

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan melalui wawancara, telaah dokumen dan observasi, dapat diambil simpulan bagaimana kepatuhan Wajib Pajak youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet dan pengaruh faktor ekonomi dan faktor perilaku terhadap kepatuhan Wajib Pajak youtuber serta bagaimana strategi untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak youtuber pada KPP Pratama Jakarta Tebet, sebagai berikut:

1. Aspek Kepatuhan Formal

c. Pendaftaran

- 1) Pada proses pendaftaran, tidak ada validasi atas kebenaran klasifikasi lapangan usaha yang dipilih oleh youtuber karena saat ini pendaftaran dapat dilakukan secara online melalui *e-registration* di kanal pajak.go.id;
- 2) ditemukan juga belum ada kesepakatan yang sama tentang besarnya norma penghitungan penghasilan neto yang akan dipakai oleh Wajib Pajak ketika melakukan pendaftaran;

d. Pembayaran dan Pelaporan

- 1) Wajib Pajak youtuber yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Tebet belum sepenuhnya patuh secara perpajakan, dikarenakan kurangnya sosialisasi dan masih ada wajib pajak yang bingung dalam menghitung pajak dan merasa repot untuk merekapitulasi penghasilan yang diperoleh;
- 2) tidak adanya kerjasama antara Direktorat Jenderal Pajak dan Google Asia Pacific juga semakin mempersulit petugas pajak di lapangan dalam melakukan pengawasan atas pelaporan penghasilan Wajib Pajak.

2. Aspek Kepatuhan Material

- a. Penghitungan Pajak Terutang
 - 1) Kewajiban perpajakan para youtuber saat ini tidak ada pengaturan secara khusus baik norma penghasilan atau penerapan tarif, selain itu penghitung pajak terutang sama seperti kewajiban perpajakan Wajib Pajak orang pribadi lainnya;
- b. Ketepatan Dalam Menghitung Pajak yang akan Dibayar
 - 1) Petugas pajak di KPP Pratama Jakarta Tebet menganggap apa yang dilaporkan oleh Wajib Pajak sudah benar sesuai dengan Pasal 3 Undang-undang KUP;
 - 2) Untuk menguji kebenaran penghitungan pajak yang dibayar sampai dengan proses pelaporan akan dilakukan penelitian secara komprehensif oleh *Account Representative* setelah melalui tahapan pengusulan Daftar Pengawasan Prioritas yang diajukan setiap triwulan sampai dengan proses penelitian
- c. Tepat Dalam melaksanakan Pemotongan dan atau Pemungutan Pajak
 - 1) kegiatan ekonomi digital terkait youtuber telah dilakukan pemotongan pajak dari para pengiklan, baik itu Pajak Penghasilan Pasal 21, Pajak Penghasilan Pasal 23 maupun pemungutan Pajak Pertambahan Nilai, pengenaan pajak ini sama dengan pengenaan untuk Wajib Pajak lainnya, dan tidak diatur secara khusus.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Perpajakan

- a. Faktor Ekonomi
 - 1) Beban Keuangan

Beban keuangan tidak menjadi kendala bagi wajib pajak dalam memenuhi kewajiban pajak khususnya youtuber mengingat tarif pajak youtuber saat ini memang sama dengan wajib pajak lainnya dan cukup ringan. Dalam kondisi keuangan yang terbatas, wajib pajak lebih memprioritaskan kepentingan usaha (membuat konten) daripada kewajiban pajaknya. Namun, hal ini lebih menciptakan situasi kepada

wajib pajak menjadi terpaksa terlambat dalam memenuhi kewajiban pajaknya, daripada menciptakan perilaku untuk memanipulasi pembayaran pajaknya.

2) Biaya Kepatuhan

Biaya kepatuhan yang ditimbulkan oleh kompleksnya masalah perpajakan mempengaruhi kepatuhan wajib pajak youtuber, baik atas pemenuhan kewajiban pembayaran maupun pelaporan pajaknya. Wajib pajak menyadari kewajiban pajaknya, namun karena masih belum mudah maka hal ini menimbulkan biaya kepatuhan yang menyebabkan rendahnya kepatuhan pajak. Mekanisme pembayaran masih belum mudah karena harus membuat kode billing terlebih dahulu dengan kode-kode yang kurang familiar bagi Wajib Pajak, sedangkan, mekanisme pelaporan merupakan hal yang paling dirasa rumit karena harus membuat pembukuan, pencatatan pendapatan ditambah rumitnya pengisian SPT Tahunan

Dari simpulan di atas, dapat disampaikan bahwa faktor ekonomi mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak youtuber, terutama terkait biaya kepatuhan, sedangkan beban keuangan tidak menjadi kendala atas kepatuhan Wajib Pajak youtuber.

b. Faktor Perilaku

1) Perbedaan Individu

Perbedaan individu atau dalam hal ini tingkat pendidikan maupun moral mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Wajib Pajak youtuber belum memperoleh edukasi yang cukup dari Direktorat Jenderal Pajak, dan disisi lain, KPP ternyata juga belum melaksanakan sosialisasi secara optimal.

2) Asumsi Ketidakadilan

Wajib Pajak memiliki asumsi bahwa sistem perpajakan saat ini telah memberikan rasa keadilan karena tidak ada perbedaan tarif pajak dan pengenaan pajak antara youtuber dengan wajib pajak lainnya. Namun

Wajib pajak berharap agar dalam penerapan pajak youtuber lebih berkeadilan lagi, perlu dipertimbangkan adanya presentase norma penghitungan penghasilan neto untuk youtuber dan konten kreator lainnya.

3) Persepsi Risiko Minimal

Persepsi risiko minimal memang terjadi pada wajib pajak youtuber. Ketidakpatuhan terjadi karena adanya peluang dimana kurangnya pengawasan dari DJP ditambah dengan risikonya yang dirasa minimal, menciptakan peluang adanya ketidakpatuhan pajak.

4) Pengambil Risiko

Secara umum wajib pajak youtuber tidak berperilaku pengambil risiko, apalagi dengan tidak adanya perbedaan tarif dengan wajib pajak lainnya. Pengambil risiko memang memiliki peluang untuk melakukan ketidakpatuhan, mengingat sifat usaha youtuber itu sendiri adalah usaha informal atau *underground economy* yang datanya tidak tercatat dengan baik sehingga DJP sulit melakukan pengawasan.

Dari simpulan di atas, dapat disampaikan bahwa faktor perilaku mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak youtuber, terutama atas perbedaan individu (tingkat pendidikan dan moral) dan persepsi risiko minimal, sedangkan asumsi ketidakadilan dan pengambil risiko tidak menjadi kendala kepatuhan pajak.

4. Strategi untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak Youtuber

Berdasarkan analisis atas kepatuhan formal dan kepatuhan material serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan perpajakan yaitu faktor ekonomi dan faktor perilaku, peneliti menyarankan strategi yang dapat dilaksanakan KPP Pratama Jakarta Tebet, yaitu:

- 1) mengoptimalkan pelaksanaan sosialisasi, memberikan asistensi kepada wajib pajak ketika pendaftaran dan dalam memenuhi kewajiban pembayaran dan pelaporan;
- 2) memberikan insentif kepada wajib pajak dengan melibatkan dalam kegiatan sosialisasi, serta melakukan pengawasan baik persuasif maupun

kuratif secara tuntas dan merata untuk membangun kondisi bahwa wajib pajak selalu merasa diawasi dan berusaha untuk memenuhi kewajiban pajaknya;

- 3) Optimalisasi pengawasan pelaporan dan pembayaran masa dan melakukan kegiatan *extra effort* pengawasan kepatuhan material Wajib Pajak berdasarkan SE-05/PJ/2022;
- 4) Dari sisi kebijakan regulasi, DJP perlu menyusun atau menentukan tarif norma penghitungan penghasilan neto konten kreator khususnya youtuber, melakukan penyederhanaan mekanisme pembayaran dan pelaporan untuk semakin memudahkan;
- 5) melakukan kerjasama antara Google Asia Pacific dan Direktorat Jenderal Pajak dalam pemberian data penghasilan dari google AdSense.

B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas dapat, peneliti dapat memberikan saran untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak youtuber, sebagai berikut:

1. Melakukan validasi atas klasifikasi lapangan usaha yang telah dipilih wajib pajak pada saat pendaftaran. Selain itu memberikan Klasifikasi Lapangan Usaha secara jabatan kepada Wajib Pajak pada saat pemberian Nomor Pokok Wajib Pajak;
2. Direktorat Jenderal Pajak sebaiknya mulai memasukkan kegiatan youtuber sebagai salah satu Klasifikasi Lapangan Usaha dan dapat menentukan besaran norma penghitungan penghasilan neto agar terdapat keseragaman dalam pengawasan antara KPP yang memiliki Wajib Pajak youtuber.
3. Kendala terkait sumber data penghasilan para youtuber mempengaruhi tingkat pengawasan atas kepatuhan wajib pajak youtuber. Diperlukan kerjasama antara Google Asia Pacific dan Direktorat Jenderal Pajak terkait pemberian data penghasilan dari google AdSense yang diterima oleh Youtuber.

4. Melakukan pengawasan secara optimal dengan menjadikan youtuber sebagai salah satu Daftar Prioritas Pengawasan agar dapat meningkatkan kepatuhan material Wajib Pajak youtuber.
5. Terkait Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan perpajakan youtuber, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

- a. Faktor Ekonomi

Untuk meminimalisasi biaya kepatuhan, KPP harus memberikan asistensi dengan jemput bola ke Wajib Pajak atas pemenuhan kewajiban pelaporan dan pembayaran. Selain itu, untuk meningkatkan kepatuhan perlu juga adanya kerjasama yang sifatnya dapat dirasakan langsung oleh Wajib Pajak, diantara melalui melibatkan Wajib Pajak youtuber untuk kegiatan sosialisasi perpajakan dengan menyisipkan konten taat pajak dalam tayangan video yang diunggah.

- b. Faktor Perilaku

Untuk memastikan Wajib Pajak memiliki pendidikan pajak yang memadai dan moral pajak yang baik, KPP harus melaksanakan sosialisasi yakni kepada calon Wajib Pajak, Wajib Pajak baru, dan Wajib Pajak terdaftar. Selanjutnya, untuk menekan ketidakpatuhan karena persepsi risiko minimal, KPP harus meningkatkan pengawasan, baik pengawasan persuasif maupun kuratif dilaksanakan secara kontinu dan berkelanjutan sehingga Wajib Pajak merasa selalu diawasi.

Daftar Pustaka

- Anggadha, F., & Rosdiana, H. 2020. "Analysis of Efforts to Increase Income Taxes of Social Media Influencers in Endorsement Activities". *Jurnal Administrasi Publik: Public Administration Journal*, 10(2), 111–117. DOI: 10.31289/jap.v10i2.3094
- Anggara, S. 2016. *Administrasi Keuangan Negara*. Bandung: Pustaka Setia.
- Anggito, et. al. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Aviliani. 2019. Aviliani Singgung Youtuber, Penerimaan Pajak Era Digital Harusnya Lebih Besar. (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190326/259/904557/aviliani-singgung-youtuber-penerimaan-pajak-era-digital-harusnya-lebih-besar>) Diakses tanggal 02 Februari 2023
- BPS, 2021. Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan (ribu), 2019-2021. (<https://jakselkota.bps.go.id/indicator/12/135/1/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan.html>). Diakses pada 07 November 2022.
- Carolina, A., & Inayati, I. 2021. "Analisis Strategi Pemerintah dalam Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Youtuber Di Indonesia. Syntax Literate". *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(2), 533. DOI: <http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i2.2189>
- Creswell, J. W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Digital 2021: Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> Diakses tanggal 12 Desember 2022
- Suandy, E. 2006, *Perpajakan*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Forum on Tax Administration Compliance Sub-group Centre for Tax Policy and Administration. 2004. Compliance Risk Management: Managing and Improving Tax. Paris: Organization For Economic Co-Operation And Development (OECD).
- Geyser, W. 2022. How Much do YouTubers Make? – A YouTuber's Pocket Guide [Calculator]. (<https://influencemarketinghub.com/how-much-do-youtubers-make/>) Diakses tanggal 12 Desember 2022
- Google, Temasek, Bain & Company. 2021. E-Conomy SEA 2021—Roaring 20s: the SEA Digital Decade. (<https://seads.adb.org/report/e-conomy-sea-2021-roaring-20s-sea-digital-decade>) Diakses tanggal 12 Desember 2022

- Hutabarat, R. 2021. Potensi Setoran Pajak YouTuber Bisa Capai Triliunan Rupiah. (<https://www.pajakonline.com/potensi-setoran-pajak-youtuber-bisa-capai-triliunan-rupiah/>) Diakses tanggal 12 Februari 2023
- Jayani, D. H. 2019. Ekonomi Digital Indonesia Terbesar di Asia Tenggara. (<https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a4e5f82550/ekonomi-digital-indonesia-terbesar-di-asia-tenggara>) Diakses tanggal 12 Desember 2022
- Kaplanhan, F., & Korkut, C. 2017. “Untaxed Social-Media Problem and Potential Solutions”. *Inquiry*, 2(2). DOI: <http://dx.doi.org/10.21533/isjss.v2i2.88>
- Köthenbürger, Marko. 2020 Taxation of Digital Platforms, EconPol Working Paper, No. 41, IFO Institute - Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich, Munich.
- Kumala, S. L. 2022. “Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital Di Indonesia”. *Journal of Economics and Regional Science*, 1(2), 109–117. DOI: <https://doi.org/10.52421/jurnal-esensi.v1i2.190>
- Manullang, M. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen*, Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mardiasmo. 2019. *Perpajakan*. Edisi 2019. Yogyakarta: Andi.
- Mulyani, S. 2016. Kepatuhan Penyampaian Pajak Indonesia Rendah. (<https://feb.ugm.ac.id/id/berita/774-kepatuhan-penyampaian-pajak-indonesia-rendah>) Diakses tanggal 12 Desember 2022.
- Musgrave, R.A. and Musgrave, P.B. (1989). *Public Finance in Theory and Practice* (5th ed.). New York: McGraw Hill Book Company.
- Nurmantu, S. 2005. *Pengantar Perpajakan*, Jakarta: Granit.
- Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor 17/PJ/2015 tentang Norma Perhitungan Penghasilan Neto.
- Persyaratan pajak Amerika Serikat untuk penghasilan YouTube (<https://support.google.com/youtube/answer/10391362?hl=id#:~:text=Bisnis%20di%20AS%20dapat%20dikenai,yang%20diperoleh%20dari%20seluruh%20dunia>) Diakses tanggal 12 Desember 2022.
- Pohan, C. 2016. *Pedoman Lengkap Pajak Pertambahan Nilai*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.

- Radvan, M. 2021. "Taxation of Instagram Influencers". *Studia Iuridica Lublinensia*, 30(2), 339–356.
DOI:10.17951/sil.2021.30.2.339-356
- Rahayu, S.K. 2017. *Perpajakan Konsep dan Aspek Formal*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Rijali, A., 2018. *Analisis Data Kualitatif*. Jurnal Alhadharah. 17(33).
- Rosenbloom, D.H., et. Al 2015. *Public Administration: Understanding Management, Politics, and Law in the Public Sector* (8th ed.). New York: Routledge.
- Saptono, B.P., et. Al. 2021. "Regulating Income Tax: Case of Indonesian YouTubers". *Varia Justicia*, 17(2), 199-215. DOI: <https://doi.org/10.31603/variajusticia.v17i2.5168>
- Sari, W. P. 2020. "Pajak Penghasilan Terhadap Youtuber Asing Yang Mendapat Endorse Dari Pelaku Usaha di Indonesia". *Notaire*, 3(2), 273. DOI: <https://doi.org/10.20473/ntr.v3i2.20553>
- Simanjuntak, et.al. 2012. *Dimensi Ekonomi Perpajakan dalam Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Raih Asa Sukses
- Soemarso. S.R., 2007. *Perpajakan: Pendekatan Komprehensif*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sovita, I., & Salsabilla, A. 2018. "Pengaruh peran account representative terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak orang pribadi (studi kasus pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Padang Satu)". *Jurnal Ekonomi & Bisnis Dharma Andalas*, 20(2), 261
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung. Alfabeta, CV.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-39/PJ/2015 tentang Pengawasan Wajib Pajak dalam Bentuk Permintaan Penjelasan atas Data dan/atau Keterangan, dan Kunjungan (Visit) Kepada Wajib Pajak.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-07/PJ/2020 tentang Kebijakan Pengawasan dan Pemeriksaan dalam Rangka Perluasan Basis Data.
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-05/PJ/2022 tentang Pengawasan Kepatuhan Wajib Pajak.
- Tahar, A., et. al. 2020. "Taxing Celebrity Social Media Endorsements Income: A Preliminary Study of Instagram Celebrities". *Journal of Accounting and Investment*, 21(3), 602-621.
DOI: <https://doi.org/10.18196/jai.2103167>

Timan, T., et. al. 2017. *Surveillance theory and its implications for law*. In R. Brownsword, E. Scotford, & K. Yeung (Eds.), *The Oxford Handbook of Law, Regulation, and Technology* (pp. 731-753). Oxford, UK: Oxford University Press.

Undang-undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara.

Undang-undang Nomor 28 tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.

Undang-undang Nomor Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan.

Undang-undang Nomor Undang-Undang Nomor 42 Tahun 2009 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP).

Wahab, R. A. S., & Bakar, A. A. 2021. "Digital Economy Tax Compliance Model in Malaysia Using Machine Learning Approach". *Sains Malaysiana*, 50(7), 2059–2077.
DOI: <http://doi.org/10.17576/jsm-2021-5007-20>

Waluyo. 2011. *Perpajakan Indonesia*. Buku 1. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.

Wijaya, S., & Mahatma, E. A. 2017. "Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber". *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*. 1(2), 125–130.
DOI: <https://doi.org/10.31092/jmkp.v1i2.145>

Prastyowo, Y. 2019. Ini Alasan Youtuber dan Selebgram Mangkir Bayar Pajak. (<https://www.merdeka.com/uang/ini-alasan-youtuber-dan-selebgram-mangkir-bayar-pajak.html>) Diakses tanggal 12 Februari 2023