709/jap.v5i2.7332

Referensi

Direktorat Jendral Pajak. (n.d.). *PMK 37/2025, Kesetaraan Pajak Pedagang Online dan Offline*. https://www.pajak.go.id/id/artikel/pmk-372025-kesetaraan-pajak-pedagang-online-dan-offline

Faizah, Y. A., & Edy, N. (2024). *Penerapan Pajak Pertambahan Nilai terhadap Objek Pajak yang Dijual di Online Marketplace Penerapan Pajak Pertambahan Nilai terhadap Objek Pajak e-ISSN : 2809-8862 yang Dijual di Online Marketplace*. *15*.

Fitriandi, P. (2021). *PEMAJAKAN ATAS TRANSAKSI*. *July 2020*. https://doi.org/10.31092/jpi.v4i1.824

Leonardo, P., & Tjen, C. (2020). *Penerapan Ketentuan Perpajakan pada Transaksi E-Commerce pada Platform Marketplace*. *8*(1), 45–54. https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.17248

Pailaha, M., Karamoy, H., & Lambey, R. (2024). *Analisis perhitungan dan pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 22 atas pengadaan barang pada Dinas Pendidikan Daerah Provinsi Sulawesi Utara berdasarkan PMK Nomor 59/PMK.03/2022*. 452–457. https://doi.org/10.58784/rapi.225

Ramadhani, A. A., Rahmat, N. F., & Sakinah, G. (2025). *TINJAUAN NORMATIF-REGULATIF TERHADAP KEPATUHAN PEMBAYARAN PAJAK DIGITAL PADA OBJEK PAJAK E-COMMERCE DI INDONESIA*. *19*(9).

Ritonga, A. A., Vientiany, D., Theo, H., Sinaga, P., Auliyah, M., & Ghazali, A. (2025). *PPN dalam Ekosistem Ekonomi Digital: Antara Regulasi dan Realita Pelaku UMKM di Marketplace*. *20*(4), 1–5.

Rosyid, M. A. (2024). *The Effect of Digitalization on Compliance and Implementation of Tax Laws in Indonesia Pengaruh Digitalisasi Terhadap Kepatuhan dan Penerapan Hukum Pajak di Indonesia*. *5*, 265–280.

Tambunan, M. R. U. D., Rosdiana, H., & Irianto, E. S. (2020). *Taxing Digital Economy through Online Marketplace in*. *10*(2), 187–192.

Tanjung, A. H. M., Syafitri, F., & Harahap, Z. M. F. (2025). *ANALISIS MEKANISME PEMUNGUTAN, PELAPORAN, DAN EFEKTIVITAS PAJAK PENGHASILAN PASAL 22 DI INDONESIA*. *2*(2), 602–608.

Tempo. (n.d.). *Kemenkeu Tunda Penerapan Pajak E-Commerce*. https://www.tempo.co/ekonomi/kemenkeu-tunda-penerapan-pajak-e-commerce-2079615

Veisdal, J. (2020). *The dynamics of entry for digital platforms in two-sided markets : a multi-case study*. 539–556.

Yustiani, R., Yunanto, R., Manajemen, P. S., Studi, P., Akuntansi, K., Indonesia, U. K., & Barat, J. (2017). *PERAN MARKETPLACE SEBAGAI ALTERNATIF BISNIS DI ERA TEKNOLOGI INFORMASI*. *6*(2).

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License