

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini bertujuan untuk meninjau pelaksanaan kewajiban perpajakan profesi *influencer* di Indonesia terutama terkait kegiatan jasa promosi yang dilakukannya melalui media sosial. Profesi sebagai *influencer* saat ini banyak diminati karena dianggap menjanjikan sebagai salah satu sumber penghasilan. Adanya kemajuan teknologi internet yang pesat, membuat jumlah *influencer* di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya. Pelaku usaha jasa promosi adalah subjek pajak yang memperoleh penghasilan yang didapatkan dari kegiatan melakukan promosi atas suatu barang atau jasa melalui media sosial, seperti Instagram, YouTube, TikTok atau jenis media sosial lainnya. Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh) Nomor 36 Tahun 2008 menyebutkan bahwa dengan cara dan dalam bentuk apapun, sesuatu yang bernilai ekonomis dan mengakibatkan adanya penghasilan wajib dilaporkan atas hasil dari aktivitas tersebut. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengetahui tingkat kepatuhan *influencer* dalam memenuhi kewajiban perpajakan sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia mengingat potensi besarnya pendapatan yang akan diperoleh oleh negara dari aktivitas ini. Adapun hasil dari penelitian ini adalah *influencer* sebagai responden mengetahui bahwa mereka memiliki kewajiban perpajakan yang harus dipenuhi namun belum mengerti terkait tata cara pelaksanaan administrasi seperti pendaftaran, konsultasi, pembayaran, dan pelaporan pajak.

Kata kunci: Pajak Penghasilan; Influencer; Media Sosial; Jasa Promosi Media Sosial

ABSTRACT

The research aimed at reviewing the implementation of the taxation obligations of influencer professions in Indonesia especially in relation to the activities of promotional services performed through the social media. The profession as an influencer is currently highly demanded because it is considered promising as one of the sources of income. The rapid advancement of Internet technology, the number of influencers in Indonesia is growing every year. A company of promotional services is a tax subject who earns income obtained from the activities of promotion of a good or service through social media such as Instagram, YouTube, TikTok or other kinds of social media. Income Tax Law Number 36 Year 2008 stated that in any way and in any form, anything that is economically valued and resulting in the existence of mandatory income is on the results of such activities. Because of that, research is needed to determine the level of compliance of influencers in compliance with tax obligations in accordance with the rules applicable in Indonesia, given the potential of the great income that the country will earn from these activities. The adapter of the results of this study is influencer as respondents know that they have tax obligations that must be fulfilled but have not yet understood regarding administrative implementation procedures such as registration, consultation, payment, and tax reporting.

Keywords: Income Tax; Influencers; Social Media; Social Media Promotion Services