

**KAJIAN YURIDIS PAJAK PENGHASILAN *YOUTUBER* DI INDONESIA
MENURUT PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 23 TAHUN 2018 TENTANG PAJAK PENGHASILAN
ATAS PENGHASILAN DARI USAHA YANG DITERIMA
ATAU DIPEROLEH WAJIB PAJAK YANG
MEMILIKI PEREDARAN BRUTO
TERTENTU**

Fardati Nailulfari

1610111112

Menik Chumaidah, S.H., M.Hum

Fakultas Hukum Program Studi Ilmu Hukum

Universitas Muhammadiyah Jember

Abstrak

Youtube telah menjadi ladang pekerjaan gratis bagi setiap orang yang ingin menggunakannya. Sebagai konsekuensi sebuah profesi, *youtuber* tentu saja mendatangkan pendapatan atau penghasilan. Setiap orang yang memiliki penghasilan tentu akan dikenakan pajak tertentu. Dengan pangsa pasar youtube yang begitu besar tentu saja para *youtuber* juga menerima keuntungan dari unggahan-unggahan video berupa pemberian sejumlah uang dari pihak youtube yang dihitung berdasarkan CPM (*cost per miles*). Tidak hanya mendapat keuntungan dari jumlah *views* saja, tetapi juga melalui *brands deals* dan penjualan *merchandise*. Sehubungan dengan itu, terdapat kekaburan norma dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu tarif PPh yang bersifat final sebesar 0,5% (nol koma lima persen) untuk penghasilan yang tidak melebihi Rp. 4.800.000.000 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam satu tahun pajak. Hal ini tidak sinkron dengan Undang-Undang PPh yang menetapkan tarif diatas Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sebesar 30% (tiga puluh persen). Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Perhitungan Penghasilan Neto juga memiliki kekaburan norma dalam penggolongan kategori *youtuber*. Mengingat besaran penghasil *youtubers* terlalu abstrak dan tidak terstruktur yang mana sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan *cost per miles* (CPM).

Kata Kunci: Youtube, Pajak Penghasilan

PENDAHULUAN

Dewasa ini, hadirnya jaringan internet telah memudahkan aktivitas sehari-hari setiap orang yang menggunakannya untuk mengakses informasi dan hiburan. Pesatnya kemajuan teknologi yang berkembang dengan merambat di berbagai belahan dunia telah membuat setidaknya dua teknologi dibidang komunikasi yang berkembang sangat pesat yakni adanya telepon seluler (*smartphone*) dan komputer, yang hampir digunakan oleh setiap orang di seluruh penjuru dunia.¹ Salah satu *platform* media sosial yang dapat diakses untuk kepentingan baik mencari informasi maupun hiburan adalah youtube. Bahkan saat ini para pengguna youtube khususnya pelaku *youtubers* (istilah bagi seseorang yang membuat konten kreatif di *channel* youtube secara konsisten) tentu saja bukan hal yang asing untuk didengar oleh generasi millennial saat ini. Pekerjaan tersebut sangat familiar bahkan bagi orang tua kita yang masuk dalam generasi X (orang yang lahir pada tahun 1980-an). Bagi sebagian orang profesi ini telah menjadi pekerjaan utama. Dengan pangsa pasar youtube yang begitu besar tentu saja para youtuber juga menerima keuntungan dari unggahan-unggahan video berupa pemberian sejumlah uang dari pihak youtube yang dihitung berdasarkan CPM (*cost per miles*). Artinya, perhitungan uang setiap seribu kali penayangan. Tidak hanya mendapat keuntungan dari jumlah *views* saja, tetapi juga melalui *brands deals* dan penjualan *merchandise*.

Dalam dunia perpajakan belum ada regulasi jelas yang mengatur pajak penghasilan *youtuber*. Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu menggunakan metode penghitungan Pph final 0,5% sehingga penghasilan bruto x 50% = Iuran pajak pertahun. Namun, penghasilan *youtuber* tidak dapat menjadi patokan dalam metode ini karena angka yang ditampilkan situs Socialblade atau *Social Network Analisis System* dalam melacak statistik dan analitik media sosial menggunakan algoritma secara universal. Artinya, angka penghasilan para youtuber disamaratakan dengan

¹ Kasiyanto Kasemin, 2015, *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi (sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian Tentang Perkembangan Teknologi Informasi)*, Kencana, Jakarta, hlm 10. ²Wikipedia, Sejarah Youtube, diakses pada 27 Juni 2019, pukul 08:30 WIB

seluruh youtuber yang ada didunia. Padahal, tarif para youtuber berbeda-beda disetiap Negara. Selain menggunakan metode tersebut, para *youtuber* juga dapat menggunakan skema penghitungan pajak pada umumnya dengan konsekuensi harus menghitung setiap biaya yang dikeluarkan mulai dari biaya produksi hingga ide. Nyatanya hal tersebut akan sangat sulit untuk menakar nilai ide yang dikeluarkan.

METODE PENELITIAN

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan perundang-undangan (*Statuta Approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani.² Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan perundang-undangan (*Statuta Approach*) yaitu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua perundangundng yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Pendekatan tersebut dimaksud untuk menjawab pokok permasalahan terkait dengan penghitungan pajak yang tepat bagi *youtuber* yang ada di Indonesia menurut Peraturan Pemerintahan Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PENGHITUNGAN PAJAK YANG TEPAT BAGI YOUTUBER DI INDONESIA BERDASARKAN PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 23 TAHUN 2018 TENTANG PAJAK PENGHASILAN ATAS PENGHASILAN DARI USAHA YANG DITERIMA ATAU DIPEROLEH WAJB PAJAK YANG MEMILIKI PEREDARAN BRUTO TERTENTU

Seiring dengan perkembangan yang bahkan bersifat fundamental di berbagai aspek kehidupan, baik itu dalam bidang eknomi, sosial, budaya, pertanian, keamanan maupun politik yang dipengaruhi oleh faktor internal dalam

⁷ *Ibid*, hlm 93

negeri dan faktor eksternal luar negeri, yang pada akhirnya mempengaruhi pengaturan pajak negara. Sehingga butuh peraturan yang jelas sebagai payung hukum yang melindungi masyarakat dan pemerintah dalam pelaksanaannya. Dalam melaksanakan tugasnya selaku perancang dan pembuat Undang-Undang, pemerintah harus membuat Peraturan dan Undang-Undang yang dapat memenuhi kebutuhan hukum masyarakat dan negaranya. Dalam hal ini adalah kejelasan penghitungan pajak yang tepat bagi pengguna youtube di Indonesia yang masih membingungkan. Pemerintah selaku fiskus/pemungut pajak merencanakan dan menggodok Undang-Undang Perpajakan atas dasar dan prinsip perpajakan yang seadil-adilnya, yang memiliki nilai dasar manfaat bagi masyarakat maupun bagi negara itu sendiri.

Kendala-kendala yang selalu timbul dalam suatu sistem perpajakan adalah bagaimana menciptakan suatu sistem yang dapat menghasilkan suatu pengertian yang baik antara masyarakat sebagai pembayar pajak dan pemerintah selaku membuat peraturan dan Undang-Undang perpajakan. Mengingat pemungutan pajak di Indonesia menggunakan *self assessment system* yang dapat dilihat pada ketentuan Pasal 12 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.³ Sistem ini membebankan penentuan besarnya pajak yang dapat diuangkan kepada wajib pajak. Sehingga wajib pajak berperan aktif untuk menghitung, memperhitungkan, membayar sendiri, dan melaporkan pajak yang dapat diuangkan sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Peran pemerintah dalam sistem pemungutan pajak ini ialah sebagai pengawas para wajib pajak. Penghasilan pengguna youtube atau *youtuber* tergolong pajak penghasilan final atau PPh, maka wajib pajak *youtuber* juga menggunakan sistem *self assessment*. Sistem pemungutan pajak ini memiliki konsekuensi bahwa masyarakat harus benar-benar mengetahui tata cara perhitungan pajak dan segala sesuatu yang berhubungan dengan pelunasan pajaknya.⁴ Menurut pendapat penulis, karena wajib pajak memiliki wewenang menghitung sendiri besaran pajak terutang yang perlu dibayarkan sehingga wajib pajak bisa saja akan berusaha untuk menyetorkan pajak sekecil mungkin dengan

³ Wirawan Bermawi Ilyas dan Richard Burton, 2013, *Hukum Pajak Teori Analisis Perkembangannya*, Salemba Empat, Jakarta, hlm 36.

⁴ Rimsky K. Judisseno, *Perpajakan*, 2004, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

membuat laporan atas penghasilan secara tidak jujur. Sebab tidak ada yang mengetahui secara riil nominal penghasilan yang didapat selain *youtubers* itu sendiri.

Youtubers dapat dikenakan Pasal 21 Undang-Undang Pajak Penghasilan, hal ini karena sesuai dengan kriteria yang ditentukan dalam pasal tersebut. Maka, seorang *youtubers* yang telah memiliki penghasilan dimana didapat dari hadiah banyaknya *viewers* video dan apabila *youtubers* tersebut memenuhi kriteria dalam ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku dapat dikenakan pajak penghasilan yang diperuntukkan untuk menambah penerimaan negara. Direktorat Jendral Pajak telah memiliki inovasi yang mengikuti perkembangan teknologi dengan meluncurkan *Social Network Analytic System* (SONETA) sebagai bagian dari proses pengawasan pengenaan pajak penghasilan. Sistem ini digunakan untuk mengawasi setiap pergerakan aktifitas media sosial para *influencer* seperti *youtubers* maupun *selebgram* yang mempromosikan produk-produknya bahkan yang memiliki penghasilan di *platform* media sosial tertentu. Faktanya, hingga saat ini petugas pajak masih memantau secara manual yang artinya petugas pajak secara pribadi langsung mengawasi setiap aktifitas para *influencer* baik *selebgram* maupun *youtubers* melalui *instagram* maupun *channel youtube*. Hal ini sesuai dengan pernyataan Hestu Yoga Saksama selaku Direktur Penyuluhan Pelayanan dan Humas Direktorat pajak, Kementerian Keuangan.⁵ Kemudian, Iwan Djunaidi selaku Direktur Transformasi Teknologi Komunikasi dan Informasi, menyatakan bahwa *social network analytics system* (SONETA) masih belum terintegrasi maksimal sehingga baru dilakukan di masing-masing unit atau Kantor Pelayanan Pajak (KPP).

Menurut pendapat penulis, dengan belum terlaksananya SONETA secara tersistem maupun terintegritasi serta masih menggunakan pengawasan secara manual yang mana kita ketahui manusia memiliki keterbatasan bukan tidak mungkin dengan bertambah banyak *influencer-influencer* baru dengan pesat tidak teridentifikasi sehingga dapat memberikan peluang untuk tidak membayar pajak penghasilan. Kemudian, ketentuan hukum mengenai pajak dewasa ini belum cukup

⁵ Direktorat Jendral Pajak Kementerian Keuangan, 2019, "Selebgram Sudah (Seharusnya) Bayar Pajak", <http://www.pajak.go.id/article/selebgram-sudah-seharusnya-bayar-pajak>, diakses pada tanggal 29 Juli 2020.

mampu secara optimal untuk menjangkau keseluruhan *influencer* seperti *youtubers* dan *selebgram* maupun pekerjaan yang merangkap menjadi *artis* tanah air.

Pihak Google Asia Pasific yang berkedudukan di Singapura memiliki cara yang cukup unik dalam transaksinya dengan melakukan pengiriman uang secara langsung ke rekening pemilik *channel* youtube setiap bulan. Seorang *youtuber* pemilik *channel* “Rpriam” asal Bondowoso yang telah memiliki 20,1 ribu *subscriber* memilih cara yang berbeda dengan menggunakan Western Union sebagai perantara dalam menerima uang dari pihak youtube. Namun ia tidak dapat mengira-ngira berapakah hasil dari setiap video yang dimonetize karena itu semua tergantung pada jenis iklan apa yang dipasang oleh youtube pada video miliknya terlebih lagi hal tersebut terlepas dari kontrol youtube.

Penghasilan sebagai *youtuber* belum dikenai pajak oleh pihak Google Asia Pasific, sehingga harus melaporkannya pada saat pelaporan SPT (Surat Pemberitahuan Tahunan). Hal ini terbukti dengan tidak adanya bukti potong atau bukti pembayaran pajak yang terlampir dalam *invoice* atau faktur pembayaran yang diterima oleh *youtuber* saat mencairkan uang baik dari Bank maupun Western Union. Dalam Pasal 17 ayat 1 huruf a Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan jika penghasilan seorang *youtuber* dibawah Rp.50.000.000,00 (lima puluh lima juta rupiah) maka tarif yang dikenakan dari penghasilan brutonya ialah 5% (lima persen), di atas Rp.50.000.000,00 sampai dengan Rp.250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah) sebesar 15% (lima belas persen), penghasilan diatas Rp.250.000.000,00 sampai dengan Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tarif penghasilan brutonya ialah 25% (dua puluh lima persen), sedangkan diatas Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tarif penghasilan brutonya dikenai pajak 30% (tiga puluh persen).

Menurut Pasal 2 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu tarif pajak penghasilan yang bersifat final sebesar 0,5% (nol koma lima persen) saja. Dalam Pasal 3 ayat (1) dijelaskan bahwa wajib pajak sebagaimana yang dimaksud ayat (1) merupakan wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan berbentuk koperasi,

persekutuan komanditer, firma, atau perseroan terbatas yang menerima atau memperoleh penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp. 4.800.000.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) dalam satu tahun pajak.

Jika dalam Undang-Undang PPh menetapkan tarif pajak penghasilan final diatas Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sebesar 30% (tiga puluh persen) hal ini tidak sinkron dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 tahun 2018 yang menetapkan persentase tarif pajak penghasilan final sebesar 0,5% (nol koma lima persen) bagi wajib pajak berpenghasilan tidak melebihi 4.800.000,00 (empat miliar delapan ratus juta rupiah) yang dapat dilihat secara langsung perbandingannya yang cukup jauh dan lebih kecil pengenaan tarif pajaknya dibanding dengan pengenaan pajak tertinggi dalam Pasal 17 ayat (1) huruf a.

Pengawasan pengenaan pajak berkaitan dengan penggolongan pengenaan norma pajak *youtubers*. Perhitungan pajak terhadap *youtubers* dapat merujuk pada Peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 Tentang Norma Perhitungan Penghasilan Neto. Berdasarkan Lampiran I Peraturan Dirjen Pajak tersebut, penghasilan pajak *youtubers* dapat masuk dalam dua kategori yaitu:

1. Kegiatan hiburan, seni, dan aktivitas lainnya memiliki besaran norma yakni 35% (tiga puluh lima persen)
2. Pekerja seni memiliki besaran norma 50% (lima puluh persen).

Penggolongan kategori *youtubers* tergantung pada hasil penelitian profesi oleh kantor pelayanan pajak. Menurut pendapat penulis, penilaian yang demikian dapat memberi peluang kepada petugas pajak untuk menilai secara subjektif dan objektif sehingga menyebabkan tidak adanya kepastian hukum yang jelas dalam penggolongan pengenaan pajak terhadap *youtubers* berdasarkan pengasilan neto. Menurut pendapat penulis peraturan tersebut memiliki kekaburan norma, dari itu penulis melakukan interpretasi.

Sudikmo Mertokusumo dan A. Pitlo menyatakan bahwa interpretasi atau penafsiran merupakan salah satu metode *rechvinding* atau penemuan hukum yang nantinya dapat memberi suatu pemahaman secara jelas mengenai peraturan hukum agar ruang lingkup kaidah dapat ditetapkan sehubungan dengan peristiwa tertentu. Dalam kata “kegiatan hiburan, seni, dan aktivitas lainnya” serta “pekerja seni” jika dikaitkan dengan profesi *youtubers* tentu sulit untuk mendefinisikan makna yang

sebenarnya dari kata maupun susunan kata dalam norma hukum tersebut. Sehingga masih menjadi pertanyaan apakah seorang *youtubers* dapat dikategorikan sebagai subjek yang melakukan kegiatan hiburan atau seni di *platform* media sosial atau dapat kita sebut dengan pekerja seni dunia maya. Diperlukan penjelasan lebih lanjut mengenai kategori yang dimaksud, jika ditelaah dengan melihat kenyataan dilapangan sehingga dapat mengikuti perkembangan, berarti peraturan hukum yang lama dibuat lebih aktual. Dewasa ini sangat memungkinkan apabila *youtubers* dapat juga menjadi *selebgram* dan merangkap menjadi selebritis tanah air/ *artis* sehingga tercipta keadilan dalam hal perhitungan tarif pajak.

Menurut Pasal 3 ayat (1) Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 Tahun 2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik/ E-Commerce (Permenkeu 210/PMK.010/2018) yang diberlakukan sejak tanggal 1 April 2019, mengatur secara spesifik tentang perlakuan perpajakan atas transaksi *e-commerce* melalui *platform marketplace* dan *platform* selain *marketplace*. Dalam Pasal 1 angka 16 menjelaskan bahwa ruang lingkup pengaturan perpajakan tersebut meliputi Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), PPh atas transaksi di dalam daerah pabean, dan Bea Masuk dan/atau Pajak Dalam Rangka Impor (PDRI) atas impor barang. Yang dimaksud “daerah pabean” adalah wilayah Republik Indonesia yang meliputi wilayah darat, perairan dan ruang udara di atasnya, serta tempat-tempat tertentu di Zona Ekonomi Eksklusif (ZEE) dan landas kontinen yang didalamnya berlaku Undang-Undang Kepabeanan.⁶

Kegiatan dari jenis pekerjaan di media sosial seperti *youtuber*, menurut Permenkeu 210/PMK.010/2018 termasuk kegiatan pada *platform* selain *marketplace*. Jenis pekerjaan ini dapat dikenakan PPh atas penghasilan (tambahan ekonomi) yang mereka peroleh. Istilah *platform marketplace* diatas diambil dari dua definisi yaitu:

1. *Platform* (wadah elektronik) adalah wadah berupa aplikasi, situs web, dan/atau layanan konten lainnya berbasis internet yang digunakan untuk transaksi dan/atau fasilitas perdagangan e-commerce.⁷

⁶ Lihat Pasal 1 angka 12 Peraturan Menteri Keuangan 210/PMK.010/2018

⁷ Lihat Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Keuangan 210/PMK.010/2018

2. *Marketplace* (pasar elektronik), merupakan sarana komunikasi elektronik yang digunakan sebagai transaksi yang menangani untuk melakukan kegiatan perdagangan secara elektronik.⁸

Sebagai subjek pajak orang atau badan yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif, *youtuber* memiliki beberapa sumber penghasilan yang menjadi objek pajak penghasilannya yaitu penghasilan dari *Monetized View Youtube*, penghasilan *Brand Deals* dan penjualan *Merchandise*. Menurut *Video Analytics System youtube*, satu juta *viewr* penghasilannya sekita \$370 (tiga ratus tujuh puluh dolar). Jika \$370 (tiga ratus tujuh puluh dolar) kita bagi dengan 1 juta *views*, maka \$1 (satu dolar) terhitung 2,688 *views*. Namun hal ini tidak dapat menjadi patokan atau rumus yang pasti. Karena tiap video atau *chanel* memiliki tarif yang berbeda tergantung iklan yang masuk, durasi dan konten video yang diunggah sesuai dengan iklan yang termonetisasi. Di Indonesia, rata-rata per 1.000 (seribu) *views* antara \$0,3 (nol koma tiga dolar) sampai \$0,7 (nol koma tujuh dolar). Sedangkan di Amerika terhitung \$1 (satu dolar) sampai dengan \$7 (tujuh dolar), perbedaan ini disebabkan oleh iklan-iklan yang masuk atau termonetisasi di amerika lebih mahal dibandingkan dengan tarif iklan dari perusahaan indonesia yang masih relatif terjangkau.

Tipe *youtubers* dapat dikategorikan menjadi dua, ada *youtuber* yang memang menggunakan produk yang dipromosikan, dan ada yang gratis memberikan promosi saja. PPh atas bayaran yang diterima *youtuber* hampir sama dengan pajak atas pekerja seni atau artis lainnya. Dalam hal ini *youtuber* juga melibatkan beberapa pihak, pertama adalah pihak pemilik produk. Kedua, *youtuber* atau *endorser* dan yang ketiga adalah agen atau selayaknya manajemen artis tanah air. Dalam hal *Brand Deals* atau *endors*, pemilik produk dapat menghubungi *youtuber* secara langsung atau dapat juga melalui agen artis atau *youtuber* yang digunakan jasanya. Kedua cara tersebut akan berpengaruh pada pengenaan biaya pajak yang berbeda. Apabila pemilik produk menggunakan jasa agen atau manajemen artis yang merupakan “korporasi”, *youtuber* akan dikenakan PPh Pasal 23 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. Namun, jika dilakukan secara

⁸ Lihat Pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Keuangan 210/PMK.010/2018

langsung kepada *youtuber* yang bersangkutan akan dikenakan PPh Pasal 21 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. Status pemberi informasi, dalam hal ini perusahaan pemilik produk menjadi penentu apakah PPh Pasal 21 *youtuber* sudah dipotong atau disetor dengan sendirinya. Jika statusnya sudah dipotong PPh 21, maka wajib aturan atas biaya PPh atas *youtuber* tersebut. Jika bukan pemotong PPh Pasal 21, maka *youtuber* diperlukan wajibnya yang diterima di Surat Pemberitahuan Tahunannya (SPT). Agar lebih mudah untuk dipahami, berikut merupakan contoh perhitungan Pajak Penghasilan (PPh) final.

Berdasarkan data yang diperoleh dari situs Socialblade, penghasilan seorang *youtuber* berinisial “G” (nama samaran) mencapai \$389 (tiga ratus delapan puluh sembilan dolar) sampai dengan \$6.200 (enam ribu dua ratus dolar) per bulan atau jika dirupiahkan setara dengan Rp. 5,8 Juta (lima koma delapan juta rupiah). Sedangkan untuk penghasilan selama 1 tahun, G bisa mendapat \$4.700 (empat ribu tujuh ratus dolar) sampai dengan \$74.700 (tujuh puluh empat tujuh ratus dolar) yang setara dengan Rp. 70.000.000 (tujuh puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 1.100.000.000 (satu koma satu miliar ruapih). Jika berdasarkan Pasal 17 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 maka rumus yang digunakan ialah Penghasilan Bruto x 30% = Iuran Pajak per tahun yang berarti Rp. 1.100.000.000 x 30% = Rp.330.000.000 (tiga ratus tiga puluh juta per tahun. Namun, jika menghitung sesuai dengan Pasal 2 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tarif pajak penghasilan yang bersifat final sebesar 0,5% (nol koma lima persen). Maka, Rp. 1.100.000.000 x 0,5% = Rp. 5.500.000 (lima juta lima ratus ribu rupiah). Apabila pengenaan PPh dihitung berdasarkan Peraturan Direktorat Jendral Pajak Nomor PER-17/PJ/2015, penghasilan *youtuber* ini dapat masuk pada dua opsi. Menurut Surat Edaran Lampiran I Peraturan Dirjen Pajak yakni:

1. Rp. 1.100.000.000 x 35% = Rp. 385.000.000 (tiga ratus delapan puluh lima juta rupiah)
2. Rp. 1.100.000.000 x 50% = Rp. 550.000.000 (lima ratus lima puluh juta rupiah).

Selanjutnya, contoh perhitungan atas penghasilan *brand deals* atau *brand ambassador*. Seorang *youtuber* menerima uang sebesar Rp. 20.000.000 atas jasanya dalam mengiklankan produk elektronik berupa lapto yang ditampilkan

dalam video *channel* youtubanya. Dalam kasus ini dapat menggunakan pemotongan PPh Pasal 21 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang dilakukan oleh pihak korporasi/ perusahaan laptop tersebut adalah, Dasar Pengenaan Pajak (DPP) = 50% x Rp. 20.000.000 = Rp. 10.000.000 (sepuluh juta rupiah). Maka, PPh Pasal 21 = 5% x Rp. 10.000.000 = Rp. 500.000 (lima ratus ribu rupiah) Pajak Penghasilan terutang.

Selain menggunakan metode diatas, *youtubers* dapat menggunakan skema penghitungan pajak pada umumnya yaitu metode pembukuan. Dengan konsekuensi harus menghitung setiap biaya yang dikeluarkan mulai dari biaya produksi hingga ide. Nyatanya sangat sulit untuk menakar nilai ide yang dikeluarkan sehingga adanya kekaburan norma dalam peraturan tersebut menimbulkan tidak adanya kepastian hukum dalam kejelasan penggolongan kategori terhadap *youtuber* serta sulit untuk melakukan penghitungan besarnya pajak *youtuber*. Mengingat besaran penghasilannya terlalu abstrak dan tidak terstruktur yang mana dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan *Cost Per Miles* (CPM).

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Tipe *youtubers* dapat dikategorikan menjadi dua, ada *youtuber* yang memang menggunakan produk yang dipromosikan, dan ada yang gratis memberikan promosi saja. PPh atas bayaran yang diterima *youtuber* hampir sama dengan pajak atas pekerja seni atau artis lainnya. Dalam hal ini *youtuber* juga melibatkan beberapa pihak, pertama adalah pihak pemilik produk. Kedua, *youtuber* atau *endorser* dan yang ketiga adalah agen atau selayaknya manajemen selebriti tanah air. Dalam hal *Brand Deals* atau *endors*, pemilik produk dapat menghubungi *youtuber* secara langsung atau dapat juga melalui agen artis atau *youtuber* yang digunakan jasanya. Kedua cara tersebut akan berpengaruh pada pengenaan biaya pajak yang berbeda. Apabila pemilik produk menggunakan jasa agen atau manajemen artis yang merupakan “korporasi”, *youtuber* akan dikenakan PPh Pasal 23 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. Namun, jika dilakukan secara langsung kepada *youtuber* yang bersangkutan akan dikenakan PPh Pasal 21 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008. Status pemberi informasi, dalam hal ini perusahaan pemilik

produk menjadi penentu apakah PPh Pasal 21 *youtuber* sudah dipotong atau disetor dengan sendirinya. Jika statusnya sudah dipotong PPh 21, maka wajib aturan atas biaya PPh atas *youtuber* tersebut. Jika bukan pemotong PPh Pasal 21, maka *youtuber* diperlukan wajibnya yang diterima di Surat Pemberitahuan Tahunannya (SPT).

SARAN

1. Pemerintah Indonesia dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak sebaiknya melakukan sosialisasi dan edukasi kepada *youtuber* agar dapat memahami semua jenis penghasilan yang didapatkan khususnya yang berkaitan dengan aktivitas dunia maya.
2. Pemerintah sebaiknya melakukan peningkatan pelayanan dibidang pajak untuk meningkatkan kepatuhan dalam pembayaran pajak khususnya *youtuber*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1990, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka Jakarta.

Kasiyanto Kasemin, 2015, *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi (sebuah Bunga Rampai Hasil Pengkajian dan Pengembangan Penelitian Tentang Perkembangan Teknologi Informasi)*, Kencana, Jakarta.

Kementrian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Pajak, 2013, *PPh Pajak Penghasilan*, Jakarta Selatan, Direktorat Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat.

Liberti Pandingan, 2007, *Modernisasi & Reformasi Pelayanan Perpajakan Berdasarkan UU Terbaru*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo.

Nur Basuki Winanmo, *Penyalahgunaan Wewenang dan Tindak Pidana Korupsi*, 2008, Yogyakarta, Laksbang Mediatama.

Peter Mahmud, 2009, *Penelitian Hukum*, Jakarta, Kencana Pranada Media Group.

Ridwan HR, *Hukum Administrasi Negara*, 2006, Jakarta, Raja Grafindo.

Rimsky K. Judisseno, *Perpajakan*, 2004, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Ronny Hanitiyo Soemitro, 2012, *Metodologi Penelitian Hukum*, Jakarta, Ghalia.

Thomas Sumarsan, *Perpajakan Indonesia: Pedoman Perpajakan yang Lengkap Berdasarkan Undang-Undang Terbaru Edisi 2*, 2012, PT Indeks, Jakarta.

Wirawan Bermawi Ilyas dan Richard Burton, 2013, *Hukum Pajak Teori Analisis Perkembangannya*, Salemba Empat, Jakarta.

Y. Sri Pudyatmoko, 2013, *Pengantar Hukum Pajak*, Yogyakarta, C.V Andi Offset.

Jurnal :

Ainul Dian Lestari, Safri Nurmantu, Resista Vikaliana, Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan *Youtubers* Pada

Direktorat Jendral Pajak Tahun 2018, *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani*, Vol. VI, No. 2 Tahun 2018.

Inca Nadya Damupolii, Pajak Penghasilan Pada Kegiatan *Youtuber* dan Selebgram Dalam Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan, *Lex Privatum*, Vol. V, No. 3 Tahun 2017, Fakultas Hukum Unsrat.

Suparna Wijaya, Eka Abid Mahatma, Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan *Youtuber*, *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, Vol.1, No.2 Tahun 2017.

Peraturan Perundang-Undangan :

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang- Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh dari Usaha yang memiliki Peredaran Bruto Tertentu

Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 Tahun 2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan Melalui Sistem Elektronik/ E-Commerce

Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto

Internet :

Detiknews, *Di Depan Jokowi, Anak SD Ini Mengaku Bercita-cita Jadi Youtuber*, oleh: Ray Jordan, minggu 23 Juli 2017.

Direktorat Jendral Pajak (DJP), *Menengok Sejarah Perpajakan di Indonesia: Bagian Kedua*, oleh: Mukhamad Wisnu Nagoro,
<https://www.pajak.go.id/artikel/menengok-sejarah-perpajakan-di-indonesiabagian-kedua>