

**KEPATUHAN PERPAJAKAN ATAS WAJIB PAJAK  
YOUTUBER DI KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA  
JAKARTA TEBET**

Disusun Oleh:

NAMA : BHAYU ADI PUSPITA  
NPM : 2143021059  
JURUSAN : ADMINISTRASI PUBLIK  
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA  
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN NEGARA

Tesis diajukan untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar  
Magister Terapan Administrasi Publik (M.Tr.A.P.)



**LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA  
PROGRAM MAGISTER TERAPAN  
TAHUN 2023**

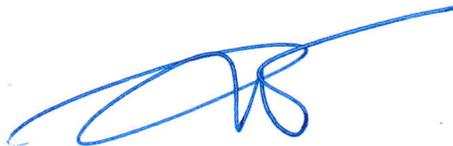
**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

**LEMBAR PERSETUJUAN TESIS**

Nama : Bhayu Adi Puspita  
NPM : 2143021059  
Jurusan : Administrasi Publik  
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan Negara  
Judul Tesis (Bahasa Indonesia) : Kepatuhan Perpajakan atas Wajib Pajak  
Youtuber di Kantor Pelayanan Pajak  
Pratama Jakarta Tebet  
Judul Tesis (Bahasa Inggris) : Tax Compliance of Youtuber Taxpayer at  
Jakarta Tebet Tax Office

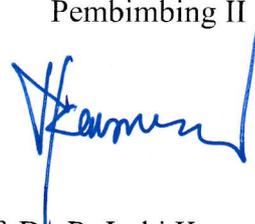
Diterima dan disetujui untuk dipertahankan Pembimbing Tesis

Pembimbing I



(Arifiani Widjayanti, M.Si., Ph. D)

Pembimbing II



(Prof. Dr. R. Luki Karunia, MA)

**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

**LEMBAR PENGESAHAN**

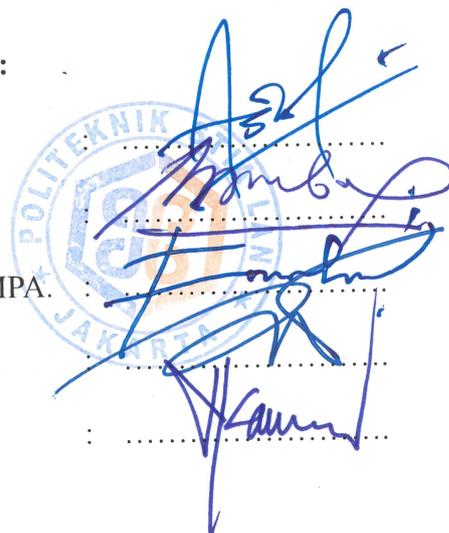
NAMA : BHAYU ADI PUSPITA  
NPM : 2143021059  
JURUSAN : ADMINISTRASI PUBLIK  
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA  
KONSENTRASI : MANAJEMEN KEUANGAN NEGARA  
JUDUL TESIS : KEPATUHAN ATAS WAJIB PAJAK  
YOUTUBER DI KANTOR PELAYANAN  
PAJAK PRATAMA JAKARTA TEBET

Telah mempertahankan tesis di hadapan penguji tesis Program Magister Terapan Administrasi Pembangunan Negara, Politeknik STIA LAN Jakarta, Lembaga Administrasi Negara, pada

Hari : Senin  
Tanggal : 06 November 2023  
Pukul : 13.00 s.d. 14.30 WIB

**TELAH DINYATAKAN LULUS PENGUJI TESIS:**

Ketua Sidang : Dr. Asropi, M.Si.  
Sekretaris : Dr. Bambang Giyanto, M.Pd.  
Anggota : Dr. Firman Hadi Rivai, S.STP., MPA.  
Anggota /  
Pembimbing 1 : Arifiani Widjayanti, M.Si., Ph.D.  
Anggota /  
Pembimbing 2 : Prof. Dr. R. Luki Karunia, M.A.



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bhayu Adi Puspita  
NPM : 2143021059  
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara  
Konsentrasi : Manajemen Keuangan Negara

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tesis yang telah saya buat ini dengan judul **“Kepatuhan Perpajakan atas Wajib Pajak Youtuber di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet”** merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari penulisan Tesis ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan atau ketentuan yang berlaku di Politeknik STIA LAN Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, November 2023



Ditandatangani secara elektronik  
Bhayu Adi Puspita

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT., atas segala rahmat karunia dan ridho-NYA serta bantuan dan doa yang tulus ikhlas dari berbagai pihak, sehingga tesis dengan judul “**Kepatuhan Perpajakan atas Wajib Pajak Youtuber pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet**” ini dapat diselesaikan tepat waktu. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu prasyarat akademik untuk menyelesaikan pendidikan Program Magister Terapan Strata Dua (S2) pada Politeknik STIA LAN Jakarta.

Penelitian tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh Karena itu, pada kesempatan ini dengan ketulusan dan kerendahan hati serta rasa hormat, izinkanlah peneliti untuk menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada Dosen Pembimbing **Arifiani Widjayanti, S.P., M.Si., Ph.D dan Prof. Dr. R. Luki Karunia, S.E., Ak. M.A.** atas bimbingan, arahan dan waktu yang telah diluangkan kepada peneliti. Dalam Kesempatan ini juga peneliti mengucapkan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Nurliah Nurdin, S.Sos., M.A., Direktur Politeknik STIA LAN Jakarta;
2. Rekno Nawansari, Kepala Kantor Pelayanan Pajak Madya Jakarta Utara yang telah memberikan izin belajar kepada peneliti;
3. Segenap Dosen Pengajar, dan seluruh Civitas Akademika atas bimbingan dan Ilmu yang diberikan selama peneliti menempuh pendidikan;
4. Bapak, Ibu, dan Kakak-kakakku tersayang atas segala doa dan dukungannya selama peneliti menempuh pendidikan;
5. Yang tercinta istriku dan kedua putriku atas segala motivasi, perhatian, bantuan, pengertian dan doa tulusnyanya serta kesabaran dalam menunggu peneliti pada masa pendidikan;
6. Rekan-rekan seperjuangan Mahasiswa Program Magister Terapan Administrasi Pembangunan Negara, Konsentrasi Manajemen Keuangan Negara Angkatan 2021 atas kekompakan dan kebersamaannya;

7. Rekan-rekan pegawai di KPP Madya Jakarta Utara dan KPP Pratama Jakarta Tebet, yang sudah banyak memberikan dukungan dan bantuannya; dan
8. Semua pihak yang telah membantu yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu.

Dengan ketebatasan pengalaman, pengetahuan maupun pustaka yang ditinjau, peneliti menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangan dan perlu pengembangan lebih lanjut agar benar-benar bermanfaat. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran agar tesis ini lebih sempurna serta sebagai masukan bagi peneliti untuk penelitian dan penelitian karya ilmiah di masa yang akan datang. Akhir kata, peneliti berharap tesis ini memberikan manfaat bagi kita semua terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, November 2023

Bhayu Adi Puspita

POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA  
JAKARTA

**PROGRAM MAGISTER TERAPAN  
ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA  
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA  
KONSENTRASI MANAJEMEN KEUANGAN NEGARA**

**ABSTRAK**

BHAYU ADI PUSPITA, 2143021059  
KEPATUHAN PERPAJAKAN ATAS WAJIB PAJAK YOUTUBER PADA  
KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA JAKARTA TEBET

**147 halaman, 5 bab, xiii, 10 tabel, 30 Gambar  
Daftar Pustaka: 24 buku dan peraturan, 24 karya ilmiah, lain-lain (2005-2022)**

---

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penyebab ketidakpatuhan pajak wajib pajak youtuber, untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak, dan menentukan strategi meningkatkan kepatuhan pajak wajib pajak youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Peneliti menilai metode ini sesuai dengan bidang yang akan diteliti dengan konsep atau teori yang ada. Berdasarkan hasil penelitian, kepatuhan YouTuber Wajib Pajak di KPP Pratama Jakarta Tebet dipengaruhi oleh beberapa faktor. Dari segi formal, terdapat kelemahan dalam pendaftaran online dan kebingungan dalam menentukan norma penghasilan bersih. Kurangnya kerja sama antara Direktorat Jenderal Pajak dan Google membuat pengawasan menjadi sulit. Dari sisi materi, pajak yang berlaku bagi YouTuber sama dengan pajak orang pribadi lainnya. Faktor ekonomi seperti biaya kepatuhan mempengaruhi kepatuhan, sedangkan beban keuangan bukan merupakan hambatan. Faktor perilaku menunjukkan bahwa tingkat pendidikan dan moral serta persepsi risiko minimal mempengaruhi kepatuhan, sedangkan asumsi ketidakadilan dan perilaku pengambilan risiko tidak menjadi kendala. Perlu adanya edukasi lebih lanjut dan sosialisasi yang optimal guna meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan YouTuber.

**Kata Kunci:** Kepatuhan Pajak, Wajib Pajak, youtuber

**APPLIED MAGISTER PROGRAM  
STATE DEVELOPMENT ADMINISTRATION  
POLYTECHNIC STIA LAN JAKARTA  
CONCENTRATION OF STATE FINANCE MANAGEMENT**

**ABSTRACT**

Bhayu Adi Puspita, 2143021059  
**TAX COMPLIANCE OF YOUTUBER TAXPAYER AT JAKARTA TEBET TAX  
OFFICE**

**147 pages, 5 chapters, xiii, 10 tables, 30 pictures  
References: 24 books and regulations, 24 scientific research, others (2005-2022)**

---

*The purpose of this study is to determine the causes of tax non-compliance of YouTuber taxpayers, to identify and analyze factors that affect Taxpayer compliance, and determine strategies to improve tax compliance of YouTuber taxpayers at KPP Pratama Jakarta Tebet. In this study, researchers used qualitative descriptive methods. Researchers consider that this method is in accordance with the field to be studied with existing concepts or theories. Based on the results of the study, the compliance of YouTuber Taxpayers at KPP Pratama Jakarta Tebet is influenced by several factors. From a formal point of view, there are weaknesses in online registration and confusion in determining the norm of net income. The lack of cooperation between the Directorate General of Taxes and Google makes oversight difficult. From the material side, the tax that applies to YouTubers is the same as other individual taxes. Economic factors such as compliance costs affect compliance, while financial burdens are not a bottleneck. Behavioral factors showed that educational and moral levels and perceptions of minimal risk affected compliance, while assumptions of unfairness and risk-taking behavior were not constraints. There is a need for further education and optimal socialization in order to improve tax compliance among YouTubers.*

*Keywords: Tax Compliance, Taxpayers, Youtubers*

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PERMASALAHAN PENELITIAN</b> .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Rumusan Masalah .....	14
D. Tujuan Penelitian .....	14
E. Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	16
A. Penelitian Terdahulu .....	16
B. Tinjauan Kebijakan dan Teoritis .....	24
1. Tinjauan Kebijakan .....	24
a. Keuangan Negara .....	27
b. Pajak .....	27
c. Subjek Pajak .....	28
d. Wajib Pajak .....	29
e. Kriteria Wajib Pajak Patuh .....	30
2. Tinjauan Teoritis .....	32
a. Administrasi Publik .....	32
b. Keuangan Negara .....	32
c. Pajak .....	33
d. Kepatuhan Perpajakan .....	36
e. Kriteria Wajib Pajak Patuh .....	37
f. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Perpajakan ..	39
g. Strategi Kepatuhan .....	42

h. Sistem Pemungutan Pajak .....	47
i. Ekonomi Digital .....	48
j. Youtube .....	48
k. Youtuber .....	49
C. Konsep Kunci .....	49
D. Kerangka Berpikir .....	51
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>53</b>
A. Metode Penelitian .....	53
B. Teknik Pengumpulan Data .....	54
1. Wawancara .....	55
2. Observasi .....	56
3. Dokumentasi .....	57
C. Prosedur Pengolahan Data .....	57
D. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	57
E. Instrumen Penelitian .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>59</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	59
1. Struktur Organisasi .....	60
2. Wilayah Kerja .....	62
B. Penyajian Hasil Penelitian dan Analisis.....	63
1. Analisis Aspek Kepatuhan Formal .....	65
2. Analisis Aspek Kepatuhan Material .....	74
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Perpajakan atas Wajib Pajak Youtuber .....	79
4. Analisis dan Pembahasan Kepatuhan Perpajakan atas Wajib Pajak Youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet .....	116
5. Analisis dan Pembahasan Kendala Pengawasan Kepatuhan Perpajakan atas Wajib Pajak Youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet .....	129
6. Strategi untuk meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Youtuber .....	130
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>140</b>
A. Simpulan .....	140
B. Saran .....	144

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan di KPP Pratama Jakarta Tebet .....	9
Tabel 1.2	Data Penerimaan PPh Orang Pribadi Youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet .....	11
Tabel 3.1	Informan Penelitian .....	55
Tabel 4.1	Pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Kepatuhan WP Yotuber ....	90
Tabel 4.2	Pengawasan Kepatuhan Pelaporan WP OP KPP Pratama Jakarta Tebet .....	108
Tabel 4.3	Pengaruh Faktor Ekonomi terhadap Kepatuhan WP Youtuber	113
Tabel 4.4	Aspek Perpajakan dari Setiap Skema Kegiatan Ekonomi Youtuber .....	120
Tabel 4.5	Strategi untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Youtuber Berdasarkan Aspek Kepatuhan Formal dan Kepatuhan Material .....	127
Tabel 4.6	Strategi untuk Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Youtuber Berdasarkan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan .....	137

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Tax Ratio di Indonesia .....	2
Gambar 1.2	Daftar Sosial Media Terbanyak yang Digunakan di Indonesia .....	5
Gambar 1.3	Persebaran Pekerjaan Impian di Negara-negara Asia Tenggara .....	6
Gambar 1.4	Daftar Ranking 10 Besar <i>Youtuber</i> dengan Subscriber Terbanyak di Indonesia .....	7
Gambar 1.5	Channel milik <i>Youtuber</i> yang Terdaftar di KPP Pratama Jakarta Tebet .....	10
Gambar 2.1	Subjek Pajak .....	28
Gambar 2.2	Wajib Pajak .....	30
Gambar 2.3	Model Kepatuhan .....	43
Gambar 2.4	Piramida <i>Attitude to Compliance</i> .....	46
Gambar 2.5	Kerangka Berpikir .....	52
Gambar 4.1	Struktur Organisasi KPP Pratama Jakarta Tebet .....	60
Gambar 4.2	Tampilan Layar <i>e-Registration</i> .....	66
Gambar 4.3	Pembuatan Kode Billing Pembayaran Pajak .....	69
Gambar 4.4	Pelaporan SPT Tahunan Secara Online .....	72
Gambar 4.5	Sistem Pembayaran e-billing .....	87
Gambar 4.6	Sosialisasi di lokasi Wajib Pajak .....	95
Gambar 4.7	Sosialisasi Pajak Bertutur di Sekolah Menengah Atas .....	98
Gambar 4.8	Sosialisasi Kelas Pajak di KPP Pratama Jakarta Tebet .....	99
Gambar 4.9	Proses Bisnis <i>Youtuber</i> .....	117
Gambar 4.10	Ilustrasi Skema Bisnis <i>Youtuber</i> .....	119

## DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul Lampiran
1.	Pedoman Dokumentasi
2.	Pedoman Observasi
3.	Pedoman Wawancara
4.	Surat Pengantar Penelitian
5.	Surat Persetujuan Penelitian
6.	Surat Keterangan Penelitian
7.	Riwayat Hidup Penulis



# BAB I

## PERMASALAHAN PENELITIAN

### A. Latar Belakang

Penerimaan negara dari sektor pajak menyumbangkan kontribusi terbesar dalam pendapatan negara. Dalam postur APBN 2023, pemerintah dan DPR menyepakati bahwa rencana pendapatan negara sebesar Rp2.443,6 triliun, dengan rincian penerimaan dari sektor pajak sebesar Rp2.016,9 triliun, Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) sebesar Rp426,3 triliun, dan penerimaan hibah sebesar Rp0,4 triliun. Dengan tingginya target penerimaan pajak di dalam APBN, menuntut tingginya tingkat kepatuhan Wajib Pajak yang wajib melaporkan SPT Tahunan. Tahun 2021 tercatat pelaporan SPT Tahunan mencapai 15,97 juta dari jumlah Wajib Pajak yang wajib SPT sebanyak 19 juta. Khusus untuk SPT Tahunan Orang Pribadi menyentuh angka 14,77 juta.

Salah satu indikator yang dapat dijadikan penilaian kinerja penerimaan pajak adalah rasio pajak (*tax ratio*). Rasio pajak secara sempit diartikan sebagai perbandingan penerimaan pajak dan Produk Domestik Bruto (PDB). Sedangkan rasio pajak dalam pengertian yang luas yaitu rasio penerimaan pajak, penerimaan Sumber Daya Alam Migas dan Minerba terhadap pendapatan nasional atau PDB di periode yang sama. Meskipun *tax ratio* bukan menjadi satu-satunya indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja penerimaan sektor perpajakan, sejauh ini rasio pajak digunakan sebagai ukuran yang dapat memberikan gambaran tentang kondisi perpajakan suatu negara secara keseluruhan, dan juga dianggap sebagai referensi sederhana untuk menilai kapasitas sistem perpajakan suatu negara..

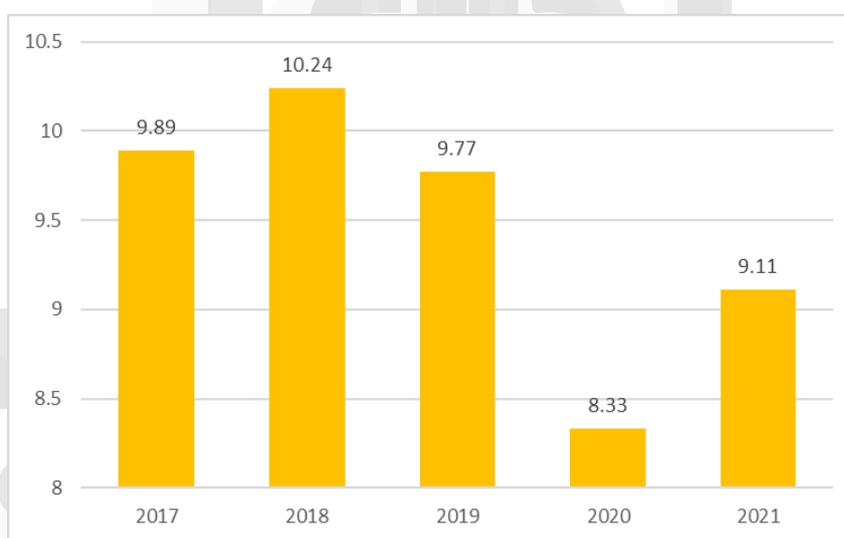
Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani Indrawati mengatakan, rendahnya kepatuhan wajib pajak menjadi salah satu penyebab rendahnya rasio penerimaan pajak (*tax ratio*) Indonesia.

<https://feb.ugm.ac.id/id/berita/774-kepatuhan-penyampaian-pajak-indonesia-rendah>)

Tingkat kepatuhan wajib pajak tergambar dari besarnya tingkat *tax ratio* karena ketika *tax ratio* semakin rendah maka semakin rendah juga tingkat kepatuhan wajib pajak. Secara umum, tingkat kepatuhan wajib pajak saat ini masih belum optimal, hal ini sejalan dengan *tax ratio* Indonesia yang masih rendah pula.

Gambar 1.1

Perkembangan *Tax Ratio* di Indonesia



Sumber: diolah dari Informasi APBN 2021

Dana Moneter Internasional (IMF) menyatakan bahwa seharusnya *tax ratio* untuk negara sebesar Indonesia bisa mencapai 15 persen. Dari data di atas dapat dilihat bahwa *tax ratio* Indonesia masih rendah. Rasio ini relatif lebih rendah dari rata-rata dunia dan negara anggota OECD yaitu sebesar 14%. Terlebih lagi di Indonesia penerimaan pajak masih ditopang oleh Pajak Penghasilan khususnya Pajak Penghasilan Badan.

Salah satu aspek yang menentukan penerimaan pajak adalah kepatuhan pajak. Simanjuntak et. al. (2012:150) menyampaikan bahwa semakin besar tingkat kepatuhan masyarakat berbanding lurus dengan besarnya penerimaan

pajak. Kepatuhan pajak sebagaimana didefinisikan oleh Nurmantu (2005:148) sebagai suatu keadaan Wajib Pajak (WP) yang kewajiban perpajakannya telah terpenuhi dan hak perpajakannya telah dilaksanakan. Ada dua jenis kepatuhan pajak: kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal terjadi ketika wajib pajak mematuhi semua peraturan perpajakan yang relevan sesuai dengan isi dan semangat undang-undang perpajakan. Kepatuhan material adalah ketika wajib pajak mematuhi semua peraturan perpajakan yang relevan secara formal berdasarkan ketentuan undang-undang perpajakan. Tingkat penyerahan laporan pajak penghasilan tahunan (SPT) adalah salah satu persyaratan kepatuhan formal wajib pajak.

Kepatuhan material wajib pajak antara lain dapat dilihat dari sejauh mana wajib pajak membayar pajak berdasarkan penghasilan yang sebenarnya menurut peraturan perpajakan. Salah satu kegiatan yang tujuannya adalah peningkatan penerimaan pajak dan kewajiban wajib pajak adalah kegiatan pemungutan pajak secara besar-besaran. Salah satu sasaran langkah komprehensif peningkatan pajak adalah masyarakat yang bekerja sebagai pengusaha di ekonomi digital. Salah satu faktor yang mempengaruhi rasio pajak yang rendah adalah tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi non-karyawan. Pada tahun 2021, secara nasional tingkat kepatuhan formal seluruh wajib pajak mencapai 85,07%, akan tetapi rasio kepatuhan formal wajib pajak orang pribadi non karyawan hanya 45,53% atau dari 4,07 juta wajib pajak orang pribadi non karyawan, hanya 1,85 juta yang melaporkan SPT Tahunan tahun 2021. Wajib Pajak orang pribadi non-karyawan memiliki karakteristik sulit dijangkau oleh pengawasan pajak.

Wajib Pajak orang pribadi non karyawan sendiri terdiri dari orang pribadi pelaku UMKM, orang pribadi yang memiliki pekerjaan bebas, dan wajib pajak *High net Worth Individual* (HWI). Salah satu sektor dari wajib pajak orang pribadi non karyawan ini yaitu para pekerja bebas, dan yang dapat menjadi fokus pengawasan adalah pelaku ekonomi digital. Sektor digital

ekonomi seperti *e-commerce*, *fintech lending*, *youtuber*, *selebgram* dan lainnya menjadi sektor yang terus tumbuh dan semakin berkembang signifikan.

Kegiatan ekonomi digital menjadi salah satu aspek yang terdampak dari masifnya penggunaan internet. Teknologi informasi yang berkembang dari internet mengakibatkan kegiatan ekonomi pun menjadi berkembang dari yang sebelumnya konvensional menjadi serba digital. Revolusi industri 4.0 menjadi pembaharuan dari revolusi sebelumnya karena telah menggabungkan antara mesin-mesin industri dengan internet. Pergeseran ini dikenal dengan sebutan *cybersystem*. Pergeseran ini juga yang melahirkan istilah ekonomi digital. Salah satu produk yang dihasilkan dari produk digitalisasi ini adalah youtube, karena menjadi sumber informasi dan hiburan yang dapat diakses dengan cepat. Banyak profesi-profesi baru yang muncul seiring berkembangnya internet, salah satunya adalah *youtuber* (pengunggah video ke laman youtube). Kehadiran youtube dewasa ini mampu menggeser peran media lain. Tidak hanya menjadi penonton, para pengguna internet juga menjadi pembuat konten untuk diunggah ke youtube melalui channel masing-masing.

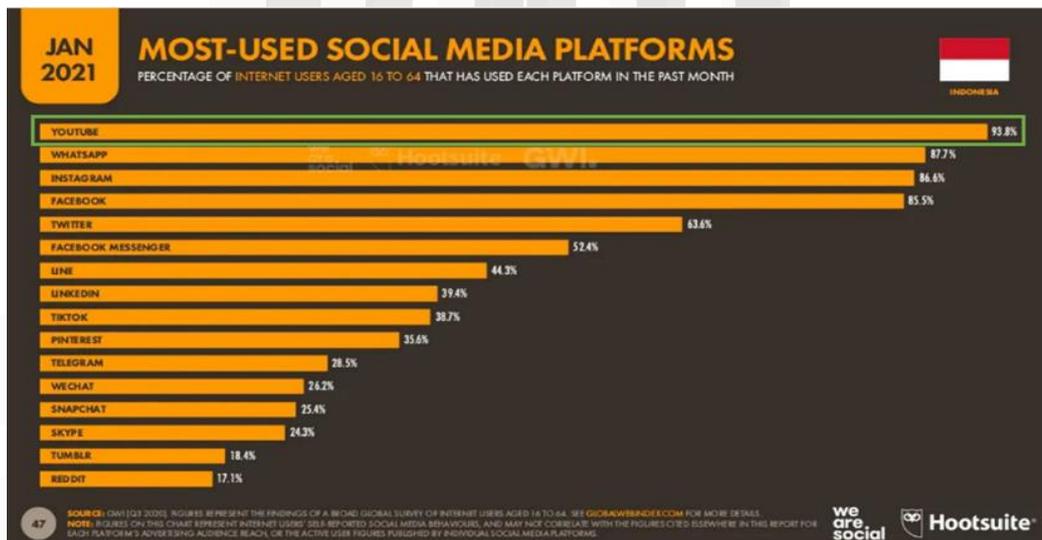
Pada tahun 2021 Google, Temasek, dan Bain & Company menyusun Laporan *SEA e-Conomy* yang menunjukkan seluruh sektor ekonomi digital di Indonesia mengalami peningkatan yang kuat. Hal ini ditandai dengan meningkatnya sektor media online yang tumbuh sekitar 48% *year on year* dari US\$ 4,3 miliar menjadi US\$ 6,4 miliar dalam periode yang sama. Pertumbuhan ini diperkirakan akan terus terjadi mencapai US\$ 15,8 miliar hingga 2025 dengan CAGR 26%. Menurut Aviliani, ekonom dari Indef, kontribusi kelas menengah dalam pemungutan pajak penghasilan masih cukup kecil atau belum optimal (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190326/259/904557/aviliani-singgung-youtuber-penerimaan-pajak-era-digital-harusnya-lebih-besar>).

Meski kelas menengah terus tumbuh, kepatuhan belum mencapai 100 persen. Di era perkembangan teknologi seharusnya bisa memperoleh penerimaan pajak lebih besar. Direktorat Jenderal Pajak dinilai belum cukup optimal dalam

menggali potensi penerimaan pajak dari sektor informal di era industri 4.0 dalam hal ini salah satunya adalah youtuber. *Youtuber* menggunakan media sosial berbagi video berupa *Youtube* yang dijadikan sebagai sarana untuk berkreasi dalam bekerja. *Youtube* merupakan suatu mega situs atau *website* yang menyediakan bermacam-macam konten seperti video klip, video tutorial, bahkan video blog (vlog). Semakin maraknya *youtuber* saat ini karena melalui media *youtube* adanya penghasilan yang diberikan dari video yang ditayangkan yang terbilang cukup besar.

Gambar 1.2

### Daftar Sosial Media Terbanyak yang Digunakan di Indonesia



Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia> (diakses pada 11 November 2022)

Penghasilan *youtuber* secara umum berasal beberapa sumber, yaitu iklan (*Google adSense*), *short fund*, *Channel Memberships*, *YouTube Premium*, *super chat*, *merchandise*, *super thanks*, dan *youtube brandconnect*. Saat ini jumlah *youtuber* Indonesia yang teregistrasi di *Google adSense* lebih dari 250 akun. Untuk dapat mengetahui berapa perkiraan jumlah penghasilan yang diterima oleh seorang *youtuber*, dapat diketahui salah satunya melalui laman *socialblade.com*. Berdasarkan laman *socialblade.com*, terdapat 2 hal yang berpengaruh besar, yaitu jumlah penonton dan jumlah *subscriber*. Semakin

tinggi jumlah penonton dan subscriber, semakin tinggi penghasilan yang dapat diperoleh oleh seorang *youbers*.

Gambar 1.3

Persebaran Pekerjaan Impian di Negara-negara Asia Tenggara

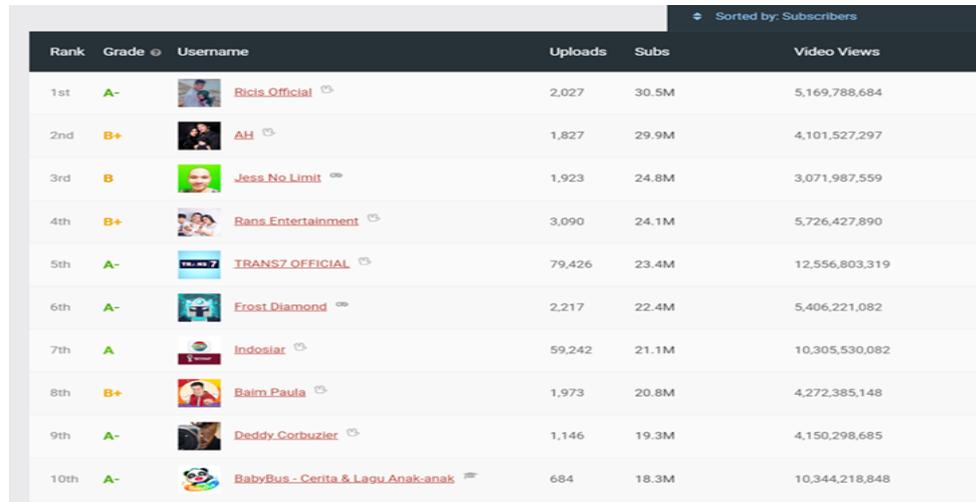


Sumber: <https://www.remitly.com/gb/en/landing/dream-jobs-around-the-world> (diakses pada 07 Februari 2023)

Berdasarkan gambar 1.3 di atas, terlihat bahwa masyarakat Indonesia memiliki pekerjaan impian menjadi seorang youtuber. Hal ini karena sebagian masyarakat Indonesia melihat adanya potensi penghasilan yang besar sehingga youtuber menjadi salah satu profesi impian yang sangat diminati oleh generasi muda saat ini.

Gambar 1.4

Daftar Ranking 10 Besar *Youtuber* dengan Subscriber Terbanyak di Indonesia



Rank	Grade	Username	Uploads	Subs	Video Views
1st	A-	Ricis Official	2,027	30.5M	5,169,788,684
2nd	B+	Ali	1,827	29.9M	4,101,527,297
3rd	B	Jess No Limit	1,923	24.8M	3,071,987,559
4th	B+	Rans Entertainment	3,090	24.1M	5,726,427,890
5th	A-	TRANS7 OFFICIAL	79,426	23.4M	12,556,803,319
6th	A-	Frost Diamond	2,217	22.4M	5,406,221,082
7th	A	Indosiar	59,242	21.1M	10,305,530,082
8th	B+	Baim Paula	1,973	20.8M	4,272,385,148
9th	A-	Deddy Corbuzier	1,146	19.3M	4,150,298,685
10th	A-	BabyBus - Cerita & Lagu Anak-anak	684	18.3M	10,344,218,848

Sumber: <https://socialblade.com/youtube/top/country/id/mostsubscribed> (diakses pada 07 Februari 2023)

Pembayaran penghasilan dari youtube terdiri dari beberapa metode pembayaran iklan yang muncul dalam video. Pihak adSense Youtube merinci pembayaran yang telah diberlakukan, antara lain:

1. *Cost per View* (CPV)

Pada CPV, pembayaran iklan dengan durasi 15-30 detik yang muncul pada saat video mulai. Iklan ini dapat dilewati (skip to add), akan tetapi ada juga iklan yang tidak dapat dilewati. Jika iklan yang tayang pada video dilewati, maka pengiklan tidak membayar dan pemilik video tidak dibayar.

2. *Cost per Impression* (CPI)

Pembayaran pada iklan ini tampil sebagai *banner* yang ditempel dalam video layaknya iklan bergambar dan kartu sponsor. Pengiklan akan melakukan pembayaran terhadap sejumlah pengunjung yang melihat iklan tersebut.

3. *Cost per Click* (CPC)

Pada CPC, youtube melakukan pembayaran pada youtuber yang menayangkan iklan dengan kriteria paling banyak digunakan. Pada CPC, pembayaran dikalkulasi dari dasar jumlah klik oleh pengunjung pada

iklan. Namun, apabila pengunjung tersebut tidak melakukan klik, maka youtuber tidak mendapat bayaran.

Harga iklan di YouTube bervariasi. Menurut Hapsah (2015), iklan yang paling murah ditempatkan di sisi kanan video. Sedangkan iklan yang paling mahal adalah iklan yang ditempatkan di bawah video. Iklan yang paling mahal adalah *skippable ads* atau iklan yang berada di tengah atau di antara pemutaran video. *Cost per Mile* (CPM) merupakan letak yang berbeda untuk menempatkan iklan di video. CPM adalah jumlah besaran pendapatan dalam satuan uang yang diterima YouTuber dari pengiklan Google setelah melihat 1.000 iklan. Hasil iklan dibagikan untuk YouTube sebesar 45% dan YouTuber sebesar 55%.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet selain mengawasi wajib pajak badan juga mengawasi salah satunya adalah wajib pajak orang pribadi khususnya orang pribadi non karyawan yang berada di Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan. Dengan karakteristik Wajib Pajak Orang Pribadi dengan latar belakang yang beragam, khususnya *public figure*, tidak menutup kemungkinan bahwa mereka memiliki kanal youtube yang di monetisasi. Terkait dengan pelaksanaan tugas pokok KPP Pratama Jakarta Tebet, pengawasan kepatuhan wajib pajak atas pelaku ekonomi digital youtube yang pertumbuhannya pesat akhir-akhir ini termasuk salah satu hal yang sangat penting dan dapat dijadikan salah satu prioritas pengawasan Wajib Pajak.

Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet masuk kedalam koordinasi Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Pajak Jakarta Selatan I, yang membawahi Kecamatan Setiabudi, Kecamatan Pancoran, Kecamatan Mampang Prapatan dan Kecamatan Tebet. Jumlah Penduduk masing-masing kecamatan tersebut menurut data BPS tahun 2021 adalah sebagai berikut:

Wilayah Kerja Kanwil DJP Jakarta Selatan per Kecamatan	Jumlah Penduduk per Kecamatan (ribu)
Mampang Prapatan	145,4
Pancoran	168,6
Setiabudi	107,4
Tebet	221,2

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Jakarta Selatan

Dari data di atas, dapat dilihat jumlah penduduk di Kecamatan Tebet lebih dari 221 ribu jiwa, dan paling banyak dibandingkan jumlah penduduk di kecamatan-kecamatan lain yang berada di wilayah Kanwil DJP Jakarta Selatan I. Besarnya jumlah penduduk tersebut berbanding lurus dengan jumlah Wajib Pajak Orang Pribadi khususnya Orang Pribadi non Karyawan yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Tebet pada tahun 2020 yaitu berjumlah 53.170 Wajib Pajak. Tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi non Karyawan selama 3 tahun sejak 2018 sampai dengan 2020 rata-rata hanya 27%. Hal ini sejalan dengan latar belakang di atas, dimana secara nasional kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi non Karyawan hanya 45,53%. Gambaran terkait tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan di KPP Pratama Jakarta Tebet dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1

Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan di KPP Pratama Jakarta Tebet

Keterangan	2018		2019		2020	
WP OP Aktif	60949		73951		53170	
WP OP NK	4810		6414		3852	
OP NK Lapor SPT	1417	29%	1252	20%	1282	33%
OP NK Tidak Lapor SPT	3393	71%	5162	80%	2570	67%

Sumber: Diolah dari data KPP Pratama Jakarta Tebet

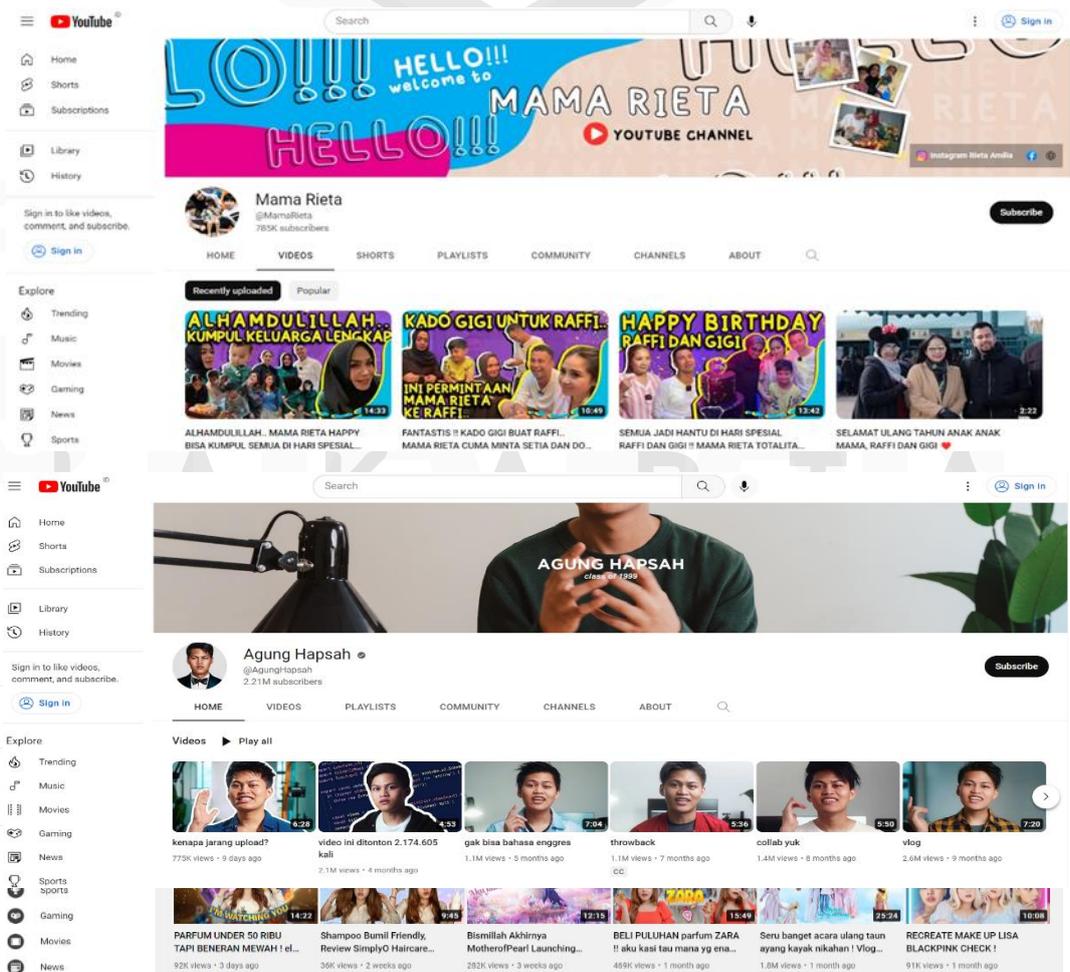
Dari tabel 1.1 di atas, terlihat tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan pada KPP Pratama Jakarta Tebet terjadi penurunan tingkat kepatuhan dari tahun 2018 ke tahun 2019, akan tetapi terdapat kenaikan pada tahun 2020. Kenaikan tingkat kepatuhan pada tahun 2020 masih jauh di

bawah rata-rata tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi non Karyawan secara nasional. Total dari realisasi penerimaan pajak yaitu masing-masing sebesar Rp3 milyar di tahun 2018, Rp2 milyar di tahun 2019 dan terjadi peningkatan di tahun 2020 seiring meningkatnya kepatuhan pelaporan SPT Tahunan yaitu sebesar 4 milyar rupiah.

Dari jumlah wajib pajak orang pribadi aktif yang termasuk kategori orang pribadi non-karyawan, di dalamnya juga terdapat wajib pajak yang berprofesi sebagai youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet. Diketahui dari beberapa Wajib Pajak youtuber yang terdaftar di KPP Pratama Jakarta Tebet memiliki jumlah subscriber yang terbilang banyak.

Gambar 1.5

### Channel milik *Youtuber* yang Terdaftar di KPP Pratama Jakarta Tebet



Tabel 1.2

Data Penerimaan PPh Orang Pribadi Youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet

Tahun	Setoran Pajak	Pertumbuhan %
2018	Rp 40,2 juta	100%
2019	Rp 4,2 juta	-89.55%
2020	Rp 128,6 juta	2961.90%
2021	Rp 19,3 juta	-84.99%
2022	Rp 54,6 juta	182.90%

Sumber: Diolah dari data Direktorat Jenderal Pajak

Dari tabel 1.2 di atas, terlihat bahwa di tahun 2018 tercatat wajib pajak youtuber membayar pajak sejumlah Rp40,2 juta, dan terjadi peningkatan di tahun 2020 yang mencapai Rp128,6 juta. Akan tetapi terjadi penurunan yang sangat signifikan di tahun 2021 dan 2022. Pencapaian tersebut menggambarkan masih belum optimalnya jumlah penerimaan pajak dari para youtuber dibandingkan dengan besarnya potensi penerimaan pajak dari para youtuber dimana ada potensi lebih dari Rp1 milyar dari jumlah youtuber yang ada di KPP Pratama Jakarta Tebet, jumlah potensi ini tentu akan meningkat seiring dengan penghasilan lainnya dari endorsement dan penjualan *merchandise* oleh youtuber itu sendiri. Dibandingkan dengan jumlah setoran Wajib Pajak Orang Pribadi non-Karyawan yang total setorannya sebesar Rp4 milyar di tahun 2020, tentu nilai potensi yang ada dari para youtuber ini menjadi signifikan bagi penerimaan pajak dari Wajib Pajak Orang Pribadi di KPP Pratama Jakarta Tebet. Hal ini tentu menjadi salah satu penyebab rendahnya *tax ratio* di wilayah KPP Pratama Jakarta Tebet dan tentu juga mempengaruhi *tax ratio* secara nasional.

Dari tabel 1.2 di atas juga, jika dibandingkan secara nasional, pencapaian tersebut masih belum sebanding dengan besarnya potensi pajak dari profesi ini. Direktur Eksekutif *Center for Indonesia Taxation Analysis* (CITA) Ruben Hutabarat (2021) menjelaskan bahwa profesi selebgram, YouTuber, dan sebagainya sudah pernah diperkirakan potensinya. Potensi

terebut dapat mencapai sekitar Rp10 triliun lebih dari para *content creator* yang berupa Selebgram, YouTuber, maupun Influencer secara nasional. Hal ini merupakan salah satu indikator masih rendahnya kepatuhan wajib pajak youtuber yang menjadi salah satu penyebab rendahnya tax ratio.

Menteri Keuangan Sri Mulyani (2016) menyebutkan bahwa Peraturan perpajakan yang kompleks merupakan salah satu hal yang menyebabkan rendahnya kepatuhan pajak masyarakat. Sedangkan menurut Direktur Jenderal Pajak Ken Dwijugiastadi (2016), ada setidaknya 7 penyebab rendahnya kepatuhan pajak, yaitu masyarakat kurang patuh pada Undang-Undang perpajakan, kurangnya kepercayaan pada petugas pajak, ada masyarakat yang masih mencoba-coba dalam membayar pajak, budaya membayar pajak belum terbentuk, masyarakat belum paham manfaat pajak, adanya fasilitas pembebasan pembayaran pajak dari negara lain, dan terakhir masih adanya kesulitan dalam pelaporan perpajakan. Mantan Direktur Eksekutif *Center for Indonesia Taxation Analysis* (CITA) Yustinus Prastowo (2019) mengatakan ketidaktahuan dalam memenuhi tanggung jawab perpajakannya atau memang secara sengaja tidak membayar pajak yang seharusnya menjadi tanggung jawabnya merupakan beberapa penyebab youtuber tidak membayar pajak (<https://www.merdeka.com/uang/ini-alasan-youtuber-dan-selebgram-mangkir-bayar-pajak.html>).

Di Amerika Serikat, Google selaku pemilik *website* Youtube diberikan wewenang penuh untuk mengumpulkan informasi, menjadi pemotong dan pemungut serta melaporkan pajak royalti yang diterima *youtuber* sejak Juni 2021 kepada *Internal Revenue Services* (IRS). Kebijakan ini diatur di dalam Undang-undang Pendapatan Dalam Negeri Amerika Serikat (*US. Internal Revenue Code*) Pasal 3. Peraturan ini mengakibatkan para *youtuber* yang menerima penghasilan dari penonton di Amerika Serikat akan dilakukan pemotongan pajak oleh Google.

Sedangkan di Indonesia, sampai dengan penelitian ini dibuat belum ada aturan khusus dalam rangka pengenaan pajak atas penghasilan yang diterima oleh youtuber. Profesi *youtuber* masih dikategorikan sebagai pekerjaan bebas sesuai dengan Peraturan Direktur Jenderal Pajak nomor PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto.

## **B. Identifikasi Masalah**

Selanjutnya, berdasarkan uraian latar belakang di atas terhadap kepatuhan perpajakan atas Wajib Pajak youtuber di KPP Pratama Jakarta Tebet, maka identifikasi permasalahan yang didapat yaitu:

1. Proses pendaftaran Wajib Pajak youtuber tidak dibarengi dengan validasi atas kebenaran lapangan usaha yang dipilih oleh youtuber;
2. Adanya perbedaan penentuan klasifikasi lapangan usaha para youtuber sehingga menimbulkan perbedaan penentuan penghasilan neto berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak nomor 17/PJ/2015;
3. Penghasilan yang diterima oleh youtuber hanya diketahui oleh youtuber itu sendiri sehingga menimbulkan peluang untuk melakukan penghindaran pajak;
4. Wajib Pajak merasakan kebingungan terkait perhitungan dan pembayaran pajak yang harus dibayar para youtuber karena minimnya sosialisasi terhadap pelaku konten kreator youtuber;
5. Pelaporan SPT Tahunan youtuber masih belum tertib;
6. Adanya keengganan Wajib Pajak youtuber untuk berurusan atau berinteraksi dengan pegawai pajak;
7. Ketersediaan data terkait sumber-sumber penghasilan para youtuber belum ada;
8. Pengawasan terhadap kepatuhan Wajib Pajak yang berprofesi sebagai youtuber tidak seragam antar kantor pelayanan pajak;
9. Belum adanya regulasi khusus yang mengatur pemajakan para konten kreator khususnya youtuber;

10. Belum adanya kerjasama antara Google dan Direktorat Jenderal Pajak dalam pemberian data pembayaran google adSense.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, peningkatan jumlah wajib pajak yang berprofesi sebagai *youtuber* memerlukan pengawasan kepatuhan perpajakan bagi pelakunya untuk meningkatkan kepatuhan atas pemenuhan kewajiban perpajakannya. Adapun rumusan permasalahannya adalah sebagai berikut:

1. Mengapa *youtuber* yang terdaftar di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet masih ada yang belum patuh secara perpajakan?
2. Bagaimana faktor-faktor dapat mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak *Youtuber* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet?
3. Bagaimana strategi yang tepat untuk meningkatkan kepatuhan perpajakan wajib pajak *youtuber* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Jakarta Tebet?

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fenomena latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui penyebab ketidakpatuhan pajak wajib pajak *youtuber*
2. Untuk mengidentifikasi bagaimana mekanisme faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepatuhan Wajib Pajak
3. Menentukan strategi peningkatan kepatuhan perpajakan wajib pajak *youtuber* di KPP Pratama Jakarta Tebet

### **E. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat penelitian terhadap kepentingan dunia akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan ilmu pengetahuan dan berfungsi sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut di bidang Manajemen Keuangan Negara, terutama kaitannya dengan pelaksanaan ketentuan perpajakan bagi wajib pajak pelaku ekonomi digital *youtuber*.

- b. Manfaat terhadap dunia praktis

Diharapkan bahwa hasil penelitian ini akan memberikan rekomendasi kepada para stakeholder Direktorat Jenderal Pajak sebagai solusi alternatif untuk meningkatkan kepatuhan pajak para *youtuber* dan memberikan referensi bagi wajib pajak dalam memenuhi hak dan kewajiban perpajakannya.



POLITEKNIK  
STIA LAN  
JAKARTA  
JAKARTA