

Implementasi Peraturan Pajak Penghasilan (PPh) Terhadap Penghasilan dari Paid Promote Profesi Youtuber di Indonesia

Maulani Qomariah Nur Fitri¹, Rahayu Subekti², Rosita Candrakirana³

Fakultas Hukum, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Info Artikel

Keywords:

Social Media Youtube,
Youtuber, Paid Promote,
Income Tax

Kata kunci:

Media Sosial Youtube,
Youtuber, Promosi Berbayar,
Pajak Penghasilan

Corresponding Author:

Maulani Qomariah Nur Fitri,
E-mail: maulaniqnf3@gmail.com

P-ISSN : 2797-8192

E-ISSN : 2797-393X

Abstract

This study describes and examines the imposition of Paid Promote by Youtubers as an object of income tax referring to the Tax Regulations and Law Number 36 of 2008 concerning Income Tax (UU PPh). Even though the Youtuber profession is a fairly new profession, this profession is in great demand, especially by the younger generation because of its quite fantastic income. Along with the fantastic income of a Youtuber, the Directorate General of Taxes or DJP for short, looks at a sizable opportunity to increase state revenues through the imposition and collection of income tax (PPh) as referred to in the Income Tax Law. In the other hand, there are no regulations which specifically mention the taxation of Youtubers, so the calculation of income tax for this profession still tends to be very abstract.

Abstrak

Penelitian ini mendeskripsikan dan mengkaji mengenai pengenaan *Paid Promote* (Promosi Berbayar) oleh *Youtuber* menjadi salah satu di antara sekian banyak objek pajak penghasilan mengacu pada Peraturan Perpajakan serta UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Meskipun profesi *Youtuber* termasuk profesi yang cukup baru, profesi ini cukup banyak diminati terutama oleh generasi muda karena penghasilannya yang tergolong cukup fantastis. Seiring dengan penghasilan seorang *Youtuber* yang cukup fantastis ini, Direktorat Jenderal Pajak atau disingkat DJP, melirik peluang yang cukup besar guna menambah kas atau pemasukan negara dengan pengenaan serta pungutan pajak penghasilan sebagaimana merujuk pada UU PPh. Namun, belum terdapatnya peraturan atau regulisasi terkhusus yang mengatur mengenai pengenaan pajak *Youtuber* membuat perhitungan PPh terhadap profesi tersebut masih cenderung sangat abstrak.

I. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang begitu pesat dan dinamis menjadikan platform media sosial semakin mudah untuk diakses masyarakat dari berbagai kalangan maupun usia. Hadirnya berbagai platform seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, maupun *Youtube*, menjadikan berbagai macam kegiatan bersosialisasi secara virtual semakin mudah terkhususnya dalam kegiatan jual beli. Melalui beberapa platform tersebut, kegiatan pemasaran ataupun promosi barang yang akan diperjualbelikan menjadi lebih mudah karena dapat dibuka secara luas di mana pun di waktu apa saja melalui berbagai macam perangkat. Salah satu platform yang banyak diminati oleh para pebisnis dalam memasarkan produknya adalah *Youtube*.

Youtuber adalah salah satu sebutan kepada seseorang yang membuat video atau konten yang kemudian diunggah dalam situs *Youtube* dan mendapatkan reaksi dari banyak orang. Pada masa ini, *Youtube* telah berevolusi menjadi salah satu media sosial yang dipilih sebagian besar orang dalam melakukan kegiatan pemasaran ataupun promosi barang yang akan diperjualbelikan tidak hanya karena cukup mudah untuk digunakan, namun juga karena platform ini memiliki

audiens yang sangat besar yaitu dengan jumlah pengguna aktif menurut data *Business of Apps* mencapai 2,41 miliar pada kuartal II/2022 atau kurang lebih seperempat penduduk di seluruh dunia. Hal ini tentunya sangat memungkinkan platform *Youtube* menjangkau audiens dengan mudah sehingga profesi *Youtuber* menjadi salah satu profesi yang sangat digandrungi saat ini.

Dalam media sosial *Youtube*, konten promosi berbayar adalah salah satu hal yang lazim ditemukan di beberapa video yang dibuat oleh content creator dengan jumlah subscriber atau pelanggan yang banyak. Tidak ada ketentuan yang pasti mengenai berapa tarif promosi berbayar ini, dimana hal tersebut tergantung kesepakatan kedua belah pihak bersangkutan baik dari penyedia jasa maupun pengguna jasa yang terlibat dalam kegiatan promosi berbayar tersebut. Selain dari promosi berbayar, jumlah kunjungan, suka, dan komentar juga sangat berpengaruh terhadap besaran pendapatan dari seorang *Youtuber*. Adapun agar mendapatkan jumlah kunjungan, suka, dan komentar yang tinggi dari audience atau penonton, skill content creator atau *Youtuber* yang cukup mumpuni sangat dibutuhkan sebagai faktor dari keberhasilannya tersebut¹.

Tabel 1.1

5 Youtuber dengan penghasilan tertinggi di Indonesia berdasarkan situs peramban *socialblade*

No.	Username	Upload	Subscriber	Views	Estimasi Pendapatan Perbulan	Estimasi Pendapatan Pertahun
1.	Ricis Official	2,362	30.9 M	5,675,060,684	\$8.7K - \$140K	\$105K - \$1.7M
2.	Atta Halilintar	2,010	30.2 M	4,189,257,844	\$12.5K - \$200.6K	\$150.5K - \$2.4M
3.	Jess No Limit	2,003	26.1M	3,233,633,232	\$2.3K - \$37.1K	\$27.8K - \$445.4K
4.	Rans Entertainment	3,419	24.8 M	6,136,372,862	\$18.1K - \$289.9K	\$217.4K - \$3.5M
5.	TRANS7 Official	84,391	24.4 M	13,492,452,021	\$42K - \$672.6K	\$504.5K - \$8.1M

Sumber: socialblade.com (data diolah oleh penulis)

Diakses pada 16 Februari 2023

Apabila dilansir dari web *socialblade*, serta dengan mengacu pada kurs Menteri Keuangan yang berlaku pada tanggal 15 Februari 2023 – 21 Februari 2023 yaitu (\$1 = Rp15.131), bukan tidak mungkin penghasilan seorang *Youtuber* kondang dapat mencapai kira-kira Rp1,58 Miliar sampai Rp25,7 Triliun pertahunnya. Terhadap fakta seperti, ini menjadi hal yang sangat mungkin DJP melirik peluang yang cukup besar guna menambah kas atau *income* negara melalui pungutan pajak penghasilan terhadap profesi *Youtuber*. Meski begitu, belum ada aturan yang secara spesifik mengatur mengenai pengenaan pajak terhadap seorang *Youtuber*. Hal ini sangatlah untuk dibahas, terkait pertimbangan pemungutan pajak wajib bagi seorang youtuber sebagai objek pajak penghasilan berdasarkan UU PPh, mengingat profesi youtuber

¹ Sulistianto et al, "Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi Content Creator Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0". PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi dan Pelayanan Publik, Volume 9 Nomor 4, 2022, hal 693

yang masih belum cukup lazim serta belum ada aturan yang secara spesifik mengatur mengenai pengenaan pajak terhadap seorang *Youtuber*, berbeda dari banyak profesi yang sudah sangat lumrah atau sering terdengar oleh awam.

II. Metode Penelitian

Penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai penelitian hukum preskriptif normatif atau doktrinal. Menggunakan segala jenis bahan atau data primer, yang meliputi bahan hukum primer dan sekunder serta bahan non hukum. Teknik atau metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan mengumpulkan bahan pustaka seperti buku, berita, surat kabar dan majalah, dan data sekunder yaitu berupa bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan non hukum.² (Peter Mahmud Marzuki, 2014: 55-56).

III. Pembahasan

1. Tinjauan tentang Pajak dan Pajak Penghasilan

Pajak adalah pembayaran yang harus disetor oleh masyarakat ke kas negara berdasarkan aturan atau undang-undang, dan mereka memiliki kekuatan paksaan sebagai bentuk pengabdian dan pembangunan nasional. Secara sederhana, pajak apabila ditinjau dari sudut pandang ekonomi memiliki definisi pertukaran atau transfer sumber daya dari sektor privat atau swasta ke sektor publik atau masyarakat. Pajak yang dipungut kepada rakyat wajib sesuai dengan peraturan yang berlaku sehingga kepastian hukum dapat terjamin. Kepastian hukum tersebut baik bagi fiksus atau aparatur pajak sebagai penerima pajak maupun bagi pembayar pajak atau dalam hal ini disebut wajib pajak³.

Sementara definisi pajak berdasarkan UU Nomor 28 Tahun 2007 atau disebut sebagai UU KUP, Pajak ialah sumbangan wajib yang diserahkan kepada Negara oleh pribadi atau badan, mempunyai kekuatan memaksa, yang imbalannya tidak didapatkan secara langsung serta dipergunakan sebagai pemenuh kebutuhan negara bagi segala-galanya kemakmuran rakyat⁴.

Pajak Penghasilan atau lumrah juga disingkat sebagai PPh merupakan pajak yang dikenakan terhadap pribadi (subjek peorangan) atau badan (subjek badan) terhadap penghasilan yang didapat selama jangka waktu satu (1) tahun pajak. Penghasilan dapat disebut juga sebagai setiap tambahan kesanggupan ekonomis yang asalnya dari Indonesia dan/atau berasal dari luar Indonesia yang dipergunakan sebagai konsumsi atau sekadar memperkaya diri sendiri dalam bentuk apapun. Penghasilan tersebut dapat berbentuk gaji, honorarium, keuntungan bisnis atau usaha, serta lain sebagainya⁵. Menurut UU PPh, subjek pajak dapat dibagi menjadi 4 (empat) jenis, yaitu: subjek pajak pribadi/orang pribadi, subjek pajak harta warisan yang belum dibagikan (apabila sudah dibagikan warisan tidak lagi dapat dikategorikan sebagai subjek pajak, namun menjadi objek pajak bagi penerima harta warisan), subjek pajak badan, serta BUT (bentuk usaha tetap).

2. Youtube Sebagai Media Sosial Pemasaran

² Peter Mahmud Marzuki. *Penelitian Hukum (Edisi Revisi)*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group: 2014). Hal 55-56

³ Sutedi, Hukum Pajak. (Jakarta: Sinar Grafika: 2013) hal 1.

⁴ Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang

⁵ Sutedi, Hukum Pajak. (Jakarta: Sinar Grafika: 2013) hal hal 51

Youtube merupakan salah satu platform populer yang memungkinkan penggunanya menonton, mengunggah, maupun membagikan video dengan berbagai macam genre dan durasi. Pada awalnya, berdirinya *Youtube* diprakarsai oleh 3 (tiga) orang yang pernah bekerja di perusahaan PayPal di USA pada tanggal 14 Februari 2005. Nama *YouTube* pada mulanya berasal dari buah pikiran yang muncul akibat terinspirasi dari sebuah warung pizza sekaligus restoran Jepang yang berlokasi di San Mateo, California.

Mulanya, *Youtube* memang dirancang sebagai sosial media, namun dewasa ini, pemanfaatan situs *Youtube* tak hanya sebagai situs untuk menonton, mengunggah, maupun membagikan video dengan berbagai macam genre. *YouTube* menyediakan tempat bagi penggunanya untuk menonton video, melihat ulasan, ataupun mendapat informasi sesuai dengan topik yang mereka cari. *YouTube* juga dapat berfungsi sebagai media pemasaran yang berguna karena menjadi wadah bagi sebuah perusahaan untuk membuat konten atau video promosi. Video dapat menjadi salah satu sarana yang cukup efektif guna melangsungkan kegiatan promosi ataupun mengenalkan rincian produk yang dijual kepada calon konsumen sebagai faktor pertimbangan saat akan membeli produk yang ditawarkan. *YouTube* yang pada masa kini banyak diminati oleh masyarakat terkhususnya generasi muda juga menjadikannya digunakan sebagai media penyampaian informasi dalam bentuk video, seperti film, cerita, animasi, serta jenis-jenis video lainnya.

3. Tinjauan Mengenai Promosi Berbayar

Kegiatan promosi menjadi salah satu kunci berhasilnya pemasaran sebuah produk di tengah persaingan usaha yang kian ketat saat ini. Dengan kegiatan promosi, banyak orang akan mengetahui keberadaan bisnis atau produk yang sedang dijual sehingga informasi yang dibagikan terhadap calon pembeli atau pengguna jasa dapat tersampaikan dan meningkatkan sasaran penjualan atas produk yang ditawarkan. Salah satu dari sekian banyaknya media promosi yang ada dan telah menjadi pilihan sebagian besar pengusaha di era digital ini adalah promosi melalui media sosial. Banyak sekali pilihan media sosial yang memiliki fungsi untuk melakukan kegiatan promosi, salah satu contohnya adalah media sosial *YouTube*. Selain karena penggunaannya yang mudah dan praktis, media online khususnya *Youtube* juga menjadi pilihan banyak orang karena biaya yang dikenakan relatif lebih murah dibandingkan dengan promosi atau iklan konvensional⁶. Dalam hal ini, sebuah kegiatan promosi yang dilakukan di beberapa media sosial biasanya dilakukan oleh seorang influencer atau kata lainnya adalah seorang *Youtuber*.

Pada hakikatnya, kegiatan promosi baik konvensional maupun melalui media sosial dapat dikaitkan dengan aktivitas perpajakan karena merupakan salah satu penghasilan yang diperoleh oleh perorangan, perusahaan ataupun badan hukum sehingga dapat dikenakan pajak penghasilan. Adapun dalam pengaturan terkait pajak penghasilan yang tercantum dalam UU PPh pada Bab I Ketentuan Umum Pasal 1, diterangkan bahwa pajak penghasilan dibebankan kepada subjek pajak pribadi atau badan terhadap penghasilan yang didapat dalam jangka waktu satu (1) tahun pajak, yang kemudian pada hakikatnya menjadi pondasi atau pedoman seluruh ketentuan serta aturan pelaksanaan pada pasal selanjutnya. Pada pasal pertama ini menerangkan bahwa pengenaan pajak terhadap penghasilan subjek pajak didasarkan atas penghasilan yang diperoleh oleh subjek pajak dalam waktu tahun pajak atau tahun takwim, yang mencakup jangka waktu 12 (dua belas) bulan. Kemudian, subjek pajak tersebut dapat dikenai kewajiban membayar

⁶ Ulfatimah, 'Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Menggunakan Strategi Pemasaran', ... *Menggunakan Strategi Pemasaran*, 2021 <<http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7381>>.

pajak jika ia menerima penghasilan, sementara subjek pajak yang menertima penghasilan tersebut dalam UU PPh ini disebut dengan Wajib pajak⁷.

4. Pertimbangan Content Creator atau Youtuber sebagai Wajib Pajak

Influencer atau *Youtuber* merupakan seorang produser konten yang berwujud gambar, tulisan, suara, video, maupun campuran dari dua atau lebih wujud atau materi dengan jumlah pengikut atau dalam *YouTube* lebih biasa disebut *subscriber* yang berjumlah tidak sedikit di media sosialnya. Seorang *Youtuber* membangun interaksi atau keterlibatan dengan pengikut atau pelanggannya dengan membuat konten dalam bentuk video atau gambar yang memiliki unsur menghibur, menarik, menginspirasi, ataupun sekadar membagikan informasi yang bisa menghubungkan seorang *Youtuber* dengan subscriber-nya. Seorang *Youtuber* juga sering membuat *self-branding* atau tren di antara *audiens* atau *subscriber* mereka dengan maksud agar dilirik oleh banyak *brand* untuk bekerja sama untuk mempromosikan produk-produk yang dibuat oleh *brand* tersebut⁸.

Pada dasarnya, seorang *Youtuber* atau pembuat konten pada umumnya merupakan pekerjaan di bidang kreatif yang penghasilannya tidak dapat dipastikan atau ditentukan seperti karyawan pada umumnya, karya yang mereka produksilah yang menentukan seberapa besar uang yang dapat mereka peroleh. Keuntungan atau profit tersebut juga didapatkan dari berbagai sumber seperti *paid promote*, *endorse*, serta menjual karyanya sendiri dan *partnership* dengan merek lain yang mana bayaran mereka tidak dapat dirata-rata ataupun diperkirakan.

Dalam Pasal 2 Ayat (1) UU PPh, disebutkan perihal wajib pajak yakni meliputi orang pribadi yang berdomisili atau berada di jangkauan wilayah Indonesia ataupun Warga Negara Indonesia, serta harta warisan yang belum dibagikan atau belum diambil oleh pihak yang berhak atau ahli waris dapat dikategorikan sebagai subjek pajak pengganti. Subjek pajak yang lain ialah badan, serta Bentuk Usaha Tetap. Pada hakikatnya, Pajak Penghasilan tergolong sebagai jenis pajak subjektif dimana kewajiban pajak terhadapnya tak dapat dihindarkan oleh seorang subjek pajak, atau kata lainnya, kewajiban pajak tersebut tidak serta merta dapat dilimpahkan kepada subjek pajak yang lain⁹. Sedangkan dalam Pasal 2 Ayat (2) UU PPh, subjek pajak dibagi menjadi dua bagian yaitu subjek pajak dalam negeri (Indonesia) serta subjek pajak luar negeri. Dikategorikan Wajib Pajak apabila subjek pajak orang pribadi dalam negeri tersebut memiliki penghasilan yang nominalnya melebihi ambang batas Penghasilan Tidak Kena Pajak atau PTKP¹⁰.

Wajib Pajak ialah orang perseorangan atau badan hukum yang telah memenuhi kewajiban subjektif maupun obyektif di atas sebagai subjek pajak. Seorang Wajib Pajak orang perseorangan yang memperoleh penghasilan lebih rendah dari ambang batas PTKP tidak berkewajiban mendaftarkan dirinya guna mendapatkan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Sehingga dengan beberapa penjelasan di atas, seorang influencer atau *Youtuber* dapat dikategorikan sebagai subjek pajak apabila berdomisili di Indonesia ataupun memperoleh penghasilan dari wilayah Indonesia apabila bukan merupakan Warga Negara Indonesia atau

⁷ Pasal 1 Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan

⁸ Putu Karin Pradnya Larasati and others, 'Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital', *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1 (2021), 1–8 <<http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>>.

⁹ David Santoso, 'Pengenalan Pajak Terhadap Perdagangan Online Di Indonesia Setelah Dibatalkannya Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018', *Jurnal Panorama Hukum*, 4.2 (2019), 102–113 <<https://doi.org/10.21067/jph.v4i2.3920>>.

¹⁰ Pasal 2 Ayat (1) dan (2) Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan

WNI dengan syarat berada di Indonesia paling lama 183 (seratus delapan puluh tiga) hari dan dalam waktu 12 (dua belas) bulan¹¹.

Seiring banyaknya masyarakat yang menjadikan content creator sebagai profesi dan penghasilannya yang dapat dikategorikan tidak sedikit, pemerintah Indonesia sendiri mulai menetapkan kebijakan mengenai pekerjaan ini dan mengkategorikan pekerjaan ini sebagai pekerjaan bebas, dengan Kode Klasifikasi Lapangan Usaha bernomor 90002 atau dapat dikategorikan sebagai pekerja seni sebagaimana hal tersebut telah tercantum dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto Direktur Jenderal Pajak. Sebagaimana perhitungan penghasilan seorang *Youtuber* juga didasarkan atas besaran cost per miles (CPM) atau setiap seribu kali penayangan video atau konten dari akunnya. Nilai dari CPM bermacam-macam bergantung pada lokasi geografis serta kesinkronan dari tema video atau konten terhadap jenis iklan. Tak cuma mendapatkan profit atau keuntungan dari banyaknya tayangan saja, namun juga melalui kesepakatan dari merek yang bersangkutan serta penjualan barang dagangan¹² (Vikansari & Parsa, 2019: 3).

Seorang *Youtuber* dapat dikategorikan sebagai wajib pajak jika memenuhi syarat utama yaitu penghasilan melebihi PTKP sebagaimana Peraturan Menkeu No. 101/PMK.010/2016 tentang Penyesuaian Besarnya PTKP yaitu sebesar Rp54.000.000,- per tahun bagi WP pribadi, PTKP tambahan sebesar Rp4.500.000,- per tahun bagi WP yang telah menikah, serta PTKP tambahan sebesar Rp4.500.000,- untuk keluarga kandung atau anak yang ditanggung¹³. Namun apabila *Youtuber* tersebut mendapat penghasilan yang belum mencapai ketentuan PTKP, maka ia tidak diwajibkan untuk melaporkan dan membayarkan pajak penghasilan terutanganya.

Seorang *Youtuber* yang telah digolongkan sebagai wajib pajak (WP) berkewajiban mendaftarkan dirinya guna mendapatkan NPWP pada Direktorat Jenderal Pajak (DJP) yang berkedudukan di wilayah wajib pajak tersebut, sebagaimana NPWP tersebut berfungsi sebagai alat atau tanda pengenal bagi seorang wajib pajak untuk melangsungkan kewajiban menyetor pajak. Hal tersebut sebagaimana tertuang pada Pasal 2 Ayat 1 28 Tahun 2007 sebagaimana telah beberapa kali diubah tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang¹⁴. Selain itu, seorang *Youtuber* ataupun content creator yang memenuhi ketentuan sebagai WP diberikan opsi untuk melakukan pencatatan atau pembukuan, yang dalam hal ini, penghasilan secara keseluruhan yang didapat oleh seorang *Youtuber* dihitung sendiri serta kemudian dilaporkan dalam SPT Tahunan. Sistem perhitungan, pelaporan serta pemberitahuan pajak yang diberikan sepenuhnya terhadap wajib pajak seperti ini disebut dengan *Self Assessment System*¹⁵. Adapun terhadap seorang *Youtuber*, pajak penghasilannya dapat dikenakan skema diantaranya¹⁶:

¹¹ Petrus, Kismantoro, *Undang-Undang PPh dan Peraturan Pelaksanaannya* (2013). hal 16

¹² Ni Putu Suci Vikansari and I Wayan Parsa, 'Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube', *Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube*, 15 (2019), 1–2 <<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1335536>>.

¹³ Pasal 1 Peraturan Menkeu No. 101/PMK.010/2016 tentang Penyesuaian Besarnya Penghasilan Tidak Kena Pajak

¹⁴ Pasal 2 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang

¹⁵ Rusnan Rusnan, johannes johny Koynja, and erlies septiana Nurbani, 'Implikasi Penerapan Asas Self Assessment Sistem Terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak', *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5.1 (2020), 15–29 <<http://www.jkh.unram.ac.id/index.php/jkh/article/view/33>>.

¹⁶ Arty Sriwahyuni Br Perangin Angin and Helena Helen Hestaria Lumban Gaol, 'Urgensi Penarikan Pajak Penghasilan Profesi Youtuber Dan Selebgram Sebagai Upaya Mendorong Stabilisasi Perekonomian Pasca Pandemi', *Jurnal Pacta Sunt Servanda*, 2.2 (2021), 77–87 <<https://doi.org/10.23887/jpss.v2i2.471>>.

1. Berdasarkan Peraturan DJP No. PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto Direktur Jenderal Pajak pada Lampiran I, penghasilan pajak seorang *Youtubers* dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yakni:
 - a. Pekerja hiburan, seni, serta aktivitas lain: dikenakan besaran norma yaitu 35%;
 - b. Pekerja seni: dikenakan besaran norma yaitu 50%.
2. Berdasarkan perhitungan PPh final sebesar 0,5% yang mengacu atas Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 23 Tahun 2018 tentang PPh atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
3. Merujuk pada penghitungan pajak secara umum yaitu melalui sistem pembukuan; dengan syarat, seorang *Youtuber* terlebih dahulu wajib mengadakan pembukuan.

Pendapatan yang diperoleh seorang *Youtuber* melalui akumulasi jumlah tayangan atau views, dapat diperoleh tanpa adanya syarat khusus yang diberikan oleh platform Youtube seperti usia, pengalaman, maupun latar belakang pendidikan dari seorang *Youtuber*. Jumlah penonton, pelanggan, serta jumlah suka dan komentar merupakan faktor yang penting bagi seorang *Youtuber* untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjadi penyedia jasa promosi berbayar atau *endorser*. Jumlah penonton, pelanggan, serta jumlah suka dan komentar selain itu juga menjadi tolak ukur bagi pihak pengiklan dalam menggunakan jasa *Youtuber* tersebut untuk memasarkan produk yang akan dijualnya. Semakin tinggi jumlah penonton, pelanggan, serta jumlah suka dan komentar menunjukkan bahwa channel *YouTube* tersebut memiliki interaksi atau *engagement* yang baik dari para pelanggan atau pengguna *Youtube* channel yang bersangkutan¹⁷.

4. Pertimbangan Promosi Berbayar sebagai Objek PPh

Kegiatan untuk mempromosikan barang atau biasa disebut *endorsement* atau *paid promote* seyogyanya merupakan salah satu cara seorang *Youtuber* mendapat penghasilan. Oleh karena itu, kegiatan promosi berbayar (*Paid Promote*) atau *endorsement* tersebut dapat dikategorikan sebagai objek pajak penghasilan sebagaimana PPh Pasal 23 terutang pajak dengan sifat final serta PPh Pasal 21 untuk pajak dengan sifat tidak final.

Ketentuan tersebut diatur sebagaimana Surat Edaran DJP Nomor SE/62/PJ/2013, tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *e-Commerce*, yang dalam hal ini, *endorsement* atau *Paid Promote* termasuk salah satu bentuk model bisnis *classified ads* atau kegiatan mempromosikan suatu barang atau jasa dengan menggunakan konten video, teks, grafik, atau bentuk lainnya dengan hanya ditampilkan pada situs peramban yang telah disediakan secara khusus oleh penyelenggara *classified ads*.

Adapun ketentuan dalam PPh 21 maupun PPh 23 adalah sebagai berikut:

1. Pasal 17 PPh 21

Ketentuan Pasal 17 PPh 21 dibebankan terhadap seorang *Youtuber* apabila tidak tergabung dalam sebuah badan ataupun tidak bernaung dalam sebuah agensi dan dalam kata lain merupakan WP orang pribadi. PPh 21 merujuk pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan atau yang juga dikenal sebagai UU HPP yang berlaku mulai tanggal 1 Januari 2023 dengan ketentuan penghasilan dan tarif pajaknya disajikan dalam tabel sebagai berikut:

¹⁷ Sulistianto et al, "Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi Content Creator Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0". PUBLIK: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik, Volume 9 Nomor 4, 2022, hal 697

No.	Jangkauan Penghasilan Tahunan	Besaran Tarif Pajak
1.	< Rp60.000.000, -	5%
2.	Rp60.000.000, - sampai Rp250.000.000, -	15%
3.	Rp250.000.000, - sampai Rp500.000.000, -	25%
4.	Rp500.000.000, - sampai Rp5.000.000.000, -	30%
5.	> Rp5.000.000.000, -	35%

2. PPh Pasal 23

Sementara pada ketentuan PPh 23, pajak ini dibebankan kepada seorang Youtuber jika tergabung di bawah agensi, perusahaan, ataupun manajemen seperti BUT. Adapun tarif pajak yang dapat dibebankan terhadap penghasilannya yaitu sebesar 15% serta 2%, bergantung pada objek yang disebutkan dalam PPh 23 itu meliputi jumlah bruto atau seluruh jumlah pendapatan yang telah jatuh tempo pada suatu tahun pajak. Tarif sebesar 15% dikenakan untuk pendapatan berupa royalti, hadiah, bunga, maupun dividen, sementara tarif 2% dikenakan untuk pendapatan yang berasal dari sewa dan jasa. Sehingga dalam beberapa pertimbangan di atas, maka perhitungan pajak penghasilan seorang *Youtuber* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Pajak Penghasilan} = \text{Penghasilan Neto} \times \text{Tarif Pasal 17}$$

Adapun pada ketentuan PPh 23, dapat diterapkan sistem pemungutan sistem *With Holding Tax* dimana sistem ini memasrahkan wewenang terhadap pihak ketiga di luar fiskus guna melunasi atau bahkan menagih hutang pajak, yang kemudian pihak di luar otoritas pajak tersebut memiliki tugas atau kewenangan guna menghitung dan memungut pajak orang lain yang kemudian menyetorkannya ke kas negara¹⁸.

Namun penting untuk diketahui pula bahwa teknis pajak untuk promosi berbayar dapat berbeda-beda tergantung dari kesepakatan dari pihak *Youtuber* dan badan atau agensi yang menaungi *Youtuber* tersebut, menimbang bahwa aktivitas promosi berbayar tersebut dapat dikategorikan menjadi dua jenis yaitu *paid promote* serta *endorsement*.

Perbedaan sistem yang tergantung dari kontrak jangka panjang atau pembayaran tiap sekali posting membuat pihak *Youtuber* dianjurkan mengadakan pelaporan pajak secara perorangan melalui Surat Pemberitahuan Tahunan atau SPT agar besaran penghasilannya secara lebih pasti dan jelas diketahui.

Salah satu contoh badan usaha atau perusahaan yang berkecimpung di dunia hiburan adalah RANS Entertainment. RANS Entertainment merupakan salah satu channel Youtube sekaligus rumah produksi yang dipunyai oleh artis serta *influencer* Raffi Ahmad dan Nagita Slavina yang telah berdiri lebih dari satu dekade lamanya. Awalnya, perusahaan ini merupakan rumah produksi kecil yang fokus memproduksi acara TV dan video musik. Namun, seiring

¹⁸ Yasser dkk, *Buku Ajar Hukum Pajak*. (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi: 2021). Hal 39

berjalannya waktu perusahaan ini memperluas layanannya hingga mencakup manajemen acara, manajemen artis, dan pengembangan bakat.

IV. Penutup

Pemungutan pajak penghasilan di negara Indonesia menerapkan beberapa sistem diantaranya Sistem *Official Assessment*, Sistem *With Holding*, serta Sistem *Self Assessment*. Terhadap pemungutan pajak seorang *Youtuber* dapat menggunakan Sistem *Self Assessment* yang mana seorang WP berkewajiban untuk menghitung sendiri, melaporkan, serta menyetor jumlah pajak yang terutang. Seorang WP dalam hal ini harus bersifat aktif, sementara pejabat pajak atau fiskus dalam hal ini bersifat pasif. Sifat aktif seorang wajib pajak yaitu untuk memperhitungkan, melaporkan atau memberitahukan, serta membayar besaran pajak sesuai ketentuannya. Selain Sistem *Self Assessment*, pungutan pajak penghasilan terhadap seorang *Youtuber* juga dapat menggunakan Sistem *With Holding* dimana sistem ini memberi wewenang terhadap pihak ketiga selain fiskus, yang dalam hal ini merupakan pihak agensi atau management guna memotong atau memungut pajak yang terutang yang kemudian menyetorkannya ke kas negara. Sistem *Self Assessment* dan Sistem *With Holding* berlaku pada seluruh masyarakat Indonesia dengan profesi apapun tak terkecuali terhadap profesi *Youtuber*.

Profesi *Youtuber* sendiri dapat diklasifikasikan dalam KLU nomor 90002 atau kategori pekerja seni dengan besaran norma 50% sebagaimana hal ini diatur dalam Peraturan DJP Nomor PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto DJP. Adapun untuk perhitungan pajaknya, profesi *Youtuber* dapat dikenai ketentuan pada PPh 21 Pasal 17 apabila tidak tergabung dalam sebuah badan atau dengan kata lain tidak bernaung dalam sebuah agensi serta PPh 23 jika *Youtuber* dinaungi agensi atau badan layaknya BUT (Badan Usaha Tetap). *Youtuber* ataupun *content creator* yang memenuhi ketentuan sebagai wajib pajak berkewajiban melakukan pencatatan atau pembukuan, yang dalam hal ini, penghasilan secara keseluruhan yang didapat seorang *Youtuber* dikalkulasi sendiri serta kemudian dilaporkan dalam SPT Tahunan.

References

- Larasati, Putu Karin Pradnya, Kashira Dwindi Kartika, Avivah Suci Rahayu, Putri Khairunisa, and I Nyoman Larry Julianto, 'Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital', *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1 (2021), 1–8 <<http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandi-dkv/article/view/102>>
- Rusnan, Rusnan, johannes johny Koynja, and erlies septiana Nurbani, 'Implikasi Penerapan Asas Self Assessment Sistem Terhadap Peningkatan Penerimaan Pajak', *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5.1 (2020), 15–29 <<http://www.jkh.unram.ac.id/index.php/jkh/article/view/33>>
- Santoso, David, 'Pengenaaan Pajak Terhadap Perdagangan Online Di Indonesia Setelah Dibataalkannya Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 210/PMK.010/2018', *Jurnal Panorama Hukum*, 4.2 (2019), 102–13 <<https://doi.org/10.21067/jph.v4i2.3920>>
- Sriwahyuni Br Perangin Angin, Arty, and Helena Helen Hestaria Lumban Gaol, 'Urgensi Penarikan Pajak Penghasilan Profesi Youtuber Dan Selebgram Sebagai Upaya Mendorong Stabilisasi Perekonomian Pasca Pandemi', *Jurnal Pacta Sunt Servanda*, 2.2 (2021), 77–87 <<https://doi.org/10.23887/jpss.v2i2.471>>
- Sulistianto, Tino, Siti Rahmawati, and Lindawati Kartika, 'Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi Content Creator Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0', *Jurnal*

- Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitrasi dan Pelayanan Publik*, 9 (2022), 689–702
- Ulfatimah, N U, 'Media Sosial Untuk Meningkatkan Jumlah Pelanggan Menggunakan Strategi Pemasaran', ... *Menggunakan Strategi Pemasaran*, 2021
<<http://repository.untag-sby.ac.id/id/eprint/7381>>
- Vikansari, Ni Putu Suci, and I Wayan Parsa, 'Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube', *Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube*, 15 (2019), 1–2
<<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1335536>>
- Arafat, Yasser dkk. (2021). Buku Ajar Hukum Pajak. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi
- Peraturan Menkeu No. 101/PMK.010/2016 tentang Penyesuaian Besarnya Penghasilan Tidak Kena Pajak
- Peter Mahmud Marzuki. 2014. Penelitian Hukum (Edisi Revisi). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Petrus, Kismantoro. (2013). Undang-Undang PPh dan Peraturan Pelaksanaannya.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce
- Sutedi, A. (2013). Hukum Pajak. Jakarta: Sinar Grafika.
- Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-Undang