

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang **© Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

A. LANDASAN TEORITIS

B. Pajak dan Hukum Pajak

a. Pengertian Pajak

Definisi pajak menurut Waluyo (2011: 2) yaitu, “Pajak adalah prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada pengusaha (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum) tanpa adanya kontraprestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran.”

Definisi pajak menurut M.J.H Smeets dalam Sukrisno Agoes (2014: 6), Pajak adalah prestasi kepada pemerintah yang terutang melalui norma-norma umum, dan yang dapat dipaksakan, tanpa adanya kontraprestasi yang dapat ditunjukkan secara individual; maksudnya untuk membiayai pengeluaran pemerintah.

Definisi pajak menurut Mardiasmo (2016: 3), Pajak merupakan iuran yang dibayarkan oleh rakyat kepada negara yang masuk dalam kas negara yang dilaksanakan pada undang-undang serta pelaksanaannya dapat dipaksakan tanpa adanya balas jasa. Iuran tersebut digunakan oleh negara untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum. Untuk melakukan pembayaran atas kepentingan umum (Mardiasmo, 2016:3). Unsur ini memberikan pemahaman bahwa masyarakat dituntut untuk membayar pajak secara sukarela dan penuh kesadaran sebagai warganegara yang baik. Penerimaan pajak adalah merupakan sumber penerimaan yang dapat

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 IBKKG.

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



diperoleh secara terus – menerus dan dapat dikembangkan secara optimal sesuai kebutuhan pemerintah serta kondisi masyarakat.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Pengertian pajak menurut Prof Dr. P.J.A. Andriani, buku Perpajakan Indonesia (2014:3), Pajak adalah iuran kepada negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang berhubungan dengan tugas Negara yang menyelenggarakan pemerintah.

Menurut Prof Edwin R.A slegman, Perpajakan Indonesia (2009:1), Pajak adalah kontribusi wajib dari orang tersebut, kepada pemerintah untuk membayar biaya yang dikeluarkan untuk kepentingan umum dari semua, tanpa merujuk pada manfaat khusus *conperred*.

Berdasarkan pengertian pajak oleh beberapa ahli, maka pengertian pajak menurut penulis adalah iuran wajib masyarakat kepada kas Negara yang bersifat memaksa dengan imbalan yang tidak langsung dirasakan oleh masyarakat dan digunakan untuk keperluan Negara.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

b. Pengertian Pajak Terhadap Penghasilan

Wajib Pajak dikenai pajak atas transaksi yang menimbulkan penghasilan baginya. Dengan demikian, yang dijadikan objek pajak adalah penghasilan wajib pajak, bukan kekayaan atau pengeluaran konsumsinya. Pengertian penghasilan menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, Pasal 4 ayat (1) : “Setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh

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.



Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun.” (Adrian Sutedi, Hukum Pajak, Sinar Grafika, Jakarta, 2011, hlm 1).

Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun.” Di Indonesia, awalnya pajak penghasilan diterapkan pada perusahaan perkebunanperkebunan yang didirikan di Indonesia. Pajak tersebut dinamakan dengan Pajak Perseroan (PPs). Pajak Perseroan adalah pajak yang dikenakan terhadap laba perseroan dan diberlakukan pada tahun 1925. Setelah pajak dikenakan hanya untuk perusahaan-perusahaan yang didirikan di Indonesia, akhirnya diterapkan pula pajak yang dikenakan untuk karyawan yang bekerja di perusahaan. Pada tahun 1932 misalnya, diberlakukan Ordonasi Pajak Pendapatan yang dikenakan untuk orang yang memiliki pendapatan di Indonesia. Setelah itu tahun 1935 diberlakukan Ordonasi Pajak Pajak Upah yang mengharuskan majikan memotong gaji atau upah untuk membayar pajak atas gaji atau upah yang diterima. 25 Dasar hukum Pajak Penghasilan adalah Undang-undang tahun 1983 yang mulai berlaku sejak 1 Januari 1984. Undang-undang ini telah beberapa kali mengalami perubahan yaitu :

- a) UU Nomor 7 Tahun 1983
- b) UU Nomor 10 Tahun 1994
- c) UU Nomor 17 Tahun 2000

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

d) UU Nomor 36 Tahun 2008

© Hak Cipta milik IBKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Fungsi Pajak

Setelah memahami apa itu pajak, saatnya kita membahas empat fungsi pajak yang telah disinggung di atas yang antara lain sebagai berikut:

1. Fungsi Anggaran
2. Fungsi Mengatur
3. Fungsi Stabilitas
4. Fungsi Retribusi Pendapatan

Penjelasan mengenai Fungsi – Fungsi Pajak adalah sebagai berikut :

Fungsi Anggaran

Salah satu tugas utama negara adalah melakukan pembangunan nasional seperti menyediakan fasilitas kesehatan, pendidikan, infrastruktur dan pelayanan publik lainnya. Di Indonesia, pajak merupakan kontributor terbesar pendapatan negara.

Pada APBN tahun 2017 misalnya, kontribusi pajak terhadap pemasukan dan belanja negara mencapai 83% atau setara Rp 1.283,6 triliun.

Fungsi Mengatur

Fungsi pajak satu ini mencerminkan kebijakan perekonomian suatu negara. Salah satu contohnya adalah kebijakan tarif PPh Final 0,5% yang diatur melalui [PP Nomor 23 Tahun 2018](#). Melalui kebijakan ini pemerintah berkeinginan mengurangi beban

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



pajak pelaku UMKM sekaligus menarik minat pelaku UMKM untuk masuk dalam sistem perpajakan.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Fungsi Stabilitas

Pajak juga memiliki fungsi stabilitas yang memainkan peranan penting dalam keseimbangan perekonomian suatu negara seperti mengatasi inflasi maupun deflasi. Salah satu contoh fungsi stabilitas terlihat ketika ketika nilai tukar rupiah mengalami penurunan terhadap dollar Amerika Serikat. Jika pemerintah ingin memanfaatkan pajak sebagai instrumen stabilitas perekonomian, maka pemerintah dapat saja mengeluarkan kebijakan perpajakan yang mendukung penguatan rupiah seperti meningkatkan bea masuk maupun PPN impor.

Fungsi Redistribusi Pendapatan

Salah satu penjelasan yang sering dikaitkan dengan fungsi redistribusi adalah pemanfaatan pajak untuk membuka lapangan pekerjaan. Dengan bertambahnya lapangan pekerjaan, maka semakin banyak pula penyerapan tenaga kerja sehingga pendapatan masyarakat pun dapat diperoleh secara merata. Demikianlah penjelasan singkat mengenai apa itu pajak dan fungsinya yang penting terhadap pembangunan bangsa dan negara.

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.



d. Subjek Pajak Penghasilan

(1) Pengertian Pajak Penghasilan

Pajak Penghasilan (PPh) menurut Undang-Undang Nomor 17 tahun 2000 Pasal 1 adalah pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. Yang dimaksud dengan tahun pajak dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 17 Tahun 2000 adalah tahun takwim, namun wajib pajak dapat menggunakan tahun buku yang tidak sama dengan tahun takwim, sepanjang tahun buku tersebut meliputi jangka waktu 12 (dua belas) bulan. Pajak penghasilan merupakan pajak langsung yang dipungut pemerintah pusat atau merupakan pajak negara. Sebagai pajak langsung, maka pajak penghasilan tersebut menjadi tanggungan wajib pajak yang bersangkutan, dalam arti bahwa pajak penghasilan tidak boleh dilimpahkan kepada pihak lain atau dimasukkan dalam kalkulasi harga jual maupun sebagai biaya produksi.

Adapun beberapa jenis PPh seperti PPh pasal 15, PPh pasal 19, PPh pasal 21, PPh pasal 22, PPh pasal 23, PPh pasal 24, PPh pasal 25, PPh pasal 26, PPh pasal 29 dan PPh final pasal 4 ayat 2. Di Indonesia pajak penghasilan awalnya diterapkan pada perusahaan perkebunan yang banyak didirikan di Indonesia. Pajak tersebut ditanamkan dengan pajak perseroan (PPs).

Pajak perseroan adalah pajak yang dikenakan terhadap laba perseroan dan diberlakukan pada tahun 1925. Setelah pajak hanya dikenakan untuk perusahaan yang didirikan di Indonesia, berangsur-angsur akhirnya diterapkan pula pajak yang dikenakan untuk perorangan atau karyawan yang bekerja di suatu perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



Pada tahun 1932 diberlakukan yang disebut ordonansi pajak pendapatan. Ordonansi pendapatan ini dikenakan untuk orang Indonesia maupun orang yang bukan penduduk Indonesia tetapi memiliki pendapatan di Indonesia. Pada tahun 1935 diberlakukan ordonansi pajak upah yang mengharuskan majikan memotong gaji atau upah pegawai untuk membayar pajak atas gaji yang diterima.

Dasar pengenaan pajak atau DPP adalah dasar pengenaan pajak yang diperoleh dari penghasilan kena pajak dari wajib pajak penerima penghasilan. Dasar pengenaan pajak dan pemotong PPh pasal 21 adalah penghasilan kena pajak bagi pegawai tetap, penerima pensiun berkala, pegawai tidak tetap yang penghasilannya dibayar bulanan, bukan pegawai. Wajib pajak yang dimaksud adalah yang memiliki nomor pokok wajib pajak (NPWP).

Tarif PPh pasal 21 dipotong dari jumlah penghasilan kena pajak (PKP) yang dibulatkan ke bawah dalam ribuan penuh. Tarif PPh bersifat progresif yang artinya semakin tinggi penghasilan yang diterima maka akan dikenakan lapis tarif lebih tinggi.

Berdasarkan Pasal 17 Undang-undang PPh besarnya tarif pajak yang berlaku yaitu:

- a. 5% untuk penghasilan tahunan sampai dengan Rp 50.000.000.
- b. 15% untuk penghasilan diatas Rp 50.000.000 sampai dengan Rp 250.000.000.
- c. 25% untuk penghasilan Rp 250.000.000 sampai dengan Rp 500.000.000.
- d. 30% untuk penghasilan di atas Rp 500.000.000.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- e. Bagi penerima penghasilan yang tidak memiliki NPWP dikenakan dengan tarif yang lebih tinggi.

Penyetoran pajak penghasilan harus disetor paling lama tanggal 10 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir. Sedangkan pembayarannya paling lama tanggal 15 bulan berikutnya setelah masa pajak berakhir.

Sekarang untuk membayar pajak tidak hanya bisa dilakukan dengan cara menyetor langsung melainkan sudah bisa dibayar secara online. Dengan membayar pajak secara online memudahkan bagi wajib pajak untuk membayarnya karena tidak perlu antre dan menunggu lama.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

D) Pengertian Subjek Pajak

Subjek pajak penghasilan adalah segala sesuatu yang memiliki potensi untuk memperoleh penghasilan dan menjadi sasaran untuk dikenakan Pajak Penghasilan. Subjek Pajak akan dikenakan Pajak Penghasilan apabila menerima atau memperoleh penghasilan sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku. Jika Subjek Pajak telah memenuhi kewajiban pajak secara objektif maupun subjektif maka disebut Wajib Pajak. Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan termasuk pemungut pajak dan pemotong pajak tertentu. Yang menjadi Subjek Pajak adalah :

1. Orang pribadi.



Orang pribadi adalah mereka yang bertempat tinggal di Indonesia ataupun diluar Indonesia, orang pribadi, sebagai subjek pajak tidak melihat batasan umur, jenjang sosial, ekonomi, dan kebangsaan atau kewarganegaraan. Dengan kata lain istilah orang pribadi yang menjadi Subjek Pajak PPh Indonesia berlaku semua untuk orang (Gunadi,2002)

2. Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan, menggantikan yang berhak.
3. Badan

Pengertian badan menurut Penjelasan UU PPh Tahun 2000 adalah sekumpulan orang dan atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun tidak melakukan usaha yang meliputi : Perseroan Terbatas, Perseroan komanditer, Perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara dengan nama dan dalam bentuk apapun, Firma, Kongsi, Koperasi, Dana pensiun, Persekutuan, Perkumpulan, Yayasan, Organisasi massa, Organisasi sosial politik atau organisasi yang sejenis, Lembaga, Bentuk Usaha Tetap dan bentuk lainnya termasuk reksadana.

4. Subjek Pajak Bentuk Usaha Tetap (BUT)

Bentuk usaha tetap adalah bentuk usaha yang dipergunakan oleh orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, OP yang berada di Indonesia tidak lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan, dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia, yang berupa:

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.



- a. Tempat Kedudukan Manajemen
- b. Cabang Perusahaan
- c. Kantor Perwakilan
- d. Gedung kantor
- e. Pabrik
- f. Bengkel
- g. Gudang
- h. Ruang untuk promosi dan penjualan
- i. Pertambangan dan penggalian sumber alam
- j. Wilayah kerja pertambangan minyak dan gas bumi
- k. Perikanan, Peternakan, Pertanian

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

3) Subjek Pajak Penghasilan Wajib Pajak

Pajak Penghasilan bisa disebut juga sebagai subjek pajak, yaitu segala yang mempunyai potensi untuk memperoleh penghasilan dan menjadi sasaran untuk dikenakan Pajak Penghasilan. Menurut Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 2 ayat 2, Subjek pajak dibedakan menjadi dua, yaitu :

- 1) Subjek pajak dalam negeri:
 - a. Orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia lebih dari seratus delapan puluh tiga hari dalam jangka waktu dua belas bulan, atau orang pribadi yang dalam satu tahun pajak berada di Indonesia;



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Badan yang didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia, meliputi Perseroan Terbatas, Perseroan Komanditer, perseroan lainnya, Badan Usaha Milik Negara atau Daerah dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik atau organisasi yang sejenis, lembaga, dan bentuk badan lainnya.

2) Subjek Pajak Luar Negeri

a. Orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari seratus delapan puluh tiga hari dalam jangka waktu dua belas bulan, dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat kedudukan di Indonesia, yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan usaha tetap di Indonesia;

b. Orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia tidak lebih dari seratus delapan puluh tiga hari dalam jangka waktu dua belas bulan, dan badan yang tidak didirikan dan tidak bertempat di Indonesia, yang dapat menerima penghasilan dari Indonesia tidak dari menjalankan usaha atau melakukan kegiatan usaha tetap di Indonesia.

Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang tidak termasuk Subjek Pajak adalah:

- 1) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan dari pekerjaan. Contoh: Pegawai Swasta, PNS.
- 2) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan dari usaha. Contoh: Pengusaha toko emas, Pengusaha industri mie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 3) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan dari pekerjaan bebas. Contoh: Dokter, Notaris, Akuntan, Konsultan.
- 4) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan lain yang tidak bersifat final. Contoh: sehubungan dengan pemodalan seperti Bunga pinjaman, royalty.
- 5) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan lain yang bersifat final. Contoh: seperti bunga deposito, undian
- 6) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan yang bukan objek pajak. Contoh: Seperti bantuan, sumbangan.
- 7) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan dari luar negeri. Contoh: Seperti bunga, royalti PPh Pasal 24.
- 8) Wajib Pajak orang pribadi yang semata-mata menerima penghasilan dari berbagai sumber. Contoh: Pegawai Swasta tetapi juga mempunyai usaha rumah makan, PNS tetapi membuka praktek dokter.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

d. Objek Pajak Penghasilan

Merupakan segala sesuatu seperti barang, jasa, atau kegiatan yang dikenakan pajak. Objek Pajak Penghasilan adalah penghasilan yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Penghasilan dapat dikelompokkan menjadi :



- 1) Penghasilan dari pekerjaan dalam hubungan kerja dan pekerjaan bebas seperti gaji, honorarium, penghasilan dari praktik dan sebagainya
- 2) Penghasilan dari usaha atau kegiatan
- 3) Penghasilan dari modal, yang berupa harta gerak ataupun harta tak gerak seperti bunga, dividen, royalti, sewa, keuntungan penjualan harta.
- 4) Penghasilan lain-lain, seperti, hadiah, dan lain sebagainya.

C) Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

D) Penghasilan yang Termasuk Objek Pajak

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) UU Nomor 36 Tahun 2008, Penghasilan yang termasuk Objek Pajak ialah :

- a. Penggantian atau imbalan berkenaan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh termasuk gaji, upah, tunjangan, honorarium, komisi, bonus, gratifikasi, uang pensiun atau imbalan dalam bentuk lainnya kecuali ditentukan lain dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan.
- b. Hadiah dari undian atau pekerjaan atau kegiatan dan penghargaan
- c. Laba usaha
- d. Keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta termasuk:
- e. Keuntungan karena pengalihan harta kepada perseroan, persekutuan, dan badan lainnya sebagai pengganti saham atau penyertaan modal
- f. Keuntungan yang diperoleh suatu badan karena pengalihan harta kepada pemegang saham, sekutu atau anggota
- g. Keuntungan karena likuidasi, penggabungan, peleburan, pemekaran, pemecahan atau pengambilalihan usaha

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.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- h. Keuntungan karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat, dan badan keagamaan atau badan pendidikan atau badan sosial atau pengusaha kecil termasuk koperasi yang ditetapkan oleh Menteri Keuangan.
- i. Keuntungan karena penjualan atau pengalihan sebagian atau seluruh hak penambangan, tanda turut serta dalam pembiayaan, atau permodalan dalam perusahaan pertambangan.
- j. Penerimaan kembali pembayaran pajak yang dibebankan sebagai biaya;
- k. Bunga termasuk premium, diskonto dan imbalan karena jaminan pengembalian utang.
- l. Dividen dengan nama dan dalam bentuk apapun, termasuk dividen dari perusahaan asuransi kepada pemegang polis dan pembagian sisa hasil usaha koperasi
- m. Royalty atau imbalan atas penggunaan hak
- n. Sewa dan penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta
- o. Penerimaan atau perolehan pembayaran berkala
- k. Keuntungan karena pembebasan utang, kecuali sampai dengan jumlah tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah
- p. Keuntungan karena selisih kurs mata uang asing
- q. Selisih lebih karena penilaian kembali aktiva.
- r. Keuntungan karena pembebasan utang, kecuali sampai dengan jumlah tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- s. Keuntungan selisih kurs mata uang asing
- t. Selisih lebih karena penilaian kembali aset
- u. Premi asuransi

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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.

e. Tinjauan Tentang Kepatuhan Hukum Pajak

Paham kesadaran hukum sebenarnya berkisar pada diri warga masyarakat yang merupakan suatu faktor yang menentukan bagi sahnya hukum. Pada awalnya masalah kesadaran hukum timbul di dalam proses penerapan dari hukum tertulis. Di dalam kerangka proses tersebut timbul masalah, oleh karena ketidak sesuaian antara dasar sahnya hukum (yaitu pengendalian sosial dari penguasa atau kesadaran masyarakat) hukum tersebut. Merupakan suatu keadaan yang di cita-citakan atau dikehendaki, bahwa ada keserasian proporsional antara pengendalian sosial oleh penguasa, kesadaran warga masyarakat dan kenyataan dipatuhinya hukum.

Soerjono soekanto mengatakan bahwa: “Kesadaran hukum sebenarnya merupakan kesadaran akan nilai-nilai yang terdapat didalam diri manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan ada”. Hukum merupakan konkretisasi dari sistem nilai-nilai yang berlaku dalam masyarakat. Suatu keadaan yang di cita-citakan adalah kesesuaian antara hukum dengan sistem nilai-nilai tersebut. Konsekuensinya adalah bahwa perubahan pada sistem nilai-nilai harus diikuti dengan perubahan hukum.

Seseorang individu taat pada kaidah-kaidah hukum karena ia mempunyai perasaan keadilan yang bersifat timbal balik. Hal ini timbul dan tumbuh sebagai akibat dari partisipasinya dalam hubungan-hubungan sosial terutama dalam



kelompok-kelompok seusianya. Kaidah-kaidah yang berlaku dalam kelompok tersebut merupakan konfigurasi kebudayaan yang diabsorbikan oleh anggota-anggota kelompok tersebut yang sekaligus menganggapnya sebagai referensi. Referensi tersebut sangat penting baginya karena merupakan suatu sarana untuk berasimilasi dengan realitas sosial yang menolongnya untuk mengadakan akomodasi terhadap perilakunya.

Soerjono soekanto mengemukakan empat indikator tentang kesadaran membayar pajak yaitu:

1. Pengetahuan tentang pajak
2. Pemahaman tentang pajak
3. Sikap terhadap pajak
4. Perilaku pajak

Kesadaran membayar pajak juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk sikap moral yang memberikan sebuah kontribusi kepada negara untuk menunjang pembangunan negara dan berusaha untuk mentaati semua peraturan yang telah ditetapkan oleh negara serta dapat dipaksakan kepada wajib pajak. kesadaran membayar pajak ini tidak hanya memunculkan sikap patuh, taat dan disiplin semata tetapi diikuti sikap kritis juga. Semakin maju masyarakat dan pemerintahannya, maka semakin tinggi kesadaran membayar pajaknya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Pengertian Selebgram / Influencer, Endorsement pada Social Media Instagram

C beserta pengenaan pajaknya

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Sosial Media Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan foto dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari Facebook yang memungkinkan teman Facebook itu mengikuti kita dalam akun sosial media Instagram. Makin populernya Instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi foto mengakibatkan banyak pengguna yang terjun ke ranas bisnis seperti akun sosial bisnis yang turut mempromosikan produk-produknya lewat Instagram (M Nisrina, 2015:137). Situs jejaring sosial media sebagai layanan berbasis web yang memungkinkan perorangan untuk membangun profil umum atau semi umum dalam satu sistem yang terbatas, menampilkan pengguna lainnya yang berkaitan dengan mereka, dan melihat-lihat dan mengamati daftar koneksi yang mereka miliki maupun daftar yang dibuat oleh pengguna lainnya dalam sistem tersebut (Boyd dan Ellison, 2008:11).

Instagram adalah bentuk dari salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran langsung, melalui Instagramlah produk/jasa dapat ditawarkan dengan meng-upload foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/jasa yang ditawarkan.

1) Fitur Instagram Instagram mempunyai berbagai fitur-fitur yang berbeda dengan jejaring sosial lainnya, diantara sekian banyak fitur yang ada di Instagram, ada beberapa fitur yang digunakan dalam menjalankan komunikasi pemasarannya, fitur tersebut adalah :

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

- a) Follower Sistem sosial didalam instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang disukai atau tidak.
- b) Upload Foto Aplikasi utama dalam instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang ingin diunggah dapat diperoleh kamera ataupun yang ada dialbum handphone kita sendiri.
- c) Judul foto Setelah foto yang ingin kita suting atau kita upload maka foto yang diunggah tersebut dapat diberikan penjelasan dari atau tentang foto tersebut dan dapat diberikan penjelasan dimana lokasi foto tersebut.
- d) Jejaring sosial Dalam berbagi foto, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya didalam instagramnya saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui sosial lainnya seperti facebook, twitter, foursquare, tumblr, dan flicks yang tersedia dihalaman Instagram untuk membagi foto tersebut.
- e) Tanda Suka Instagram memiliki sebuah figur tanda suka yang fungsinya memiliki kesamaan dengan yang disediakan oleh akun facebook, yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang mengikut akunnnya menyukai foto tersebut yang telah diunggah. Berdasarkan jumlah suka pada sebuah foto didalam instagram,

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.



hal itulah yang menjadi faktor khusus yang mempengaruhi foto tersebut terkenal atau tidak.

- f) Populer (Explore) Bila sebuah foto dapat memasuki kedalam halaman populer, yang merupakan tempat kumpulan dari foto-foto populer seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan menjadi suatu hal yang dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikutnya juga dapat bertambah lebih banyak.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Selebgram / Influencer Instagram

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini telah merubah cara interaksi antar individu. Kini internet menjadi sebuah ruang digital yang menciptakan sebuah ruang kultural. Tidak dapat dipungkiri bahwa dengan keberadaan internet memberikan banyak kemudahan kepada penggunanya. Beragam akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia dapat dicari melalui internet. Instagram adalah salah satu aplikasi yang gunanya untuk berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik instagram sendiri (Zakirah, 2018).

Instagram muncul pada 6 Oktober 2010 yang semakin berjalannya waktu instagram semakin bertambah penggunanya. Instagram ini dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Zakirah, 2018).

Pengguna Instagram akan berlomba-lomba untuk memposting foto-foto atau video yang paling keren di antara pengguna yang lain. 33 Cara yang dilakukanpun

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.



beragam seperti memposting dengan foto selfie paling bagus dan cantik, foto dengan barang-barang branded yang nggak semua orang bisa memiliki, foto dengan outfit-outfit keren, foto diri dengan body killer, atau foto-foto di tempat-tempat keren seperti cafe mahal, tempat wisata yang bagus dan langka, hingga trendtrend yang lain (Lubis, 2018).

Instagram telah unggul sebagai alat komunikasi dan alat pemasaran yang efektif untuk menampilkan produk dengan deskripsi visual. Dilihat dari data penggunaan layanan statistik, terdapat 200 juta pengguna terdaftar, foto yang telah diposting sejumlah 20 miliar, dan perharinya rata-rata foto yang diunggah berjumlah 60 juta (Kurniawati, 2017). Di Instagram orang bebas mengunggah, membagikan, serta memberi tanda “like”, memberikan komentar, atau mungkin cukup melihat saja foto-foto milik orang lain. Banyak orang menggunakan aplikasi Instagram untuk mengunggah dan membagikan foto-foto pribadi mereka. Platform Instagram ini sering kali dijadikan ajang untuk memamerkan sisi kreatif fotografi dan videografi, sehingga siapapun dapat mem-follow dan mengomentari. Semakin banyak orang yang mem-follow dan memberikan tanda “like”, seseorang bisa menjadi terkenal dan eksis di media sosial selayaknya artis idola (Krisnawati, 2017).

Berawal dari fenomena di Instagram inilah kemudian muncul artisartis atau selebriti yang populer karena Instagram, atau biasa disebut dengan selebgram. Siapapun bisa menjadi selebgram. Tidak hanya orang dewasa, anak kecil pun bisa. Bahkan banyak anak kecil yang sudah memiliki akun di Instagram sampai menjadi terkenal. Fenomena selebgram cilik ini mendorong munculnya pertanyaan tentang bagaimana privasi anak-anak, yang dibuat terkenal oleh orang tua mereka melalui

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Instagram, dilihat dari perspektif psikologi komunikasi, media sosial, dan efek mikro-selebriti di Indonesia. Munculnya selebgram sudah bukan hal yang baru dalam kehidupan masyarakat saat ini karena didukung oleh perkembangan teknologi yang begitu cepat. Banyak sekali selebgram yang sering muncul di media sosial baik yang berasal dari Ibu Kota ataupun yang berasal dari kota kecil di Indonesia. Banyak faktor yang membuat seseorang bisa menjadi selebgram, salah satunya ada yang sengaja melakukan suatu hal dan menjadi viral, adapun yang membuat sensasi agar ia dikenal publik atau menjadi selebgram karena keahliannya dalam mengambil gambar. Selebriti Instagram atau bisa disingkat dengan selebgram adalah sebutan untuk orang yang memiliki banyak pengikut dan terkenal di Instagram, sehingga kerap diminta untuk mempromosikan (*endorse*) barang dagangan dari toko online tertentu di akun Instagramnya (Damopolii, 2017).

Ketenaran seorang selebgram tidak terlepas dari bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka melalui akun instagram mereka. Dengan cara mereka mengunggah foto dengan mengkombinasikan penggunaan caption dan tagar (#) membuat para selebgram secara tidak langsung mudah terdeteksi oleh pengguna lain. Dari bagaimana mereka mempresentasikan diri muncul ketertarikan pengguna lain untuk mengikuti (*follow*) akun selebgram tersebut, dengan bertambahnya jumlah followers akan menunjukkan seberapa terkenalnya seorang selebgram tersebut. Selebgram dan selebriti pada umumnya tidaklah jauh berbeda. Perbedaan antara selebgram dan selebritis pada umumnya hanya terletak pada medianya. Jika kebanyakan selebritis terkenal karena sering tampil dilayar kaca, seorang selebgram terkenal karena kepopulerannya dalam media sosial instagram. Selebgram dan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



selebriti pada umumnya sama-sama memiliki banyak fans atau pengagum, namun pada media sosial instagram fans dari para selebgram adalah mereka yang mengikuti (followers) akun dari selebgram tersebut. Peran seorang selebgram juga tidaklah jauh berbeda dengan selebritis pada umumnya, selebgram juga menjadi idola bagi para followers nya. Mulai dari cara mereka berpakaian, cara berdandan, produk-produk yang digunakan hingga tempat-tempat yang dikunjungi oleh para selebgram menjadi sebuah acuan bagi para followers nya. Seorang selebgram akan mendapatkan penghasilan dari jasa endorse yang dilakukan sesuai rate card. Rate card sudah disesuaikan dengan performa mereka di media sosial (Oke Finance, 2019).

Selain dibayar, produk yang dikirimkan kepada mereka nantinya juga akan menjadi hak milik selebgram tersebut. Selebgram melakukan endorse dengan cara memposting foto atau video melalui Instagram story maupun posting di feed Instagram. Menurut perusahaan teknologi Tribe, yang menyediakan marketplace untuk para influencer di Instagram, pengguna tetap bisa mendapatkan penghasilan meski mereka memiliki jumlah follower yang relatif tidak banyak. Namun, untuk bisa menjadi promotor sebuah produk di Instagram, pengguna harus memiliki minimal 3.000 pengikut akunya. Pengguna Tribe di Inggris sendiri mendapatkan rata-rata penghasilan 144 dolar AS (sekitar Rp 2 juta) hingga 787 dolar AS (sekitar Rp 11,3 juta) untuk setiap postingan iklan (Kumparan, 2018).

Dari perhitungan penghasilan yang ditawarkan platform Tribe, berikut pendapatan selebgram berdasarkan pengikutnya yang bisa diraih:

- a. 3 ribu - 10 ribu follower: 65 - 131 dolar AS (Rp 936 ribu - 1,9 juta)

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- b. 10 ribu - 25 ribu follower: 131 - 236 dolar AS (Rp 1,9 juta - Rp 3,4 juta)
- c. 25 ribu - 50 ribu follower: 236 - 328 dolar AS (Rp 3,4 juta - Rp 4,7 juta)
- d. 50 ribu - 100 ribu follower: 328 - 458 dolar AS (Rp 4,7 juta - Rp 6,6 juta)
- e. Di atas 100 ribu follower: di atas 458 dolar AS (Rp 6,6 juta).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

(1) Peran Selebgram/Influencer Endorser

Schifman dan Kanuk (2010, p.135) menyatakan bahwa beberapa peran Selebgram/Influencer sebagai model iklan yang bisa digunakan perusahaan dalam sebuah iklan adalah sebagai berikut:

1. *Testimonial*, jika secara personal selebriti menggunakan produk tersebut maka pihak selebriti dapat memberikan kesaksian tentang kualitas maupun benefit dari produk atau merek yang diiklankan.
2. *Endorsement*, selebriti diminta untuk membintangi iklan produk dimana dia tidak ahli dalam bidang tersebut.
3. *Actor*, selebriti diminta untuk mempromisikan suatu produk atau merek tertentu terkait dengan peran yang sedang ia bintangi dalam suatu program tayangan tertentu
4. *Spokeperson*, selebriti yang mempromosikan produk atau merek yang di usung perusahaan dalam kurun waktu tertentu masuk dalam kelompok peran

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.



Spokeperson. Penampilan mereka akan diasosiasikan dengan merek atau produk yang mereka wakili.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

(2) Faktor – Faktor Pemilihan Selebgram/ Influencer Endorser

Song dan Chaipoopiratana (2010,p,121) menemukanada tujuh faktor yang dapat digunakan untuk memilih celebrity endorser, yaitu:

1. *Physical Attractiveness* (Daya tarik fisik)

Merupakan sifat yang dimiliki seseorang dalam hal ini selebriti yang dapat menimbulkan rasa ketertarikan terhadap dirinya. Daya tarik fisik ini merupakan salah satu alasan seorang selebriti disukai oleh konsumen. Faktor ini terdiri dari tampan/ cantik (*handsome/ pretty*), modis (*fashionable*), seksi (*sexy*), daya tarik (*attractiveness*), dan elegan (*elegant*).

2. *Credibility* (Kredibilitas)

Kredibilitas dianggap penting dalam pemilihan celebrity endorser agar pesan dapat lebih diterima oleh konsumen. Kredibilitas adalah sifat yang ada pada diri seseorang dimana dapat menimbulkan kepercayaan orang lain terhadap dirinya atas kebenaran yang disampaikan melalui iklan. Faktor ini meliputi reputasi (*reputation*), popularitas (*popularity*), citra publik tentangcelebrity endorser (*public image*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan sikap celebrity endorseritu sendiri (*deportment*).

3. *Amiability* (Keramahan)

Amiability mengacu pada kemampuan selebriti dalam menjaga keramahan dengan masyarakat sehingga dapat diterima dan disukai oleh masyarakat. Jika

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.



dibandingkan dengan daya tarik fisik, keramahan ini merupakan daya tarik seseorang yang datang dari dirinya sendiri. Dan pada prakteknya, selebriti yang lebih disukai adalah selebriti yang memiliki keramahan yang tinggi. Faktor ini terdiri dari keberanian (*outgoing and bold*), disukai (*likeability*), dan selebriti yang dapat membina hubungan sosial (*social association/intercourse*).

4. *Celebrity Product Match* (Kecocokan dengan produk)

Pemasar menginginkan agar citra selebriti, nilai, dan perilakunya sesuai dengan kesan yang diinginkan untuk produk yang diiklankan. Faktor ini terdiri dari penampilan yang cocok dengan produk (*celebrity appearance/image product match*) dan kelebihan selebriti yang cocok dengan produk (*celebrity value product match*).

5. *Profession* (Profesi)

Profesi selebriti yang memiliki beberapa hubungan dengan produk yang di endorse sehingga dapat dipercaya untuk berbicara tentang produk yang di endorse, hal tersebut akan menjadikan pengaruh yang besar bagi masyarakat untuk memilih produk yang diiklankan oleh *celebrity endorser* tersebut. Faktor ini terdiri dari Keahlian (*expertise*), pekerja keras (*hardworking and responsible*) dan berpengetahuan (*knowledge/ qualified to talk about product*).

6. *Celebrity Audience Match* (Kecocokan dengan audien)

Hal ini berarti bahwa kecocokan selebriti tidak hanya pada produk yang diiklankan namun juga harus memperhatikan kecocokan dengan audiennya.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Faktor ini terdiri dari Penampilan selebriti yang cocok dengan penonton (*celebrity appearance / image audience match*).

Berdasarkan materi yang pernah disampaikan oleh Sri Rahayu Tri Astuti (2009 .p,17), penggunaan *celebrity endorser* ini dapat membangun *brand equity*, melalui berbagai cara, sebagai berikut:

1. *Instant credibility*. Selebriti dipercaya dapat menciptakan kredibilitas yang cepat. Misalnya melalui testimonial terhadap merek produk tertentu yang sedang digunakannya. Testimonial dari seorang selebriti bisa mendongkrak kepercayaan konsumen yang cukup signifikan.
2. *Quick Attention*. Dengan menggunakan tokoh selebriti membuat produk lebih mudah untuk dikenali.
3. *Word of mouth*. Efek promosi dari mulut ke mulut bisa muncul dari seorang artis.
4. *Brand Recall*. Ketika konsumen melihat selebriti tersebut, maka ingatan konsumen akan secara otomatis mengingat produk yang di endorsenya.
5. *Fixing Bad Image*. Seorang selebriti yang memiliki image positif bisa mengembalikan kepercayaan konsumen terhadap sebuah merek yang tercemar.
6. *Emotional Branding*. Selebriti bisa dimanfaatkan untuk menarik emosional para fans.
7. *Rejuvenating Brand*. Merek-merek yang stagnan dan ingin bangkit kembali, membutuhkan selebriti-selebriti muda yang atraktif dan dinamis, dengan demikian merek tersebut tidak terkesan menua.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(3) Keuntungan dan Resiko Menggunakan Celebrity Endorser

Ada beberapa keuntungan dan resiko apabila kita menggunakan celebrity sebagai Endorser, salah satu keuntungan apabila kita menggunakan celebrity sebagai Endorser Menurut Jawler dan Drewniany (2009 .p,57) :

1. *Celebrity endorser* mempunyai kekuatan “menghentikan” artinya celebrity sebagai endorser dapat digunakan untuk menarik perhatian dan membantu menyelesaikan kekacauan yang dibuat oleh iklan-iklan lainnya.
2. *Celebrity endorser* merupakan figur yang disukai audiens diharapkan memiliki kekaguman terhadap celebrity sebagai endorser yang akan berpengaruh pula pada produk atau perusahaan yang diiklankan. Sebelum memutuskan memilih seorang celebrity sebagai endorser, perusahaan seharusnya memeriksa dan mengukur popularitas dan daya tarik celebrity tersebut sebagai orang terkenal.
3. *Celebrity endorser* mempunyai keunikan karakteristik yang dapat membantu mengkomunikasikan pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Celebrity sebagai endorser yang memiliki kesesuaian karakteristik dengan produk yang akan diiklankan akan lebih membantu dalam menyampaikan pesan dalam sebuah cara yang dramatis.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



3. Pengertian Endorsement

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Setiap harinya konsumen terpapar oleh berbagai macam pesan iklan di berbagai media. Namun, tidak semua iklan bisa diingat dan direspon dengan baik oleh konsumen karena mereka memiliki keterbatasan memori dan kemampuan dalam menangkap pesan iklan yang disampaikan. Biasanya, konsumen hanya mengingat iklan yang mereka anggap menarik baik dari segi tampilan visual, penggunaan musik penggunaan bahasa, atau dari segi sumber penyampai pesan (Paramita, 2018).

Salah satu strategi periklanan yang banyak digunakan oleh pemasar untuk mempengaruhi konsumen adalah dengan menggunakan figur publik dari kalangan selebriti. Endorse berasal dari kata endorsement yang dapat diartikan sebagai suatu dukungan atau saran. Selebriti endorsement adalah strategi komunikasi pemasaran umum untuk membangun suatu pasar, pihak yang menggunakan jasa endorsement percaya bahwa penggunaan selebriti mempengaruhi efektifitas pemasaran dan minat terhadap suatu produk (Chan et al., 2013).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Friedman (1976) berkenaan dengan penggunaan 4 (empat) jenis endorser dalam iklan (selebriti, mahasiswa, ahli profesional, dan pimpinan perusahaan) menyimpulkan bahwa penggunaan endorser dalam periklanan akan lebih bermanfaat untuk mempromosikan produk dibandingkan dengan penggunaan iklan tanpa adanya endorser. Banyak penelitian yang mengemukakan bahwa penggunaan publik figur dari kalangan selebriti lebih efektif daripada endorser lainnya seperti para ahli atau profesional, manajer perusahaan, atau konsumen biasa. Saat ini endorsement menjadi kerjasama yang saling menguntungkan antara dua pihak. Dalam hal tersebut yaitu antara yang

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



melakukan bisnis online dan *public figure* yang mempromosikan produk atau jasa dari pebisnis online. Dengan melakukan endorsement *public figure* akan mendapatkan produk dari pengusaha online beserta fee dengan timbal balik berupa unggahan foto atau video untuk mempromosikan produk yang di endorse. Strategi yang dapat dilakukan dalam meningkatkan minat beli konsumen salah satunya dengan meningkatkan daya tarik iklan pada instagram salah satunya dengan strategi endorsement, dengan kata lain semakin baik dan berkualitasnya iklan yang ditampilkan oleh sebuah perusahaan semakin meningkat pula minat beli konsumen akan produk tersebut (Suharto dkk., 2016).

Umumnya, endorsement dibagi menjadi 2 jenis unggahan feed dan Instagram story. Tarif endorsement dari kedua jenis unggahan tadi juga berbeda-beda, apalagi kalau bentuknya video. Sebagai contoh untuk satu kali unggahan foto pada feed, selebgram cantik Rachel Vennya mematok harga kurang lebih Rp15 juta. Konsep foto dan video endorsement rata-rata mereka buat sendiri, sehingga brand sebagai pihak klien cukup terima jadi. Itulah mengapa postingan selebgram fenomenal seperti Awkarin yang terlihat ‘niat’ sangatlah mahal tarifnya (Oke Finance, 2019).

Beberapa tahun terakhir, jasa endorsement sangat sering digunakan dalam mempromosikan suatu produk maupun jasa. Jasa endorsement dianggap sebagai cara yang efektif dalam mempromosikan suatu produk maupun jasa. Karena keefektifan dari endorsement tersebut, pelaku bisnis online tidak segan untuk mengalokasikan dana dalam jumlah yang tidak sedikit setiap tahunnya untuk menggunakan jasa endorsement (Wijaya dkk., 2019).

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Di luar endorsement, sumber penghasilan para selebgram juga berasal dari paid promote. Paid promote tidak jauh berbeda dengan endorsement hanya saja untuk paid promote, selebgram akan menerima beberapa materi promosi dari brand yang ingin bekerja sama. Misalnya foto beserta caption. Kemudian semua tinggal mereka unggah, sehingga tidak perlu repot-repot memikirkan konsepnya lagi. Karena itulah, tarif untuk sekali paid promote biasanya tidak semahal endorsement (Oke Finance, 2019).

Namun lagi-lagi tergantung siapa selebgram yang diajak kerja sama. Kalau sudah populer, tetap saja minimal uang yang mereka terima bisa jutaan rupiah untuk sekali paid promote. Menggunakan selebriti sebagai endorser memiliki keuntungan yaitu dari segi publisitas dan kemudahan mendapatkan perhatian dari calon konsumen (Soeprapto & Samuel, 2008). Seseorang yang sangat terkenal dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan segmen yang besar dari target audience. Daya tarik dan nama baik dari seorang selebriti dapat digunakan oleh pemasar untuk membentuk citra yang positif terhadap produk. Kredibilitas selebriti memang merupakan prediktor signifikan untuk sikap positif terhadap iklan dan merek (Muda et al., 2014).

4. Perlakuan Pajak Influencer Di Negara Lain

a. Amerika

Internal Revenue Services atau bisa di singkat dengan IRS merupakan merupakan organisasi pemerintah yang melayani jasa dalam pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakan di Amerika. IRS adalah biro dari Departemen Keuangan



dan salah satu administrator pajak paling efisien di dunia. Pada tahun fiskal 2015, IRS mengumpulkan hampir \$3,3 triliun pendapatan dan memproses hampir 240 juta pajak (*Internal Revenue Service*, 2019). Misi dari IRS adalah memberikan layanan pembayar pajak berkualitas tinggi Amerika dengan membantu mereka memahami dan memenuhi tanggungjawab pajak mereka serta menegakkan hukum dengan integritas dan keadilan bagi semua. Pernyataan misi ini menjelaskan peran IRS dan harapan publik tentang bagaimana IRS harus melakukan peran itu. Di Amerika Serikat, Kongres mengesahkan undang-undang perpajakan dan mengharuskan pembayar pajak untuk patuh. Peran Wajib Pajak adalah untuk memahami dan memenuhi kewajiban pajaknya. Peran IRS adalah untuk membantu sebagian besar Wajib Pajak yang patuh dengan undang-undang perpajakan, sambil memastikan bahwa minoritas yang tidak mau menuruti membayar bagiannya yang adil (*Internal Revenue Service*, 2019).

IRS diatur untuk melaksanakan tanggungjawab sekretaris Perbendaharaan berdasarkan bagian 7801 dari *Internal Revenue Code*. Sekretaris memiliki wewenang penuh untuk mengelola dan menegakkan undang-undang pendapatan internal dan memiliki kekuatan untuk membuat lembaga untuk menegakkan undang-undang ini. IRS dibuat berdasarkan hibah legislatif ini. Bagian 7803 dari *Internal Revenue Code* mengatur penunjukan komisaris *Internal Revenue* untuk mengatur dan mengawasi pelaksanaan dan penerapan undang-undang pendapatan internal. IRS mempunyai beberapa strategi dalam perpajakan meliputi: (Schultz & Vile, 2019)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 1) Memberdayakan dan memungkinkan semua Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban pajak mereka, IRS akan memberdayakan Wajib Pajak dengan membuatnya lebih mudah bagi mereka untuk memahami dan memenuhi pengajuan, pelaporan dan kewajiban pembayaran. IRS terus menambah dan meningkatkan alat dan dukungan untuk meningkatkan Wajib Pajak dan interaksi profesional pajak dengan IRS di saluran mana pun yang mereka sukai.
- 2) Lindungi integritas sistem perpajakan dengan mendorong kepatuhan melalui administrasi dan menegakkan kode pajak. Sistem pajak Amerika didasarkan pada kepatuhan sukarela dan didukung oleh yang sesuai pelaksanaan. Sebagai bagian dari upaya IRS untuk menutup kesenjangan pajak, IRS melakukan pendekatan inovatif untuk memahami, mendeteksi dan menyelesaikan potensi ketidakpatuhan. IRS akan menggunakan wawasan perilaku tentang caranya orang memproses dan bereaksi terhadap informasi. Ini akan menginformasikan bagaimana IRS merancang program untuk mendorong kepatuhan sukarela.
- 3) Berkolaborasi dengan mitra eksternal secara proaktif untuk meningkatkan administrasi pajak. Kemitraan dengan pemangku kepentingan kami memperkaya layanan untuk pembayar pajak. Kolaborasi akan menghasilkan inovasi solusi untuk masalah yang mendesak, meningkatkan pengalaman wajib pajak. Kami akan melibatkan mitra untuk meningkatkan layanan dan penjangkauan kepada pembayar pajak, meningkatkan kolaborasi global dan memimpin dalam hal berbagi praktik.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 4) Menumbuhkan tenaga kerja yang lengkap, beragam, dan fleksibel. Karyawan IRS berkomitmen untuk melayani Wajib Pajak. Amerika. IRS berusaha keras membentuk budaya yang menghargai inovasi, menyambut berbagai perspektif dan merayakan keberagaman. Pendekatan IRS terhadap pembangunan akan dilengkapi dengan strategi manajemen bakat berwawasan ke depan yang mempertimbangkan masa depan kebutuhan bisnis dan pemangku kepentingan.
- 5) Akses data lanjutan, kegunaan dan analitik untuk menginformasikan pengambilan keputusan dan meningkatkan hasil operasional. IRS terus menggunakan data untuk mendorong keputusan dan memanfaatkan sumber daya dengan cara paling efektif. Kemajuan di seluruh siklus hidup data lengkap dari pengumpulan ke penyimpanan hingga akses ke analisis akan memungkinkan IRS untuk menyebarkan data dan menerapkan wawasan dengan lebih baik.
- 6) Mendorong peningkatan kelincahan, efisiensi, efektivitas, dan keamanan dalam operasi IRS. IRS akan fokus pada perampingan dan penyederhanaan proses bisnis untuk melayani Wajib Pajak dengan lebih baik dan meningkatkan pengelolaan sumber daya pembayar pajak. Operasi yang efisien dan infrastruktur modern pondasi organisasi yang stabil, andal, dan merupakan elemen penting untuk mempertahankan keunggulan kemampuan layanan dan penegakan hukum.

Sistem data yang kuat sangat penting untuk melindungi pembayar pajak dan data karyawan dari ancaman. Internal Revenue Service sedang mencari cara untuk

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.



menjelajahi platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter dalam upayanya yang berkelanjutan untuk menangkap penipuan pajak (Rohrlich, 2018).

Media Sosial adalah bagian yang normal dan konstan dalam kehidupan kita. Pada 2019, akan ada 2,77 miliar pengguna media sosial. Untuk beberapa pengguna media sosial, dengan pengikut yang banyak dan dengan keterlibatan yang tinggi dari para pengikut tersebut, ini berarti terdapat potensi bisnis besar dan pendapatan. Perusahaan menggunakan media sosial untuk memasarkan produk mereka ke dunia influencer. Sebelum melihat dalam aspek perpajakan, kita dapat melihat pendapatan dan bagaimana influencer di Twitter, LinkedIn, Instagram, Facebook, Pinterest, dan lainnya, yang sebenarnya dibayar. Ada beberapa cara, beberapa di antaranya yaitu:

- 1) Posting dan blog yang disponsori, sejauh ini, cara paling umum yang dilakukan influencer untuk menghasilkan uang. Sebuah merek melibatkan influencer untuk membuat konten yang menampilkan merek dan membaginya dengan pengikut mereka.
- 2) Produk digital, e-book, selebaran promosi, atau konten yang dibuat bersama dengan merek. Influencer dapat menjual e-book kepada pengikut mereka dan dibayar oleh merek untuk setiap klik atau unduhan.
- 3) Menjual iklan dan/atau ruang editorial, sebuah merek dapat menyewa ruang di halaman influencer untuk mempromosikan item melalui iklan klik-tayang atau artikel iklan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- 4) Webinar dan podcast, Influencer dapat memengaruhi konsumen untuk mengakses konten, berkolaborasi dengan merek untuk menghasilkan konten atau menggunakan format untuk pembuatan prospek.

Umumnya, influencer adalah kontraktor independen, bukan karyawan. IRS membuat perbedaan antara karyawan dan kontraktor independen dengan melihat hubungan keuangan dan perilaku antara kedua pihak. Karena perusahaan tidak menentukan bagaimana atau kapan influencer menyelesaikan pekerjaan, mereka juga tidak menyediakan peralatan yang diperlukan untuk melakukan penempatan produk mereka, mereka biasanya berada di bawah status kontraktor independen. Ini penting karena sebagai kontraktor independen, Influencer dianggap wiraswasta. Karena influencer bukan karyawan perusahaan tempat mereka memasarkan produk, mereka tidak akan menerima W-2 karena pendapatan dan pajak tidak akan ditahan atas nama mereka (Nebiolo, 2019). Formulir W-2 diberikan kepada karyawan. Formulir ini mencakup informasi untuk tahun pajak tentang (Murray, 2019):

- 1) Penghasilan kena pajak untuk karyawan dan berapa banyak pajak penghasilan federal telah dipotong dari gaji karyawan.
- 2) Penghasilan Jaminan Sosial dan Medicare dan pajak FICA (atas penghasilan Jaminan Sosial dan Medicare) ditahan dari gaji karyawan.
- 3) Pendapatan negara dan pajak pendapatan negara dipotong dari gaji karyawan. Seorang influencer akan menerima 1099-MISC jika penghasilan yang diterimanya lebih dari \$600 (Nebiolo, 2019). Namun, jika 1099- MISC tidak diterima, penghasilan masih dapat dilaporkan. Jika suatu merek memberi influencer suatu

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



produk dengan imbalan pos promosi di halaman mereka, maka nilai produk itu dianggap sebagai pendapatan. Formulir 1099-MISC diberikan kepada individu dan bisnis yang bekerja untuk bisnis tersebut yang bukan karyawan, tetapi hanya jika bisnis tersebut telah membayar mereka \$600 atau lebih selama tahun pajak (Murray, 2019).

Formulir ini mencakup total pembayaran yang telah dilakukan untuk. Ini mungkin termasuk pemotongan cadangan jika itu diperlukan. Biasanya, tidak ada pajak penghasilan atau pajak wirausaha (untuk Jaminan Sosial / Perawatan Kesehatan) yang ditahan dari para pekerja ini, jadi tidak ditunjukkan pada formulir 1099-MISC. Jenis pekerja yang biasanya menerima formulir 1099-MISC luas seperti, konsultan, profesional independen seperti orang IT, akuntan, atau pengacara; dan pekerja perdagangan, seperti tukang ledeng atau layanan pemeliharaan / kebersihan.

b. Kanada

Canada Revenue Agency (CRA) merupakan merupakan organisasi pemerintah yang melayani jasa dalam pelaksanaan hak dan kewajiban perpajakan di Kanada. CRA mengatur undang-undang perpajakan untuk Pemerintah Kanada dan sebagian besar provinsi dan wilayah, dan mengelola berbagai program tunjangan dan insentif sosial dan ekonomi yang diberikan melalui sistem perpajakan (*Government of Canada*, 2008).

Misi dari CRA adalah untuk mengelola pajak, tunjangan, dan program terkait, dan untuk memastikan kepatuhan atas nama pemerintah di seluruh Kanada,

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dengan demikian berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi dan sosial Kanada yang berkelanjutan. Visi CRA adalah model untuk administrasi pajak dan manfaat yang terpercaya, memberikan layanan dan nilai tak tertandingi kepada kliennya, dan menawarkan kepada karyawannya peluang karier yang luar biasa. Komitmen CRA adalah berkontribusi pada kesejahteraan warga Kanada dan efisiensi pemerintah dengan memberikan pajak dan administrasi tunjangan kelas dunia yang responsif, efektif, dan terpercaya. Adapun prinsip panduan CRA sebagai berikut:

- 1) Integritas adalah dasar dari administrasi kami. Itu berarti memperlakukan orang secara adil dan menerapkan hukum secara adil.
- 2) Profesionalisme adalah kunci keberhasilan dalam mencapai misi kami. Itu berarti berkomitmen pada standar pencapaian tertinggi.
- 3) Rasa hormat adalah dasar untuk transaksi kita dengan karyawan, kolega, dan klien. Ini berarti menjadi sensitif dan responsif terhadap hak-hak individu.
- 4) Kolaborasi adalah dasar untuk memenuhi tantangan masa depan. Ini berarti membangun kemitraan dan bekerja bersama untuk mencapai tujuan bersama.

Saat dunia media sosial memperluas aktivitas blogging dan vlogging (blog video) telah meningkat. Kegiatan-kegiatan ini telah menjadi sangat menguntungkan sehingga banyak orang mengejar hal itu secara penuh waktu, dan mendapatkan penghasilan yang signifikan untuk mendukung gaya hidup. Karena blogging kadang-kadang diperlakukan seperti hobi berbayar yang dapat dilakukan bersamaan dengan pekerjaan tradisional, tidak seperti profesi lain yang membutuhkan jam kerja tertentu, banyak blogger mengabaikan fakta bahwa penghasilan yang dihasilkan dari blog juga dikenai pajak. *Canada Revenue Agency*

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(CRA) menganggap blogging yang menghasilkan pembayaran / pendapatan sebagai aktivitas bisnis. Penghasilan yang diperoleh dari blogging diperlakukan sebagai pendapatan wirausaha dengan individu sebagai pemilik tunggal. Jika seseorang menghasilkan uang dari blog yang dimiliki, maka harus berkonsultasi dengan seorang profesional pajak dan mempertimbangkan untuk mengajukan Formulir T2125: Pernyataan Kegiatan Usaha atau Profesional untuk melaporkan pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan blogging pada pengembalian pajak pribadi (Taylor, 2016). Karena blogging dianggap sebagai bisnis, maka akan dikenakan biaya operasional reguler yang wajib pajak dapat mengklaim pengurangan pajak tertentu dan kredit. Juga dapat diterima bahwa pada tahun-tahun awal bisnis blogging mungkin tidak menghasilkan laba bersih sehingga memungkinkan blogger untuk mengklaim kerugian atas pengembalian pajak mereka. Namun, blogger harus menyadari bahwa mengklaim kerugian setiap tahun dapat membuat CRA mencurigai dan menghasilkan audit. Untuk mengklaim kerugian ini, harus ada harapan yang masuk akal bahwa bisnis pada akhirnya akan menghasilkan laba. Seseorang tidak perlu mendaftar untuk pajak penjualan bisnis jika penghasilannya di bawah \$30.000 bruto jika itu merupakan kepemilikan perseorangan lebih dari 4 kuartal kalender berturut-turut (setahun) (Sherry, 2014).

Untuk blogging karena lebih merupakan bisnis layanan daripada produk (tidak membuat produk fisik untuk menjualnya kepada seseorang) tidak ada bedanya, karena angka pajak penjualan berurusan dengan berapa banyak pendapatan yang dihasilkan yang mendorong ke kategori harus mulai mengumpulkan pajak atas nama pemerintah. Jika menghasilkan lebih dari \$ 30.000,

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menyalin 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



maka harus mendaftar untuk pajak penjualan dan harus mulai menagih dan mengumpulkan pajak penjualan dari klien atas nama pemerintah, serta membayar pajak penjualan secara teratur (setiap kuartal) dengan formulir. Penghasilan dari blogging merupakan bagian dari penghasilan pribadi. Menurut CRA, seseorang harus melaporkan kegiatan bisnis Internet melalui SPT. Istilah luas ini mencakup berbagai macam penghasilan dan aktivitas, namun tahun ke tahun, karena semakin banyak orang Kanada yang mendapatkan penghasilan online, CRA mempersempit ruang lingkup dan semakin terperinci mengenai persyaratan dan kewajiban pengajuan pajak. Jika seseorang menulis blog, memiliki saluran YouTube yang sukses, atau banyak pengikut di Instagram dan mendapatkan uang dari iklan, ini dianggap sebagai pendapatan dari bisnis internet (Turbo Tax Canada, 2019). Demikian pula, jika seseorang mendesain halaman web, menjual barang di Ebay untuk mendapat untung, atau dibayar untuk "klik" atau berbagi halaman Web, juga termasuk dalam kategori ini. Intinya, jika seseorang memberikan informasi, produk, atau layanan online dan memperoleh penghasilan darinya, CRA mengharuskan untuk melaporkannya dalam laporan pajak penghasilan. Persyaratan pelaporan dapat bervariasi berdasarkan pada struktur bisnis yang dilakukan

c. Singapura

Apabila berkaca pada negara tetangga yaitu Singapura, mereka telah menetapkan influencer sebagai objek pajak penghasilan, dalam hal ini selebgram termasuk dalam influencer. Inland Revenue Authority of Singapore (IRAS) merupakan organisasi pemerintah yang melayani jasa dalam pelaksanaan hak dan

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kewajiban perpajakan di Singapura. Pajak digunakan untuk mengembangkan Singapura menjadi komunitas yang lebih kuat, lingkungan yang lebih baik, dan ekonomi yang lebih hidup, tempat yang bisa dibanggakan oleh warga Singapura. Pajak digunakan untuk mendanai pengeluaran pemerintah. Pada TA 2015/18, sektor terbesar yang membentuk 55,5% dari total Pengeluaran Operasional Pemerintah adalah Sektor Pembangunan Sosial. Sektor Keamanan & Hubungan Eksternal (yang mencakup pengeluaran di bidang-bidang seperti Pertahanan; Urusan Dalam Negeri, dan Luar Negeri) menempati porsi terbesar kedua (34,2%) dari total pengeluaran operasional. Sektor Pembangunan Ekonomi dan Administrasi Pemerintahan masing-masing merupakan 6,4% dan 3,9% dari pengeluaran operasional pemerintah (*Inland Revenue Authority of Singapore*, 2019).

Tujuan utama kebijakan pajak di Singapura adalah:

- a. Penghasilan Pendapatan, ini adalah tujuan tradisional dari kebijakan pajak. Pendapatan pajak adalah sumber pendanaan substansial untuk operasi pemerintah.
- b. Promosi Tujuan Ekonomi dan Sosial, pajak telah digunakan untuk memengaruhi perilaku menuju tujuan sosial dan ekonomi yang diinginkan. Misalnya, untuk mendorong mekanisasi dan otomatisasi, pemerintah memperbolehkan penyisihan modal dipercepat untuk sebagian besar aset yang digunakan untuk tujuan bisnis. Potongan pajak diberikan untuk mendorong warga Singapura memiliki lebih banyak anak. Prinsip mendasar dari kebijakan pajak Singapura adalah menjaga agar tarif pajak tetap kompetitif baik untuk perusahaan maupun

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



perorangan. Menjaga agar nilai tukar perusahaan tetap kompetitif akan membantu IRAS untuk terus menarik bagian investasi asing yang baik. Untuk meningkatkan ketahanan pajak sebagai sumber pendapatan pemerintah, Pajak Barang & Jasa diperkenalkan pada tahun 1994. Perpaduan pajak antara konsumsi dan pendapatan ini mengurangi kerentanan penerimaan pendapatan terhadap perubahan yang merugikan dalam kondisi ekonomi dan memperkuat ketahanan dari posisi fiskal Singapura. Ada tiga sumber utama pendapatan operasional pemerintah Singapura, yaitu pendapatan pajak, biaya dan retribusi, dan penerimaan lainnya. Pendapatan pajak menyumbang 87,5% dari pendapatan operasional pemerintah untuk tahun buku 2017/18. Yang paling signifikan adalah penerimaan pajak dari berbagai pajak yang dikenakan oleh pemerintah, yaitu sebagai berikut.

- a. Pajak Penghasilan, pajak penghasilan dibebankan pada pendapatan individu dan perusahaan.
- b. Pajak properti, pajak properti dikenakan pada pemilik properti berdasarkan nilai sewa properti yang diharapkan.
- c. *Estate Duty*, dihapus untuk kematian yang terjadi pada atau setelah 15 Feb 2008), estate estate dikenakan pada nilai aset bersih almarhum lebih dari jumlah ambang batas.
- d. Pajak Kendaraan Bermotor, ini adalah pajak, selain bea masuk, yang dikenakan pada kendaraan bermotor. Pajak ini dikenakan untuk membatasi kepemilikan mobil dan kemacetan jalan.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- e. Bea Cukai & Cukai, Singapura adalah pelabuhan bebas dan relatif sedikit bea cukai dan impor. Bea cukai terutama dikenakan pada tembakau, produk minyak bumi dan minuman keras. Juga, sangat sedikit produk yang dikenakan bea masuk. Tugas utamanya adalah kendaraan bermotor, tembakau, minuman keras dan produk minyak bumi.
- f. Pajak Barang & Jasa, merupakan pajak atas konsumsi. Pajak dibayarkan ketika uang dihabiskan untuk barang atau jasa, termasuk impor.
- g. Pajak Taruhan, ini adalah tugas lotere pribadi, taruhan & undian.
- h. Pajak Kasino, pajak kasino adalah pajak baru yang dikenakan atas pendapatan permainan kotor kasino.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2.1

Penelitian Sejenis Sebelumnya

Nur Intan Septiani, Tahun Penelitian : 2018
--

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.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

Judul Penelitian	Kepatuhan Selebgran Dalam Membayar Pajak Penghasilan (PPH) 21 Perspektif Hukum Islam dan Regulasi Dalam Perpajakan.
Objek Penelitian	Influencer Social Media Instagram
Metode & Teori	Metode Kualitatif, Tinjauan Tentang Kepatuhan Hukum Pajak, Pajak, Pajak Penghasilan, Pajak Menurut Islam
Kesimpulan	Menurut Islam, pemungutan pajak penghasilan diperbolehkan karena telah memenuhi syarat-syarat diperbolehkannya pemungutan pajak tersebut.
Perbedaan	Berfokus kepada pandangan Islam dalam pengenaan pajak bagi <i>endorser</i> .
2) Abiyyu Hilmi Pradana, Tahun Penelitian : 2020	
Judul Penelitian	Pajak Penghasilan Terhadap <i>Endorsement Social Media</i> Influencer Dalam Sistem Self Assessment
Objek Penelitian	Sistem Self Assessment dalam Pajak Penghasilan
Metode & Teori	Metode Kualitatif, Teori Kepatuhan, Pajak, Perlakuan Pajak Influencer di Negara Lain
Kesimpulan	Sistem <i>Self Assesment</i> di Indonesia masih memiliki kendala dalam mengumpulkan data, Indonesia bisa mencontoh yang dilakukan oleh Amerika dan Singapura yang memiliki prosedur tersendiri dalam sistem Self Assesment untuk pemungutan pajak.
Perbedaan	Berfokus kepada Sistem <i>Self Assesment</i> pada pemungutan pajak penghasilan yang dilakukan pada Influencer Sosial Media dan membandingkannya dengan <i>self assesment</i> dengan negara lain.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C. Kerangka Pemikiran

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

Pada sub bab ini, peneliti akan menjelaskan pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen yang menjadi kerangka pemikiran dalam penelitian ini

1. Penerapan pajak terhadap Influencer Social Media Instagram atau Selebgram.

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya dalam pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran yang harus dikeluarkan oleh negara, termasuk salah satunya berupa pengeluaran pembangunan (Ida Zuraida dan LY. Hari Sih Advianto, 2011:4).

Pajak diberlakukan kepada subjek dan objek yang sudah ditentukan berdasarkan undang-undang. Seiring dengan perkembangan zaman, berkembang pula berbagai pekerjaan salah satunya yaitu Selebgram. Selebriti Instagram atau bisa disingkat dengan selebgram adalah sebutan untuk orang yang memiliki banyak pengikut dan terkenal di Instagram, sehingga kerap diminta untuk mempromosikan (endorse) barang dagangan dari toko online tertentu di akun Instagramnya (Damopolii, 2017).

2. Penghitungan pajak yang dikenakan pada Influencer Social Media Instagram atau Selebgram dari Endorsement.

Pajak penghasilan dari kegiatan endorsement lebih tepat dipungut dengan dasar Pasal 21 ayat (1) butir a UU PPh. Pengaturan pajak penghasilan untuk endorser dibuat secara khusus. Peraturan khusus tersebut memuat pengertian dan kriteria penghasilan



dari kegiatan endorsement, serta menegaskan penghasilan dari kegiatan endorsement

merupakan objek pajak penghasilan berdasarkan UU PPh.

Untuk pengenaan pajak terhadap endorsment yang merupakan kegiatan promosi *online* yang dilakukan oleh *public figure*, seperti artis atau *influencer*. Penghasilan atas *endorse* itu menjadi objek pajak penghasilan yang perlu dibayar dan dilaporkan.

Kegiatan *endorse* ini dikenakan pajak penghasilan (PPh) pasal 23 atau 21, tergantung dari jenis bisnis itu dikelola. Tarif pajak PPh 23 ini terbagi ke dua besaran, yakni 15% dan 2%, tergantung dari objek pajaknya. Jika seorang *influencer* bertindak sendiri alias tidak berada di bawah naungan sebuah badan, agensi, dan sebagainya, ia akan dikenakan pajak penghasilan Wajib Pajak Orang Pribadi. Mengacu pada Undang-Undang Perpajakan Nomor 36 Tahun 2008, besaran pajaknya adalah:

Tabel 2.2

Penghasilan Kena Pajak

Penghasilan Kena Pajak (PKP)	Tarif PPh 21 Pasal 17
Sampai dengan (s/d) Rp 50 juta	5%
Rp 50 juta s.d. Rp 250 juta	15%
Rp 250 juta s.d. Rp 500 juta	25%
Di atas Rp 500 juta	30%

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.



3. Kesadaran Influencer Social Media Instagram atau Selebgram mengenai undang-undang Pajak Penghasilan Pasal 21 bagi penghasilan Endorse dalam bentuk

uang.

Seseorang individu taat pada hukum karena ia mempunyai perasaan keadilan yang bersifat timbal balik. Hal ini timbul dan tumbuh sebagai akibat dari partisipasinya dalam hubungan-hubungan sosial terutama dalam kelompok-kelompok seusianya. Kaidah-kaidah yang berlaku dalam kelompok tersebut merupakan konfigurasi kebudayaan yang diabsorbikan oleh anggota-anggota kelompok tersebut ang sekaligus menganggapnya sebagai referensi. Referensi tersebut sangat penting baginya karena merupakan suatu sarana untuk berasimilasi dengan realitas sosial yang menolongnya untuk mengadakan akomodasi terhadap perilakunya.

Soerjono soekanto mengemukakan empat indikator tentang kesadaran membayar pajak yaitu:

1. Pengetahuan tentang pajak
2. Pemahaman tentang pajak
3. Sikap terhadap pajak
4. Perilaku pajak

Kesadaran membayar pajak juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk sikap moral yang memberikan sebuah kontribusi kepada negara untuk menunjang pembangunan negara dan berusaha untuk mentaati semua peraturan yang telah ditetapkan oleh negara serta dapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

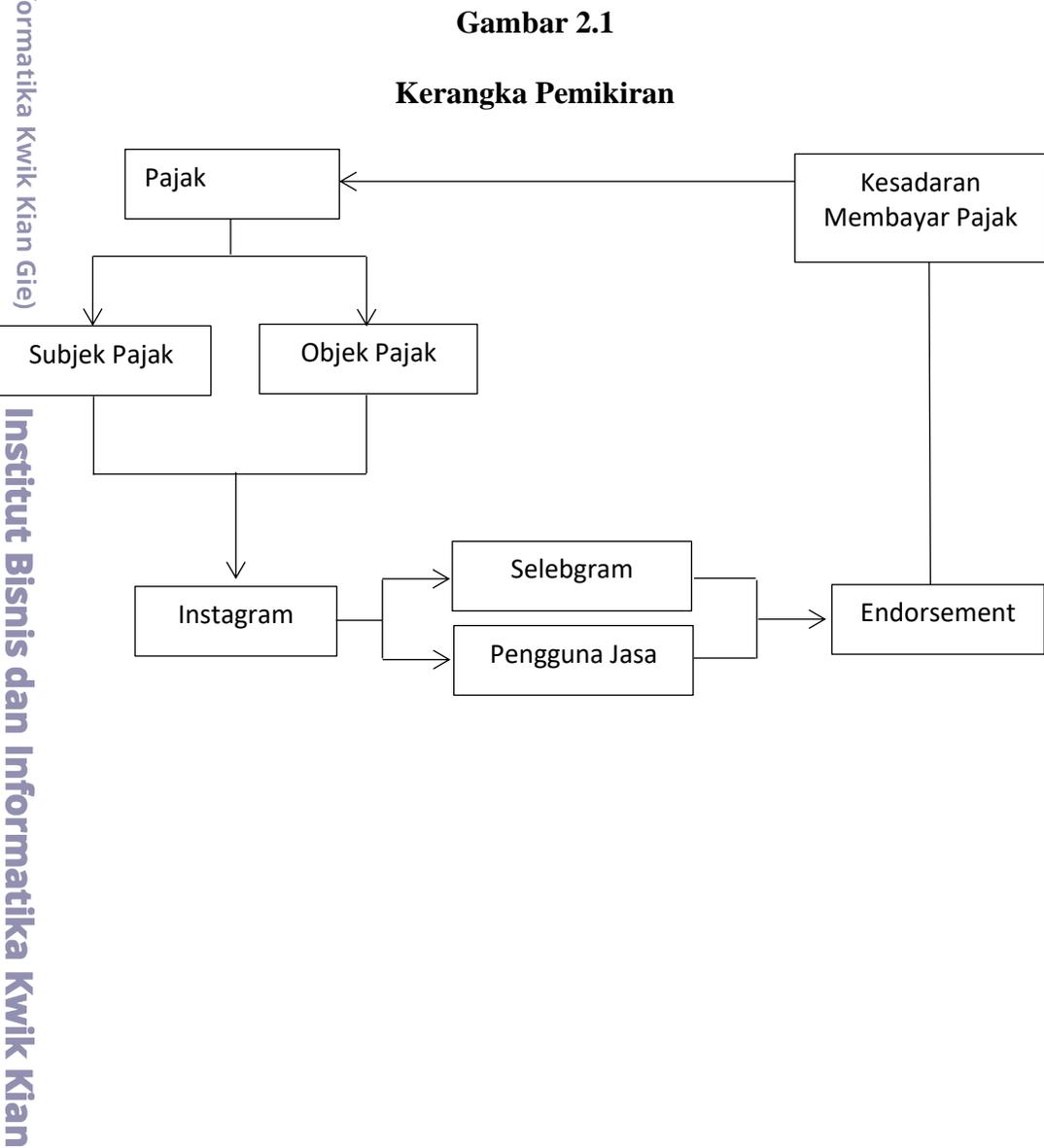


dipaksakan kepada wajib pajak. kesadaran membayar pajak ini tidak hanya memunculkan sikap patuh, taat dan disiplin semata tetapi diikuti sikap kritis juga. Semakin maju masyarakat dan pemerintahannya, maka semakin tinggi kesadaran membayar pajaknya.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.