

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju dalam perkembangan zaman sudah tidak dapat dipungkiri lagi. Hadirnya teknologi tidak terlepas dari berbagai tuntutan kehidupan manusia yang kian lama kian bertambah, yang awal mulanya hanya berupa kebutuhan primer, sekunder dan tersier kini telah bertambah kebutuhan lain yang bernama kebutuhan kuartier, yaitu kebutuhan yang hanya dapat dipenuhi oleh orang-orang yang mempunyai kelebihan yang tinggi dalam segi ekonomi (Wijaya dan Mahatama, 2017).

Dengan adanya perkembangan teknologi ini yang dapat mempermudah manusia dalam mengumpulkan informasi, hadirnya teknologi berupa media elektronik menjadi alternatif bagi manusia saat ini untuk mencari informasi dengan lebih cepat. hal ini dimanfaatkan oleh pengembangan website dengan cara memberikan fasilitas pada masyarakat berupa wadah untuk saling bertukar informasi yang dimiliki Putra (2018).

Salah satu website yang menyediakan wadah bagi masyarakat untuk bertukar informasi adalah Youtube. website ini memberikan informasi kepada masyarakat dengan berupa video yang diunggah oleh para pengguna youtube yang ada. kemudahan yang ditawarkan oleh youtube, membuat masyarakat memanfaatkan kesempatan ini dengan membagikan informasi yang dimiliki melalui Youtube dengan cara mengunggah video yang mereka miliki. orang yang mengunggah video ke dalam youtube disebut dengan youtuber. "Youtuber adalah

orang atau sekelompok yang membuat karya video dan mengunggah video tersebut sesuai dengan bidang yang dipilih dan dibagikan melalui Youtube". (Youtube, 2018).

YouTube memungkinkan khalayak untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. YouTube memberikan pilihan alternative bagi khalayak yang ingin mencari informasi tanpa harus membaca artikel secara gratis. Umumnya video-video di situs YouTube adalah video klip, acara TV, film serta video buatan para penggunanya sendiri (Statistic, YouTube.com). setiap channel di YouTube memiliki kategorinya masing-masing. kategori ini mengatur jutaan serta milyaran video di youtube, serta memungkinkan penonton, pengiklan dan pembuat konten untuk memiliki pemahaman yang sama dan mengerti kebutuhan setiap penonton.

Salah satu keuntungan menjadi Youtuber adalah mampu menghasilkan uang dari akun Youtube yang mereka kelola. salah satu sumber penghasilan bagi youtuber adalah berasal dari Google AdSense. Google AdSense sendiri adalah fasilitas dari Google kepada masyarakat untuk mendapatkan penghasilan dengan cara menempatkan iklan pada situs web masyarakat kelola. Youtuber juga mendapatkan penghasilan dari Google AdSense ini dengan cara adanya iklan yang disematkan pada video yang mereka unggah. penghasilan Youtuber dari Google AdSense ini juga bervariasi, sesuai dengan seberapa sering iklan itu disematkan pada karya video dan seberapa sering video tersebut di tonton oleh para pengguna Youtube yang lain.

Setiap channel di Youtube memiliki kategorinya masing-masing. Kategori ini mengatur jutaan serta milyaran video di Youtube, serta memungkinkan penonton, pengiklan, dan pembuat konten untuk memiliki pemahaman yang sama dan mengerti kebutuhan setiap penonton. Untuk mengoptimalkan channel, *Youtuber* biasanya melakukan riset untuk memahami hal apa yang sedang populer dalam kategori konten. Adapun beberapa kategori dalam channel Youtube adalah Otomotif & Kendaraan, Mode & Kecantikan, Komedi, Pendidikan, Hiburan, Hiburan Keluarga, Film & Animasi, Makanan, Game, Petunjuk & Gaya, Musik, Berita & Politik, Nirlaba & Aktivisme, Orang & Blog, Hewan & Peliharaan, Ilmu Pengetahuan & Teknologi, Olahraga, Serta Perjalanan & Acara (*Creator Academy Youtube*, 2019).

Didalam jurnal hukum yang berjudul Pajak Penghasilan Pada Kegiatan *Youtuber* dan *Selebgram* dalam Penggunaan Media Sosial Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan oleh Damapoli (2017), fenomena internet telah menyebar ke seluruh dunia termasuk di Indonesia. Beberapa tahun terakhir ini penggunaan jasa internet terutama di Indonesia meningkat dengan pesat. Jika di dunia Indonesia menduduki peringkat keempat dengan penduduk terbanyak di dunia, maka untuk pengguna internet Indonesia menduduki peringkat keenam sebagai pengguna terbanyak. Data tersebut sesuai dengan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet.

Sebagai upaya untuk mendapatkan pemasukan tambahan bagi negara, pemerintah melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) memiliki rencana untuk menarik pajak bagi pengguna akun media sosial atau para selebgram yang menjual, dan mempromosikan produk di media sosial. Media sosial yang dimaksud di antaranya adalah Facebook, Instagram, dan lainnya, termasuk Youtube. Dalam Undang-Undang (UU) Perpajakan disebutkan bahwa siapapun yang memiliki penghasilan maka mereka adalah objek pajak. Oleh sebab itu, selebriti media sosial tentu wajib membayar pajak karena mendapatkan penghasilan dari produk yang diiklankannya. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang Pajak Penghasilan maka pemerintah telah memberikan banyak kemudahan kepada Wajib Pajak untuk diberi kepercayaan dan kebebasan dalam menghitung pajak terutangnya terhadap penerimaan pajak penghasilan yang didapat. (Damapoli, 2017).

Menteri Keuangan telah mengeluarkan aturan pengenaan pajak untuk e-commerce atau toko online. Aturan ini berupa Peraturan Menteri keuangan 210/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan atas Transaksi Perdagangan dan melalui Sistem Elektronik yang berlaku efektif pada 1 April 2019. Peraturan Menteri ini menegaskan penghasilan *selebgram* maupun *Youtuber* sudah dikaji oleh pemerintah. Selain mengatur perdagangan melalui *platform* lain seperti *online retail*, *class ads*, *daily deals* atau media sosial, termasuk Youtube dan Instagram. Untuk para *Youtuber* dan *Selebgram*, pemungutan pajaknya (Pph) mengikuti aturan yang berlaku umum. Sama seperti wajib pajak pada umumnya,

Youtuber dan *selebgram* juga harus menghitung pajak terutang, membayar, kemudian melaporkan pajaknya secara *self-assesment* (Subroto, 2019).

Salah satu bentuk reaksi masyarakat terhadap peraturan perpajakan yang dikeluarkan pemerintah dapat dilihat dari kesadaran wajib pajak untuk membayar pajaknya, Kesadaran membayar pajak merupakan suatu kondisi dimana wajib pajak mengetahui, memahami, dan melaksanakan ketentuan perpajakan dengan sukarela, Hal ini berarti bahwa kesadaran merupakan kemauan wajib pajak dan dengan sendirinya melakukan kewajiban perpajakannya (Jatniko, 2006) Hal ini menjadi sesuatu yang sangat penting karena berdampak pada besarnya penerimaan negara dari pajak.

Pemungutan Pajak sendiri memang bukan suatu pekerjaan yang mudah, disamping peran serta aktif dari aparat, Juga dituntut kemauan dari para wajib pajak itu sendiri. Dimana menurut undang-undang perpajakan, Indonesia menganut *system self assessment* yang memberikan kepercayaan terhadap wajib pajak untuk menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan sendiri jumlah pajak terutang. Pajak terutang merupakan pajak yang harus dibayar sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Kemauan wajib pajak dalam membayar kewajiban perpajakannya merupakan hal penting dalam penarikan pajak, Namun, masyarakat sendiri dalam kenyataannya tidak suka membayar pajak (Fikriningrum, 2012).

Dalam usaha meningkatkan penerimaan pajak Direktorat Jendral Pajak Kini mulai melirik pajak penggiat sosial media seperti *selebgram* dan *Youtuber*.

Tercatat pada pelaporan SPT 2017 ada 51 selebgram ataupun *Youtuber* yang sudah membayar pajak dari penghasilan yang mereka dapat. Total pajak yang ditarik dari 51 *selebgram* dan *Youtuber* tersebut mencapai 2,7 miliar (finance.detik.com diakses 01 Maret 2019). Youtube pers menyatakan dalam laman statistiknya bahwa setiap bulannya lebih dari 1,9 miliar pengguna yang login mengunjungi Youtube dan jumlah channel (akun youtube) yang memperoleh penghasilan enam digit pertahun di Youtube meningkat kan lebih dari iklan Adsense yang ditayang di video. Hal ini mengindikasikan seberapa besar potensi pajak yang diperoleh dari bidang ini, tinggal bagaimana pemahaman dan pengetahuan tentang peraturan perpajakan ditingkatkan agar *youtuber* yang lain mau untuk membayar pajak. Hal ini dikarenakan bahwa wajib pajak yang sudah memahami peraturan pajak kebanyakan berpikiran lebih baik membayar dari pada terkena sanksi pajak (Handayani, dkk. 2016).

Sebagai pemberian penghasilan, maka Google Indonesia juga juga harus terdaftar sebagai wajib pajak agar dapat memotong penghasilan dari *Youtuber*. “Menurut Menteri Keuangan Indonesia (Sri Mulyani) telah menegaskan bahwa Google telah menunaikan pajaknya sesuai dengan peraturan PPh Pasal 23 yang dipotong dan dibayarkan oleh Google sebagai pemberi penghasilan. Namun penghasilan *youtuber* ini masih bisa dikenakan pajak dengan penghasilan neto yang mereka peroleh dari Google Adsense. Dimuat pada laman Ekonomi dan Bisnis Liputan 6 pada tanggal 12 Oktober 2017, “Direktorat Jendral (Ditjen) Pajak kementraian keuangan melihat fenomena ini sebagai potensi penerimaan pajak dari wajib orang pribadi yang memperoleh penghasilan (Liputan 6, 2018)”.

Setelah dipotong PPh pasal 23 oleh Google AdSense, maka *Youtuber* telah mendapatkan penghasilan neto. Penghasilan neto yang diperoleh *Youtuber* tentu sebuah objek pajak yang harus dikenakan pemotongan. Dalam hal ini, Direktorat Jenderal Pajak telah mengatur mengatur dalam PER-17/PJ/2015 terkait dengan Norma dengan Norma Perhentingan Penghasilan Neto.

Dengan adanya peraturan tersebut, *Youtuber* yang menerima penghasilan neto dari Google AdSense tentu harus memotong dan membayarkan pajaknya sesuai peraturan Direktorat Jenderal Pajak yang berlaku. Maka dalam penelitian ini, Direktorat Jenderal Pajak telah mengatur dalam PER-17/PJ/2015 dan juga cara perhitungannya.

Peranan penerimaan pajak dari tahun ketahun mengalami peningkatan terhadap keseluruhan pendapatan negara, hal ini dapat dilihat dalam tabel 1.1 peranan penerimaan pajak sangat penting bagi negara, oleh karena itu Direktorat Jenderal (Dirjen) Pajak yang merupakan instansi pemerintahan dibawah Departemen Keuangan yang bertindak sebagai pengelola sistem perpajakan di indonesia berusaha meningkatkan penerimaan pajak dengan melakukan reformasi pajak yang bertujuan agar sistem perpajakan dapat mengalami penyederhanaan yang mencakup tarif pajak, penghasilan tidak kena pajak, dan sistem pemungutan pajak (Fikriningrum, 2012).

Berikut tabel yang menjelaskan perkembangan penerimaan dalam negeri :

Tabel 1.1
Perkembangan Penerimaan Dalam Negeri Tahun 2011-2020
(miliar rupiah)

Tahun	Penerimaan pajak	Penerimaan Negara Bukan Pajak	Jumlah	Pertumbuhan
2011	873.874	331.472	1.205.346	21%
2012	980.518	351.805	1.332.323	11%
2013	1.077.307	354.752	1.432.059	7%
2014	1.146.866	398.591	1.545.456	8%
2015	1.240.419	255.628	1.496.047	-3%
2016	1.284.970	261.976	1.545.456	3%
2017	1.472.710	260.242	1.732.952	12%
2018	1.618.096	275.428	1.893.524	9%
2019	1.546.141	408.994	1.955.136	3%
2020	1.404.507	294.141	1.698.648	-2%

Sumber : www.bps.go.id

Dari uraian di atas, terdapat Peraturan menteri Keuangan 201/PMK.010/2018 tentang Perlakuan Perpajakan Atas Transaksi Perdagangan melalui Sistem Elektronik yang sempat dikeluarkan pada 31 Desember 2018. Namun peraturan tersebut telah dicabut kembali pada 1 April 2019 berdasarkan Peraturan-Peraturan Menteri Keuangan No.31/PMK.010/2019 tentang Pencabutan Keputusan Menteri Keuangan dan Peraturan Menteri Keuangan di Bidang Pajak Penghasilan. Adapun hal yang melatar belakangi pencabutan peraturan ini adalah karena adanya kebutuhan untuk melakukan koordinasi dan sinkronisasi yang lebih komprehensif antar kementerian dan lembaga. Koordinasi dilakukan untuk memastikan agar pengaturan *e-commerce* tepat sasaran, berkeadilan, efisien, serta

mendorong pertumbuhan ekosistem ekonomi digital dengan mendengarkan masukan dari seluruh pemangku kepentingan (Sakti, 2019).

Sehubung dengan adanya pencabutan peraturan ini, perlakuan perpajakan untuk seluruh pelaku ekonomi tetap mengacu pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Para pelaku usaha baik *e-commerce* maupun konvensional yang menerima penghasilan hingga Rp 4,8 miliar dapat memanfaatkan skema pajak final dengan tarif 0,5% dari jumlah omzet usaha.

Maka dari itu penelitian ini mencoba untuk menerapkan norma perhitungan penghasilan neto yang diperoleh dari youtuber dalam membayar pajak. Sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai potensi pajak dari penghasilan youtuber kepada umum dan pemerintah pada khususnya agar dapat menjadi pertimbangan dalam membuat kebijakan yang baru.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan perhitungan pajak penghasilan *Youtuber* di Kota Jambi dengan norma perhitungan penghasilan neto sesuai PER-17/PJ/2015?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui penerapan perhitungan pajak penghasilan *Youtuber* di Kota Jambi dengan norma perhitungan penghasilan neto sesuai PER-17/PJ/2015.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi Akademis, sebagai bahan evaluasi dari teori dengan keadaan yang ada di lapangan dan menambah khasanah yang baru dalam perbendaharaan ilmu pengetahuan dan saling melengkapi dengan penelitian sebelumnya maupun yang akan agar dapat lebih baik di masa yang akan datang.
2. Bagi *Youtuber*/Pihak kedua, sebagai informasi sekaligus bahan evaluasi pada para *youtuber* ataupun pihak yang terjun kedalam dunia bisnis online untuk sadar dan paham akan kewajibannya sebagai Warga Negara Indonesia.
3. Bagi Pemerintah, penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan mengenai permasalahan penerapan kebijakan perpajakan dikalangan *youtuber* beserta asumsi mereka terhadap kebijakan tersebut.