

BAB IV

SIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dibahas penulis, dapat disimpulkan beberapa hal terkait dengan pelaksanaan pemenuhan kewajiban perpajakan profesi *influencer* di Indonesia diantaranya:

- 1) Perkembangan teknologi saat ini membuat banyak kegiatan masyarakat dilakukan melalui daring menggunakan media komunikasi di sosial media. Hal ini membuat banyak konten kreator baru yang bermunculan. Banyak dari mereka yang menggunakan kesempatan ini untuk melakukan *branding* diri sehingga menarik perhatian atau atensi dari masyarakat. Hal ini merupakan peluang yang sangat baik bagi mereka untuk memperoleh penghasilan dengan cara bekerja sama dengan *brand* atau perusahaan tertentu terkait jasa promosi. Jenis kegiatan dan transaksi yang dilakukan pun semakin beragam, kegiatan yang paling sering mereka lakukan adalah jasa promosi *endorsement*. Kegiatan lainnya bisa berupa *paid promote/paid partnership*, *talent brand ambassador*, dan *affiliate marketing*. *Influencer* yang populer dan memiliki pengikut yang banyak pasti juga memiliki tawaran kerja sama yang lebih banyak. Jumlah pengikut menentukan tarif yang ditetapkan oleh *influencer* dalam melakukan kerja sama. Saat ini konten kreator yang memiliki pengikut dengan jumlah

mulai dari 2000 sudah bisa melakukan jasa promosi, seiring berjalannya waktu, pengikut mereka akan semakin bertambah dan menjadi *influencer* yang tergolong besar. Jenis kegiatan jasa promosi yang marak saat ini adalah dengan jenis *affiliate marketing*. Mekanisme bisnis pada promosi jenis ini yaitu seorang *influencer* membuat konten video di sosial media dengan mencantumkan *link* pembelian di video yang diunggah di akun media sosial miliknya. Jumlah produk yang terjual akan menentukan komisi yang akan diperoleh para *influencer*. Transaksi *affiliate marketing* di platform *e-commerce* seperti Shopee dan TikTok *shop* sejatinya sudah diperhitungkan Pajak Penghasilan (PPh) atau Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dalam perhitungan pemberian komisinya. Saat ini transaksi yang dilakukan oleh *brand* dan *influencer* tidak hanya melalui platform resmi *e-commerce* saja, namun banyak sekali jenisnya sehingga perlu dilakukan pengawasan lebih ketat oleh pemerintah.

- 2) Peraturan perpajakan terkait sistem *self assessment* menuntut inisiatif dari masyarakat Indonesia dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya tak terkecuali wajib pajak dengan profesi *influencer*. Mengawasi kegiatan bisnis yang dilakukan oleh *influencer* saat ini dianggap cukup sulit karena jumlahnya yang sangat banyak dan sebagian besar dari mereka belum *aware* terhadap kewajiban perpajakan. Untuk *influencer* yang tergolong besar, atau yang memiliki pekerjaan utama sebagai karyawan swasta, Pegawai Negeri Sipil (PNS), dan selebriti umumnya sudah memiliki NPWP dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Namun bagi *influencer* yang masih tergolong baru,

belum banyak dari mereka yang memenuhi kewajiban perpajakannya walaupun sudah memenuhi syarat subjektif dan objektif.

- 3) Perhitungan perpajakan bagi wajib pajak dengan profesi *influencer* bisa menggunakan dua metode perhitungan yaitu dengan mekanisme Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN) apabila melakukan pencatatan sebagaimana diatur dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Perhitungan Penghasilan Neto atau menggunakan tarif umum sesuai dengan tarif progresif PPh Pasal 17. Wajib pajak *influencer* berhak memilih metode penghitungannya sendiri dalam memenuhi kewajiban perpajakannya disesuaikan dengan kondisi dan peredaran bruto yang diperoleh dalam satu tahunnya.
- 4) Wajib pajak terutama dengan profesi *influencer* diharapkan mampu untuk menghitung dan menyetorkan pajaknya secara mandiri, dan kemudian melaporkannya pada SPT Tahunan. Dalam penelitian melalui kuesioner yang telah dilakukan oleh penulis, banyak responden yang menjawab bahwa mereka belum mengerti terkait penghitungan pajak atas penghasilan yang diterimanya. Sebagian dari mereka merasa belum mendapatkan informasi atau sosialisasi terkait kewajiban perpajakan sehingga mereka belum memahami terkait prosedurnya.
- 5) Sebagian besar dari responden dalam penelitian ini sudah memiliki NPWP dimana hal ini merupakan awal yang baik bagi perkembangan kepatuhan wajib pajak dengan profesi *influencer* di Indonesia. Banyak dari mereka yang sudah cukup sering melakukan transaksi dengan menggunakan NPWP dan dilakukan

pemotongan pajak penghasilan. Jadi sejatinya mereka telah membayar pajak atas transaksi dari kegiatan jasa promosi yang dilakukan. Kewajiban dari Wajib Pajak *influencer* yang penghasilannya telah dipotong pajak penghasilan oleh pemberi kerja adalah melaporkannya melalui SPT Tahunan PPh Orang Pribadi. Wajib pajak yang penghasilannya belum dipotong pajak penghasilan PPh Orang Pribadi wajib untuk menghitung, menyetor, dan melaporkan sendiri PPh terutang atas penghasilan yang telah diperolehnya dalam satu tahun atau satu tahun pajak.

- 6) Peningkatan pelayanan kepada Wajib Pajak sangat penting karena dapat meningkatkan kepercayaan wajib pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Melalui pelayanan yang baik, wajib pajak dapat melakukan konsultasi dengan mudah dan memperoleh informasi lebih cepat dan akurat. Pelayanan dapat dilakukan melalui media sosial sehingga memudahkan wajib pajak khususnya yang berprofesi sebagai *influencer* untuk menjangkau informasi. Dari hasil kuesioner yang dilakukan oleh penulis, ditemukan bahwa sebagian responden merasa pelayanan konsultasi *online* yang disediakan oleh Direktorat Jenderal Pajak belum maksimal sehingga perlu dilakukan peningkatan kualitas layanan untuk wajib pajak secara umum. Sosialisasi dapat dimulai dengan hal-hal umum terkait kewajiban perpajakan dengan intensitas yang sering sehingga dapat tersampaikan kepada seluruh lapisan masyarakat.
- 7) Wajib Pajak Badan memiliki kewajiban untuk memotong pajak, menyetor, dan melaporkan Pajak Penghasilan atas transaksi kerja sama promosi yang dilakukan dengan *influencer* sebagai mitranya. Pajak penghasilan ini bisa

berupa PPh Pasal 21 untuk Wajib Pajak *influencer independent* atau PPh Pasal 23 bagi wajib pajak *influencer* yang berada di bawah naungan agensi atau *management*. Wajib Pajak Badan yang merupakan objek penelitian penulis yaitu PT SRL telah melakukan kewajibannya sebagai pemotong pajak penghasilan atas penghasilan yang diberikan kepada rekan *influencer* yaitu memotong pajak dengan tarif yang tepat dan menyetorkannya ke kas negara. Proses atau mekanisme pengenaan pajak penghasilan oleh badan atau perusahaan ini dapat berbeda antara wajib pajak badan yang satu dengan yang lainnya sehingga diperlukan penelitian lebih dalam mengenai pelaksanaannya di lapangan.

- 8) Kepatuhan *influencer* dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya kondisi sistem perpajakan, pelayanan yang disediakan, hukum pajak, dan pengetahuan dari wajib pajak terkait hal-hal administratif lainnya. Salah satu hal administratif yang perlu dipahami oleh Wajib Pajak adalah ketentuan mengenai sanksi yang akan diberlakukan apabila wajib pajak tidak melaksanakan kewajiban perpajakannya. Seperti sanksi apabila tidak membayar dan melaporkan pajak, atau terlambat melakukannya. Pengetahuan mengenai hal ini dapat meningkatkan *awareness* dari Wajib Pajak khususnya orang pribadi dalam memenuhi kewajiban perpajakan. Dari penelitian yang penulis lakukan, beberapa wajib pajak tidak mengetahui bahwa mereka diwajibkan untuk melaporkan SPT Tahunan karena mereka tidak mengetahui apa sanksi yang

dapat dikenakan apabila tidak melaporkan SPT Tahunan atau tidak menyetor pajak bagi Wajib Pajak yang memiliki kewajiban membayar.

- 9) Potensi penerimaan pajak atas aktivitas di media sosial ini cukup besar sehingga diperlukan perhatian khusus oleh Direktorat Jenderal Pajak. Peningkatan pengawasan oleh Direktorat Jenderal Pajak dapat dimulai dari melakukan sosialisasi terkait perpajakan kepada Wajib Pajak dengan profesi *influencer* di Indonesia. Pelaksanaan sosialisasi atau penyuluhan perpajakan dapat dilakukan secara langsung ke lokasi tertentu maupun melalui media sosial. Saat ini media sosial adalah platform yang paling efektif karena bisa menjangkau masyarakat luas dengan *cost* (biaya) yang lebih sedikit. Sosialisasi melalui media sosial dapat dipilih menjadi fokus utama jika target audiensnya adalah generasi muda. Hal kedua yang bisa dilakukan adalah dengan meningkatkan pelayanan seperti *call center* bagi seluruh Wajib Pajak. Dari hasil kuesioner yang dilakukan penulis, ditemukan bahwa banyak responden yang belum mengetahui atau menggunakan Kring Pajak sebagai sarana konsultasi. Terkait hal ini Direktorat Jenderal Pajak bisa memperluas jaringan komunikasi dan layanan konsultasi perpajakan di media sosial. Dalam hal pengawasan lebih lanjut kepada Wajib Pajak, DJP juga diharapkan dapat mengembangkan sistem yang dapat melakukan *tracing* terhadap transaksi-transaksi digital yang tidak terdeteksi oleh sistem yang ada saat ini.