

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Sesuai dengan tinjauan yang telah dilakukan terhadap proses bisnis profesi selebgram terdapat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa sumber penghasilan yang didapatkan oleh selebgram dari aktivitas bisnis di sosial media Instagram:

Tabel IV.1 Metode perhitungan PPh kegiatan bisnis selebgram

Proses Bisnis	Metode Perhitungan Pajak Penghasilan	
	Peredaran Bruto $\geq$ 4,8 miliar rupiah	Peredaran Bruto $<$ 4,8 miliar rupiah
<i>Endorsement</i>	Pembukuan; Cara biasa sesuai Undang-Undang PPh Pasal 16; Adapun PPh yang dipotong oleh pihak lain selain yang dikenakan PPh Final dapat dijadikan kredit pajak	Pencatatan; Menggunakan NPPN sesuai Pasal 14 Undang-Undang PPh
<i>Paid Promote</i>		Pencatatan; Menggunakan NPPN sesuai Pasal 14 Undang-Undang PPh
<i>Brand Ambassador</i>		Pencatatan; Objek PPh Pasal 21 dihitung sesuai Perdirjen PER-16/PJ/2016
Penjualan <i>Merchandise</i>		Pencatatan; Sesuai PP Nomor 23 Tahun 2018
<i>Fundraising</i>		Pencatatan; Penambah penghasilan neto dalam satu tahun pajak

Sumber: diolah penulis

2. Hingga saat ini belum terdapat payung hukum yang secara spesifik mengatur terkait mekanisme perhitungan pajak penghasilan profesi selebgram, sehingga dalam melakukan perhitungan terkait kewajiban pajak atas penghasilan selebgram dapat menggunakan beberapa metode antara lain:

a. Menggunakan Norma Perhitungan Penghasilan Neto (NPPN) berdasarkan Pasal 14 Undang-Undang PPh dan diatur lebih lanjut di dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015;

Dalam peraturan ini belum secara spesifik disebutkan selebgram masuk ke dalam Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) mana, oleh karena itu terdapat 3 opsi yang digunakan untuk mengklasifikasikan profesi selebgram ini yaitu:

- 1) Nomor urut 1342, Nomor KLU 90002, kegiatan pekerja seni dengan besar tarif sebesar 50%;
- 2) Nomor urut 1346, Nomor KLU 90009, kegiatan hiburan, seni, dan kreatifitas lainnya dengan besar tarif sebesar 35%;
- 3) Nomor urut 1238, Nomor KLU 74909, Jasa Profesional, Ilmiah Dan Teknis Lainnya Yang Tidak Dapat Diklasifikasikan di Tempat Lain dengan besar tarif sebesar 32%.

b. Menggunakan cara biasa berdasarkan Pasal 16 Undang-Undang PPh;

Bagi selebgram dengan total penghasilan bruto yang didapatkan dalam satu tahun pajak lebih dari sama dengan Rp 4,8 miliar, maka wajib menghitung PPh terutang menggunakan cara biasa sesuai dengan Pasal 16 Undang-Undang PPh dan tarif sesuai dengan Pasal 17 Undang-Undang PPh. Selain itu, bagi selebgram yang memiliki penghasilan bruto kurang dari Rp 4,8

miliar dalam satu tahun pajak juga diperbolehkan untuk memilih menghitung menggunakan cara biasa ini.

- c. Menggunakan mekanisme PPh final berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018.

Wajib pajak selebgram yang memiliki peredaran bruto dalam satu tahun pajak kurang dari Rp 4,8 miliar dapat menghitung pajak penghasilan terutangnya menggunakan mekanisme PPh final dengan tarif 0,5% sesuai dengan PP Nomor 23 tahun 2018 selama pekerjaan yang dilakukan tidak memenuhi definisi pekerjaan bebas.

3. Beberapa hambatan penggalan potensi pajak penghasilan selebgram adalah sebagai berikut:
 - a. Hingga saat ini sudah terdapat payung hukum yang mengatur mekanisme perhitungan pajak penghasilan selebgram, namun belum ditulis secara spesifik menggunakan aturan yang mana sehingga dalam praktiknya terjadi banyak penafsiran dalam melakukan perhitungan PPh profesi selebgram.
 - b. Kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh DJP membuat selebgram tidak mengetahui bahwa dirinya adalah subjek pajak serta melekat pada dirinya kewajiban perpajakan.
 - c. Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh selebgram di Instagram relatif sulit dipajaki karena sulitnya mengidentifikasi identitas pemberi penghasilan serta tidak dilaporkannya SPT tahunan selebgram membuat fiskus harus berselancar di media sosial untuk dapat memperkirakan potensi PPh yang ada dalam kegiatan bisnis selebgram.

4.2 Saran

Belum adanya aturan yang spesifik mengatur terkait kewajiban PPh selebgram membuat pemenuhan kewajiban PPh terutang selebgram masih menggunakan aturan yang saat ini berlaku sehingga menimbulkan multitafsir terhadap payung hukum yang ada dan kurang memberikan kepastian hukum. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak sebaiknya membuat payung hukum baru yang mengatur secara spesifik terkait kewajiban PPh selebgram, termasuk pekerjaan lain yang memiliki karakteristik yang sama dengan selebgram yaitu yang termasuk ke dalam *Influencer* (Youtuber, Tiktokers, Selebtwit, dan lain sebagainya) mengingat perkembangan teknologi yang semakin masif agar potensi PPh yang timbul dari transaksi yang dilakukan melalui media sosial dapat digali secara maksimal.