IMPLEMENTASI PENGATURAN PEMUNGUTAN PAJAK PENGHASILAN TERHADAP SELEBGRAM DARI HASIL ENDORSEMENT

Oleh:

Leoni Talitha Mutmainah*, Zainal Muttaqin**, Laina Rafianti***

*Mahasiswa Departemen Hukum Administrasi Negara Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran

Dosen Tetap Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran *Dosen Tetap Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran

> Email: leoni16001@mail.unpad.ac.id zm_fh76@yahoo.com laina@unpad.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan *endorsement* yang dilakukan oleh Selebgram saat ini merupakan salah satu sektor potensial yang dapat dikenakan PPh untuk meningkatkan pendapatan negara. Akan tetapi kurangnya kesadaran dan kepatuhan Selebgram berdampak pada kurang optimalnya pelaksanaan pemungutan PPh sehingga pendapatan negara tidak terserap dengan baik. Pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil *endorsement* mengacu pada pengaturan PPh pada umumnya yaitu Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yang pada intinya menjelaskan bahwa segala sesuatu yang menimbulkan kegiatan ekonomis, baik yang diperoleh dari dalam dan luar Indonesia dalam bentuk apapun merupakan Objek Pajak Penghasilan. Belum adanya pengaturan secara lebih rinci mengakibatkan kurangnya kesadaran Selebgram dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hambatan yang dialami oleh DJP dalam pengawasan diantaranya karena terbatasnya data yang diperoleh oleh DJP dan belum ada payung hukum bagi DJP untuk mengakses data Selebgram lebih lanjut.

Kata Kunci: Pajak Penghasilan, Selebgram, *Endorsement*, Pendapatan Negara, Pengawasan

Nowdays, Celebgram endorsement is one of the potential sectors which can be Income Tax subject to increase state revenue. However, the lack of Celebgram awareness and compliance caused to non-optimal Income Tax implementation, so that state revenue is not absorbed properly. The imposition of Income Tax against Celebgram from endorsement income refers to general Income Tax regulations that is Act Number 36 of the Year 2008 about Income Tax which explains that anything that gives rise to economic activity, whether obtained from within and outside Indonesia in any form is an Income Tax Object. No more detailed regulations causes the lack of Celebgram awareness to fulfill their tax responsibility. One of DJP supervision problems is caused by DJP obtained limited data and there is no regulations for DJP to access further Celebgram's data.

Keywords: Income Tax, Celebgram, Endorsement, State Revenue, Supervision

A. PENDAHULUAN

Tujuan negara Republik Indonesia tertuang dalam alinea ke-empat pembukaan Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945) salah satunya adalah untuk memajukan kesejahteraan umum. Berdasarkan Pasal 23 UUD 1945 dalam mencapai tujuan negara tersebut diperlukan pembiayaanpembiayaan yang diatur dalam APBN yang salah satunya adalah pajak. Sebagaimana fungsi utama pajak adalah fungsi budgeter yaitu pajak berfungsi sebagai sumber dana bagi pembiayaan pengeluaran-pengeluaran pemerintah.¹ Dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) tahun 2019 target penerimaan perpajakan sebesar Rp 1.786,4 triliun dari target pendapatan negara sebesar Rp 2.165,1 triliun. Berdasarkan data tersebut target penerimaan perpajakan sebesar 82,5% dari total target pendapatan APBN 2019. Artinya, pajak merupakan sektor utama pendapatan negara yang memiliki peranan penting dalam pembiayaan belanja negara.

Pada era globalisasi saat penggunaan teknologi merupakan suatu kebutuhan dasar dan sulit dihindari. Salah satu bentuk perkembangan teknologi adalah hadirnya teknologi komunikasi baru yang disebut sebagai New Media yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi yang lebih efektif dan efisien. Salah satu contoh New Media adalah media sosial yang dapat membantu masyarakat dalam berkomunikasi dan memberikan informasi.

Instagram adalah wadah elektronik media sosial yang populer. Sebagaimana dikutip dari Statista, Indonesia memiliki jumlah pengguna aktif Instagram sekitar 62 juta orang.Indonesia merupakan pengguna Wadah elektronik Instagram keempat terbesar di dunia. Instagram merupakan media yang menggunakan teknologi yang berfungsi untuk membagikan langsung secara cepat berupa mengelola,mengedit, dan berbagi gambar atau video. Melalui fiturnya tersebut Instagram dapat menjadi media promosi yang dikenal dengan istilah endorsement. Endorsement umumnya dilakukan oleh pengguna Instagram dengan jumlah pengikut yang banyak dan memiliki pengaruh yang dikenal sebagai Selebgram (Selebritis Instagram). Melalui kegiatan endorsement Selebgram dapat meraup penghasilan puluhan bahkan

ratusan juta rupiah tiap bulannya. Penghasilan dari kegiatan ini seringkali di atas dari Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Adapun tarif endorsement tersebut ditentukan oleh Selebgram disesuaikan dengan tingkat popularitasnya. Misalnya @sarahss Instagram Selebgram Bandung yang memilik jumlah pengikut lebih dari 50.000 followers mendapatkan penghasilan per-bulannya mulai dari Rp. 1.000.000,00,tergantung rajin tidaknya menerima tawaran endorsement. Dari kalangan Selebgram papan atas dengan jutaan pengikut, misalnya Rachel Vennya dengan akun Instagram @rachelvennya, Karin Novilda dengan akun instagram @awkarin, dan Ria Ricis dengan akun Instagram @riaricis1795 menawarkan tarif mulai dari Rp. 5.000.000,00,- untuk tiap kirimannya.² Selebgram lainnya seperti Nur Amalina Hayati atau Anya Geraldine dengan akun instagram @anyageraldine memiliki jumlah pengikut lebih dari 3,7 juta followers dapat mengantongi uang sekitar Rp. 726.000.000,00,- tiap bulannya dari hasil *endorsement*. Berdasarkan tersebut, penghasilan Selebgram dari kegiatan endorsement dapat menjadi salah satu potensi penerimaan negara yang

https://finansialku.com/Selebgram-indonesiaterkaya. diakses tanggal 21 September 2019 jam 19.00 WIB.

¹ Aristanti Widyaningsih (2012). Hukum Pajak dan Perpajakan. Bandung: Alfabeta, hal. : 3.

² Ika Nofalia (2018). Deretan 10 Selebgram Indonesia Terkaya 2018 dengan Bayaran Tinggi.

berasal dari sektor pajak. Akan tetapi menurut Sri Mulyani tingkat ketaatan membayar pajak masih rendah. Transaksi dari hasil aktivitas di media sosial, seperti pembayaran *endorsement* yang makin besar, dinilai belum begitu banyak memberi kontribusi untuk pajak.³ Penghasilan Selebgram dari kegiatan *endorsement* dapat dianggap sebagai objek pajak sebagaimana diatur dalam Pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak (Undang-Undang Penghasilan PPh). Penghasilan dari kegiatan endorsement merupakan suatu kegiatan yang menimbulkan tambahan kemampuan ekonomis khususnya bagi Selebgram.

Sistem pemungutan pajak khususnya Pajak Penghasilan (PPh) di Indonesia saat ini berlaku sistem self assessement. Dengan sistem self assessment Wajib Pajak yang menghitung sendiri dan menilai pemenuhan kewajiban perpajakannya. Dalam kaitannya dengan kegiatan endorsement di Instagram, Selebgram sendiri yang menghitung dan melaporkan penghasilannya. Sistem pemungutan pajak dengan self assessment berdampak system pada kurangnya kesadaran dan kepatuhan Selebgram dalam membayar pajak atas penghasilannya. Akibatnya potensi penerimaan negara dari sektor tersebut belum terserap dengan maksimal. Kepatuhan tersebut merupakan kewajiban yang harus dilakukan oleh warga negara dalam hal ini terkait dengan pelaksanaan pemungutan PPh. Selebgram yang memiliki penghasilan di Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) sudah seharusnya menjadi Wajib Pajak, memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan melaksanakan kewajiban perpajakannya termasuk hal dalam membayar pajak. Selebgram yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan objektif sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan mendaftarkan diri ke kantor pajak untuk menjadi Wajib Pajak dan memiliki NPWP. Akan tetapi sejauh ini masih banyak Selebgram yang belum patuh dalam melaksanakan kewajiban perpajakan jika dilihat dari masih sedikitnya kontribusi untuk pajak dari sektor ini.

Berdasarkan pemaparan di atas Peneliti tertarik untuk membahas dan meneliti terkait implementasi pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement berdasarkan Undang-Undang PPh dan Undang-Undang ITE, serta upaya pengawasan Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatan kepatuhan Selebgram dalam pelaksanaan pemungutan PPh dari hasil endorsement berdasarkan Undang-Undang PPh.

Berdasarkan pada permasalahan tersebut, penelitian ini memiliki tujuan menentukan cara pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil *endorsement*, serta untuk menemukan strategi yang tepat bagi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan Selebgram untuk membayar PPh dari penghasilan yang diperoleh dari kegiatan *endorsement* dalam rangka memaksimalkan penerimaan negara.

B. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode pendekatan yuridis normatif atau penelitian hukum kepustakaan atau penelitian hukum doktrinal. Dalam hal ini dengan melakukan penelitian terhadap asas dan kaidah hukum yang mengatur tentang pengenaan PPh terhadap kegiatan *endorsement* yang

https://makassar.terkini.id/banyak-endorse-

<u>selebgram-dan-youtuber-jadi-incaran-baru-kantor-pajak</u>. diakses tanggal 10 Februari 2020 jam 15.00 WIB.

³ Hasbi Zainuddin (2019., Banyak yang Endorse, Selebgram dan Youtuber Jadi Incaran Baru Kantor Pajak.

dilakukan oleh Selebgram. Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif menggambarkan analitis yaitu menganalisis fakta-fakta yang ada secara sistematis, faktual, dan akurat dengan teoriteori hukum positif yang menyangkut permasalahan diteliti. Dengan vang spesifikasi penelitian ini dapat diperoleh suatu gambaran yang utuh dan menyeluruh pemungutan mengenai PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement, meliputi pelaksanaan dan kendala dalam pelaksanaannya.

Metode penelitian hukum normatif ini menggunakan data sekunder yang terdiri dari: 1) Bahan hukum primer, yaitu bahanbahan hukum yang mengikat diantaranya: Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945); Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan; Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan; Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik; Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu: Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik; Peraturan Perundang-undangan lainnya. 2) Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang berhubungan erat dengan dengan bahan-bahan hukum primer, seperti buku-buku ilmiah karya pakar hukum yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. 3) Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan penunjang bahan primer dan sekunder.

Selain itu dilkakukan pula studi dilakukan lapangan yang untuk memperoleh data primer sebagai penunjang data sekunder. Teknik pengumpulan data di lapangan yang dilakukan oleh Peneliti ialah dengan wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan Pejabat di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak, Pejabat di Kantor WilayahDirektorat Jenderal Pajak Jawa Barat 1. Penelitian dilakukan pula dengan wawancara melalui media daring terhadap Pejabat Kantor Pelayanan Pajak Pratama Bandung Cicadas untuk mengetahui lebih rinci mengenai pelaksanaan pemungutan terhadap Selebgram dari hasil endorsement. Serta wawancara melalui media daring terhadap beberapa Selebgram yang melakukan kegiatan endorsement untuk mengetahui pelaksanaan kegiatan endorsement dan kaitannya dengan PPh.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengenaan Pajak Penghasilah terhadap Selebgram Penghasilan yang Diperoleh dari Kegiatan Endorsement Berdasarkan **Undang-Undang** tentang Pajak Penghasilan dan **Undang-Undang** tentang Informasi Transaksi dan Elektronik

Undang-Undang PPh tidak membedakan Objek PPh yaitu sumber penghasilan yang diperoleh Wajib Pajak. Dalam Pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang PPh menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan Objek Pajak ialah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak baik yang berasal baik dari Indonesia maupun dari luar Indonesia yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat diketahui bahwa selama ada tambahan kemampuan ekonomis yang diperoleh Wajib Pajak dengan cara apapun dan dari mana saja sumber paenghasilan tersebut berasal merupakan Objek Pajak. Adapun tambahan kemampuan ekonomis dalam ketentuan ini sifatnya sangat luas dan tidak hanya dalam bentuk uang saja. Selama memberikan keuntungan, sesuatu yang diperoleh Wajib Pajak merupakan Objek Pajak. Dalam hal ini Undang-Undang PPh memberikan pengertian Objek Pajak dalam cakupan yang luas. Dengan demikian kegiatan endorsement yang dilakukan oleh Selebgram dikenakan PPh selagi memberikan tambahan kemampuan ekonomis baik itu dalam bentuk uang, barang atau dalam bentuk lainnya kepada Selebgram sebagai Waiib Pajak, meskipun dilakukan melalui media daring.

Pasal 4 Ayat (3) Undang-Undang PPh menyebutkan beberapa kategori penghasilan yang menjadi pengecualian Objek Pajak. Dalam ketentuan tersebut penghasilan Selebgram atas kegiatan endorsement tidak termasuk ke dalam Objek Pajak yang dapat dikenakan PPh. Dengan demikian penghasilan yang diperoleh Selebgram dari hasil endorsement tetap menjadi Objek Pajak yang dapat dikenakan PPh.

Kegiatan endorsement oleh Selebgram dapat diklasifikasikan sebagai Objek PPh sebagaimana penjelasan Pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang PPh serta Pasal 4 Ayat (3). Kegiatan endorsement oleh Selebgram dapat dimaknai sebagai suatu perjanjian antara Pemilik Produk dengan Selebgram, yang mana Pemilik Produk akan mendapat keuntungan promosi yang dilakukan oleh Selebgram dan Selebgram akan mendapatkan imbalan atas jasanya tersebut. Imbalan yang diterima oleh Selebgram dari

kegiatan endorsement yang dilakukannya merupakan salah satu legal karakter dari PPh berdasarkan ketentuan Pasal 4 Ayat (1) Undang-Undang PPh. Begitupun Pasal 4 Ayat Undang-Undang PPh tidak menyebutkan penghasilan vang diperoleh Selebgram dari hasil endorsement dalam klasifikasi penghasilan yang termasuk pengecualian terhadap objek PPh.

Hal lain yang harus diperhatikan dalam pelaksanaan pemungutan PPh ialah Subjek Pajak. Subjek Pajak menentukan siapa saja vang berkewajiban melaksanakan kewajiban perpajakannya. Dalam Pasal 2 Ayat (1) Undang-Undang PPh yang menjadi Subjek Pajak ialah orang pribadi, warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan, menggantikan yang berhak, badan dan BUT. Selebgram sebagai seseorang memperoleh yang penghasilan atas kegiatan endorsement dalam hal ini merupakan Subjek Pajak orang pribadi yang harus melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Dalam PPh Subjek Pajak dibagi menjadi Subjek Pajak Dalam Negeri dan Subjek Pajak Luar Negeri. Pembagian tersebut menentukan besar tarif yang berlaku terhadap Subjek Pajak. Pasal 3 Ayat (2) Undang-Undang PPh mengatur tentang Subjek Pajak Dalam Negeri yang salah satunya ialah orang pribadi. Dalam hal ini orang pribadi tersebut adalah orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia, orang pribadi yang berada di Indonesia lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan, atau orang pribadi yang dalam suatu tahun berada di Indonesia pajak mempunyai niat untuk bertempat tinggal di Indonesia. Berdasarkan ketentuan ini orang pribadi yang memenuhi salah satu ketentuan tersebut dikategorikan sebagai Subjek Pajak

dalam negeri yang harus melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Apabila melihat Pasal 3 Ayat (2) Undang-Undang PPh Selebgram sebagai orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia merupakan Subjek Pajak. Meskipun Selebgram tersebut melakukan kegiatan endorsement di luar Indonesia, selama bertempat tinggal di Indonesia maka tetap termasuk Sebjek Dalam Negeri. Selain Paiak Selebgram sebagai orang pribadi selama berada di Indonesia lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan termasuk kategori Subjek Pajak Dalam Negeri meskipun tidak bertempat tinggal di Indonesia dan bukan merupakan Warga Negara Indonesia. Begitu Selebgram yang memiliki niat untuk bertempat tinggal di Indonesia dan melakukan kegiatan endorsement di Indonesia termasuk Subjek Pajak Dalam Negeri berkewajiban yang melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Jika dilihat dari uraian di atas, berlaku PPh berdasarkan Pasal 21 Undang-Undang PPh. PPh dalam Pasal 21 merupakan pajak atas penghasilan honorarium, berupa gaji, upah, tunjangan, dan pembayaran lain yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri sehubungan dengan pekerjaan, jasa dan kegiatan. Terhadap Selebgram dalam kategori Subjek Pajak Dalam Negeri berlaku pemungutan PPh Pasal 21 atas penghasilan yang diperolehnya dari kegiatan endorsement.

Sebagai seseorang yang melakukan kegiatan *endorsement* melalui media

daring, Selebgram merupakan subjek PPh berdasarkaan Pasal 21 Undang-Undang PPh salah satunya ialah Agen Iklan. Pada dasarnya endorsement melalui media daring merupakan suatu bentuk iklan yang mempromosikan suatu produk atau jasa, maka sebagai melakukan seseorang yang tersebut Selebgram merupakan Agen Iklan.⁴ Kegiatan *endorsement* bukanlah pekerjaan memberikan yang penghasilan yang tetap. Penghasilan Selebgram tiap bulan atau tiap tahunnya akan berbeda. Meski demikian, penghasilan tersebut menjadi Objek PPh Pasal 21 yang merupakan penghasilan tidak teratur yang sifatnya tidak tetap.

Pelaksanaan pemungutan PPh di Indonesia saat ini dilakukan dengan self tersebut assessment system. Hal sebagaimana Undang-Undang KUP yang merupakan dasar pelaksanaan perpajakan di Indonesia. Dalam sistem self assessment Wajib Pajak yang menghitung, melaporkan dan membayar pajaknya sendiri.⁵ Sistem ini dinilai akurat karena Wajib Pajak sendiri yang mengetahui jumlah Objek Pajak yang dimilikinya sehingga mengefektifkan peran Fiskus dalam pemungutan PPh sehingga pemungutan PPh diharapkan sesuai dengan asas efficiency yang dikemukakan oleh Adam Smith. Sistem pemungtan pajak berdasarkan self assessment system memiliki beberapa kelemahan diantaranya akurasi besaran dihimpun vang pajak oleh DJP bergantung pada kejujuran Wajib Pajak.

Sebagai negara yang menggunakan sistem *self assessment*, paham utang pajak yang dianut oleh Indonesia ialah

Hukum Kertha Negara Fakultas Hukum Universitas Udayana. Vol. 6, No. 2. hal. : 2.

⁴ Ni Putu Anggie Oktapyani dan Sagung Putri ME Purwani (2018). Tinjauan Yuridis Pengenaan Pajak Penghasilan terhadap Kegiatan Endorsement dalam Media Sosial. Jurnal Ilmu

⁵ Sony Devany dan Siti Karunia Rahayu (2006). Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu. Edisi Kesatu. Cet. I. Jakarta: Kencana, hal.: 81.

paham utang pajak materiil. Berdasarkan paham utang pajak materiil utang pajak timbul karena adanya tatbestand.6 Dalam kaitannya dengan pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement, Selebgram berkewajiban melaksanakan kewajiban perpajakannya setelah memenuhi syarat subjektif dan objektif. Dalam hal ini meskipun tanpa adanya SKP yang Fiskus diterbitkan oleh selama Selebgram tersebut merupakan Subjek Pajak dan memiliki Objek Pajak dapat dikenakan PPh.

Untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya, Selebgram harus menjadi Wajib Pajak terlebih dahulu dengan mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak dan memiliki NPWP. Setelah terdaftar sebagai Wajib Pajak Selebgram dapat melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan membayar sejumlah pajak apabila penghasilan yang diterima/diperolehnya di atas PTKP sebagaimana Pasal 7 Ayat (1) Undang-Undang PPh. Dalam hal ini Undang-Undang PPh merupakan acuan dalam pelaksanaan pemungutan pajak PPh termasuk pemungutan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement.

Tarif PPh yang dikenakan terhadap Selebgram bergantung pada penghasilan yang diperoleh Selebgram dalam satu tahun pajak. Adapun tarif pajak yang diterapkan atas PKP bagi Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri ialah sebesar 5% untuk PKP hingga Rp50.000.000,00, 15% untuk PKP di atas Rp50.000.000,00 sampai dengan Rp250.000.000,00, 25% untuk PKP di atas Rp250.000.000,00 hingga Rp500.000.000,00 dan 30% untuk PKP di atas Rp500.000.000,00.

⁶ Rochmat Soemitro (1992), Asas dan Dasar Perpajakan I. Bandung: PT. Eresco. hal.: 2.

Pengenaan PPh diatur pula dalam aturan pelaksana dari Undang-Undang PPh vaitu Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang PPh atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu (PP No. 23 Tahun 2018). Menurut Pasal 2 PP tersebut, Wajib Pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu yang dikenakan PPh final merupakan wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan berbentuk persekutuan koperasi, komanditer, firma, atau perseroaan terbatas yang memperoleh menerima atau penghasilan dengan peredaran bruto tidak melebihi Rp 4,8 miliar dalam satu tahun pajak. Kemudian dalam Pasal 3 Ayat (1) PP No. 23 Tahun 2018 dijelaskan bahwa besarnya tarif PPh bersifat final sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 adalah 1%.

Pada dasarnya pemungutan PPh untuk yang memiliki ditujukan penghasilan di atas PTKP. Jadi jika penghasilan Selebgram atas kegiatan endorsement vang dilakukannya melalui wadah elektronik Instagram masih dibawah PTKP belum dapat dikenakan PPh. Jika penghasilan atas kegiatan endorsement yang dilakukan oleh Selebgram telah memenuhi syarat sebagaimana yang tercantum dalam peraturan perundang-undangan maka harus dikenakan PPh.

Berdasarkan uraian di atas, Selebgram memperoleh yang penghasilan atas kegiatan endorsement dapat dikenakan PPh. Sebagai Subjek Pajak Selebgram berkewajiban untuk atas membayar pajak sejumlah penghasilan yang diperolehnya baik itu penghasilan daam bentuk barang atau dalam bentuk lainnya yang merupakan Objek Pajak. Tanpa adanya SKP yang diterbitkan Selebgram seharusnya memenuhi kewajiban perpajakannya selama memenuhi syarat subjektif dan objektif dalam undang-undang dan adanya tatbestand.

Pada kenyataannya meskipun peraturan perundang-undangan saat ini telah mengakomodir pengaturan pemungutan PPh terhadap Selebgram hasil endorsement. banyak dari Selebgram yang belum melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti bahwa 2 dari 5 Selebgram yang diteliti pleh Peneliti tidak memiliki NPWP. Selain itu, berdasarkan data yang diperoleh dari KPP Pratama Bandung Cicadas dari puluhan Selebgram baru belasan Selebgram yang memiliki NPWP. Bahkan beberapa yang sudah memiliki **NPWP** tidak melaporkan penghasilannya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Peneliti, termasuk dari hasil wawancara dengan DJP selaku pemegang otoritas yang memiliki tugas untuk merumuskan serta melaksanakan kebijakan dan standardisasi teknis di bidang perpajakan dan instansi di bawah naungan DJP, belum adanya pengaturan pengenaan PPh terhadap Selebgram dari kegiatan endorsement secara khusus merupakan salah satu kelemahan dalam penerapan PPh di Indonesia. Untuk mengenakan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement saat ini merujuk kembali pada pengaturan yang terdapat dalam Undang-Undang PPh.

Undang-Undang PPh mengatur PPh secara umum, belum ada pengaturan lebih lanjut yang lebih spesifik mengatur terkait pengaturan pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement. Tidak adanya pengaturan yang lebih spesifik tersebut tentu dapat menimbulkan celah-celah hukum untuk menghindari kewajiban perpajakan. Kemudian pengertian *endorsement* oleh Selebgram melalui wadah elektronik Instagram belum dijelaskan secara tegas sehingga menimbulkan masalah terkait pemahaman pengenaan terhadapnya mengakibatkan yang beberapa Selebgram beranggapan bahwa kegiatan endorsement belum dapat dikenakan PPh. Pada dasarnya ketentuan perpajakan harus memberikan kepastian hukum sehingga tidak ada penafsiran ganda sebagaimana asas certainity yang dikemukakan oleh Adam Smith.⁷

Kegiatan endorsement yang dilakukan Selebgram melalui media daring seharusnya memiliki keterkaitan dengan Undang-Undang ITE yang merupakan pedoman dalam pelaksanaan dunia siber di Indonesia. Tujuan Undang-Undang **ITE** sebagaimana ketentuan Pasal 4 huruf b ialah untuk mengembangkan perdagangan perekonomian untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan kata lain Undang-Undang ITE dibentuk untuk mengakomodir model bisnis yang semakin berkembang, salah satunya ialah kegiatan promosi dalam bentuk endorsement yang dilakukan oleh Selebgram.

Pasal 1 Angka 2 Undang-Undang ITE dan PP PTSE menjelaskan bahwa transaksi elektronik merupakan suatu perbuatan hukum yang dilakukan melalui media elektronik. Endorsement merupakan kegiatan yang yang Selebgram dilakukan oleh melalui media daring merupakan suatu

⁷ Adam Smith dalam Rochmat Soemitro. *Op. Cit.* hal.: 15.

perbuatan hukum yang dilakukan oleh Selebgram sebagai Subjek Hukum. *Endorsement* melalui media daring oleh Selebgram merupakan suatu transaksi elektronik yang harus patuh pada ketentuan Undang-Undang ITE.

Apabila melihat definisi transaksi elektronik dalam Undang-Undang ITE, mengenai kegiatan pengaturan endorsement oleh Selebgram pada wadah elektronik Instagram, termasuk peraturan pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement merupakan pengaturan dalam ruang lingkup yang lebih khusus. Akan tetapi, Undang-Undang ITE saat ini belum mendefinisikan peraturan mengenai kegiatan endorsement termasuk pengenaan PPh terhadap Selebgram dari kegiatan endorsement secara khusus.

Menindaklanjuti berkembangnya transaksi elektronik, DJP telah mengeluarkan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak Nomor SE-06/PJ/2015 yang membahas transaksi elektronik meliputi online marketplace, classified ads, daily deals dan online retail. Akan tetapi surat edaran tersebut hanya berlaku secara internal pada lingkungan DJP.

Pada prinsipnya kegiatan endorsement yang dilakukan oleh melalui Selebgram media daring merupakan salah satu bentuk transaksi elekronik classified ads, namun surat edaran tidak dapat dijadikan acuan mengingat surat edaran tidak termasuk dalam hierarki peraturan perundangberdasarkan undangan ketentuan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2019 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Pembentukan Peraturan Perundang-

Kementerian Keuangan melaui Peraturan Menteri Keuangan Nomor 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik sempat transaksi mengatur pada media elektronik hingga akhirnya dicabut kembali sebelum berlaku pada 1 April 2019. PMK tersebut mengatur tata cara perpajakan sehingga dan prosedur diharapkan dapat memberikan kemudahan administrasi yang dapat meningkatkan kepatuhan perpajakan para pelaku *e-commerce*. Pengaturan perpajakan dalam PMK ini tidak mengatur terhadap perpajakan atas kegiatan promosi dalam media daring kususnya endorsement. Dicabutnya PMK ini dikarena perlu dilakukan koordinasi dan sinkronisasi yang lebih komprehensif antar kementerian/lembaga agar pengaturan tepat sasaran, adil, efisien serta tetap mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi global.

Pada dasarnya memang tidak ada perbedaan pengaturan pengenaan PPh Selebgram dari terhadap endorsement dengan PPh lain pada umumnya. Namun tetap diperlukan pengaturan yang lebih rinci terkait pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement sehingga mewujudkan kepastian dan keadilan serta tidak menimbulkan penafsiran ganda. Diperlukan peraturan yang setidaknya menjelaskan definisi, pihakpihak terkait, dan aspek perpajakan

Undangan.⁸ Artinya Surat Edaran tidak mengikat umum sebagaimana halnya peraturan perundang-undangan. Surat edaran tidak memiliki kedudukan yang kuat dalam hukum.

⁸ Maria Farida Indrati S. (2018). Ilmu Perundang-Undangan: Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan. Yogyakarta: Kanisius. hal.: 12.

dalam kaitannya dengan pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil *endorsement* yang dapat meningkatkan kesadaran dan kepatuhan Selebgram sebagai pelaku *endorsement*.

Kepatuhan Wajib Pajak dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya memberikan pengaruh besar terhadap penerimaan negara. Target APBN 2019 dari sektor PPh sebesar Rp. 894,4 triliun. namun realisasinya tercapai Rp. 772,3 triliun atau 86% dari target. Untuk meningkatkan penerimaan negara khususnya dari pajak diperlukan kesadaran sektor Wajib Pajak, mengingat pentingnya peran pajak yang memiliki fungsi budgetair untuk membiayai kepentingan negara.

2. Upaya Direktorat Jenderal Pajak untuk Meningkatan Kepatuhan Selebgram dalam Pelaksanaan Pemungutan PPh dari Hasil Endorsement Terkait Sistem Self Assessment

Sebagaimana fungsi budgetair, berperan penting untuk pajak keberlangsungan negara dalam hal ini untuk pembiayaan negara. ⁹Sebagai salah satu aspek penting dalam keberlangsungan negara, pemungutan pajak harus dilakukan dengan optimal dengan memperhatikan asas-asas dalam perpajakan.

Pada dasarnya penghasilan yang diperoleh Selebgram atas kegiatan endorsement sama dengan penghasilan lain pada umumnya, yang membedakan hanya media yang digunakan dalam memperoleh penghasilan tersebut. Meskipun penghasilan yang diperoleh Selebgram tersebut bersifat tidak tetap dan dilakukan melalui media daring, berdasarkan pada penjelasan

Mengantisipasi perkembangan penggunaan media daring sebagai salah satu sumber penghasilan, DJP selaku otoritas perpajakan di Indonesia telah mengeluarkan kebijakan-kebijakan. Tahun 2015 DJP mengeluarkan Surat Edaran Direktorat Jenderal Pajak SE-06/PJ/2015 Nomor tentang Pemotongan dan/atau Pemungutan Pajak Penghasilan Atas Transaksi E-Commerce yang membahas transaksi elektronik yang enimbulkan kewajiban meliputi online marketplace, classified ads, daily deals dan online retail.

Berdasarkan surat edaran tersebut salah satu transaksi dalam e-commerce yang dapat dikenaan potongan PPh ialah classified ads yang merupakan kegiatan promosi dengan memajang konten media daring. Kegiatan melalui endorsement oleh Selebgram dapat dikategorikan sebagai classified ads karena merupakan kegiatan promosi melalui media daring sehingga dapat dikenakan PPh. Meski demikian. keberadaan surat edaran tersebut tdak dapat dijadikan acuan dalam pengenaan PPh mengingat surat edaran tersebut hanya berlaku secara internal pada lingkungan DJP dan bukan merupakan peraturan perundang-undangan.

sebelumnya penghasilan Selebgram tersebut tetap dapat dikenakan PPh dan tidak ada perbedaan perlakukan perpajakan terhadap penghasilan yang diperoleh Selebgram atas kegiatan dengan penghasilan endorsement lainya. Dalam Undang-Undang PPh kemampuan selama menimbulkan ekonomis berlaku PPh terhadapnya. Artinya Undang-Undang PPh tersebut berlaku bagi Selebgram vang memperoleh penghasilan dari kegiatan endorsement.

⁹ Aristanti Widyaningsih, 2012. Loc. Cit.

Perkembangan penggunaan teknologi di berbagai aspek kehidupan di Indonesia melahirkan Undang-Undang ITE yang terbentuk pada tahun 2008 yaitu Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 yang terakhir diubah dengan Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transasksi Elektronik. Undang-Undang ITE menjadi salah satu sarana yang mengakomodir transaksi elektronik yang semakin berkembang.

Karakteristik dunia siber yang berbeda dengan dunia yang nyata tidak semata-mata mengakibatkan hilangnya hukum yang berlaku pada dunia siber. Berdasarkan the Theory of the Uploader and the Downloader, Uploader (Pengunggah) Downloader dan (Pengunduh) merupakan aktor utama dalam dunia siber. Menurut teori ini suatu negara dapat mengatur kegiatan mengunggah dan mengunduh suatu informasi elektronik yang dilakukan di negaranya. 10 wilayah Selebgram sebagai Pengunggah yang melakukan endorsement atau yang mengunggah informasi elektronik dapat dikenakan hukum positif yang berlaku di Indonesia termasuk terkait aturan PPh penghasilan yang diperolehnya. Hal tersebut karena kegiatan mengunggah konten endorsement di Indonesia dan tujuan ungguhan terebut untuk menjangkau konsumen vang mengunduh informasi tersebut Indonesia.

Teori *the Law of the Server* beranggapan bahwa dasar dikenakannya hukum suatu negara ialah letak server di mana *webpages* secara fisik berlokasi,

Pengaturan terhadap kegiatan endorsement yang merupakan kegiatan pada dunia siber yang memanfaatkan penggunaan teknologi seharusnya dilakukan dengan pendekatan teknologi pula. Dalam hal ini dibutuhkan inovasi bagi DJP untuk mengakses data-data Selebgram untuk melihat potensi Selebgram yang dapat dikenakan pajak. Selain itu dibutuhkan pembaruan dalam undang-undang khususnya Undang-Undang PPh dan Undang-Undang ITE yang dapat mengakomodir pelaksanaan pemungutan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement. Sebagai otoritas perpajakan Indonesia, DJP di seharusnya dapat bekerjasama dengan lembaga lain yang dapat membantu untuk mengoptimalkan pelaksanaan pemungutan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement.

Sebagai suatu kegiatan yang ramai dilakukan di berbagai negara, Indonesia dapat melihat kebijakan negara lain dalam pemungutan PPh terhadap Selebgram dari hasil *endorsement*. Beberapa negara seperti Singapura dan Australia diantaranya telah menerapkan kebijakan terhadap pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil *endorsement*.

yaitu di mana mereka dicatat sebagai data elektronik. 11 Berdasarkan teori ini lokasi pengunggah yang menjadi lokasi server web yang melakukan kegiatan unggahan dapat dikenakan hukum yang berlaku. Artinya Selebgram sebagai Pengunggah harus patuh terhadap hukum yang berlaku di Indonesia termasuk peraturan pengenaan pajak atas penghasilan yang diperolehnya dari dunia siber vaitu dari kegiatan endorsement.

¹⁰ Ahmad M. Ramli (2010). Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia. Bandung: Refika Aditama. Hal.: 22.

Upaya yang dilakukan Singapura dalam pengenaan terhadap PPh Selebgram dari hasil endorsement diantaranya dilakukan dengan penegasan melalui Essential Tax Information yang diterbitkan oleh IRAS. Berdasarkan ITA dan penjelasan IRAS melalui Essential Tax Information Selebgram Singapura iika di memperoleh bayaran atas kegiatan endorsement di atas US\$ 100, maka Selebgram tersebut wajib melaporkan pendapatan tersebut. Akan tetapi jika bayaran yang didapatkan berupa barang dengan sekali pemakaian, maka bayaran atas kegiatan *endorsement* tersebut tidak perlu dilaporkan. 12 Pengenaan PPh terhadap Selebgram atas penghasilan vang diperoleh dari kegiatan endorsement di Singapura telah diatur secara khusus sehingga memberikan kepastian dalam hal ini sesuai dengan asas certainity. 13 IRAS menerbitkan aturan kepada selebgram dan

Dalam mengatasi perkembangan bisnis digital, Australia melaui ATO mengeluarkan kebijakan perpajakan pada tanggal 1 Juli 2019 yang menyatakan bahwa setiap penghasilan termasuk semua keuntungan yang tidak berbentuk uang termasuk penghasilan yang diperoleh Selebgram dari hasil endorsement dapat dikenakan pajak penghasilan. mengeluarkan ATO kebijakan untuk mempermudah pengawasan dengan menyarankan Selebgram atau gambar yang digunakan

Sebagai sumber pendapatan negara, pemerintah perlu melakukan upaya mengoptimalkan pendapatan negara dari sektor pajak. Salah satu upaya yang dilakukan oleh DJP untuk meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak ialah melalui pengawasan. Siagian berpendapat bahwa pengawasan adalah proses pengamatan pelaksanaan seluruh kegiatan organisasi untuk menjamin supaya semua pekerjaan yang sedang dilaksanakan berjalan sesuai dengan telah ditentukan rencana vang sebelumnya.¹⁵ Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengawasan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menilai dari pelaksanaan kegiatan apakah sudah sesuai dengan yang direncanakan, yang kemudian dilakukan evaluasi serta koreksi terhadap hasil yang dicapai.

Pasal 12 Undang-Undang KUP menjadi dasar pelaksanaan *self* assessment system dalam pemungutan PPh di Indonesia yang menyatakan

.

untuk media promosi sebaiknya didaftarkan lisensinya kepada entitas lain seperti perusahaan atau badan lain yang terpercaya sehingga pendapatan dialihkan kepada entitas tersebut. 14 ATO juga menerapkan tarif pajak yang berbeda kepada Selebgram atau gambar promosi yang didaftarkan lisensinya. Dengan pendaftaran atas lisensi tersebut dapat dan menghindari tarif pajak marjinal yang berlaku atas Selebgram dan gambar promosi tersebut.

¹² Hendra Kusuma (2017). Begini Cara Singapura Pungut Pajak Para Selebgram. https://m.detik.com/finance/berita-ekonomi-bisnis/d-3679096/begini-cara-singapura-pungut-pajak-para-selebgram. diakses tanggal 23 Maret 2020 jam 14.10.

¹³ Fitria Arianty (2017). Tinjauan atas Asas Keadilan dan Kemudahan Administrasi Pajak dalam Pengenaan PPh Final 1% terhadap Wajib Pajak UMKM. Jurnal Vokasi Indonesia: Journal of

Vocational Program University of Indonesia. Vol. 2, No. 2, hal. 31.

¹⁴ Steven Roberts and Rhonda Cooper (2020), The Price of Fame: Instagram Tax targets Social Media Influencers, Sportspeople and Celebrities, https://vincents.com.au/instagram-tax/. diakses tanggal 26 Juli 2020jam 14.50.

¹⁵ Siagian dalam Sujamto (1989). Beberapa Pengertian di Bidang Pengawasan. Jakarta: Ghalia Indonesia. hal..: 19.

bahwa pada intinya Wajib Pajak berkewajiban untuk membayar pajak terutang sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, dengan tidak menggantungkan pada adanya SKP. Dalam self assessment svstem Wajib Pajak diberikan kepercayaan oleh pemerintah untuk menghitung, mencatat, dan melaporkan pajaknya sendiri. Sementara itu Fiskus sebagai pihak administrasi perpajakan berperan untuk mengawasi perpajakan tersebut.¹⁶

Pelaksanaan pemungutan pajak berdasarkan sistem self assessment memiliki kelebihan dan kekurangan. Melalui sistem ini negara dapat melaksanakan pemungutan pajak berdasarkan asas efficiency karena Wajib Pajak yang berperan aktif dalam pelaksanaan perpajakan, sehingga dapat menekan biaya pemungutan pajak oleh negara. Pemungutan pajak berdasarkan sistem ini membutuhkan kesadaran penuh Wajib Pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakan, namun pada kenyataannya Wajib Pajak banyak yang berusaha untuk menghindari kewajiban perpajakannya, sehingga berakibat pada pendapatan negara yang belum optimal.

Pelaksanaan self assessment tentunya menjadi hambatan bagi Fiskus selaku pihak administrasi perpajakan dalam melakukan pengawasan terhadap kepatuhan Wajib Pajak yang melakukan transaksi bisnis melalui media daring khususnya terkait kegiatan endorsement melalui wadah elektronik Instagram. DJP selaku otoritas perpajakan di Indonesia menyadari bahwa sulitnya untuk melacak transaksi secara elektronik tanpa tersedianya data atau informasi yang diperlukan. DJP belum

memiliki data yang memadai terkait siapa saja Selebgram yang melakukan kegiatan *endorsement* pada wadah elektronik Instagram. DJP pun belum memiliki payung hukum untuk memiliki akses agar Instagram menyediakan data Selebgram yang sering melakukan aktifitas *endorsement*.

Pada praktiknya, masih terdapat Selebgram yang belum melaksanakan kewajiban perpajakannya. Misalnya di wilayah KPP Bandung Cicadas, dari puluhan Selebgram yang berpotensi memiliki penghasilan di atas PTKP hanya belasan Selebgram yang mendaftarkan dirinya sebagai Wajib Pajak dan memiliki NPWP. Selebgram yang telah memiliki NPWP pun tidak semua melaporkan dan membayar pajak atas penghasilan yang diterimanya.

Undang-Undang KUP menjelaskan bahwa administrasi perpajakan berperan untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perpajakan. PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement bukan merupakan pajak jenis baru sehingga pengenaan pajaknya sama seperti PPh pada umumnya berdasarkan Undang-Undang PPh. Pengawasan terhadap kegiatan endorsement oleh Selebgram dilakukan sebagaimana pengawasan terhadap objek PPh pada umumnya, hanva media saia pengawasannya menggunakan media daring.

Pengawasan yang dilakukan DJP saat ini masih bersifat secara manual, yaitu melalui Account Representative. Dalam melakukan pengawasan terhadap kegiatan endorsement, Account Representative mencari potensi perpajakan dengan menggunakan media daring yaitu mencari keywords (kata

¹⁶ Dewi Kania Sugiharti dan Zainal Muttaqin (2015). Buku Ajar Hukum Pajak. Bandung: Penerbit Kalam Media. hal. : 77.

kunci) NPWP yang digunakan mengacu kepada wilayah masing-masing secara manual menggunakan profiling bahwa orang tersebut melakukan endorsement. Selain itu, dalam mencari potensi Representative tersebut Account biasanya memantau kegiatan Selebgram secara manual pada wadah elektronik Instagram. Account Representative juga mencari potensi perpajakan dengan memantau berita yang memuat daftar penghasilan Selebgram tersebut dan kemudian akan mengonfirmasikannya dengan Selebgram yang bersangkutan. Pencarian potensi perpajakan yang dilakukan saat ini masih belum efektif karena tidak tersedianya data besar yang dapat dijadikan acuan oleh DJP.

Setelah mendata potensi perpajakan, Representative Account akan Selebgram menghimbau untuk melaksanakan kewajiban perpajakannya. Himbauan tersebut diantaranya dilakukan dengan memberikan komentar pada akun media sosial Selebgram. Terlebih dahulu Selebgram dihimbau untuk memiliki NPWP. Namun, apabila Selebgram tetap tidak melaksakan himbauan untuk memiliki NPWP, DJP tetap dapat menerbitkan NPWP secara jabatan sebagaimana Pasal 2 Ayat (4) Undang-Undang KUP yang menegaskan bahwa DJP menerbitkan Nomor Pokok Wajib Pajak secara jabatan apabila Wajib Pajak tidak melaksanakan kewajibannya sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dan/atau Ayat (2).

Sebagaimana penjelasan Pasal 2 Ayat (1) Undang-Undang KUP NPWP digunakan agar terciptanya ketertiban dalam pembayaran perpajakan, juga digunakan dalam pengawasan administrasi perpajakan. Mengingat pentingnya NPWP tersebut, Selebgram yang mendapatkan penghasilan dari kegiatan *endorsement* seharusnya memiliki NPWP untuk mempermudah DJP dalam mengawasi kepatuhan Selebgram dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya.

Pengawasan secara manual Account Representative dinilai masih belum efektif dan memiliki banyak hambatan. Diantaranya disebabkan oleh rasio Account Representative dengan jumlah Wajib Pajak yang diawasi tidak seimbang.

Untuk menghadapi kesulitankesulitan tersebut perlu mempelajari bagaimana kebijakan negara lain dalam mengatasi masalah serupa. Indonesia dapat berkaca kepada negara lain supaya pemungutan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement efektif dan memberi pemasukan terhadap penerimaan negara. Dalam hal ini DJP dapat mencontoh kebijakan Australia dengan pengenaan tarif pajak berbeda terhadap Selebgram atau gambar mendaftarkan lisensinya. Pendaftaran lisensi tersebut dapat mempermudah dalam proses pengawasan. Selain itu, diperlukan pula penegasan hukum seperti yang dilakukan Singapura, sehingga memberikan suatu kepastian. Akan tetapi, kebijakan otoritas di negara-negara tersebut tentunya tidak mudah diterapkan di Indonesia begitu saja.

Untuk menerapkan kebijakan sebagaimana yang dilakukan oleh negara-negara di atas perlu penyesuaian masyarakat dengan kondisi penyesuaian aturan atau hukum positif Indonesia. Selain itu dalam menerapkan kebijakan perpajakan sebagaimana yang dilakukan oleh oleh Singapura dan Australia DJP perlu memerhatikan prinsip efektifitas dalam pemungutan pajak yang dikemukakan oleh Adam Smith. Pemungutan pajak yang dilakukan tidak boleh melebihi pemasukan pajaknya itu sendiri.¹⁷ Hal tersebut dikarenakan bukanlah hal yang mudah dan murah untuk menerapkan kebijakan perpajakan sebagaimana yang diterapkan oleh Singapura dan Australia

DJP harus memperhatikan asas manfaat dan asas kehati-hatian dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pemungutan pajak endorsement penghasilan terhadap dengan penggunaan media daring. Dalam pemanfaatan teknologi sebagai sarana pengawasan, DJP harus memperhatikan manfaat yang diperoleh serta memperhatikan aspek-aspek yang berpotensi merugikan DJP selaku otoritas perpajakan Indonesia maupun Selebgram selaku subjek pengenaan pajak penghasilan.

Berdasarkan hal tersebut pengaturan pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement tidak cukup dengan Undang-Undang PPh saja. Sebagai suatu kegiatan yang dilakukan melalui dunia siber diperlukan pengaturan dengan pendekatan teknologi. Pengawasan terhadap pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement dapat dilakukan dengan memanfaatkan teknologi. Penggunaan teknologi dalam pengawasan oleh DJP merupakan salah satu bentuk perwujudan e-government untuk meningkatkan pelayanan publik.¹⁸

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh DJP dalam melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pemungutan PPh terhadap Selebgram dari hasil *endorsement* diantaranya dengan mewajibkan Selebgram untuk menggunakan Sertifikat Keandalan.

Dalam Pasal 1 Angka 27 PP PSTE yang dimaksud dengan Sertifikat Keandalan ialah dokumen yang menyatakan Pelaku menyelenggarakan Usaha yang Transaksi Elektronik telah lulus audit atau uji kesesuaian oleh Lembaga Sertifikasi Sertifikat Keandalan. Keandalan dapat diartikan sebagai suatu dokumen yang diberikan kepada Pelaku usaha yang melakukan kegiatan pada media elektronik oleh Lembaga Sertifikasi Keandalan apabila yang telah memenuhi persyaratan ditentukan.

Yang dimaksud dengan Pelaku Usaha berdasarkan Pasal 1 Angka 28 PP PSTE diantaranya ialah perseorangan yang berkedudukan atau melakukan kegiatan di wilayah hukum Indonesia, secara sendiri-sendiri maupun bersamamelalui perjanjian penyelenggaraan kegiatan usaha dalam ekonomi. Dalam hal bidang Selebgram sebagai Subjek Pajak Dalam Negeri merupakan Pelaku Usaha yang menyelenggarakan kegiatan ekonomi yaitu berupa promosi terhadap suatu barang atau jasa di wilayah hukum Indonesia yang sebaiknya memiliki Sertifikat Keandalan. Dengan adanya Sertifikat Keandalan segala bentuk yang dilakukan endorsement oleh Selebgram dipertanggunggjawabkan. Hal tersebut sebagaimana tujuan adanya Sertifikat Keandalan berdasarkan Pasal 74 Ayat (1) PP PSTE vaitu uuntuk melindungi konsumen dalam Transaksi Elektronik.

Dalam Pasal 75 Ayat (2) dan Ayat (3) PP PSTE sebelum Sertifikat Keandalan diterbitkan oleh Lembaga

Kelurahan Cibangkong Kecamatan Batununggal Kota Bandung. Jurnal Sosiohumaniora Universitas Padjadjaran. Vol. 18: No. 3. hal. 23.

 $^{^{17}}$ Adam Smith dalam Rochmat Soemitro, $\it Loc.~Cit.$

¹⁸ Richardus Eko Indradjit dalam R Ahmad Buchari (2016). Implementasi E-Service pada Organisasi Publik di Bidang Pelayanan Publik di

Sertifikasi Keandalan diperlukan sertifikasi keandalan diantaranya dengan pemeriksaan informasi Pelaku Usaha yang lengkap dan benar meliputi identitas Pelaku Usaha, kebijakan dan prosedur perlindungan pivasi, kebijakan dan prosedur pengamanan pernyataan jaminan atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan. Dalam kaitannya dengan endorsement melalui media sosial oleh Selebgram, sertifikasi keandalan diperlukan pertanggungjawaban kegiatan promosi oleh Selebgram mengingat saat ini marak produk abal-abal yang dapat merugikan konsumen yang dipromosikan oleh Selebgram. Adanya Sertifikat Keandalan bagi Selebgram dapat memberikan kepercayaan masyarakat terhadap konten yang dipromosikan oleh Selebgram.

Dalam kaitannya dengan perpajakan, keberadaan Sertifikat Keandalan dapat membantu DJP dalam melakukan pengawasan karena diharapkan Selebgram sebagai Subjek Pajak memiliki NPWP terlebih dahulu dan bertanggung jawab terhadap segala aktivitasnya dalam dalam dunia siber. Dalam hal ini Selebgram diharapkan melaksanakan kewajiban dapat Dalam perpajakan dengan benar. Sertifikat penggunaan Keandalan sebagai salah satu upaya pengawasan terhadap pelaksanaan pengenaan PPh terhadap Selebgram diperlukan kerjasama antara DJP selaku lembaga negara yang bertanggungjawab atas perpajakan dengan lembaga terkait seperti Lembaga Sertifikasi Keandalan yang berwenang menerbitkan Sertifikat Keandalan, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika sebagai kementerian yang memiliki tanggung jawab terhadap kegiatan dalam dunia siber di Indonesia, atau lembaga terkait lainnya.

Upaya lain yang dapat dilakukan oleh DJP dalam melakukan pengawasan ialah dengan melakukan lisensi terhadap Selebgram atau terhadap gambar atau dipromosikan konten yang akan sebagaimana kebijakan yang dilakukan oleh Australia. Melalui pemberian tersebut lisensi pemerintah dapat dengan mudah mengawasi konten yang dipromoskan oleh Selebgram agar tidak bertentangan dengan ketentuan yang berlaku. DJP juga dapat menerapkan kebijakan seperti di Australia untuk mempermudah pengawasan dengan memberikan tarif pajak khusus bagi Selebgram yang telah memiliki lisensi. Penerapan tarif pajak khusus tersebut dapat menarik Selebgram untuk mendaftarkan lisensinya.

Indonesia Sejauh ini belum memiliki peraturan perundangundangan yang mengatur lisensi Selebgram atas kegiatan endorsement melalui media sosial, hanya saja lisensi terhadap konten vang akan dipromosikan melalui media sosial telah diatur dalam Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta (Undang-Undang Hak Cipta). Hak Cipta dalam Pasal 1 Angka 1 Undang-Undang Hak Cipta ialah hak eksklusif bagi pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah ciptaan terwujud dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan.

Konten endorsement sebagai sebuah dilindungi oleh hak sebagaimana Pasal 12 Undang-Undang Hak Cipta yaitu pelarangan penggunaan secara komersial, penggandaan, pengumuman, pendistribusian, dan/atau komunikasi atas potret untuk kepentingan periklanan secara komersial tanpa persetujuan tertulis oleh orang yang dipotret atau ahli warisnya. Melalui Undang-Undang Hak Cipta konten promosi Selebgram dapat dilindungi, selain itu dapat menghindari penggunaan konten Selebgram oleh pihak lain yang tidak bertanggung jawab. Akan tetapi, pengawasan dengan pemberian lisensi terhadap konten yang yang dipromosikan oleh Selebgram cukup rumit dikarenakan Selebgram tersebut dapat mengunggah banyak konten promosi setiap harinya.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa Undang-Undang PPh dan Undang-Undang ITE saat ini telah mengakomodir pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement. Berdasarkan ketentuan perundangundangan tersebut tidak ada pembedaan perlakuan perpajakan terhadap Selebgram dari hasil endorsement penghasilan lain pada umumnya. Meskipun demikian, masih banyak ditemukan Selebgram yang belum melaksanakan kewajiban perpajakannya. Hal tersebut diantaranya disebabkan oleh sistem pemungutan self assessment yang menuntut kesadaran Wajib Pajak. Belum dijelaskannya pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement dalam peraturan perundang-undangan khusus mengakibatkan banyak Selebgram beranggapan bahwa aktivitas yang endorsement pada wadah elektronik Instagram belum dapat dikenakan pajak, sehingga berakibat pada belum optimalnya pemasukan negara. Untuk mengatasi hal tersebut perlu dibuat aturan mengenai pengenaan PPh terhadap Selebgram yang diperoleh dari hasil endorsement yang lebih tegas untuk mewujudkan asas certainity. Selain itu, perlu dibuat aturan dalam bidang informasi dan transaksi elektronik yang dapat melengkapi peraturan PPh khususnya atas kegiatan endorsement yang dilakukan oleh Selebgram yang terintegrasi agar dapat melengkapi satu sama lain.

Pengawasan yang dilakukan oleh DJP atas PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement sama dengan pengawasan yang dilakukan terhadap penghasilan yang lain pada umumnya. Hambatan DJP dalam mengawasi implementasi pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement diantaranya belum adanya payung hukum yang menyediakan data Selebgram bagi DJP, sehingga sulit bagi DJP untuk mengakses data Selebgram lebih lanjut. Upaya yang dapat dilakukan DJP dalam melakukan pengawasan terhadap pengenaan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement dapat dilakukan dengan Sertifikat Keandalan atau pemberian lisensi terhadap Selebgram atau konten promosi sebagaimana kebijakan di Australia. Dalam hal ini Harus dilakukan koordinasi antara lembaga-lembaga terkait seperti dengan Kementerian Komunikasi Informatika supaya penerapan PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement dapat berjalan dengan optimal. Kemudian perlu adanya payung hukum untuk DJP agar dapat mengakses data Selebgram sebagai acuan pengenaan PPh supaya pengawasan dapat dilakukan lebih optimal. Indonesia dapat mencontoh kebjiakan Australia dengan memberikan tarif pajak khusus terhadap Selebgram yang mendaftarkan lisensi terhadapnya atau terhapad konten mengoptimalkan promosinya untuk pengawasan perpajakan. Indonesia dapat pula mencontoh Singapura dalam penerapan PPh pada media elektronik khususnya dari kegiatan endorsement dengan mengatur PPh terhadap Selebgram dari hasil endorsement dengan lebih tegas dan lebih rinci sehingga terwujudnya suatu kepastian.

E. DAFTAR BACAAN

Buku-Buku

- Ahmad M. Ramli (2010). Cyber Law dan HAKI dalam Sistem Hukum Indonesia. Bandung: Refika Aditama.
- Aristanti Widyaningsih (2012). Hukum Pajak dan Perpajakan. Bandung: Alfabeta.
- Dewi Kania Sugiharti dan Zainal Muttaqin (2015). Buku Ajar Hukum Pajak. Bandung: Penerbit Kalam Media.
- Maria Farida Indrati S. (2018). Ilmu Perundang-Undangan: Jenis, Fungsi, dan Materi Muatan. Yogyakarta: Kanisius.
- Rochmat Soemitro (1992), Asas dan Dasar Perpajakan I. Bandung: PT. Eresco.
- Siagian dalam Sujamto (1989). Beberapa Pengertian di Bidang Pengawasan. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sony Devany dan Siti Karunia Rahayu (2006). Perpajakan: Konsep, Teori, dan Isu. Edisi Kesatu. Cet. I. Jakarta: Kencana.

Jurnal

- Fitria Arianty (2017). Tinjauan atas Asas Keadilan dan Kemudahan Administrasi Pajak dalam Pengenaan PPh Final 1% terhadap Wajib Pajak UMKM. Jurnal Vokasi Indonesia: Journal of Vocational Program University of Indonesia. Vol. 2, No. 2.
- Ni Putu Anggie Oktapyani dan Sagung Putri ME Purwani (2018). Tinjauan Yuridis Pengenaan Pajak Penghasilan terhadap Kegiatan Endorsement dalam Media Sosial. Jurnal Ilmu Hukum Kertha Negara Fakultas Hukum Universitas Udayana. Vol. 6, No. 2.
- Richardus Eko Indradjit dalam R Ahmad Buchari (2016). Implementasi E-

Service pada Organisasi Publik di Bidang Pelayanan Publik di Kelurahan Cibangkong Kecamatan Batununggal Kota Bandung. Jurnal Sosiohumaniora Universitas Padjadjaran. Vol. 18: No. 3.

Perundang-Undangan

- Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945).
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan.
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan.
- Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Website

Hasbi Zainuddin (2019., Banyak yang Endorse, Selebgram dan Youtuber Jadi Incaran Baru Kantor Pajak. https://makassar.terkini.id/banyak-endorse-selebgram-dan-youtuber-jadi-incaran-baru-kantor-pajak.

diakses tanggal 10 Februari 2020 jam 15.00 WIB.

Hendra Kusuma (2017). Begini Cara Singapura Pungut Pajak Para Selebgram.

> https://m.detik.com/finance/beritaekonomi-bisnis/d-3679096/beginicara-singapura-pungut-pajak-paraselebgram. diakses tanggal 23 Maret 2020 jam 14.10.

Ika Nofalia (2018). Deretan 10 Selebgram Indonesia Terkaya 2018 dengan Bayaran Tinggi. https://finansialku.com/Selebgram-indonesia-terkaya. diakses tanggal 21 September 2019 jam 19.00 WIB.

Steven Roberts and Rhonda Cooper (2020),
The Price of Fame: Instagram Tax targets Social Media Influencers,
Sportspeople and Celebrities,
https://vincents.com.au/instagram-tax/. diakses tanggal 26 Juli 2020 jam 14.50.