

Analisis Kebijakan dan Implementasi Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online di Negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia

Puji Astuti Rahayu¹, Sylvia Fettry Elvira M², Monica Paramita Ratna Putri Dewanti³

^{1,2,3} Universitas Katolik Parahyangan, Jawa Barat, Kota Bandung

ARTICLE INFO

JEL Classification:
H21,L81

Key words:

Selebgram, Youtubers, bloggers, policy, evaluate

ABSTRACT

The income earned by online content creators (selebgrams, youtubers, and bloggers) is an object of Income Tax. The income of online content creators are potential taxes that are being unearthed by the DJP. This study aims to analyze tax policy for taxpayers of online content creators in the United States, South Korea, Philippines, and Indonesia, analyze potential tax revenues and evaluate the implementation of their tax obligations. This research uses descriptive and qualitative research. Data collection through field studies by conducting interviews, questionnaire, and literature studies. Based on the results of the study, each country studied imposed taxes on private residents, as well as non-residents. Every online content creator is asked to register to obtain a TIN, as well as NPWP in Indonesia. The difference is that online content creators must register their businesses, so that the tax authorities have a database.

ABSTRAK

Penghasilan yang diperoleh pembuat konten online (*selebgrams, youtubers, dan bloggers*) merupakan objek Pajak Penghasilan. Penghasilan pembuat konten online merupakan potensi pajak yang sedang digali oleh Direktorat Jenderal Pajak. Penelitian ini bertujuan menganalisis kebijakan perpajakan bagi wajib pajak orang pribadi pembuat konten online di negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia, menganalisis potensi penerimaan pajak dan mengevaluasi pelaksanaan kewajiban perpajakannya. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dan bersifat kualitatif. Pengumpulan data melalui studi lapangan dengan melakukan wawancara dan kuesioner terhadap wajib pajak pembuat konten online dan studi literatur. Berdasarkan hasil penelitian, setiap negara yang diteliti mengenakan pajak terhadap *resident*, maupun *non resident*. Setiap orang pribadi pembuat konten online diminta mendaftarkan diri agar memperoleh TIN, seperti halnya NPWP di Indonesia. Perbedaan Negara yang diteliti dengan Indonesia adalah pembuat konten online harus mendaftarkan usahanya, sehingga otoritas pajak memiliki database pembuat konten online.

1. PENDAHULUAN

Internet menjadi salah satu kebutuhan utama saat ini. Penelitian e-Marketer memperlihatkan bahwa pada tahun 2018 terdapat enam negara pengguna internet terbesar di dunia. Indonesia menduduki peringkat ke-6, dengan pengguna internet sebesar 123 juta jiwa. Pearl menyebutkan bahwa jumlah pengguna internet di negara berkembang seperti Indonesia dan India masih

memiliki ruang pertumbuhan yang besarnya dapat mencapai dua digit setiap tahun (www.kompas.com).

Youtube dan Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Media sosial ini digunakan oleh sebagian orang di penjuru dunia sebagai sumber pendapatan melalui profesi sebagai pembuat konten online yang melakukan kegiatan atas nama sendiri, seperti: *selebgrams*,

* Corresponding author, email address: ¹ pujirahayu@unpar.ac.id

youtubers, dan bloggers. Penghasilan pembuat konten online merupakan objek pajak yang seharusnya dapat meningkatkan penerimaan pajak. OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) mengungkapkan bahwa tax ratio Indonesia (11,5%) merupakan yang terendah jika dibandingkan dengan negara-negara di kawasan Asia Pasifik. Tax ratio Indonesia berada di bawah rata-rata negara anggota OECD dengan tax ratio 34,2%, kawasan Latin America and the Caribbean (LAC) dengan rata-rata 22,8% dan Afrika dengan rata-rata 18,2% (www.cnbcindonesia.com). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memperkirakan potensi penerimaan pajak dari profesi pembuat konten online mencapai Rp.15,6 triliun (www.vik.kompas.com). Banyak faktor yang menyebabkan pembuat konten online belum melaksanakan kewajiban perpajakannya, diantaranya: pemahaman dan pengetahuan mengenai peraturan perpajakan (Handayani dkk, 2012), serta kesadaran wajib pajak (Tahar dan Rachman, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini antara lain: a) Bagaimana kebijakan perpajakan wajib pajak orang pribadi pembuat konten online di negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia?, b) Bagaimana potensi penerimaan pajak pembuat konten online di Indonesia?, serta c) Bagaimana pelaksanaan kewajiban perpajakan wajib pajak orang pribadi pembuat konten online di Indonesia?

2. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pembuat konten online adalah orang pribadi yang memproses segala sesuatu dalam bentuk visual dan/atau audio dengan media tayang yang dapat ditransmisi kepada pihak lain melalui jaringan internet (www.pajak.go.id). Pembuat konten online terdiri dari: a) selebgram (pemilik akun instagram) adalah pembuat tayangan berupa video atau gambar untuk kemudian diposting melalui instagram atas nama diri sendiri, b) youtubers (pemilik akun youtube) merupakan

pembuat tayangan video untuk kemudian diposting melalui youtube atas nama akun pribadi, dan c) bloggers adalah pembuat konten tulisan yang kemudian di tayangkan melalui media blogspot, wordpress ataupun situs website pribadi.

Menurut Mileros, et al (2019) terdapat 5 (lima) model bisnis berdasarkan pembuat konten *creator* seperti youtuber, selebgram atau blogger, diantaranya 1) Consumer to Business (C2B) yaitu sekelompok konsumen yang berkumpul untuk mendapatkan volume diskon, contoh: blogger yang mempromosikan produk, 2) platform merupakan organisasi yang melayani dan menciptakan nilai untuk pengembang aplikasi, produsen, pengiklan, dan konsumen, contoh: youtube yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah konten, 3) social commerce (SC) merupakan media perdagangan melalui interaksi sosial konsumen, contoh: yahoo, 4) sosial media merupakan layanan online memfasilitasi saluran komunikasi informasi antara berbagai jenis pengguna dengan cara yang multidirectional, contoh: instagram, dan 5) User Generated Content (UGG) merupakan konten yang dibuat oleh pengguna dan merupakan karya kreatif yang dibuat oleh non professional, contoh: tiktok.

Dari kelima model bisnis tersebut, memunculkan profesi selebgram, youtuber dan blogger. Pembuat konten online harus melaksanakan kewajiban perpajakannya, karena pembuat konten online merupakan wajib pajak. Wajib pajak yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, menghitung pajak yang terutang, menyetorkan pajak yang terutang, dan melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT). Pembuat konten online dapat menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan untuk menghitung pajak yang terutang. Pencatatan dilakukan dengan mengacu pada Norma Penghitungan Penghasilan Neto berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER 17/PJ/2015. Sedangkan pembukuan mengacu pada Pasal 28 Undang Undang KUP No.16

Tahun 2009.

Namun, hingga saat ini tingkat kepatuhan wajib pajak pembuat konten online masih rendah.

Menurut Carolina dan Inayati (2021) kepentingan pribadi youtuber mempengaruhi persepsi dan kepatuhan pajak, selain itu kepatuhan pajak youtuber dipengaruhi oleh kualitas fiskus, kemudahan system administrasi perpajakan, dan prinsip keadilan dalam pemajakan. Selain itu, sebagian besar selebgram juga belum melaksanakan kewajiban pajak dikarenakan kurang pemahaman tentang pajak, belum menerima sosialisasi dari DJP, dan belum adanya aturan khusus mengenai pajak penghasilan dari kegiatan endorsement (Tahar, et all .2020). Profesi *youtuber* dan *blogger* juga muncul karena adanya *e-sport*, mereka dapat melakukan review ataupun memberikan tips bermain games secara online. Menurut Sung & Umar (2020) *E-sport* dapat dijadikan sebagai basis pajak baru. Ketiga profesi tersebut disebut sebagai pembuat konten online.

Oleh karena itu, pemerintah harus memungut pajak dari industri ini, selain itu pemerintah harus merevisi undang-undang perpajakan saat ini, atau mengikuti negara maju untuk memiliki undang-undang yang dirancang khusus untuk pajak e-sports dan e-ekonomi (Sung & Umar. 2020). Media yang digunakan oleh pembuat konten online merupakan media lintas negara yang dapat diakses oleh seluruh warga di dunia. Dalam rangka mengantisipasi penghindaran pajak ataupun penggelapan pajak yang dilakukan oleh wajib pajak maka pada tahun 2013 anggota OECD memprakarsai *Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Project*, hal ini disebabkan karena adanya implikasi ekonomi digital terhadap system perpajakan modern seperti Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Dalam *BEPS project* dibahas mengenai kesepakatan negara-negara anggota untuk mengenakan pajak atas keuntungan yang diperoleh perusahaan dalam ekonomi digital, seperti halnya youtube (Lowry .2019).

Dalam upaya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak, menurut Tahar et all (2020) strategi yang perlu dilakukan oleh DJP antara lain: 1) perlu adanya peraturan khusus mengenai perhitungan, penyeteroran, dan pelaporan penghasilan selebgram, 2) sosialisasi peraturan perpajakan yang lebih efektif, 3) perlu adanya system *e-tax* yang mempermudah selebgram dalam melaksanakan kewajiban pajaknya 4) pembentukan unit khusus di bawah DJP yang menangani pajak e-commerce, dan 5) rekrutmen karyawan yang memiliki pengetahuan teknologi informasi, audit dan akuntansi. Walaupun sebetulnya saat ini DJP telah memiliki rencana strategis periode 2020-2024 antara lain: 1) pengembangan system *click, call, counter*, 2) integrasi *digital tax knowledge based* dengan situs web DJP telah ditunjuk PT.Fintek Integrasi Digital sebagai penyedia jasa aplikasi perpajakan yang memberi edukasi perpajakan lewat media sosial serta layanan menyelenggarakan penyaluran SPT dalam bentuk dokumen elektronik, 3) pengembangan layanan edukasi pajak pada wajib pajak youtuber, 4) pengembangan program inklusi perpajakan DJP, kegiatan ini bertujuan untuk menanamkan kesadaran pajak sejak dini yaitu bagi kalangan pelajar dan mahasiswa, 5) pengembangan edukasi melalui pihak ketiga, yaitu pengembangan berbagai tax center untuk memperkecil ketidakpatuhan wajib pajak, 6) pengembangan sarana kehumasan, komunikasi dan edukasi melalui media sosial, 7) perluasan *prepopulated SPT PPh*, 8) perluasan kanal pembayaran pajak, 9) automasi penelitian restitusi wajib pajak youtuber (Carolina dan Inayati. 2021). Dari rencana tersebut, kegiatan yang belum dilaksanakan adalah pengembangan system *click, call, counter*, pengembangan layanan edukasi pajak pada wajib pajak youtuber, perluasan *prepopulated SPT PPh*, dan automasi penelitian restitusi wajib pajak youtuber. Selain upaya yang dilakukan oleh DJP, wajib pajak juga dapat meningkatkan pengetahuan pajak melalui media digital yang banyak tersedia saat ini bahkan diberikan secara gratis melalui

seminar online, youtube, maupun forum komunitas pajak untuk saling berbagi ilmu dan pengetahuan. Apabila dilihat dari sisi administrasi perpajakan, semakin baik administrasi perpajakan di suatu negara maka semakin tinggi tingkat kepatuhan pajaknya. Pemerintah saat ini cukup fokus dalam meningkatkan administrasi perpajakan dengan terus memperbaiki pelayanan perpajakan, memangkas birokrasi perpajakan, dan memperluas cakupan pelayanan berbasis teknologi.

Pengawasan yang efektif oleh DJP diperlukan dalam proses pelaksanaan kewajiban perpajakan. Menurut Lestari dkk (2019), proses pelaksanaan pengawasan yang dilakukan DJP dalam rangka mengawasi potensi pajak yang timbul atas penghasilan adsense tidaklah efektif. Namun DJP telah mengidentifikasi status wajib pajak dari para youtubers dan melakukan perbandingan data antara perhitungan penghasilan yang dilakukan oleh DJP dengan SPT Tahunan yang disampaikan oleh youtubers. DJP tidak memiliki data wajib pajak youtuber keseluruhan sehingga pengidentifikasian kepatuhan wajib pajak youtuber tidak menyeluruh dan skema perhitungan penghasilan adsense yang dilakukan Google tidak diketahui oleh DJP.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada, yaitu keadaan gejala menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum (Hikmawati, 2017). Penelitian ini bersifat kualitatif karena meneliti kondisi objek yang alamiah (kebijakan perpajakan wajib pajak orang pribadi pembuat konten online di negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia) dengan peneliti sebagai instrumen kunci.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi lapangan melalui kuesioner dan

wawancara terhadap wajib pajak yang berprofesi sebagai youtuber, selebgram, dan blogger. Penelitian ini juga menggunakan studi literatur. Studi literatur menurut Sekaran dan Bougie (2016:51) merupakan kegiatan untuk mempelajari dan mengidentifikasi teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2017).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan perpajakan ditetapkan oleh pemerintah di setiap Negara sebagai upaya untuk memberikan kepastian hukum, memberikan kemudahan, serta mendorong efisiensi dalam administrasi perpajakan. Berikut rekapitulasi kebijakan perpajakan mengenai subjek pajak, objek pajak, penyeteroran pajak terutang, pelaporan pajak, dan pemeriksaan pajak (PWC, 2020):

4.1 Analisis Kebijakan Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online di Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia

a. Amerika Serikat

1) Subjek Pajak dan Objek Pajak

Amerika Serikat mengenakan pajak terhadap warga negara dan resident atas penghasilan yang diperoleh atau diterima, baik dari dalam maupun luar negeri. Sementara non-resident di Amerika Serikat dikenakan pajak atas penghasilan yang berasal dari Amerika Serikat. Penentuan residence status dari Wajib Pajak dilakukan melalui tes yang objektif. Wajib Pajak dinyatakan sebagai resident jika merupakan pemegang "Green Card atau telah memenuhi test kehadiran substansial. Orang pribadi pembuat konten online harus mendaftarkan diri untuk memperoleh Taxpayer Identification Number (TIN) untuk dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya. TIN dibutuhkan ketika mengisi SPT (tax return) atau mengklaim tax treaty benefit maupun exemption.

2) Tarif Pajak

Orang pribadi pembuat konten online merupakan subjek dari self-employment taxes (Social Security Tax sebesar 12,4% dari penghasilan bersih dengan maksimum penghasilan bersih 137.700 USD dan Medicare Tax sebesar 2,9% - 3,8% dari seluruh penghasilan bersih). Selain dikenakan self-employment taxes, pembuat konten online juga dikenakan pajak penghasilan individu. Amerika menerapkan tarif progresif terhadap wajib pajak orang pribadi dengan tarif terendah 10% dan tertinggi 37%.

3) Pengurang Penghasilan Individu

Pengurang penghasilan yang berkaitan dengan keluarga dan tanggungan di Amerika Serikat terbagi menjadi 2 kelompok, yaitu standard deduction yang terkait dengan status perkawinan dan general tax credit (child credit).

4) Penyetoran Pajak Terutang

Periode pajak dimulai tanggal 1 Januari s/d 31 Desember. Jatuh tempo penyetoran pajak terutang adalah tanggal 31 Maret tahun berikutnya.

5) Pelaporan Pajak

Pelaporan pajak orang pribadi paling lambat tanggal 14, empat bulan setelah berakhirnya tahun pajak dengan melaporkan Form 1040 (Individual Tax Return) yang disertai Schedule C (Profit or Loss from Business) dan Schedule SE (Self-Employment Taxes). Form tersebut dapat diunduh pada website IRS.

6) Pemeriksaan Pajak

Internal Revenue Service (IRS) merupakan otoritas pajak di Amerika Serikat yang berwenang melakukan pemeriksaan pajak atas rekening individu dan informasi keuangan untuk memastikan informasi telah dilaporkan dengan benar dan untuk memverifikasi keakuratan jumlah pajak

yang dilaporkan pada laporan pajak individu. Pelaporan pajak diperiksa oleh IRS dengan dipilih secara sampel acak atau dengan pencocokkan dokumen pendapatan. Setelah pemeriksaan dilakukan, wajib pajak dapat menyetujui hasil pemeriksaan atau tidak menyetujui dengan cara melakukan upaya hukum lain yaitu banding. Apabila wajib pajak tidak puas dengan hasil keputusan banding, maka dapat membawa kasus tersebut ke pengadilan.

b. Korea Selatan

1) Subjek Pajak dan Objek Pajak

Pembayar pajak di Korea meliputi warga negara, resident, dan non-resident. Resident (orang pribadi yang berdomisili di Korea atau telah tinggal 183 hari atau lebih dalam 1 tahun pajak) dan warga negara merupakan subjek pajak penghasilan dari seluruh penghasilan yang diperoleh di dalam negeri maupun luar negeri. Non-resident merupakan subjek pajak dari penghasilan yang berasal dari Korea saja. Pembuat konten online di Korea merupakan subjek dari global income yang berasal dari business income di bidang seni dan hiburan. Wajib pajak orang pribadi harus memiliki dua tipe Tax Identification Number (TIN) yang digunakan untuk mengisi SPT, yaitu: Resident Registration Number (RRN) dan Business Registration Number (BRN).

2) Tarif Pajak

Penghasilan kena pajak untuk business income diperoleh dari keseluruhan penghasilan pada setiap periode pajak yang tersisa setelah mengurangi laba kotor dengan biaya-biaya yang diperbolehkan dan kerugian yang dibawa maksimum dari 10 tahun sebelumnya. Jumlah pajak penghasilan dihitung dengan menerapkan tarif progresif, dengan tarif terendah 6% dan tertinggi 42%.

3) Pengurang Penghasilan Individu

Resident di Korea Selatan dengan global income setiap tahun dapat mengurangi penghasilannya sebesar 1.500.000 KRW dikali dengan jumlah individu dalam keluarga wajib pajak, yaitu untuk: 1) wajib pajak yang merupakan resident; 2) pasangan dengan penghasilan tahunan tidak lebih dari 1.000.000 KRW (dalam kasus pasangan memiliki penghasilan dari upah atau gaji saja dan pasangan dengan total upah atau gaji tidak mencapai 5.000.000 KRW); 3) tanggungan dengan penghasilan tahunan tidak lebih dari 1.000.000 KRW yang tinggal bersama dengan wajib pajak (dalam kasus tanggungan memiliki penghasilan dari upah dan gaji saja dan tanggungan dengan total upah atau gaji tidak mencapai 5.000.000 KRW).

4) Penyetoran Pajak Terutang

Penyetoran pajak terutang orang pribadi pembuat konten online harus dilakukan sebelum tanggal 31 Mei tahun berikutnya.

5) Pelaporan Pajak

Tahun pajak dimulai tanggal 1 Januari s/d 31 Desember. Wajib pajak orang pribadi harus mengisi laporan pajak tanggal 1 Mei s/d 31 Mei tahun berikutnya.

6) Pemeriksaan Pajak

Otoritas pajak di Korea adalah National Tax Service (NTS). Pemeriksaan dilakukan berdasarkan random sampling. Sebagai bagian dari komitmen pemerintah untuk mengidentifikasi dan memajaki semua lini bisnis, pengawasan ketat ditempatkan pada penghindaran pajak luar negeri, aset yang tersembunyi dari individu atau bisnis dengan laba tinggi.

c. Filipina

1) Subjek Pajak dan Objek Pajak

Filipina mengenakan pajak kepada resident dan warga negaranya atas

pendapatan yang berasal dari dalam dan luar negeri. Sementara badan asing atau WNA yang memperoleh penghasilan dari Filipina dan non resident yang berada di Filipina dikenakan pajak hanya terhadap penghasilan yang berasal dari Filipina. Berdasarkan Revenue Memorandum Circular (RMC) No. 60 -2020 yang terbit 1 Juni 2020, orang pribadi yang melakukan usaha dan memperoleh penghasilan dalam berbagai cara atau bentuk, terutama terkait transaksi digital yang melalui platform digital diwajibkan untuk mendaftarkan usahanya sesuai ketentuan Section 236 Tax Code yang telah diubah dan menyatakan bahwa mereka patuh terhadap pajak. Pembuat konten online diwajibkan memiliki Tax Identification Number (TIN) kemudian mendaftarkan usahanya.

2) Tarif Pajak

Non resident dikenakan tarif flat 25% atas penghasilan yang bukan berasal dari perdagangan atau bisnis di Filipina. Tarif tersebut dapat lebih rendah, tergantung tax treaty antara Filipina dengan negara asal. Wajib Pajak orang pribadi pembuat konten online, baik warga negara maupun resident di Filipina dengan penghasilan kotor sampai dengan 3.000.000 PHP, dapat memilih menggunakan tarif berlapis dengan tarif terendah 20% dan tertinggi 35% atau tarif 8% dari penjualan atau penghasilan kotor yang lebih dari 250.000 PHP. Wajib pajak dengan penghasilan kotor di atas 3.000.000 PHP wajib menggunakan tarif berlapis.

3) Pengurang Penghasilan Individu

Filipina tidak mengatur mengenai pengurang penghasilan individu terkait dengan status keluarga dan tanggungan. Batasan penghasilan tidak kena pajak di Filipina adalah sebesar 250.000 PHP. Bagi orang pribadi pembuat konten online, batasan ini

digunakan untuk mengurangi penghasilan bruto sebelum dikali tarif 8%. Sementara untuk penggunaan tarif berlapis, batasan 250.000 PHP ini dikalikan dengan tarif 0% yang dengan kata lain dianggap sebagai pengecualian atau batasan tidak kena pajak.

4) **Penyetoran Pajak Terutang**

Tahun pajak Filipina dimulai tanggal 1 Januari s/d 31 Desember. Kekurangan pembayaran pajak harus disetorkan sebelum tanggal 15 April tahun berikutnya (sebelum pelaporan pajak).

5) **Pelaporan Pajak**

Batas waktu pelaporan SPT adalah tanggal 15 April tahun berikutnya.

6) **Pemeriksaan Pajak**

Wajib pajak dapat diperiksa berdasarkan hasil kriteria seleksi yang ditentukan oleh Pejabat BIR (Pejabat daerah pendapatan, Kepala Bagian penaksiran wajib pajak besar, kepala bagian operasi wajib pajak cukai, kepala bagian kasus kebijakan dan divisi penipuan pajak) yang bertanggung jawab melakukan pemeriksaan/penyidikan wajib menyiapkan daftar semua wajib pajak yang termasuk dalam kriteria seleksi yang ditentukan oleh Revenue Memorandum Order yang diterbitkan oleh CIR untuk menetapkan pedoman audit pada tahun tertentu.

d. **Indonesia**

1) **Subjek Pajak dan Objek Pajak**

Subjek pajak orang pribadi di Indonesia dibedakan menjadi subjek pajak dalam negeri dan subjek pajak luar negeri. Subjek pajak dalam negeri adalah orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 hari dalam 12 bulan, atau orang pribadi yang dalam satu tahun pajak berada di Indonesia dan mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia. Penghasilan orang pribadi pembuat

konten online di Indonesia dianggap sebagai penghasilan yang terkait pekerjaan bebas yang merupakan objek pajak non final, artinya apabila pembuat konten online tersebut memiliki penghasilan lain, maka penghasilannya akan digabungkan dan dihitung pajaknya

2) **Tarif Pajak**

Orang pribadi pembuat konten online di Indonesia dianggap sebagai pekerjaan bebas yaitu sebagai pekerja seni dengan Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) 90002. Apabila orang pribadi pembuat konten online memiliki penghasilan bruto di bawah threshold Rp. 4.800.000.000, maka orang pribadi pembuat konten online dapat menggunakan Norma Penghitungan Penghasilan Neto sebesar 50% sesuai PER Nomor 17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto. Penghasilan neto diperoleh dengan mengalikan persentasi NPPN sebesar 50% dengan penghasilan bruto. Apabila melebihi threshold Rp. 4.800.000.000, maka wajib menggunakan tarif berlapis dengan tarif terendah 5% dan tertinggi 30%.

3) **Pengurang Penghasilan Individu**

Pengurang penghasilan individu yang terkait dengan keluarga dan tanggungan di Indonesia dikenal dengan sebutan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), sesuai PMK no.101/PMK.010/2016 yang berlaku sejak 2016.

4) **Penyetoran Pajak Terutang**

Penyetoran pajak tahunan wajib pajak orang pribadi maksimal pada akhir bulan ke 3 setelah berakhirnya tahun pajak, sebelum pelaporan SPT dilakukan.

5) **Pelaporan Pajak**

Pelaporan pajak orang pribadi harus dilakukan maksimal pada akhir bulan ke 3 setelah berakhirnya tahun pajak, yaitu 31 Maret tahun berikutnya.

6) Pemeriksaan Pajak

Pemeriksaan pajak dilakukan oleh tim pemeriksa pajak dari DJP. Pemeriksa pajak berwenang untuk melakukan pemeriksaan dalam rangka menguji pemenuhan kewajiban perpajakan atau tujuan lain. Jenis pemeriksaan yang ada di Indonesia adalah: pemeriksaan rutin, pemeriksaan khusus, pemeriksaan kriteria seleksi, pemeriksaan wp lokasi, pemeriksaan tahun berjalan, pemeriksaan bukti permulaan, pemeriksaan terintegrasi, pemeriksaan untuk tujuan penagihan pajak, dan pemeriksaan dalam rangka keberatan. Pemeriksaan dapat dilakukan single tax audit atau all taxes.

4.2 Analisis Potensi Penerimaan Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online

Pandemi covid 19 di Indonesia mengakibatkan sebagian besar masyarakat memiliki keterbatasan untuk tatap muka maupun rekreasi, sehingga masyarakat lebih aktif di dunia maya untuk mencari hiburan. Hal ini menjadi salah satu penyebab semakin banyak masyarakat yang berprofesi sebagai youtuber, selebgram ataupun blogger.

Penghasilan yang diterima oleh pembuat konten online bervariasi tergantung dari berbagai faktor, seperti: tokoh terkenal, konten menarik dan unik, serta konsisten menggeluti profesinya, dan jenis profesinya. Berikut jenis penghasilan yang diperoleh pembuat konten online: selebgram memperoleh penghasilan yang bersumber dari fee sehubungan kegiatan endorsement yang dilakukan produk pihak lain. Sebagian besar fee ini didasarkan pada jumlah posting di Instagram baik berbentuk video maupun foto. Hingga saat ini DJP di Indonesia belum memiliki database jumlah wajib pajak yang berprofesi sebagai selebgram, sehingga pengawasan dilakukan melalui SONETA (Social Network Analytics), namun masih dilakukan di masing-masing KPP atau unit secara manual belum tersistem atau terintegrasi, dan juga melalui sosial media baik website, youtube, maupun instagram. Data estimasi penghasilan yang diperoleh berdasarkan hasil pengawasan tersebut dibandingkan dengan SPT yang telah dilaporkan oleh selebgram. Sebagai ilustrasi, berikut 10 selebgram dengan penghasilan terbesar di Indonesia:

Tabel 1. Perkiraan Penghasilan Selebgram Per Tahun (dalam jutaan rupiah)

No	Nama Selebgram	Perkiraan Penghasilan bruto per tahun	Perkiraan Penghasilan Neto per tahun	PTKP	PKP	Pajak Terutang
	(a)	(b)	(c) = (b) x 50%	(d)	(e) = (c) - (d)	(f)
1	Ria ricis	600	300	54	246	31
2	Rachel Venya	312	156	54	102	10,3.
3	Awkarin	240	120	54	66	4,9
4	Anya Geraldine	90	45	54	-	-
5	Clairine Christabel	180	90	54	36	1,8

Sumber: Data diolah

Berdasarkan data di atas, penghasilan selebgram bervariasi, semakin terkenal maka semakin banyak jumlah followernya dan semakin besar peluang selebgram mempengaruhi follower untuk membeli suatu produk. Perkiraan penghasilan bruto per tahun (b) diperoleh dari perkiraan fee setiap posting

dikalikan 120 posting dalam satu tahun (Accurate, 2020). Perkiraan penghasilan neto per tahun (c) diperoleh dari penghasilan bruto dikalikan tarif KLU 90002 sebagai pekerja seni yaitu 50%. Penghasilan Kena Pajak (PTKP) pada kolom (d) diperoleh dari status wajib pajak wanita TK/0 yaitu Rp. 54.000.000 setiap

tahun. Pajak terutang (f) diperoleh dari tarif pajak penghasilan orang pribadi berdasarkan Pasal 17 UU PPh dikalikan dengan PKP (Penghasilan Kena Pajak).

Berbeda dengan selebgram, dasar perhitungan penghasilan youtuber memiliki beberapa versi, ada yang menghitung berdasarkan google ads dengan model revenue per click, menggunakan estimasi \$0.3-\$0.8 USD pendapatan per 1.000 views, dan ada yang mengacu pada hasil perhitungan pendapatan yang dilakukan oleh Socialblade. Socialblade memberikan data 250 youtuber dengan

penghasilan terbesar di Indonesia, jumlah subscriber, jumlah viewer, estimasi pendapatan setiap bulan dan setiap tahun. Perhitungan pendapatan didasarkan pada nilai CPM \$0.25 - \$ 4 USD dikali jumlah penayangan setiap hari, dengan asumsi setiap penayangan di channel youtuber dimonetisasi. Sebagai ilustrasi berikut perkiraan penghasilan youtuber pada tahun 2020 yang telah diurutkan berdasarkan subscriber terbanyak.

Tabel 2. Perkiraan Penghasilan Youtuber Tahun 2020 (dalam jutaan rupiah)

No	Nama Youtuber	Perkiraan Penghasilan Bruto per tahun	Perkiraan Penghasilan Neto per tahun	PTKP	PKP	Pajak Terutang
(a)	(b)	(c) = (b) x 50%	(d)	(e) = (c) - (d)	(f)	
1	Atta Halilintar	3.393,1	1.696,5	54	1.642,5	453,9
2	Ricis official	3.777,4	1.888,7	54	1.834,7	511,6
3	Miauw Aug	5.362,2	-	54	-	-
4	Deddy Corbuzier	5.938,6	-	58,5	-	-
5	Panji Petualang	2.474,1	1.237,0	67,5	1.169,5	3.161,1

Sumber: Data diolah

Perkiraan penghasilan bruto youtuber (b) merupakan perkiraan penghasilan per tahun berdasarkan nilai penghasilan minimal menurut Socialblade yang telah dikonversi ke rupiah, dengan Kurs Menteri Keuangan tanggal 7 Oktober 2020 sebesar Rp.14.895/1 USD. Perkiraan penghasilan neto per tahun (c) diperoleh dari penghasilan bruto dikali dengan tarif KLU 90002 sebagai pekerja seni sebesar 50%. Tarif NPPN dapat digunakan oleh orang pribadi dengan penghasilan bruto dalam satu tahun sampai dengan Rp.4.800.000.000. Apabila wajib pajak telah memperoleh penghasilan bruto di atas Rp.4.800.000.000, maka diwajibkan untuk menyelenggarakan pembukuan. Sesuai dengan Pasal 28 Undang Undang Ketentuan Umum Perpajakan, pembukuan terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan penjualan dan laporan pembelian. Oleh karena itu Youtuber Miauw Aug dan Deddy Corbuzier tidak dapat menggunakan tarif NPPN. Hal ini akan berpengaruh pada saat PKP yang harus menghitung beban yang dikeluarkan masing-

masing youtuber untuk memperoleh penghasilan.

PTKP (d) diperoleh dari status wajib pajak masing-masing youtuber. PTKP wajib pajak Rp.54.000.000, tambahan untuk wajib pajak kawin Rp.4.500.000, dan Rp.4.500.000/orang untuk tanggungan maksimal 3 orang. PKP (f) diperoleh dari perkiraan penghasilan neto dikurangi dengan PTKP. Youtuber Miauw Aug dan Deddy Corbuzier yang harus menyelenggarakan pembukuan, dengan mekanisme perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Penghasilan bruto} - \text{biaya operasional} = \text{laba operasional}$$

$$\text{Laba operasional} - \text{PTKP} = \text{PKP}$$

Pajak terutang (f) diperoleh dari tarif pajak penghasilan berdasarkan pasal 17 UU PPh dikalikan dengan PKP. Hingga saat ini DJP belum memiliki data mengenai jumlah youtuber di Indonesia. Pengawasan dilakukan melalui SONETA, namun masih dilakukan di

masing-masing KPP secara manual belum tersistem atau terintegrasi, dan masih mengacu pada Socialblade dan pengawasan di social media. Sistem perpajakan orang pribadi menganut self assesment system, youtuber diberikan kepercayaan untuk menghitung, menyetorkan dan melaporkan pajaknya sendiri. Beberapa youtuber memperoleh penghasilan tidak hanya dari google ads, tetapi juga dari fee brand ambassador di channel youtubanya, fee di akun instagram, fee iklan dari stasiun televisi, fee sebagai narasumber di

televisi dan lain-lain. Konten para youtuber yang disajikan pada socialblade (2020) beraneka ragam. Sebagian besar youtuber memiliki konten entertainment yang menunjukkan preferensi masyarakat Indonesia saat menyaksikan video di youtube.

Blogger juga diklasifikasikan sebagai pembuat konten online. Penghasilan blogger diperoleh dari fee iklan yang dipajang pada website milik blogger. Berikut dua blogger berdasarkan penghasilan tertinggi:

Tabel 3. Perkiraan Penghasilan Blogger Tahun 2020 (dalam jutaan rupiah)

No	Nama Blog	Perkiraan Penghasilan Bruto per tahun	Perkiraan Penghasilan Neto per tahun	PTKP	PKP	Pajak Terutang
1	Igniel.com	36	18	54	-	-
2	Bosstutorial.com	39,5	19,8	54	-	-

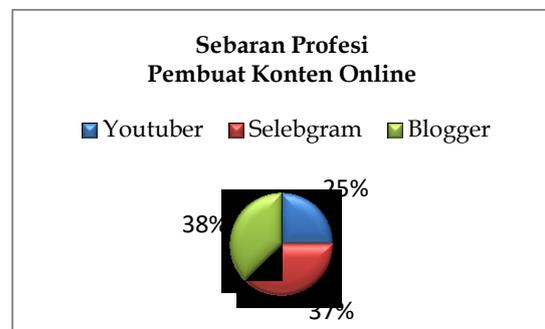
Sumber: Data diolah

Perkiraan penghasilan neto pada Tabel 3 diperoleh dari Kompasiana (2020), menunjukkan bahwa tidak terdapat pajak terutang atas penghasilan dua blogger tersebut, karena penghasilan neto per tahun berada di bawah PTKP. Walaupun demikian, terdapat blogger yang tidak hanya memperoleh penghasilan dari iklan, tetapi juga berprofesi sebagai karyawan. Hal ini akan menambah penghasilan neto.

4.3 Evaluasi Pelaksanaan Kewajiban Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online.

Apabila wajib pajak memiliki penghasilan bruto dalam setahun tidak melampaui Rp.4.800.000.000, maka untuk menghitung pajak terutang pembuat konten online dapat menghitung penghasilan neto berdasarkan tarif NPPN dan memiliki kewajiban pencatatan. Sedangkan apabila penghasilan bruto telah melampaui Rp.4.800.000.000 maka diwajibkan untuk menyelenggarakan pembukuan. Pembukuan yang diwajibkan terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan pembelian, dan laporan penjualan. Dalam upaya mengevaluasi pelaksanaan kewajiban perpajakan wajib pajak orang pribadi pembuat

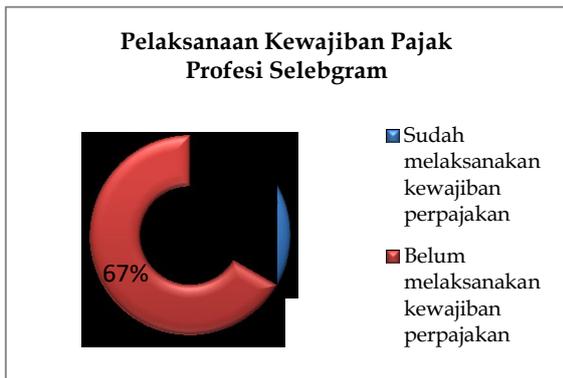
konten online, peneliti telah menyebarkan kuesioner kepada youtuber, selebgram, dan blogger yang berada di Kota Bandung. Berikut sebaran profesi pembuat konten online:



Sumber: Data diolah

Grafik 1. Sebaran Profesi Pembuat Konten Online

Berdasarkan grafik 1 dapat diketahui bahwa responden sebagian besar berprofesi sebagai blogger. Berikut pelaksanaan kewajiban perpajakan profesi selebgram.



Sumber: Data diolah

Grafik 2. Pelaksanaan Kewajiban Pajak Profesi Selebgram

Berdasarkan gambar di atas yang diolah dari hasil kuesioner, dapat diketahui responden yang berprofesi sebagai selebgram 67% masih belum melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan, diantaranya belum memiliki NPWP, belum menghitung pajak penghasilan terutang, belum menyetorkan dan belum melaporkan SPT. Namun sebagian responden telah memiliki NPWP dan penghasilannya telah dipotong pajak oleh pemberi penghasilan, tetapi belum melaksanakan pelaporan SPT Tahunan. Responden sejumlah 33% sudah melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan, diantaranya: telah memiliki NPWP, telah dipotong pajak penghasilan oleh pemberi penghasilan, dan telah melaporkan SPT Tahunan.

Berikut pelaksanaan kewajiban perpajakan profesi youtuber:



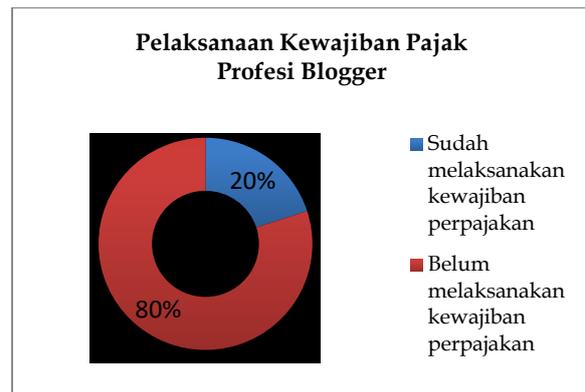
Sumber: Data diolah

Grafik 3. Pelaksanaan Kewajiban Pajak Profesi Youtuber

Berdasarkan grafik 3 memperlihatkan

bahwa 50% youtuber telah melaksanakan kewajiban perpajakannya walaupun penghasilan yang diterima belum dipotong oleh Google namun, responden telah memiliki NPWP, menghitung pajak terutang, menyetorkan dan telah melaporkan SPT Tahunan sesuai peraturan perpajakan yang berlaku.

Berikut pelaksanaan kewajiban perpajakan profesi blogger:



Sumber: Data diolah

Grafik 4. Pelaksanaan Kewajiban Pajak Profesi Blogger

Grafik 4 memperlihatkan bahwa 80% responden yang berprofesi sebagai blogger belum melaksanakan kewajiban perpajakannya, walaupun sebagian besar telah dipotong penghasilan oleh pemberi penghasilan, namun belum dilaporkan oleh wajib pajak pada SPT Tahunan. Sedangkan 20% responden yang berprofesi sebagai blogger telah melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan perpajakan yang berlaku.

5. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, setiap negara yang diteliti mengenakan pajak terhadap orang pribadi, baik yang merupakan warga negara, resident, maupun non resident (WNA). Setiap orang pribadi pembuat konten online diminta mendaftarkan diri agar memperoleh Tax Identification Number (TIN), seperti halnya NPWP di Indonesia. Objek pajak penghasilan pembuat konten online adalah seluruh penghasilan yang diterima dan/atau diperoleh, seperti advertising dan audience

engagement dari Youtube, endorsement, penghasilan dari iklan, paid promote, kolaborasi, maupun hadiah. Semua negara yang diteliti menggunakan tarif berlapis untuk menghitung pajak penghasilan orang pribadi pembuat konten online, di Filipina dan Indonesia juga memberikan pilihan untuk menggunakan mekanisme yang berbeda bagi wajib pajak orang pribadi dengan penghasilan kotor di bawah threshold VAT atau PPN. Perbedaan di negara yang diteliti terletak pada adanya kewajiban untuk mendaftarkan usahanya sebagai pembuat konten online. Di Indonesia perhitungan pajak pembuat konten online dapat menggunakan metode NPPN atau pembukuan tergantung dari penghasilan bruto yang diterima dalam satu tahun.

Otoritas pajak memiliki kewenangan untuk melakukan pemeriksaan pajak untuk menguji kepatuhan wajib pajak, namun apabila wajib pajak tidak setuju dengan hasil pemeriksaan maka dapat mengajukan keberatan, banding, peninjauan kembali dan gugatan. Penghasilan orang pribadi pembuat konten online memberikan potensi yang besar dalam penerimaan negara, namun tingkat kepatuhannya masih rendah, apabila dibandingkan dengan Negara Amerika Serikat, Filipina, dan Korea Selatan. Beberapa hal yang dapat dilakukan oleh DJP dalam upaya untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak pembuat konten online adalah segera melaksanakan pengembangan system *click, call, counter*, perluasan prepopulated SPT PPh, automasi penelitian restitusi wajib pajak seperti yang tertuang dalam renstra DJP, serta pengembangan layanan edukasi pajak tidak hanya diperuntukkan bagi wajib pajak pembuat konten online tetapi juga platform model bisnis sebagai pemotong pajak pembuat konten online, dan mewajibkan pembuat konten online untuk mendaftarkan usahanya.

Keterbatasan pada penelitian ini terdapat pada penggunaan sampel yang diambil dengan metode purposive sampling. Penggunaan metode ini menyebabkan sampel tidak dapat mencakup sebagian besar populasi. Diharapkan peneliti selanjutnya

dapat menyebarkan kuesioner tidak hanya kepada wajib pajak yang berprofesi sebagai pembuat konten online yang berdomisili di kota Bandung, tetapi juga di kota-kota besar lainnya, seperti: Jakarta, Surabaya, Medan dan sebagainya.

REFERENSI

Accurate. (2020). Tajir Melipir! 10 Selebgram Terkaya di Indonesia Dengan penghasilan Ratusan Juta Per Bulan. <https://accurate.partners/news/tajir-melipir-10-selebgram-terkaya-di-indonesia-dengan-penghasilan-ratusan-juta-per-bulan/>. Diakses (pada tanggal 8 Oktober 2020).

Carolina, A., & Inayati, I. (2021). Analisis Strategi Pemerintah dalam Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Youtuber Di Indonesia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 533-549.

CNBC Indonesia. (2017). Miris! Ternyata Tax Ratio Indonesia Terendah di Asia Pasifik. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20190726094730-4-87743/miris-ternyata-tax-ratio-indonesia-terendah-di-asia-pasifik>. Diakses (pada tanggal 12 Desember 2020)

Handayani, Septi., Faturokhman, Agus., Pratiwi, Umi. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemauan Membayar Pajak Wajib Pajak Orang Pribadi Yang Melakukan Pekerjaan Bebas. *Simposium Nasional Akuntansi XIV*.

Hikmawati, Fenti. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business a Skill Building Approach Seventh Edition*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd.

Socialblade. (2020). Top 250 Youtubers in Indonesia Sorted By Subscribers.

- <https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed>. Diakses (pada tanggal 8 Oktober 2020).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kompas. (2017). Menguak layar Bisnis Selebgram. <https://vik.kompas.com/selebgram/>. Diakses (pada tanggal 12 Desember 2020).
- Kompas. (2017). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/Pengguna.Internet.Indonesia.Nomor.Enam.Dunia>. Diakses (pada tanggal 12 Desember 2020).
- Kompasiana. (2019). 10 Blog Indonesia Dengan Penghasilan Tertinggi. <https://www.kompasiana.com/putrifatmala9949/5c9d71e03ba7f754f13c70e3/10-blog-indonesia-dengan-penghasilan-tertinggi#>. Diakses (pada tanggal 8 Oktober 2020).
- Lestari, Ainul., Nurmantu., Vikaliana. (2019). Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal pajak Tahun 2018. *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 6(2): 155-162.
- Lowry, S. (2019). *Digital Services Taxes (DSTs): Policy and Economic Analysis*. Congressional Research Service Report, 45532.
- Mileros, Martin., lakemond, N., and Forchheimer (2019). Towards a Taxonomy of E-commerce: Characterizing Content Creator-Based Business Models. *Technology Innovation Management Review*, 9(10), 62-77.
- Peraturan Direktorat Jenderal Pajak PER 17/PJ/2015 Tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto.
- PWC. (2020). *Tax Summaries*. <https://taxsummaries.pwc.com/united-states/individual/significant-developments>. Diakses (pada tanggal 17 April 2020).
- PWC. (2020). *Tax Summaries*. <https://taxsummaries.pwc.com/republic-of-korea/individual/significant-developments>. Diakses (pada tanggal 16 April 2020).
- PWC. (2020). *Tax Summaries*. <https://taxsummaries.pwc.com/philippines/individual/significant-developments>. Diakses (pada tanggal 16 April 2020).
- Sung, M. H., & Umar, W. (2020). A New Industry and Tax Base on Taxing Esports in Indonesia. *Jurnal Media Hukum*, 27(2), 147-165.
- Tahar, Afrizal., Kartika Arnain., Rachman. (2014). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap kepatuhan Wajib Pajak. *Journal of Accounting and Investment* 15(1):56-67.
- Tahar, A., Rizkia, L. M., & Hariyanto, E. (2020). Taxing Celebrity Social Media Endorsements Income: A Preliminary Study of Instagram Celebrities. *Journal of Accounting and Investment*, 1(3), 602-621.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Sebagaimana Telah Diubah Terakhir Dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009. (Susunan Dalam Satu Naskah).