



## BAB I

### PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, batasan penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian. Latar belakang masalah yang dipaparkan mendasari terciptanya pelaksanaan penelitian yang mencakup teori-teori fenomena, gap research, penelitian terdahulu yang ditemukan serta pemikiran penulis mengenai Perpajakan. Identifikasi masalah memuat masalah masalah yang dipertanyakan dalam penelitian ini, yang kemudian dipersempit karena berbagai pertimbangan dalam batasan masalah.

Pada batasan penelitian berisi kriteria kriteria yang digunakan untuk merealisasikan penelitian karena berbagai pertimbangan serta keterbatasan waktu dan akses memperoleh data. Selanjutnya, inti dari berbagai permasalahan yang kemudian akan diteliti lebih lanjut dalam penelitian dikemas dalam rumusan masalah. Tujuan penelitian memaparkan hasil yang diharapkan setelah dilakukannya penelitian mengenai manajemen laba ini. Terakhir, penulis menguraikan manfaat penelitian bagi berbagai pihak yang terkait dengan penelitian.

#### A. Latar Belakang Masalah

Bisnis Online memang tidak bisa dipisahkan dari strategi pemasaran yang juga dilakukan lewat saluran digital. Biasanya, media sosial adalah saluran yang dianggap paling tepat untuk memasarkan produk atau jasa dari bisnis yang dikelola. Bila Anda melihat halaman Instagram, kehadiran selebgram dianggap sebagai *influencer* yang sangat membantu agar produk atau jasa semakin dikenal publik. Aktivitas mempromosikan dan mendukung produk-produk atau jasa dari perusahaan atau pihak klien oleh *influencer* tersebut yang dinamakan kegiatan *endorsement*.



Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Hak milik ini milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Namun meskipun *influencer* mendapat penghasilan dari internet, tidak berarti bahwa tidak ada pajak bisnis *endorsement*. Baik sebagai seorang pengguna media sosial yang ingin menjadi *influencer* dan melakukan *endorsement* sebagai sumber penghasilan atau dari sudut pandang pengusaha atau perusahaan yang ingin bekerjasama dengan *influencer*, dan wajib mengetahui seperti apa pajak bisnis *endorsement* tersebut.

Kemajuan teknologi ditandai dengan semakin berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi dunia. Munculnya teknologi komputer yang kemudian dilanjutkan dengan munculnya internet membawa dampak yang besar terhadap kehidupan manusia. Internet telah menciptakan dunia baru yang dinamakan dunia maya (*cyberspace*), dengan memasuki dunia maya, manusia seakan dibawa kedalam dunia yang tanpa batas. Setiap orang dapat saling menyapa walaupun berada di benua yang berbeda. Media sosial berbasis digital hadir sebagai wadah manusia untuk melakukan berbagai hal, termasuk salah satunya melakukan perdagangan jual beli atau yang dikenal dengan ecommerce. Instagram, facebook, twitter, youtube, tumblr adalah contoh media sosial yang sangat diminati oleh berbagai kalangan. Banyaknya peminat media sosial ini, dimanfaatkan oleh beberapa pihak untuk mendapatkan keuntungan ekonomis, salah satunya dengan menggunakan jasa *endorsement*. *Endorsement* adalah promosi yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok melalui media sosial seperti instagram yang dilakukan dengan memberikan testimoni terhadap suatu produk barang ataupun jasa. Sistem *endorsement* berawal dari adanya kesepakatan antara pemilik usaha dengan orang yang akan mempromosikan barang ataupun jasa dari pemilik usaha di akun media sosialnya setelah pembayaran sejumlah uang tertentu. *Endorsement* terjadi pada pemilik akun media sosial yang memiliki banyak pengikut seperti artis atau pemilik akun instagram terkenal yang biasa disebut



Influencer/ Selebgram. Secara sederhana, influencer adalah seseorang yang bisa memberikan pengaruh di masyarakat.

Selebgram/Influencer termasuk subjek pajak Orang Pribadi, hal ini dikuatkan dengan pernyataan Ditjen Pajak Kementerian Keuangan melihat fenomena selebgram sebagai potensi penerimaan pajak dari wajib pajak (WP) orang pribadi yang memperoleh penghasilan. Dan objek pajak berupa imbalan atas jasa mereka. Mereka bisa merupakan selebritis, blogger, youtuber, ataupun seorang public figure yang dianggap penting di komunitas tertentu.

Umumnya, seorang influencer memiliki jutaan pengikut (follower) di [media sosial](#). Namun, tidak selalu demikian. Seseorang dengan follower ribuan juga bisa disebut influencer jika punya pengaruh besar kepada audience.

Berdasarkan penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya oleh (Nur Intan Septiani, 2018) analisis sebagian besar *selebgram* ini menganggap bahwa mereka belum termasuk sebagai subjek yang dikenakan pajak dan penghasilan yang mereka dapatkan dari jasa *endorsement* ini belum termasuk objek penghasilan yang dikenakan pajak. Mereka tidak melakukan pembayaran pajak meskipun mereka mengetahui tentang kewajiban membayar pajak dan akan dikenakan sanksi jika tidak melakukan pembayaran pajak penghasilan.

Dalam beberapa tahun ini jasa endorsement semakin marak digunakan. Melihat potensi penerimaan pajak yang cukup besar, Direktorat Jendral Pajak (Ditjen Pajak) tengah mengkaji sistem pengenaan pajak dari sektor ini, mengingat pengenaan pajak dari endorsement saat ini hanya berdasarkan pada penyampaian Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan. Undang-undang perpajakan menyebutkan bahwa siapapun yang memiliki penghasilan maka merupakan objek pajak. Beberapa pihak yang diuntungkan seperti artis dan Influencer yang memperoleh penghasilan melalui jasa endorsement tentu wajib membayar pajak. Pemungutan pajak di



Indonesia saat ini sebagian besar menggunakan sistem self assesement, dimana wajib pajak sendiri yang menghitung dan menilai pemenuhan kewajiban perpajakannya. hal inilah yang menyebabkan belum efektifnya penerapan pemungutan pajak penghasilan yang adil bagi setiap orang. Pemerintah berkewajiban meningkatkan sumber daya manusia dan penegak hukum yang tegas serta yang sangat penting bagi wajib pajak ialah harus mengetahui kapan mulainya suatu kewajiban pajak dan kapan berakhirnya kewajiban-kewajiban yang menyertainya. Pemerintah telah memberikan kelonggaran dengan memberikan peringatan melalui Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan. Tetapi, masih banyak wajib pajak yang lalai untuk membayar pajak dan tidak sedikit yang cenderung menghindari kewajiban tersebut.

Untuk jenis pajak yang dibayarkan adalah Pajak Penghasilan (PPh), karena Penghasilan yang dihasilkan oleh seorang Selebgram dari Kegiatan Endorse, pada dasarnya tidak jauh berbeda dengan sumber pajak penghasilannya lainnya, hanya saja berbeda di cara yang digunakan untuk memperoleh penghasilan yaitu melalui media sosial instagram. Fungsi Pajak yang dibayarkan oleh selebgram termasuk fungsi Regulerend, yaitu pajak yang dibayarkan oleh selebgram kepada pemerintah khususnya Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, diharapkan agar selebgram patuh dalam melaksanakan kewajibannya untuk membayar pajak. Prosedur pemungutan pajak bagi selebgram di bagi menjadi dua, yaitu tergantung bagaimana proses pembayaran atas jasa mereka mempromosikan barang yang diberikan oleh online shop tersebut. Pertama, apabila dalam proses pembayaran tersebut melalui management mereka, management di sini berfungsi sebagai penghubung antara onlineshop dan selebgram yang bersangkutan, maka otomatis pajak tersebut maka dikenakan Pajak Final. Pajak Final adalah pajak penghasilan yang langsung dikenakan saat menerima objek atau sumber penghasilan sebagaimana diatur dalam



pasal 23 Undang-Undang Pajak Penghasilan. dan yang kedua, apabila onlineshop tersebut menghubungi dan membayar langsung kepada Selebgram yang bersangkutan, maka kewajiban bagi selebgram tersebut untuk melaporkan penghasilan yang diterima di Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) di akhir tahun, sebagaimana diatur dalam Pasal 21 Undang-Undang Pajak Penghasilan hal ini disebut dengan Pajak Tidak Final, Pajak Tidak Final adalah pajak penghasilan yang tidak langsung dikenakan saat menerima objek atau sumber penghasilan tertentu, pajak penghasilannya di akumulasikan selama 1 (satu) tahun. Penghitungan pajak bagi Selebgram menurut Direktur Eksekutif Center For Indonesia Taxation Analysis (CITA) tidak berbeda dengan wajib pajak lainnya mereka dikenakan Pajak Penghasilan (PPh) khususnya Pasal 21. Selebgram sebelumnya harus mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan yang belum mempunyai NPWP harus segera mendaftar dan wajib membayar pajak ketika total penghasilan mereka dari kegiatan Endorse melebihi ambang batas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) yaitu sekitar Rp. 4.500.000,- per bulan. Penghasilan yang di hasilkan apabila melebihi Rp.50.000.000 dan semisalnya penghasilan yang didapatkan influencer mencapai Rp.75.000.000,- per tahun, maka akan dikenakan tarif sebesar 15% , karena penghasilan diatas Rp.50.000.000,- hingga Rp. 250.000.000,- per tahun dikenai tarif 15%, penghasilan diatas Rp. 250.000.000,- hingga Rp. 500.000.000,- per tahun dikenakan tarif 25%, dan penghasilan diatas Rp. 500.000.000,- per tahun dikenakan tarif 30%, apabila wajib pajak yang diketahui tidak memiliki NPWP maka akan dikenakan tarif 20% lebih tinggi dari mereka yang memiliki NPWP. Selebgram dalam melaporkan pajaknya menggunakan sistem *Self Assessment* yaitu memberikan wewenang kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar serta melaporkan sendiri pajak terutang atas penghasilan yang didapat selama 1 tahun. Berdasarkan data dari situs yang mengolah

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



dan menampilkan data jumlah penghasilan yang dihasilkan oleh seseorang melalui Instagram, youtube dan media sosial lainnya yaitu Socialblade.com, diketahui bahwa Rachel Vennya adalah salah satu Selebgram dengan penghasilan nomor 3 tertinggi di Indonesia dengan jumlah followers sebanyak 5,5 juta dan memiliki penghasilan kurang lebih Rp.970.000.000 per tahun. berdasarkan Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-17/PT/2015 tentang norma penghitungan penghasilan neto, terdapat dua pilihan, yaitu yang pertama kegiatan hiburan, seni, dan kreativitas lainnya dengan norma 35% dan yang kedua kegiatan pekerja seni dengan norma 50% , apabila menggunakan norma pajak penghasilan (PPh) 35% maka pajak yang harus di bayarkan mencapai Rp. 2.000.000.000 per tahunnya, jika menggunakan norma PPh Pekerja Seni Konvensional 50% maka pajak yang harus di bayarkan mencapai Rp. 3.000.000.000.

Apabila *influencer* bernaung di bawah manajemen atau perusahaan seperti Badan Usaha Tetap, pemotongan pajak akan dilakukan melalui manajemen tersebut dengan memberlakukan [Pajak Penghasilan \(PPh\) Pasal 23](#). Mengingat ada banyak contoh selebgram yang bekerja di satu manajemen sehingga aktivitas dan pembayaran *endorsement* yang mereka lakukan melalui pihak manajemen atau tidak langsung lewat mereka sendiri. Adapun tarif yang dikenakan pada penghasilan yaitu 15% dan 2%, tergantung dari objek PPh 23 tersebut.

Demikian ulasan tentang pajak bisnis *endorsement* lewat kanal digital yang memang sangat menjanjikan baik untuk perorangan atau badan usaha. Dapat disimpulkan bahwa meskipun aktivitas pekerjaan dilakukan di ranah internet, masih terdapat aturan perpajakan yang wajib diketahui dan dijalankan agar kita bisa memenuhi tanggung jawab sebagai Wajib Pajak



## B. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana penerapan pajak terhadap Influencer Social Media Instagram atau Selebgram?
2. Bagaimana penghitungan pajak yang dikenakan pada Influencer Social Media Instagram atau Selebgram dari Endorsement?
3. Bagaimana kesadaran Influencer Social Media Instagram atau Selebgram mengenai undang-undang Pajak Penghasilan Pasal 21 bagi penghasilan Endorse dalam bentuk uang?
4. Bagaimana proses pembayaran pajak endorsement bagi Influencer Social Media Instagram atau Selebgram?
5. Bagaimana penerapan pajak bagi penghasilan endorsement sesuai dengan Pasal 23 atau Pasal 21?
6. Bagaimana penerapan pajak bagi penghasilan Influencer Social Media Instagram atau Selebgram?

## C. Batasan Masalah

1. Bagaimana penerapan pajak terhadap Influencer Social Media Instagram atau Selebgram?
2. Bagaimana penghitungan pajak yang dikenakan pada Influencer Social Media Instagram atau Selebgram dari Endorsement?
3. Bagaimana kesadaran Influencer Social Media Instagram atau Selebgram mengenai undang-undang Pajak Penghasilan Pasal 21 bagi penghasilan Endorse dalam bentuk uang?

## D. Batasan Penelitian

Penulis menetapkan batasan dalam penelitian yang menjadi dasar dalam penulisan skripsi, antara lain sebagai berikut:

1. Wajib Pajak yang akan diteliti datanya yaitu Selebgram/Influencer di Platform Sosial Media Instagram

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.  
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Periode yang ditinjau dalam penelitian adalah tahun 2020
3. Data penelitian diambil dari platform Media Sosial Instagram, internet

### E. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalah penelitian menjadi:

1. Penerapan pajak terhadap Influencer Social Media Instagram atau Selebgram.
2. Penghitungan pajak yang dikenakan pada Influencer Social Media Instagram atau Selebgram dari Endorsement.
3. Kesadaran Influencer Social Media Instagram atau Selebgram mengenai undang-undang Pajak Penghasilan Pasal 21 bagi penghasilan Endorse dalam bentuk uang.

### F. Tujuan Penelitian

Tujuan objektif merupakan tujuan penulisan dilihat dari tujuan umum yang berasal dari penelitian itu sendiri, yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana penerapan pajak penghasilan dari Influencer Social Media Instagram atau Selebgram yang memperoleh penghasilan dari hasil *endorse* dalam bentuk uang.
2. Mengetahui Penghitungan pajak yang dikenakan pada Influencer Social Media Instagram atau Selebgram dari Endorsement.
3. Mengetahui pengetahuan Influencer Social Media Instagram atau Selebgram mengenai undang-undang Pajak Penghasilan Pasal 21 bagi penghasilan Endorse dalam bentuk uang.

### G. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak, yaitu





### 1. Manfaat bagi peneliti

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis di bidang ilmu perpajakan, khususnya dalam lingkup pajak penghasilan endorsement.

### 2. Manfaat bagi pihak yang diteliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan evaluasi dan acuan terhadap langkah para Influencer/Selebgram untuk tetap mempertahankan kewajiban membayar pajak tepat waktu dan teratur.

### 3. Manfaat bagi pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan kepada para pembaca mengenai pengenaan pajak penghasilan terhadap seorang Influencer/Selebgram pada platform sosial media Instagram dan dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi penulis lain yang hendak melakukan penelitian lebih lanjut.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.