

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK
CONTENT CREATOR DI KOTA PAREPARE**



OLEH

JAMILAH

NIM : 2020203862201009

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2024

**ANALISIS STRATEGI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK
CONTENT CREATOR DI KOTA PAREPARE**



OLEH

JAMILAH

NIM : 2020203862201009

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sajana Terapan Akuntansi (S.Tr,Ak) pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Jamilah

Nomor Induk Mahasiswa : 2020203862201009

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.2528/In/39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023

Disetujui Oleh Komisi Pembimbing

Pembimbing : Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.
NIP : 19911030 201903 1 006 (.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Jamilah

Nomor Induk Mahasiswa : 2020203862201009

Program Studi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam B.2528/In/39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023

Tanggal Kelulusan : 30 Juli 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M. (Ketua) (.....)

Indrayani, S.E., M.Ak. (Anggota) (.....)

Sahrani, S.Si., M.E., AWP. (Anggota) (.....)

Mengetahui:

Dekan,

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam


Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا وَمَوْلَانَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT. Berkat Rahmat, Hidayah, taufik dan maghfirah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini yang berjudul “Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* Di Kota Parepare.” Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian studi dan memperoleh gelar sarjana “Sarjana Terapan Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Suri Teladan Baginda Agung Nabi Muhammad SAW.

Penulis menghanturkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Sumarni dan Ayahanda Jamal yang tercinta dimana dengan pembinaan, arahan, support serta berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dan menyelesaikan tugas akademik ini tepat pada waktunya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari (Almarhum) Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag. selaku Pembimbing awal saya dan Bapak Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E.,M.M. selaku Pembimbing utama saya sekarang ini. Penulis ucapkan banyak terimakasih atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan selama ini.

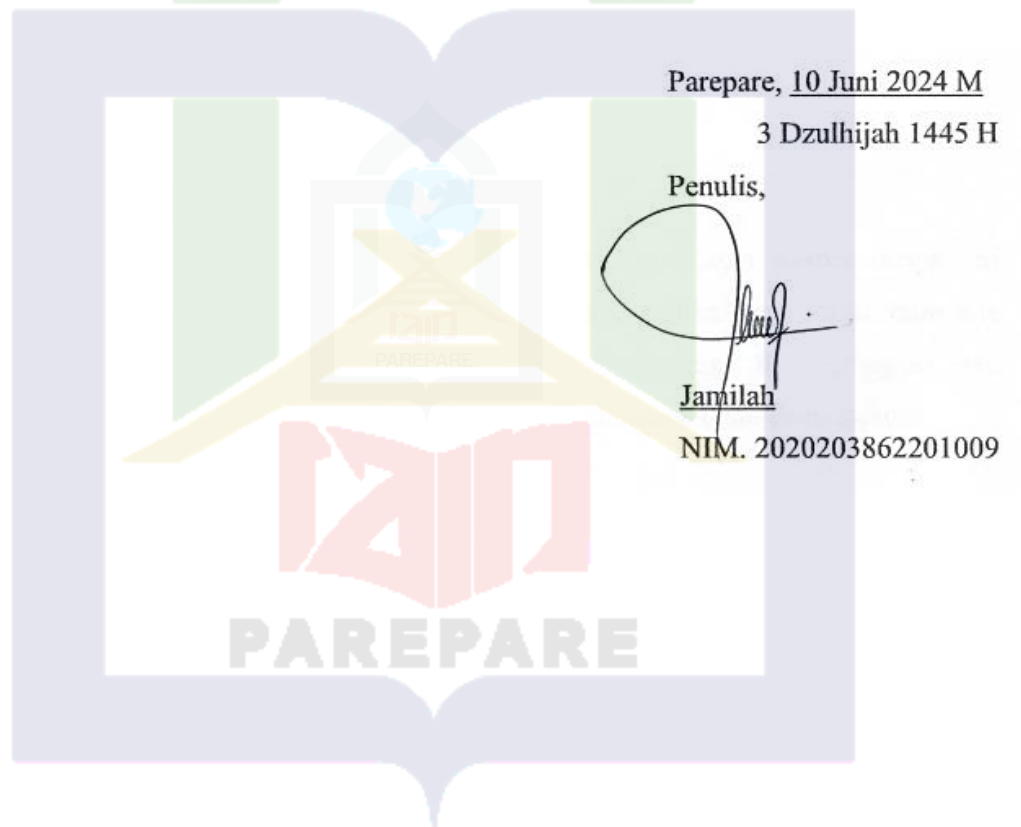
Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag, sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja mengelola pendidikan di IAIN Parepare.

2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdianya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Semua Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan membagikan ilmunya kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.
4. Ibu Indrayani, S.E., M.Ak dan Ibu Sahrani, S.Si., M.E., AWP. Selaku dosen penguji
5. Ibu Hj. ST. rahmah Amir, ST,MM selaku kepala dinas penanaman modal dan pelayanan terpadu satu pintu kota parepare yang telah mengizinkan penulis untuk meneliti di wilayah kota terkait.
6. Bapak Bur Cinta dan Bapak Ammas Magge yang senantiasa membantu penulis untuk mengurus berkas penelitian sehingga dapat diselesaikan lebih cepat dari yang seharusnya.
7. Bapak Ardin S, selaku pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare bagian fungsional penyuluh dan pengawasan yang telah bersedia menjadi informan dalam penelitian memberikan waktu dan tempat kepada peneliti untuk melakukan wawancara.
8. *Content Creator* yang telah meluangkan waktunya dan kesediaannya untuk diwawancarai.
9. Keluarga Besar Program Studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah angkatan 2020 yang telah membersemai dan berproses bersama dalam penyusunan skripsi.
10. Terakhir untuk diri saya sendiri Jamilah yang tidak menyerah dan telah berjuang sampai saat ini dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Suatu kebanggaan bisa sampai tahap ini dengan segala permasalahan yang telah dihadapi

Penulis tak lupa pula mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah SWT. Berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Peneliti dengan sangat terbuka dan lapang dada mengharapkan adanya berbagai masukan dan kritikan dari berbagai pihak yang sifatnya membangun guna kesempurnaan skripsi ini.



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

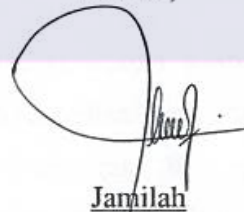
Nama : Jamilah
NIM : 2020203862201009
Tempat/Tgl. Lahir : Lero M, 19 Januari 2002
Program Studi : Akuntansi lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* Di Kota Parepare.

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau di buat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 10 Juni 2024 M

3 Dzulhijah 1445 H

Penulis,



Jamilah

NIM. 2020203862201009

ABSTRAK

Jamilah 2024. *Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator Di Kota Parepare*. (Dibimbing oleh Bapak Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Parepare. Fokus utama adalah mengidentifikasi strategi yang diterapkan, tantangan yang dihadapi, serta perspektif Islam terkait pemungutan pajak penghasilan *content creator*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi *content creator* yang berdomisili di Kota Parepare dan pegawai Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Parepare, khususnya pada bagian Fungsional Penyuluh Dan Pengawasan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menerapkan sistem *self assessment* dan menekankan pentingnya sosialisasi serta edukasi perpajakan melalui berbagai media. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) tidak memiliki *treatment* khusus terkait sistem perpajakan *Content Creator* atau tetap dipelakukan sama seperti Wajib Pajak pada umumnya. Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare memisahkan antara fungsi penyuluh dan fungsi pengawasan untuk meningkatkan efektivitas edukasi. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga telah mengembangkan 10 rencana strategis untuk menangani digitalisasi ekonomi, termasuk pengembangan layanan edukasi pajak khususnya untuk *content creator*.

Namun, implementasi strategi ini menghadapi beberapa kendala utama : (1) keterlambatan dan kurangnya prioritas dalam penyusunan regulasi khusus untuk perpajakan *content creator*, (2) keterbatasan data dan kesulitan dalam mengidentifikasi *content creator*, terutama yang berskala kecil, (3) kurangnya pemahaman *content creator* tentang kewajiban perpajakan, (4) kompleksitas penghasilan yang fluktuatif, dan (5) kurangnya transparansi dari platform digital dalam hal pemotongan pajak.

Dalam perspektif Islam, meskipun terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama, pemungutan pajak penghasilan terhadap *content creator* dapat dibenarkan selama memenuhi syarat-syarat tertentu dan digunakan untuk kemaslahatan umum.

Kata kunci: Direktorat Jenderal Pajak, kepatuhan wajib pajak, content creator, pajak digital, strategi perpajakan

DAFTAR ISI

	Halaman
SAMPUL	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Tinjauan Penelitian Relevan	11
B. Tinjauan Teori	16
C. Kerangka Konseptual.....	35

D. Kerangka Pikir	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Fokus Penelitian	41
D. Jenis dan Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	42
F. Uji Keabsahan Data	44
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	47
A. Hasil Penelitian.....	47
B. Pembahasan Penelitian	88
BAB V	96
PENUTUP.....	96
A. Simpulan.....	96
B. SARAN.....	97
DAFTAR PUSTAKA	I
LAMPIRAN.....	IV
BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data Informan <i>Content Creator</i> domisili Kota Parepare	7
1.2	Cara penghitungan PPh (Objek PPh Pasal 4 Ayat 1)	31
1.3	Resume Skema <i>To Be</i>	58
1.4	Rencana Strategis DJP Periode 2020-2024	60



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	39
2.2	Tarif pasal 17 Ayat (1)	57



DAFTAR LAMPIRAN

No. LAMPIRAN	Judul Lampiran	Halaman
I	Instrumen Penelitian	V
II	Kerangka Outline	VII
III	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	VIII
IV	Surat Izin Pelaksanaan penelitian	IX
V	Surat Rekomendasi Penelitian	X
VI	Surat Keterangan Selesai Meneliti	XI
VII	Surat pernyataan bersedia menyerahkan hasil riset	XII
VIII	Surat keterangan wawancara	XIV
IX	Dokumentasi Penelitian	XVI
X	Biodata Penulis	XVII

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan dalam bahasa Arab direpresentasikan melalui sistem tulisan Arab menggunakan huruf-huruf, namun dalam transliterasi, beberapa fonem dilambangkan dengan huruf, beberapa dengan tanda, dan yang lainnya dengan kombinasi huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	Ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Qaf	K	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	Hamzah	’	apostrof
ي	Ya	y	ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, di tulis dengan tanda (’).

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) dalam bahasa Arab yang disimbolkan dengan tanda atau harakat disebut sebagai “Huruf Hijaiyah Mati” atau “sukun”, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	a	A
إ	Kasrah	i	I
أ	Dammah	u	U

- b. Vokal rangkap (*diftong*) dalam bahasa Arab direpresentasikan oleh gabungan antara harakat dan huruf, dengan transliterasi sebagai kombinasi huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : ḥaula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang ditandai dengan harkat dan huruf, dapat diuraikan menjadi huruf dan tanda dalam transliterasi, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا / آ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و	dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, disebut dengan huruf yang memiliki tanda baca (harakat) fathah, kasrah, dan damah, transliterasinya adalah [t].

2) *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun adalah huruf “ha” yang berada pada akhir kata tanpa adanya tanda baca atau tanda baca mati, transliterasinya adalah [h].

Jika dalam kata terakhir, *ta martabudah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* dan bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta martabudah* itu ditransliterasikan sebagai *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid dalam sistem penulisan Arab ditandai dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dapat diparafrase dalam transliterasi dengan menggunakan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

الْحَجُّ : *al-hajj*

نُعَمُّ : *nu‘ima*

عَدُوٌّ : *‘aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (يَ), maka ia literasinya seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

6. Kata Sandang

Dalam sistem penulisan Arab, kata sandang direpresentasikan oleh huruf لا (*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang, *al-*, tetap ditransliterasikan secara standar, baik setelah huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang ini tidak memengaruhi pengucapan langsung dari huruf yang mengikutinya. Selain itu, kata sandang dituliskan terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	:	<i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	:	<i>al-zalزالah</i> (bukan <i>as-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	:	<i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	:	<i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi mengamanatkan penggunaan apostrof (') untuk hamzah ditengahdan akhir kata, tetapi hamzah diawal kata tidak diwakili, karena dalam tulisan Arab, hamzah awal biasanya muncul sebagai huruf alif. Contoh:

تَامُرُونَ	:	<i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	:	<i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	:	<i>syai'un</i>
أَمِيرٌ	:	<i>Umirtu</i>

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi merupakan ungkapan yang belum disesuaikan secara resmi dalam bahasa Indonesia. Ungkapan-ungkapan

tersebut tidak lagi diubah dari bentuk transliterasi ketika sudah umum digunakan dalam konteks berbahasa Indonesia atau sering muncul dalam tulisan berbahasa Indonesia, seperti Al-Qur'an dan sunnah. Namun, apabila kata-kata tersebut menjadi bagian dari teks Arab, penting untuk tetap menggunakan transliterasi secara penuh, Contoh:

9. *Lafz al-Jalalah* (الله)

Ketika kata “Allah” didahului oleh partikel seperti huruf jar atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), transliterasinya tanpa huruf hamzah, Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمُ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Dalam transliterasi ini, meskipun sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, kita tetap menggunakan huruf kapital sesuai dengan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD), contohnya, huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri, baik itu orang, tempat, atau bulan, serta huruf pertama pada awal kalimat. Jika nama diri diawali oleh kata sandang “al-“, huruf awal nama diri tetap menggunakan huruf kapital, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika “al-“ berada diawal kalimat, huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*), Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi

Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika seseorang memiliki nama resmi dengan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhir, maka dalam daftar pustaka atau daftar referensi, kedua nama terakhir tersebut harus disebutkan sebagai nama akhir, Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)

Naṣr Hamīd Abu Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, Naṣr Hamīd (bukan: Zaid, Naṣr Hamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānahū wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>sallāllāhu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
I.	=	Lahir tahun
w.	=	Wafat tahun
QS.../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها / آخره
ج	=	جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Kerana dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- Et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Digunakan untuk mencerminkan jumlah jilid dalam buku atau ensiklopedia berbahasa Inggris, sementara dalam buku berbahasa Arab, istilah yang sering digunakan adalah “juz”.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Karena perlu mengikuti perkembangan teknologi yang terus berubah, kemampuan menggunakan media digital menjadi sangat penting di era teknologi modern. Hampir semua orang sekarang memiliki akun media sosial, kadang-kadang lebih dari satu, seperti TikTok, Facebook, WhatsApp, Instagram, dan lainnya. Selain itu, karena media sosial sekarang dapat diakses melalui perangkat mobile, pengguna dapat memposting foto dan kegiatan mereka secara langsung. Fenomena "self" juga semakin meningkat, dan sekarang menjadi komponen penting dari gaya hidup yang didukung oleh teknologi digital.

Istilah yang digunakan di media sosial semakin populer. Media sosial memungkinkan orang untuk saling berbagi informasi dan hiburan. Seringkali, informasi tentang peristiwa terkini yang belum muncul di media mainstream tersedia di sana. Banyak orang dengan mudah melihat foto-foto peristiwa. Berbagai kejadian juga dapat dengan cepat tersebar melalui media sosial.¹ Informasi dapat dibagikan dalam bentuk infografis, gambar, atau video; namun, yang paling populer saat ini adalah video dan gambar. Banyak orang di Indonesia menggunakan media sosial sebagai cara untuk mendapatkan uang dengan membuat konten.

Content Creator adalah individu yang menciptakan, menghasilkan dan mempublikasikan konten digital seperti video, foto, blog atau podcast. Mereka menggunakan platform online seperti Instagram, Tiktok, Youtube dan lainnya untuk

¹ subandy ibrahim and yosal iriantara, *Komunikasi Yang Mengubah Dunia* (bandung: simbiosis rekayasa media, 2017).

menjangkau *audience* yang luas. setiap *Content Creator* memiliki jenis konten (*niche*) yang berbeda seperti vlog, tutorial, memasak, review produk, prank dan lain sebagainya. Tentunya konten yang telah dipilih oleh seorang *Content Creator* harus memiliki ciri khas dan kreatifitas tersendiri (*Personal Branding*)². Kondisi saat ini menunjukkan media sosial populer dikalangan anak milenial dan dimanfaatkan dalam perkembangan ekonomi kreatif era digital seperti sekarang ini. Salah satu aktivitas pemasaran bisnis secara digital yang banyak digunakan adalah *Endorsement, Affiliate program, UGC Creator* dan masih banyak sistem Kerjasama lainnya.

Belakangan ini, semakin banyak orang yang tertarik untuk menjadi seorang *Content Creator* karena penghasilannya yang cukup menjanjikan, jumlah dan waktu yang dihabiskan orang-orang di dunia maya pun semakin meningkat sehingga profesi ini semakin diminati. Berdasarkan siaran *live* Instagram pada akun @pajakcengkareng bertajuk *Aspek Perpajakan Content Creator*, dikutip oleh *Pajak.com* menjelaskan bahwa kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Jakarta Cengkareng Menilai, Pandemi Covid-19 telah melahirkan banyak *Content Creator* baru dengan pendapatan yang tinggi³. Sri Mulyani Indrawati selaku Menteri Keuangan (Menkeu) mengutip penelitian *Oxford Economics*, bahwa lebih dari 600 Ribu *Content Creator* dan mitra di Indonesia memperoleh pendapatan di platform berbagai video tersebut. lebih dari 6.000 *Channel* di Indonesia telah menghasilkan uang dari Produk monetisasi Alternatif. Juga berdasarkan data dari *Tek.id*, jumlah

² Shera Aske Cecariyani and Gregorius Genep Sukendro, “Analisis Strategi Kreatif Dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana),” *Prologia* 2, no. 2 (2018): 495–502.

³ Aprilia Hariani, “Kewajiban Dan Hak Perpajakan Bagi Kreator Konten,” *pajak.com*, 2023.

Content Creator di Indonesia saat ini tumbuh cukup pesat. Menurut data, 2.552 *Influencer* mendaftarkan sebagai *Content Creator* di *SocialBuzz* setiap bulan. Sebanyak 45,94% telah terdaftar sebagai *Content Creator* untuk memonetisasi merek dan konten pribadi mereka⁴. Fakta tersebut menjadikan peringatan kepada Direktorat Jenderal Pajak untuk segera memanfaatkan peluang melalui pengenaan Pajak Penghasilan (PPh) secara khusus terhadap pengguna media social yang mendapatkan penghasilan melalui aktivitas dari seorang *Content Creator*.

Pada Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak penghasilan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan berbunyi: “*Yang menjadi objek pajak adalah penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apa pun.*”. Pada pasal tersebut diketahui bahwa objek pajak adalah penghasilan yang diterima atau diperoleh wajib pajak dengan nama dan dalam bentuk apa pun. Dengan kata lain, karena pelaku *Endorsement* atau kegiatan yang dilakukan oleh *Content Creator* ini mendapatkan penghasilan atas promosi yang telah dilakukan, maka dari segi perpajakan, mereka jelas akan dikenakan PPh⁵. Dalam hal ini, profesi *Content Creator* masuk dalam kategori tenaga ahli yaitu dasar pengenaan pajak terhadap *Content Creator & Influencer* sama dengan PPh yang dikenakan

⁴ Aprilia Hariani, “Sri Mulyani Imbau Kreator Konten Tidak Musuhi Pajak,” Pajak.com, 2023.

⁵ Erna Safitri, “Endorse Makin Marak, Apakah Penghasilannya Kena Pajak?,” Pajak.go.id, 2022.

oleh para pekerja seni lain. Namun, menurut Direktorat Jenderal Pajak, *Content Creator* ini juga dikategorikan menjadi dua bagian dan diatur dalam pasal yang berbeda yaitu dibawah naungan suatu agensi (pembayaran melalui pihak ketiga) diatur dalam pasal PPh 23 dan orang pribadi (*Independent*) diatur dalam pasal PPh 21.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memperkirakan potensi penerimaan pajak dari profesi *Content Creator* ini mencapai Rp.15,6 triliun. Penghasilan dari para *Content Creator* dapat diperoleh melalui beberapa sumber, seperti *Adsense* di Youtube, hadiah (*gift*) yang diperoleh dari penonton *Live Streaming*, *Endorsement* yang diperoleh dengan cara mempromosikan suatu produk, monetisasi komisi dari penautan produk di konten yang di posting, *Visit* ke sebuah acara atau seminar dan berbagai sumber penghasilan lainnya⁶. beberapa *Content Creator* ternama bisa mencapai miliaran rupiah dalam satu bulan misalnya, Rans Entertainment diperkirakan memperoleh penghasilan Rp.324 juta hingga Rp.5,2 miliar dalam sebulan, Atta Halilintar memperoleh penghasilan mencapai USD9.000 – 144.300 yang kalau dikonveksikan ke rupiah yaitu sekitar Rp.128 juta hingga Rp.2 miliar dalam sebulan, dan Deddy Corbuzier memperoleh penghasilan Rp.300 juta hingga Rp.6 miliar dalam sebulan⁷. Potensi pendapatan yang besar tersebut perlu diperhatikan oleh pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, agar para pembuat konten dapat ikut serta dalam pendapatan pajak negara.

⁶ Teta Dirgantara Jusikusuma and Suparna Wijaya, *PAJAK PENGHASILAN TIKTOKERS* (GUEPEDIA, n.d.).

⁷ akhmad fajar Eka, “Intip Penghasilan Content Creator Terkaya Di Indonesia, Capai Milyaran Rupiah,” iNews ID, 2022.

Adanya uraian yang telah dipaparkan diatas dapat membuat keharusan terhadap pemerintah untuk memanfaatkan peluang ini agar dapat meningkatkan pemasukan/penghasilan negara juga. Berdasarkan rekam jejaknya, penerimaan pajak dalam beberapa tahun terakhir selalu berada dibawah target perkiraan penerimaan pemerintah. Pajak pendapatan selama rentan tahun 2009 hingga 2020 belum pernah mencapai target yang telah ditetapkan. OECD (*Organization for Economic Co-operation and Development*) mengungkapkan bahwa *Tax Ratio* Indonesia (11,5%) merupakan yang terendah jika dibandingkan dengan negara-negara di kawasan Asia Pasifik. *Tax Ratio* Indonesia berada di bawah rata-rata negara anggota OECD dengan tax ratio 34,2%, kawasan *Latin America and the Carribean (LAC)* dengan rata-rata 22,8% dan Afrika dengan rata-rata 18,2%⁸.

Penghasilan dari seorang *Content Creator* satu dari sekian profesi di era digitalisasi ini juga kerap kali menjadi sorotan khususnya pada kewajiban perpajakannya. Sekarang ini, profesi *Content Creator & Influencer* merupakan pekerjaan yang profesional yang bahkan memiliki agensi khusus untuk mengurus jadwal dan konten para *Content Creator & Influencer* tersebut. Tak tanggung-tanggung seorang *Content Creator* bahkan bisa memiliki penghasilan hingga puluhan juta rupiah hanya dari satu *Endorsement*⁹. Untuk memenuhi kewajiban PPh, sangat diperlukan untuk mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, melaporkan penghasilan yang di peroleh, dan membayar jumlah pajak yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Masih banyak wajib pajak yang tidak sadar membayar

⁸ “Miris! Ternyata Tax Ratio Indonesia Terendah Di Asia Pasifik,” CNBC Indonesia, 2017.

⁹ Yorika Vanbora, “Youtuber & Selebgram Sebagai Wajib Pajak Di Era Modern,” Pajakku, 2023.

pajak, sehingga tidak membayar pajak atau membayar pajak tidak sesuai dengan porsi sebenarnya¹⁰. Di Indonesia sendiri sistem yang digunakan dalam pemungutan pajak ialah *self Assessment System*. Dimana, yang Secara garis besar wajib pajak yang seharusnya berperan aktif dalam menghitung, membayar, dan melaporkan besaran pajaknya ke Kantor Pelayanan Pajak (KPP) atau sistem administrasi online yang sudah dibuat oleh pemerintah. Karena sistem penghitungan dan pelaporan secara mandiri ini memberikan dampak yang kurang efektif bagi para *Content Creator* yang dimana hal ini dapat menimbulkan kurangnya kesadaran untuk membayar pajak, ketidakpatuhan, serta acuhnya seorang *Content Creator* untuk melaporkan penghasilannya. Hal ini didukung oleh pernyataan Sri Mulyani selaku Menteri Keuangan Republik Indonesia yang menyatakan bahwa tingkat ketaatan membayar pajak masih tergolong rendah khususnya transaksi dari hasil aktivitas di media sosial yaitu sistem *Endorsement*. dimana, kegiatan ini sedang populer tapi belum begitu banyak yang memberikan kontribusi dalam penerimaan Negara dari sektor pajak¹¹. Menteri keuangan (Menkeu) Sri Mulyani Indrawati juga mengimbau untuk para *Content Creator* untuk membayar pajak. Jadi, kalau sudah menjadi *the famous Content Creator*, lihat dan rapikan dari sisi kewajiban perpajakan anda, kami akan bantu dan kita akan siap mendukung secara baik, ujanya dalam acara Kreator Indonesia Berkarya 2023, di Jakarta¹².

¹⁰ Nurulita Rahayu, “Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak,” *Akuntansi Dewantara* 1, no. 1 (2017): 15–30.

¹¹ Dintan Falya and Rianda Dirkareshza, “Ugensi Peraturan Pajak Dalam Aktivitas Endorsement Yang Dilakukan Oleh Influencer Instagram,” *Jurnal Usm Law Review* 4, no. 2 (2021): 756–76.

¹² Hariani, “Sri Mulyani Imbau Kreator Konten Tidak Musuhi Pajak.”

Wajib Pajak yang memperoleh penghasilan dari platform digital, seperti *Content Creator* lebih sulit dijangkau oleh Pemerintah, terutama *Content Creator* kecil (*nano*) yang telah memperoleh penghasilan di luar Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Berdasarkan data *Survey Pacific Insights* menjelaskan bahwa nano influencer merupakan yang paling banyak diikuti oleh pengguna media sosial (58%), dan 54,4% responden setuju bahwa nano influencer memiliki dampak paling besar terhadap keputusan pembelian di media sosial¹³, Kondisi yang semakin sulit dideteksi oleh pajak, serta penggunaan *Username* pada akun media sosial yang juga tidak harus menggunakan nama asli, sehingga menimbulkan celah yang semakin besar yang dapat dimanfaatkan untuk menghindari pembayaran pajak.

Tabel 1.1 : Data Informan Content Creator domisili Kota Parepare

No	Inisial	Kualifikasi	Followers	penghasilan
1.	AI (Punya NPWP)	<i>Content Creator/Affiliator</i>	31,5k	11-15jt Perbulan
2.	SS (Punya NPWP)	Admin Agency	14,7k	4-5jt Perbulan
3.	SU (Punya NPWP)	<i>Beauty Content Creator</i>	13k	1-6jt Perbulan
4.	JM (Punya NPWP)	<i>Beauty Content Creator</i>	10,6k	1-8jt Perbulan
5.	SF (Belum Punya NPWP)	<i>Content Creator</i>	155k	1-5jt Perbulan
6.	NI (Belum Punya NPWP)	<i>Lifestyle Content Creator</i>	6k	2-5jt Perbulan

Sumber : wawancara via Online yang dilakukan pada tanggal 19 April 2024.

Menurut beberapa *Content Creator* yang berdomisili di Kota Parepare diatas, memiliki pendapat yang sama terkait banyaknya *Content Creator* yang masih tidak

¹³ muhammad fazer Mileneo, "Survei Asia Pacific Insights : Influencer Marketing Kian Diminati Dan Efektif Di Indonesia," *goodnewsfromindonesia.id*, 2023.

patuh terhadap perpajakannya karena masih kurangnya pengetahuan tentang perpajakan. Seperti yang dijelaskan oleh AI dalam wawancara via Online yang dilakukan pada tanggal 19 April 2024, “masih banyak sekali *Content Creator* yang masih belum patuh terhadap perpajakannya termasuk saya sendiri dan khususnya *Content Creator* Pemula yang penghasilannya sudah diatas PTKP”. AI juga mengatakan bahwa “Rata-rata *Content Creator* tidak bayar pajak karena tidak menyetorkan NPWP saat pendaftaran, dan juga tidak tau bagaimana cara bayarnya. Yang jadi permasalahan dari saya karena keterbatasan pengetahuan perpajakan, jadi meskipun saya sadar untuk bayar pajak tetapi kurang tau tata caranya lapornya”. Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa diluaran sana masih banyak sekali *Content Creator* yang sudah memiliki penghasilan diatas PTKP dan sadar akan pajak tetapi terkendala dengan keterbatasan pengetahuan terkait perpajakannya.

Dalam hal ini, Pemerintah sangat berperan penting dalam implementasi kebijakan perpajakan atas seorang *Content Creator*. Peran pemerintah selain sebagai pengawas juga dibutuhkan untuk mengajarkan, menjelaskan atau sosialisasi setiap peraturan perundang undangan kepada masyarakat. Hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memahami setiap peraturan yang berlaku. Dengan demikian akan timbul kepatuhan dari diri sendiri untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Selain itu diperlukan adanya kepastian hukum agar masyarakat tidak bingung terhadap peraturan tersebut. Kepastian hukum meliputi pembaharuan seiring berjalannya waktu untuk menyesuaikan dengan perkembangan yang ada. Jika terdapat ketidaksesuaian dalam penerimaan pajak, pemerintah mempunyai wewenang dalam hal menetapkan kembali kebijakan perpajakan tersebut.

Berdasarkan permasalahan tersebut penghasilan *Content Creator* satu dari sekian profesi di era digitalisasi ini juga kerap kali menjadi sorotan khususnya pada kewajiban perpajakannya. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana penerapan pemungutan pajak atas penghasilan yang diterima *Content Creator* beserta strategi yang digunakan Direktorat Jenderal Pajak untuk meningkatkan kepatuhan *Content Creator* sebagai wajib pajak. Maka dari itu peneliti tertarik untuk membahas dan mengangkat judul “ANALISIS STRATEGI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK *CONTENT CREATOR* DI KOTA PAREPARE.”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator*?
2. Apa saja kendala yang dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak terkait kepatuhan perpajakan *Content Creator*?
3. Bagaimana pandangan Islam mengenai pemungutan Pajak Peenghasilan terhadap *Content Creator*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator*?
2. Untuk mengetahui Apa saja kendala yang dihadapi Direktorat Jenderal Pajak terkait kepatuhan perpajakan *Content Creator*?
3. Untuk mengetahui Bagaimana pandangan Islam mengenai pemungutan Pajak Penghasilan terhadap *Content Creator*?

D. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dalam tujuan penelitian yang telah penulis rumuskan di atas, maka yang menjadi kegunaan dari penelitian ini:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk menambah wawasan dan sebagai bahan rujukan penelitian berikutnya dengan pokok permasalahan serupa, serta memberikan wawasan kepada seseorang yang berprofesi sebagai *Content Creator* atau siapapun yang mengalami permasalahan seperti yang dipaparkan diatas serta dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk pemerintah ataupun *Content Creator* itu sendiri.
2. Secara praktisi, penelitian ini dimaksud sebagai syarat tugas akhir untuk mendapatkan gelar S.Tr.Ak (Sarjana Terapan Akuntansi) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dan sebagai bahan Pustaka untuk keperluan Kampus atau mahasiswa agar menjadi refensi untuk penelitian selanjutnya dengan judul yang terkait.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Pada penelitian ini penulis mencoba melakukan beberapa komparasi terhadap penelitian terdahulu terkait penghasilan *Content Creator*. Peneliti mencari prinsip dan landasan teori terkait dengan perumusan masalah serta mengkaji faktor yang mempengaruhi kebijakan pajak penghasilan *Content Creator* dan dapat mendukung penelitian mengenai Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* di Kota Parepare.

Adapun beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Judul penelitian sebelumnya menjadi dasar perbandingan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Nurmantu & Vikaliana dengan Jurnal “*Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2018*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan pengawasan pajak penghasilan atas penghasilan adsense yang diterima youtuber. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Kebijakan perpajakan atas penghasilan *youtubers* tergolong masih buram. Hal ini disebabkan masih belum adanya kepastian hukum yang mengatur spesifik atas penghasilan tersebut¹⁴.
Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari,

¹⁴ Ainul Dian Lestari, Safri Nurmantu, and Resista Vikaliana, “Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2018,” *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 6, no. 2 (2019): 144–62.

Nurmantu & Vikaliana diatas yakni pembahasan mengenai analisis dari pelaksanaan pengawasan terhadap pengenaan pajak penghasilan *content creator*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni dalam penelitian ini fokus membahas tentang pengawasan pajak penghasilan atas penghasilan dari kegiatan *content creator*, sedangkan penelitian diatas fokus membahas tentang pajak penghasilan atas penghasilan adsense yang diterima youtuber.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Falya & Dirkareshza dengan *Jurnal "Urgensi Peraturan Pajak Dalam Aktivitas Endorsement yang Dilakukan Oleh Influencer Instagram"*. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji urgensi terkait peraturan perpajakan dalam aktivitas *endorsement* yang dilakukan oleh *influencer* pada *platform 'instagram'*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa para pelaku dari kegiatan *endorsement* belum memiliki kesadaran penuh atas kewajibannya dalam melaporkan hasil kegiatan *endorsement* mereka. Sehingga, peraturan perpajakan atas aktivitass *endorsement* oleh *influencer 'instagram'* memiliki urgensi yang tinggi mengingat potensi besarnya pendapatan yang akan diperoleh oleh negara dari aktivitas ini¹⁵. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Falya & Dirkareshza Vikaliana diatas yakni pembahasan peraturan atau strategi pemerintah terkait kepatuhan wajib pajak atas kegiatan yang dilakukan oleh *content creator*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian ini membahas tentang pengenaan pajak penghasilan atas kegiatan kerjasama *content creator*, mulai dari sistem kerjasama *endorsement, affiliate, visit, UGC Creator & Live*

¹⁵ Falya and Dirkareshza, "Ugensi Peraturan Pajak Dalam Aktivitas Endorsement Yang Dilakukan Oleh Influencer Instagram."

Streaming. Sedangkan penelitian diatas hanya membahas pengenaan pajak penghasilan atas kegiatan *endorsement* oleh *influencer* saja.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, Elvira M & Dewanti dengan Jurnal “*Analisis kebijakan dan Implementasi Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online Di Negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia*”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kebijakan perpajakan bagi wajib pajak orang pribadi pembuat konten online di negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina dan Indonesia, menganalisis potensi penerimaan pajak dan mengevaluasi pelaksanaan kewajiban perpajakannya. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa setiap negara yang diteliti mengenakan pajak terhadap *resident*, maupun *non resident*. Setiap orang pribadi pembuat konten online diminta mendaftarkan diri agar memperoleh TIN, seperti halnya NPWP di Indonesia. Perbedaan negara yang diteliti dengan Indonesia adalah pembuat konten online harus mendaftarkan usahanya, sehingga otoritas pajak memiliki database pembuat konten online¹⁶. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, Elvira & Dewanti yakni pembahasan mengenai analisis kebijakan atau strategi pemerintah terhadap kewajiban perpajakan dan menganalisis potensi penerimaan pajak atas penghasilan yang diterima oleh para *Content Creator*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yakni penelitian ini hanya berfokus pada *content creator* di Indonesia, sedangkan penelitian diatas pada *Content Creator* Di Negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, dan Indonesia.

¹⁶ Puji Astuti Rahayu and Monica Paramita Putri Dewanti, “Analisis Kebijakan Dan Implementasi Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online Di Negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, Dan Indonesia,” *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)* 8, no. 01 (2021): 53–65.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Vikansari & Parsa dengan jurnal “*pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer di Platform Media Sosial Youtube*”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses pengawasan pengenaan pajak penghasilan (PPH) terhadap youtubers serta kendala yang dihadapi *youtubers* dalam membayar pajak. Adapun hasil dari penelitian ini yaitu proses pengawasan dengan *social network analytics system* belum terlaksana, petugas pajak masih memantau secara manual setiap aktivitas *youtubers* sehingga bukan tidak mungkin akan ada *youtubers* yang belum teridentifikasi karena keterbatasan manusia. Undang-undang perpajakan yang ada saat ini belum mampu mengakomodir secara maksimal pengenaan pajak bagi *youtubers*. Perhitungan besarnya pajak terutang berdasarkan peraturan dirjen pajak Nomor PER-17/PJ/2015 terdapat kekaburannorma sehingga belum terciptanya kepastian hukum terkait kejelasan penggolongan kategori terhadap *youtubers* serta sulit untuk melakukan penghitungan besarnya pajak *youtubers* mengingat besaran penghasilannya terlalu abstrak dan tidak terstruktur dimana sewaktu-waktu dapat berubah sesuai dengan *cost per mile (CPM)*¹⁷. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Vikansari & Parsa yakni membahas tentang kendala yang dihadapi *content creator* & pemerintah terhadap kepatuhan perpajakan *content creator*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian diatas yakni penelitian ini fokus membahas tentang apa saja strategi pemerintah dalam upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content*

¹⁷ Ni Putu Suci Vikansari and I Wayan Parsa, “Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube,” *Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube* 15 (2019): 1–2.

creator. Sedangkan penelitian diatas membahas mengenai kendala yang dihadapi *youtubers* dalam membayar pajak.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Afian Dezi Sanda Sipi dengan jurnal “*Analisis Kebijakan Pajak Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Di Indonesia Pada Era Pandemi*”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pajak perdangan melalui system elektronik yang telah diterapkan di Indonesia pada masa Pandemi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa potensi kebijakan pajak digital/PMSE di Indonesia bisa dpat dilakukan dengan maksimal dengan tetap memperhatikan dan memilimalisir ancaman dan kelemahan yang terjadi sehingga pajak digital di Indonesia dapat berhasil dengan adil dan pendapatan Negara dapat meningkat di Era Pandemi. Diterbitkannya Peraturan Menteri Keuangan Nomor 48/PMK.03/2020 merupakan solusi optimalisasi penerimaan pajak dapat meningkat¹⁸. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sipi, Alfian Dezi Sanda yakni membahas tentang pengenaan pajak terhadap pendapatan *content creator* atas kegiatan penjualan melalui sistem elektronik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian diatas fokus terhadap kebijakan perpajakan di Era Pandemi. Sedangkan, penelitian ini befokus terhadap strategi perrpajakan setelah Pandemi.
6. Penelitian yang dilakukan oleh Aqidahtul Nur Izza dengan skripsi ”*Studi kritis Potensi Penerimaan Pajak Penghasilan Influencer Atas Bisnis Endorsement Di Indonesia*” Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui potensi penerimaan

¹⁸ Afian Dezi Sanda Sipi, “ANALISIS KEBIJAKAN PAJAK PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DI INDONESIA PADA ERA PANDEMI,” *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside* 2, no. 2 (2022): 208–26.

pajak penghasilan *influencer* atas bisnis *endorsement* di Indonesia dan untuk mengetahui hilangnya potensi penerimaan pajak akibat ketidaksesuaian pajak yang dibayarkan dengan ketentuan perpajakan. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa regulasi mengenai perpajakan endorsement masih belum disosialisasikan dengan baik. Karenanya, dibutuhkan pembenahan mengenai kebakuan perhitungan perpajakan agar pelaku bisnis online maupun influencer akan tepat dalam menghitung pajak, sehingga memperoleh penerimaan pajak secara optimal¹⁹. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Aqidahtul Nur Izza yakni membahas tentang yaitu membahas tentang potensi penerimaan pajak penghasilan atas bisnis *Content Creator* di Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian di atas fokus membahas potensi penerimaan pajak Penghasilan Influencer atas kegiatan yang dilakukan. Sedangkan, penelitian ini berfokus pada apa saja strategi pemerintah dalam meningkatkan kepatuhan pajak *Content Creator* sehingga penerimaan pajak bisa terlaksana secara Optimal.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Pada Teori ini dijelaskan mengenai suatu perilaku/kondisi dimana seseorang taat seseorang terhadap peraturan atas kewajiban²⁰. Kepatuhan berarti bertanggung jawab kepada Tuhan, pemerintah, dan rakyat untuk

¹⁹ Aqidahtul Nur Izza, "Studi Kritis Potensi Penerimaan Pajak Penghasilan Influencer Atas Bisnis Endorsement Di Indonesia," *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*, 2021.

²⁰ Lilis Endang Wijayanti et al., "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern," *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing* 9, no. 3 (2022): 15–28, <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.485>.

memenuhi semua kewajiban dan hak pajak. Kepatuhan wajib pajak didasarkan pada keinginan pribadi wajib pajak untuk memenuhi kewajiban perpajakannya²¹. Motivasi wajib pajak berasal dari pemerintah, dalam hal ini yaitu Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Kepatuhan terhadap hukum dilihat dari dua sudut pandang normatif dan instrumental. Kepentingan pribadi dan persepsi terhadap perubahan yang berkaitan dengan perilaku mempengaruhi seseorang secara menyeluruh, menurut perspektif instrumental. Anggapan seseorang tentang menjadi moral dan menentang kepentingan pribadi dikenal sebagai perspektif normatif. Seseorang yang memiliki kecenderungan untuk mematuhi hukum dianggap sesuai dengan standar internal yang sudah ada. Komitmen normatif melalui moralitas personal (*Normative Commitment Through Morality*) memiliki arti patuh terhadap hukum karena hukum dianggap sebagai kewajiban, sedangkan komitmen normatif melalui legitimasi (*Normative Commitment Through Legitimacy*) memiliki arti patuh terhadap peraturan karena otoritas penyusun hukum memiliki otoritas untuk mengatur perilaku.²² Kajian teori kepatuhan (*Compliance Theory*) dapat digunakan untuk memperkirakan pengaruh dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu, strategi DJP, peningkatan kepatuhan wajib pajak, dan kepatuhan wajib pajak *Content Creator*. Dua faktor memengaruhi perilaku kepatuhan wajib pajak terhadap

²¹ Afrizal Tahar and Arnain Kartika Rachman, "Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak," *Journal of Accounting and Investment* 15, no. 1 (2014): 56–67.

²² Allih SetiyoAdhi, "Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Pelayanan Fiskus, Dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM Di Kabupaten Pati Tahun 2021" (IAIN KUDUS, 2023).

Undang-Undang Pajak yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari wajib pajak itu sendiri, seperti pengetahuan dan kesadaran mereka tentang pajak. Faktor eksternal berasal dari luar wajib pajak, seperti seluruh tindakan DJP yang mendorong wajib pajak untuk mengubah sikap, yang dalam kasus ini terkhusus seorang *Content Creator*.²³

2. Teori Manajemen Perpajakan (*Tax Manajemen Theory*)

Manajemen pajak (*Tax Management*), adalah suatu strategi manajemen untuk merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan aspek-aspek pajak dari sisi yang dapat menguntungkan Wajib Pajak dan memenuhi kewajiban pajak secara optimal. Dalam arti lain, manajemen pajak adalah sarana untuk memenuhi kewajiban pajak dengan benar sambil mengurangi jumlah pajak yang dibayar dengan tujuan untuk memperoleh layanan yang lebih baik (*Net Profit After Tax*) yang maksimal. Artinya metode ini merupakan proses untuk meminimalkan beban pajak namun tetap berada pada jalurnya, yakni sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

Manajemen pajak memiliki tujuan antara lain :

- a. Untuk mengurangi beban pajak sehingga memaksimalkan laba neto setelah pajak (*Net Profit After Tax*)
- b. Untuk memenuhi kewajiban perpajakan dengan benar

Manajemen pajak memiliki beberapa fungsi penting dalam urusan perpajakan perusahaan/ badan yaitu :

²³ WIjayanti et al., “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern.”

- a. Berfungsi untuk melakukan perencanaan pajak
- b. Berfungsi dalam pengorganisasian pajak
- c. Berfungsi dalam pelaksanaan pajak
- d. Berfungsi untuk pengawasan pajak.²⁴

3. Teori Strategi (*Strategy Theory*)

Kata “*Strategy*” Berasal dari kata kerja Bahasa Yunani, yakni “*Stratego*”, yang artinya “merencanakan permusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif”. Crown Dirgantoro juga sepakat bahwa kata strategi berasal dari Bahasa Yunani yang berarti “Kepemimpinan dalam ketentaraan”. Pengertian ini berlaku selama perang berlangsung lalu berkembang menjadi manajemen ketentaraan. Setelah itu, definisi strategi tersebut diadopsi ke dalam dunia bisnis. Strategi dalam hal ini merupakan upaya menetapkan arah kepada manajemen dalam arti orang tentang sumber daya di dalam bisnis dan tentang bagaimana mengidentifikasi kondisi yang memberikan keuntungan terbaik untuk membantu memenangkan persaingan di dalam pasar.

Pada intinya, strategi merupakan saran untuk mencapai tujuan akhir atau sasaran. Namun, strategi ini bukan sekedar suatu rencana. Strategi merupakan rencana yang disatukan dan mengikat semua bagian perusahaan menjadi satu. Strategi juga bersifat menyeluruh yang meliputi seluruh aspek penting di dalam perusahaan, terpadu satu sama lain dan bersesuaian.²⁵

²⁴ Lawe Anasta et al., *Manajemen Perpajakan, Teori, Strategi, Dan Implementasi* (Jakarta: salemba empat, 2023).

²⁵ La Rajab and Muhajir Abd rahman, *Strategi Pengembangan Madrasah Menaajdi Lembaga Pendidikan Modern*, ed. Ahmad Khanafi (yogyakarta: CV Budi Utama, 2023).

Setiap bisnis harus merancang sebuah strategi untuk mencapai tujuannya, yang terdiri dari strategi pemasaran, strategi teknologi dan strategi pengadaan yang kompatibel.²⁶

Adapun jenis-jenis strategi yang biasanya dipertimbangkan oleh sebuah perusahaan sebagai berikut :

a. Strategi perusahaan (*Corporate Strategy*)

Bertujuan untuk menetapkan keseluruhan sikap perusahaan terhadap pertumbuhan dan cara perusahaan mengelola bisnis atau lini produknya.

b. Strategi Bisnis (Strategi Pesaing)

Dalam hal ini, perusahaan telah berkomitmen memperluas tawaran produknya dan melayani pelanggan melalui teknologi baru.

c. Strategi Fungsional

Setiap unit bisnis memiliki otonomi besar dalam memutuskan cara menggunakan situs Web tunggal tempat perusahaan menempatkan keseluruhan rentang layanannya.²⁷

Formulasi Strategi atau biasanya disebut dengan perencanaan Strategis merupakan proses penyusunan perencanaan angka panjang. Karena itu, prosesnya lebih banyak menggunakan proses analitis. Jadi, didalam perencanaan strategis ini analisis-analisis baik pada tingkat korporat maupun

²⁶ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, ed. Adi Maulana and Wibi Hardani (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008).

²⁷ Griffin Ricky W and Ebert Ronald J, *Bisnis*, ed. Wibi Hardani, Devri Barnadi, and Roy Priyatna Sitepu (Penerbit Erlangga, 2007).

pada tingkat bisnis sangat dibutuhkan. Tujuannya adalah untuk menyusun strategi sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan.²⁸

Adapun bentuk-bentuk Strategi menurut Gregory G. Dess dan Alex Miller disampaikan bahwa terdapat beberapa hal berikut :

a. Sasaran (*Goals*)

Sasaran dalam Strategi merupakan apa yang ingin dicapai oleh suatu organisasi/perusahaan. Beberapa hal yang ingin dicapai diantaranya sebagai berikut :

- 1) Visi, merupakan apa yang dilakukan organisasi
- 2) Misi, merupakan banyaknya batasan sasaran yang akan dicapai
- 3) Tujuan, berkaitan dengan hal yang lebih spesifik ingin dicapai pada suatu lembaga atau organisasi.

b. Kebijakan (*Policies*)

Kebijakan merupakan garis pedoman untuk bertindak, bagaimana sebuah organisasi mencapai sasaran-sasaran tersebut.

c. Rencana (*Plan*)

Rencana merupakan suatu pernyataan dari tindakan seorang manajer organisasi terhadap apa yang diharapkan akan terjadi.²⁹

Penerapan strategi Gregory G. Dess dan Alex Miller untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak konten kreator di Kota Parepare memerlukan pendekatan komprehensif dan terarah. Langkah awal adalah melakukan analisis mendalam tentang ekosistem konten kreator lokal,

²⁸ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006).

²⁹ Umi Arifah, *Manajemen Strategi* (Jepara: UNISNU Press, 2022).

termasuk jenis konten, platform yang digunakan, dan tantangan spesifik terkait kepatuhan pajak. Berdasarkan analisis ini, strategi yang diformulasikan harus mencakup tujuan konkret untuk meningkatkan tingkat kepatuhan dalam jangka waktu tertentu. Implementasi strategi melibatkan berbagai inisiatif seperti workshop edukasi, panduan pajak yang mudah dipahami, layanan konsultasi, dan kolaborasi dengan influencer lokal. Evaluasi berkala dan penyesuaian strategi berdasarkan umpan balik menjadi kunci keberhasilan. Inovasi berkelanjutan, seperti pengembangan aplikasi pelaporan pajak yang *user-friendly*, serta pembentukan kemitraan strategis dengan platform digital dan asosiasi konten kreator lokal, dapat memperkuat efektivitas program. Pendekatan yang berpusat pada kebutuhan konten kreator, termasuk penyederhanaan proses dan dukungan yang responsif, akan membantu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi kepatuhan pajak. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini, Kota Parepare dapat membangun sistem yang tidak hanya meningkatkan kepatuhan pajak, tetapi juga mendukung pertumbuhan industri kreatif digital secara berkelanjutan.

4. Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Direktorat Jenderal Pajak atau Ditjen Pajak (disingkat DJP) adalah unit eselon satu di bawah Kementerian Keuangan Indonesia yang mempunyai tugas mengadministrasikan perpajakan di Indonesia. DJP merupakan insitusi penting di Negara ini di mana ssaat ini dipercaya mengumpulkan sekitar 80% dari dana APBN. Tugas DJP sesuai amanat peraturan menteri keuangan Nomor 184/PMK.01/2010 tentang organisasi dan tata kerja kementerian keuangan adalah merumuskan dan melaksanakan kebijakan dna standarisasi

teknis di bidang perpajakan. Dalam pengemban tugas tersebut, DJP menyelenggarakan fungsi :

- a. Perumusan kebijakan di bidang perpajakan
- b. Pelaksanaan kebijakan di bidang perpajakan
- c. Penyusunan norma, standar, prosedur dan kriteria di bidang perpajakan.
- d. Pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang perpajakan, dan
- e. Pelaksanaan administrasi DJP.³⁰

5. Pajak

a. Pengertian Pajak

Pajak adalah iuran/kontribusi wajib dari rakyat kepada kas negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang yang bersifat memaksa serta dikembalikan kepada rakyat secara tidak langsung³¹. Dalam islam, Pajak diterjemahkan sebagai Dhariibah (الضريبة), secara Bahasa dharibah berasal dari kata dasar يضرب، يضرب ضربا (dharaba, yadhribu, dharban) yang artinya: mewajibkan, menetapkan, menentukan, memukul, menerangkan atau membebaskan, dan lain-lain³².

b. Fungsi pajak

Sebagai sumber pendapatan negara, pajak itu sendiri berfungsi sebagai:

- 1) Fungsi *Budgetair*, Pungutan pajak memberikan sumbangan terbesar pada kas Negara, yaitu kurang lebih 60%-70% pungutan pajak

³⁰ “Direktorat Jenderal Pajak Indonesia,” wikipedia, 2023.

³¹ Juli Ratnawati and hernawati retno Indah, *Dasar-Dasar Perpajakan* (yogyakarta: deepublish publisher, 2015).

³² Intan Nur Septiani, “14220104,” *Kepatuhan Selebgram Dalam Membayar Pajak Penghasilan (Pph) 21 Perspektif Hukum Islam Dan Regulasi Dalam Perpajakan.*, 2018, 34.

memenuhi postur APBN. Maka dari itu, pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran umum rutin maupun pengeluaran pembangunan. Contoh : penerimaan pajak sebagai salah satu sumber penerimaan APBN.

- 2) Fungsi mengatur (*Regulerend*), Pungutan pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur masyarakat atau untuk melaksanakan kebijakan pemerintah di bidang sosial dan ekonomi. Contoh :
 - a) Pemberian insentif pajak (*tax holiday*) untuk mendorong peningkatan investasi dalam negeri.
 - b) Pungutan pajak yang tinggi dikenakan terhadap minuman keras untuk mengurangi konsumsi minuman keras dalam negeri.
 - c) Terdapat pengenaan tarif pajak nol persen terhadap ekspor untuk mendorong peningkatan ekspor produk dalam Negeri³³.

c. Sistem Pemungutan Pajak

Pada dasarnya ada 4 (empat) sistem pemungutan pajak yang dapat digunakan:

- 1) *Official Assessment System*, Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pemungut pajak (fiskus) untuk menentukan besarnya pajak yang harus dibayar (pajak terulang) oleh seseorang. Dengan sistem ini masyarakat (wajib pajak) bersifat pasif dan menunggu dikeluarkannya suatu ketetapan pajak oleh fiskus. Besarnya utang pajak seseorang baru diketahui setelah adanya surat ketetapan pajak (SKP).

- 2) *Semi Selfassessment System*, Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada fiskus dan wajib pajak untuk menentukan besarnya pajak seseorang yang terhutang. Dalam sistem ini setiap awal tahun pajak Wajib Pajak menentukan sendiri besarnya pajak yang terutang untuk tahun berjalan yang merupakan angsuran bagi wajib pajak yang harus disetor sendiri. Baru kemudian pada akhir tahun pajak fiskus menentukan besarnya utang pajak yang sesungguhnya berdasarkan data yang dilaporkan oleh Wajib Pajak.
- 3) *Self Assessment System*, Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberikan wewenang penuh kepada Wajib Pajak untuk menghitung, memoerhitungkan, menyetor, dan melaporkan sendiri besarnya utang pajak. Dalam sistem ini wajib pajak yang aktif sedangkan fiskus tidak turut campur dalam penentuan besarnya pajak yang terutang seseorang, kecuali Wajib Pajak melanggar ketentuan yang berlaku.
- 4) *With Holding System*, Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang pada pihak ketiga untuk memotong/memungut besarnya pajak yang terutang. Pihak ketiga yang telah ditentukan tersebut selanjutnya menyetor dan melaporkannya kepada fiskus. Pada sistem ini fiskus dan Wajib Pajak tidak aktif. Fiskus hanya bertugas mengawasi saja pelaksanaan pemotongan/pemungutan yang dilakukan oleh keggita. Untuk pajak penghasilan sistem pemungutan yang digunakan adalah Selfassessement system³⁴.

³⁴ Hamid and ST Harlina, *Sistem Pemungutan Pajak Di Indonesia* (Purwodadi-Grobogan, Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung, 2015).

Berdasarkan sejarah, kita mempunyai beberapa system pemungutan pajak yang pernah dilaksanakan di Indonesia, yakni :

- a) Sistem *Official Assessment*, dilaksanakan sampai pada tahun 1967.
- b) Sistem *semi self assessment*, dan *withholding* dilaksanakan pada periode 1968-1983.
- c) Sistem *full self assessment*, dilaksanakan secara efektif pada tahun 1984 atas dasar perombakan perundang-undang perpajakan pada tahun 1983.³⁵

6. Pajak Penghasilan (PPh)

a. Pengertian Pajak Penghasilan (PPh)

Pajak Penghasilan atau PPh adalah Pajak yang dibebankan atas suatu penghasilan yang diperoleh wajib pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Negeri³⁶. PPh Pasal 21 merupakan Pajak atas Penghasilan, berupa Gaji, Upah, Honorarium, Tunjangan, dan pembayaran lain dengan naa dan dalam bentuk apapun yang berhubungan dengan pekerjaan, Jabatan, Jasa, maupun kegiatan yang dilakukan oleh orang pribadi dalam negeri. Sedangkan PPh 23 adalah pajak yang dikenakan untuk penghasilan atas modal, penyerahan jasa, atau hadiah dan penghargaan, selain yang telah dipotong pada PPh Pasal 21. Umumnya penghasilan ini terjadi ketika terdapat transaksi antara pihak yang menerima penghasilan (penjual atau pemberi jasa) dan pemberi penghasilan. Di mana, pihak pemberi penghasilan akan memotong dan

³⁵ Rimsky K. Judisseno, *Perpajakan (Edisi Revisi)*, ed. Dwi helyy Purnomo (PT Gramedia Pustaka Utama, 2004).

³⁶ Jemmy J Pietersz, Benjamin carel Picauly, and Dkk, *Perpajakan Teori Dan Praktik* (Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2021).

melaporkan PPh pasal 23. Dalam Undang-Undang PPh berdasarkan status subjek pajak penerima penghasilan, maka transaksi jasa yang dibayarkan kepada WP Pribadi dalam negeri termasuk kelompok objek PPh Pasal 21. Sedangkan, jika transaksi jasa dibayarkan kepada WP Badan dalam Negeri, maka termasuk objek PPh Pasal 23.

b. Subjek Pajak Penghasilan (PPh)

Secara umum, pengertian Subjek pajak adalah siapa yang dikenakan Pajak. Menurut Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, subjek pajak penghasilan adalah sebagai berikut:

- 1) Orang Pribadi, Kedudukan Orang Pribadi sebagai sumbu pajak dapat bertempat tinggal atau berada di Indonesia ataupun di Luar Indonesia. Orang Pribadi disini tidak melihat batasan umur dan juga jenjang sosial ekonomi, dengankata lain berlaku sama untuk semua (nondiskriminasi).
- 2) Warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak Merupakan subjek pajak pengganti, menggantikan mereka yang berhak, yaitu ahli waris.
- 3) Badan, yang terdiri dari PT, CV, Perseroan lainnya, BUMN/BUMD, dengan nama dan bentuk apapun, firma, kongsi, koperasi, dana pensiun dan bentuk badan lainnya.
- 4) Bentuk Usaha Tetap, Yaitu bentuk usaha yang dipergunakan oleh orang pribadi yang tidak bertempat tinggal di Indonesia atau berada di Indonesia tidak lebih dari 183 Hari dalam jangka waktu 12 Bulan, atau badan yang tidak didirikan atau tidak bertempat kedudukan di

Indonesia untuk menjalankan usaha atau melakukan kegiatan di Indonesia.³⁷

c. Objek Pajak Penghasilan (PPh)

Objek Pajak yaitu Penghasilan dari setiap tambahan kemampuan ekonomi yang diterima atau diperoleh WP, baik yang berasal dari Indonesia maupun Luar Negeri yang dapat dipakai untuk konsumsi atau penambahan kekayaan WP yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apa pun termasuk :

- 1) Penghasilan yang diterima atau diperoleh secara teratur berupa Gaji, Uang pensiun, upah, honorarium (termasuk anggota dewan Komisaris atau anggota dewan pengawas), dan penghasilan teratur lainnya dengan nama apapun.
- 2) Penghasilan pegawai tetap yang bersifat tidak teratur, yaitu penghasilan bagi pegawai tetap selain penghasilan yang bersifat teratur, yang diterima sekali dalam satu tahun atau periode lainnya, antara lain berupa bonus, tunjangan hari Raya, Imbalan sejenis lainnya.
- 3) Penghasilan pegawai tidak tetap atau tenaga kerja lepas, berupa upah harian, upah mingguan, upah borongan, upah satuan atau upah yang dibayarkan secara bulanan.
- 4) Penerimaan dalam bentuk natura dan kenikmatan dengan nama apapun yang diberikan oleh bukan WP atau WP yang dikenakan Pajak Penghasilan bersifat Final.

³⁷ Alexander Thian, *Dasar-Dasar Perpajakan*, ed. Arie Prabawati (yogyakarta: Penerbit ANDI, 2021).

- 5) Imbalan kepada peserta kegiatan, antara lain berupa honorium, uang saku, hadiah atau penghargaan dengan nama dan dalam bentuk apapun, komisi, bea siswa, atau kegiatan yang dilakukan oleh WP38.

d. Kewajiban dan Hak Wajib Pajak

1) Kewajiban Wajib Pajak

Kewajiban Wajib Pajak yang harus dilaksanakan antara lain sebagai berikut:

- a) Menentukan apa dan berapa objek pajak yang dimiliki sebagai dasar berkewajiban pajak.
- b) Mendaftarkan diri (yang memenuhi persyaratan subjektif) untuk memperoleh NPWP dan dikukuhkan sebagai PKP.
- c) Menghitung dan memperhitungkan jumlah pajak yang terutang yang harus dibayar.
- d) Membayar sendiri pajak terutang tanpa menunggu surat ketetapan pajak
- e) Melaporkan sendiri pemenuhan kewajiban perpajakannya dengan mengisi/menyampaikan SPT dengan benar, lengkap, dan jelas.
- f) Membuat, menyimpan, dan memperlihatkan buku atau catatan/dokumen data pendukung laporan SPT.

2) Hak Wajib Pajak

Wajib Pajak mempunyai beberapa Hak yang dapat digunakan sebagaimana mestinya menurut UU KUP yaitu :

- a) Melaporkan beberapa masa pajak dalam satu SPT masa.

³⁸ Nur Izza, “Studi Kritis Potensi Penerimaan Pajak Penghasilan Influencer Atas Bisnis Endorsement Di Indonesia.”

- b) Mengajukan surat keberatan dan surat banding bagi Wajib Pajak dengan kriteria tertentu.
- c) Memperpanjang jangka waktu penyampaian SPT Tahunan Pajak Penghasilan untuk paling lama 2 (dua) bulan dengan menyampaikan pernyataan tertulis atau cara lain kepada Direktorat Jenderal Pajak.
- d) Membetulkan Surat Pemberitahuan yang telah disampaikan dengan menyampaikan pernyataan tertulis, dengan Syarat Direktur Jenderal Pajak belum melakukan tindakan pemeriksaan.
- e) Mengajukan permohonan pengembalian kelebihan pembayaran.
- f) Mengajukan keberatan kepada DJP atas suatu: surat ketetapan Pajak kurang bayar, surat ketetapan Pajak kurang Bayar tambahan, surat ketetapan Pajak Nihil, surat ketetapan Pajak Lebih Bayar atau pemotongan atau pemungutan pajak oleh pihak ketiga berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- g) Mengajukan permohonan banding kepada badan peradilan pajak atas Surat keputusan Keberatan.
- h) Menunjuk seorang kuasa dengan surat kuasa khusus untuk menjalankan hak dan memenuhi kewajiban sesuai dengan ketetapan peraturan perundang-undangan perpajakan.
- i) Memperoleh penghapusan atau pengurangan sanksi administrasi berupa bunga atau keterlambatan pelunasan kekurangan pembayaran pajak³⁹.

³⁹ Abdul Basir, *Penegakkan Hukum Pidana Perpajakan Di Indonesia*, ed. Eka Tresna Setiawan (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022).

e. Cara penghitungan PPh

Tabel 2.1 Cara penghitungan PPh (Objek PPh Pasal 4 Ayat 1)

peraturan	Penjelasan	Cara penghitungan
Pasal 14 Undang-Undang PPh - Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER17/PJ/2015	Penggunaan Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN). Wajib pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas yang peredaran brutonya dalam 1 (satu) tahun kurang atau tidak lebih dari Rp 4.800.000.000,00 (Empat Miliar Delapan Ratus Juta Rupiah) wajib menyelenggarakan pencatatan (kecuali wajib pajak yang bersangkutan memilih menyelenggarakan pembukuan), dapat menghitung penghasilan netonya dengan menggunakan NPPN.	Penghasilan neto = angka persentase NPPN x peredaran bruto atau penghasilan bruto dari kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dalam 1 (satu) tahun pajak. Pajak penghasilan yang terutang = (Penghasilan kena pajak (PhKP) – PTKP) x tarif umum pajak penghasilan.
	PhKP merupakan dasar penghitungan untuk menentukan besarnya pajak penghasilan yang terutang. Untuk wajib pajak dalam negeri pada hakikatnya	Cara Biasa = dengan mengurangi penghasilan dengan biayabiaya sebagaimana tercantum dalam

<p>Pasal 16 Undang-Undang PPH</p>	<p>terdapat dua cara dalam penentuan besarnya PhKP, yaitu penghitungan dengan cara biasa (apabila wajib pajak memiliki penghasilan dalam satu tahun melebihi Rp 4,8 M) dan penghitungan dengan menggunakan Norma Penghitungan.</p>	<p>Pasal 6 ayat (1) dan ayat (2), Pasal 7 ayat (1), serta Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf e, dan huruf g.</p>																				
<p>Pasal 17 ayat 1 Undang-Undang PPH</p>	<p style="text-align: center;">Sebelum adanya perubahan dalam Undang-Undang HPP</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Lapisan penghasilan kena pajak</th> <th>Tarif</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sampai dengan Rp 50.000.000</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>> Rp 50.000.000 - Rp 250.000.000</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>> Rp 250.000.000 - Rp 500.000.000</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>> Rp 500.000.000</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table> <p style="text-align: center;">Setelah adanya perubahan dalam Undang-Undang HPP</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Lapisan penghasilan kena pajak</th> <th>Tarif</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Sampai dengan Rp 60.000.000</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>> Rp 60.000.000 - Rp 250.000.000</td> <td>15%</td> </tr> <tr> <td>> Rp 250.000.000 - Rp 500.000.000</td> <td>25%</td> </tr> <tr> <td>> Rp 500.000.000</td> <td>30%</td> </tr> </tbody> </table>		Lapisan penghasilan kena pajak	Tarif	Sampai dengan Rp 50.000.000	5%	> Rp 50.000.000 - Rp 250.000.000	15%	> Rp 250.000.000 - Rp 500.000.000	25%	> Rp 500.000.000	30%	Lapisan penghasilan kena pajak	Tarif	Sampai dengan Rp 60.000.000	5%	> Rp 60.000.000 - Rp 250.000.000	15%	> Rp 250.000.000 - Rp 500.000.000	25%	> Rp 500.000.000	30%
Lapisan penghasilan kena pajak	Tarif																					
Sampai dengan Rp 50.000.000	5%																					
> Rp 50.000.000 - Rp 250.000.000	15%																					
> Rp 250.000.000 - Rp 500.000.000	25%																					
> Rp 500.000.000	30%																					
Lapisan penghasilan kena pajak	Tarif																					
Sampai dengan Rp 60.000.000	5%																					
> Rp 60.000.000 - Rp 250.000.000	15%																					
> Rp 250.000.000 - Rp 500.000.000	25%																					
> Rp 500.000.000	30%																					

Sumber : Undang-Undang PPh, Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-17/PJ/2015

6. *Content Creator*

a. Pengertian *Content Creator*

Content Creator merupakan sebutan bagi seseorang yang memproduksi berbagai jenis konten yang dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, video, suara, atau gabungan dari dua atau lebih materi yang kemudian konten tersebut dapat disebarluaskan melalui sebuah platform dan salah satunya adalah media sosial seperti Tik Tok, YouTube, Instagram, Snapchat, Twitter, Snack Video, WordPress, dan sebagainya⁴⁰.

b. Model bisnis *Content Creator*

terdapat 5 (lima) model bisnis berdasarkan *Content Creator* seperti youtuber, selebgram atau blogger, diantaranya:

- 1) *Consumer to Business* (C2B) yaitu sekelompok konsumen yang berkumpul untuk mendapatkan volume diskon, contoh: blogger yang mempromosikan produk
- 2) platform merupakan organisasi yang melayani dan menciptakan nilai untuk pengembang aplikasi, produsen, pengiklan, dan konsumen, contoh: youtube yang memfasilitasi pengguna untuk mengunggah konten
- 3) *Social Commerce* (SC) merupakan media perdagangan melalui interaksi sosial konsumen, contoh: yahoo

⁴⁰ Nanda Efri Liani and Johannes Aritonang, "Tinjauan Potensi Pajak Penghasilan Orang Pribadi Pengguna Aplikasi Snack Video," *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)* 6, no. 2S (2022): 446–61, <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1845>.

- 4) sosial media merupakan layanan online memfasilitasi saluran komunikasi informasi antara berbagai jenis pengguna dengan cara yang multidirectional, contoh: instagram
- 5) *User Generated Content* (UGC) merupakan konten yang dibuat oleh pengguna dan merupakan karya kreatif yang dibuat oleh non professional, contoh: tiktok.

Dari kelima model bisnis tersebut, memunculkan profesi selebgram, youtuber, blogger, tiktok, influencer dan affiliator. *Content Creator* harus melaksanakan kewajiban perpajakannya, karena pembuat konten online merupakan wajib pajak. Wajib pajak yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif wajib mendaftarkan diri untuk memperoleh NPWP, menghitung pajak yang terutang, menyetorkan pajak yang terutang, dan melaporkan Surat Pemberitahuan (SPT)⁴¹. *Content Creator* dapat menyelenggarakan pembukuan atau pencatatan untuk menghitung pajak yang terutang. Pencatatan dilakukan dengan mengacu pada Norma Penghitungan Penghasilan Neto berdasarkan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER 17/PJ/2015. Sedangkan pembukuan mengacu pada Pasal 28 Undang Undang KUP No.16 Tahun 2009.⁴²

⁴¹ Martin D Mileros, Nicolette Lakemond, and Robert Forchheimer, "Towards a Taxonomy of E-Commerce: Characterizing Content Creator-Based Business Models," *Technology Innovation Management Review* 9, no. 10 (2019).

⁴² direktorat jenderal Pajak, "Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015," DJP, 2022.

C. Kerangka Konseptual

1. Teori kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*) adalah teori yang menjelaskan suatu kondisi dimana seseorang taat terhadap perintah atau aturan yang diberikan. Dalam teori kepatuhan, terdapat tiga jenis ketaatan atau kepatuhan terhadap aturan, yaitu *compliance*, *identification*, dan *internalization*.

- a. *Compliance* adalah ketaatan yang bersifat takut terhadap sanksi
- b. *Identification* adalah ketaatan yang bersifat mengikuti norma sosial
- c. *Internalization* adalah ketaatan yang bersifat berasal dari nilai-nilai personal.

Dalam konteks penelitian ini, teori kepatuhan dapat membantu dalam merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Parepare, seperti dengan meningkatkan pengetahuan pajak, memberikan pelayanan fiskus yang baik, dan meningkatkan kesadaran pajak.

2. Teori Manajemen Perpajakan (*Tax Manajemen*)

Teori manajemen perpajakan membahas berbagai aspek peraturan perpajakan dan sistem perpajakan yang disajikan secara lengkap dan jelas. Teori ini juga mencakup langkah, tahapan, dan proses untuk membayar beban pajak sebesar berapa yang akan menjadi kewajiban sesuai peraturan dan terhindar dari pembayaran pajak yang seharusnya tidak perlu karena kesalahan administrasi ataupun ketidakpahaman terkait undang-undang dan aturan perpajakan.⁴³

⁴³ Anasta et al., *Manajemen Perpajakan, Teori, Strategi, Dan Implementasi*.

3. Teori Strategi (*Strategy Theory*)

Formulasi Strategi atau biasanya disebut dengan perencanaan Strategis merupakan proses penyusunan perencanaan angka panjang. Karena itu, prosesnya lebih banyak menggunakan proses analitis. Jadi, didalam perencanaan strategis ini analisis-analisis baik pada tingkat korporat maupun pada tingkat bisnis sangat dibutuhkan. Tujuannya adalah untuk menyusun strategi sehingga sesuai dengan misi, sasaran serta kebijakan perusahaan.

4. Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) adalah sebuah lembaga di bawah Kementerian Keuangan Indonesia yang bertugas merumuskan dan melaksanakan kebijakan serta standardisasi teknis di bidang perpajakan. DJP memiliki peran penting dalam memastikan kepatuhan warga negara Indonesia terhadap kewajiban perpajakan. Beberapa tugas DJP antara lain mencakup perumusan kebijakan di bidang perpajakan, pelaksanaan kebijakan di bidang perpajakan, penyusunan norma, standar, prosedur, dan kriteria di bidang perpajakan, serta pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang perpajakan. DJP merupakan lembaga yang bertanggung jawab dalam mengadministrasikan perpajakan di Indonesia dan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak content creator di Sulawesi Selatan⁴⁴.

5. Kepatuhan perpajakan

Kepatuhan perpajakan adalah keadaan di mana wajib pajak memenuhi semua kewajiban atau tindakan yang mencerminkan patuh dan sadar

⁴⁴ Fatimah, "Sejarah Direktorat Jenderal Pajak" (jakarta, 2023).

terhadap ketertiban dalam kewajiban perpajakan wajib pajak dengan penuh hati dan melaksanakan hak perpajakannya⁴⁵. Pengetahuan dan pemahaman akan peraturan perpajakan adalah proses dimana wajib pajak mengetahui tentang perpajakan dan mengaplikasikan pengetahuan itu untuk membayar pajak. Kesadaran wajib pajak atas fungsi perpajakan sebagai pembiayaan negara dan kesadaran membayar pajak sangat diperlukan untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak.

6. Wajib pajak

Wajib pajak adalah orang pribadi atau badan (subjek pajak) yang menurut ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan ditentukan untuk melakukan kewajiban perpajakan, termasuk pemungut pajak atau pemotong pajak tertentu. Wajib pajak dapat berupa wajib pajak orang pribadi atau wajib pajak badan.

Menurut Pasal 1 ayat (2) UU No 16 tahun 2009, wajib pajak adalah orang pribadi atau badan, meliputi pembayar pajak, pemotong pajak, dan pemungut pajak, yang memiliki hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Wajib pajak di Indonesia terbagi menjadi dua kelompok besar, yaitu wajib pajak orang pribadi dan wajib pajak badan.

7. *Content Creator/Influencer*

Istilah "*Content Creator*" dan "*Influencer*" merujuk kepada individu atau entitas yang menciptakan dan membagikan konten di platform digital, seperti media sosial, dengan tujuan untuk memengaruhi audiens mereka.

⁴⁵ Cristina, "Kepatuhan Perpajakan, Apa Signifikansinya?," pajakku, 2021.

Dalam hal kewajiban perpajakan, para *Content Creator/Influencer* memiliki kewajiban yang sama dengan wajib pajak pada umumnya, termasuk kewajiban untuk mendaftarkan diri, menghitung, membayar, dan melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Dengan meningkatnya popularitas dan pendapatan yang diperoleh oleh para content creator, selebgram, dan influencer, penting bagi mereka untuk memahami dan mematuhi kewajiban perpajakan mereka.

Penghasilan yang diperoleh oleh *Content Creator* dapat dikenakan pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Pajak yang dikenakan atas penghasilan content creator dapat dihitung berdasarkan tarif pajak yang berlaku. Tarif pajak penghasilan dapat bervariasi tergantung pada besaran penghasilan dan kategori penghasilan yang diterima. Sebagai contoh, di Indonesia, terdapat tarif pajak progresif yang diterapkan atas penghasilan pribadi, di mana besaran pajak akan bertambah seiring dengan bertambahnya besaran penghasilan⁴⁶.

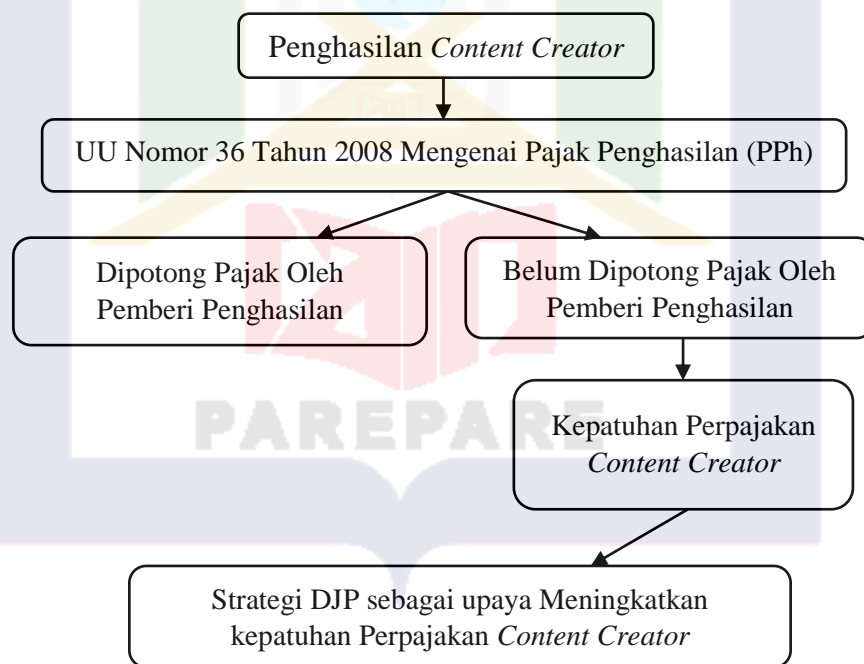
Seorang *Content Creator* perlu memahami kewajiban perpajakan mereka dan melaksanakan hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Hal ini termasuk dalam hal mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, menghitung, membayar, dan melaporkan pajak sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

⁴⁶ Fitriya, "Cara Hitung Pajak Content Creator, Cara Bayar Dan Lapor Pajaknya," Klikpajak, 2020.

D. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah sebuah gambaran atau model berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain. Hubungan tersebut dikemukakan dalam bentuk diagram atau skema dengan tujuan untuk mempermudah memahami⁴⁷. Kerangka berpikir adalah suatu dasar penelitian yang mencakup penggabungan antara teori, observasi, fakta, serta kajian pustaka yang akan dijadikan landasan dalam melakukan karya tulis ilmiah. Oleh karena itu, kerangka berpikir dibuat ketika akan memaparkan konsep-konsep penelitian.

Berdasarkan pembahasan di atas penulis dapat merumuskan kerangka pikir sebagai berikut :



Gambar 2.1. Bagan Kerangka Pikir

⁴⁷ Muhammad Kamal Zubair et al., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, ed. Rahmawati (Parepare: IAIN Parepare Nusantara, 2020), ppp@iainpare.ac.id.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *Purposive and snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi gabungan) analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi⁴⁸. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan memahami realitas sosial, yaitu melihat dunia dari apa adanya, bukan dunia yang seharusnya. Penelitian kualitatif menurut Lexy J. Moleong dalam bukunya metode penelitian kualitatif memaparkan beberapa pendapat para ahli, diantaranya Bogdan dan Taylor mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.⁴⁹

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian kualitatif menggunakan pendekatan Studi kasus dengan cara mencari fakta tentang Strategi DJP dalam upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan *Content Creator* di Kota Parepare. Metode studi kasus digunakan untuk memberikan gambaran yang lebih spesifik dan mendalam tentang fenomena yang terjadi di lingkungan tertentu, dalam

⁴⁸ Albi Anggito and Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. ella deffi Lestari (Jawa Barat: CV jejak, 2018).

⁴⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare* (Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020).

hal ini di Kota Parepare. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi konteks, kondisi dan dinamika yang mempengaruhi kepatuhan perpajakan *Content Creator*.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare.

2. Waktu Penelitian

Rencana penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu 2 Bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan peneliti.

C. Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang dimaksud adalah pembatasan bidang kajian yang memperjelas relevansinya dengan data yang akan dikumpulkan. Fokus penelitian merupakan suatu penentuan konsentrasi sebagai pedoman arah suatu penelitian dalam upaya mengumpulkan intisari dari penelitian yang akan dilakukan. Pembatasan bidang kajian permasalahan agar dapat mempermudah dan mengarahkan penelitian ke sasaran yang tepat.⁵⁰ Fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak di kalangan *Content Creator* di Kota Parepare. Fokus penelitian ini mencakup beberapa aspek utama yang berkaitan dengan implementasi strategi perpajakan serta faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak di kalangan *Content Creator*.

⁵⁰ Zubair et al., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*.

D. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yaitu data yang dalam bentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Data kualitatif ini diperoleh langsung di lokasi penelitian melalui berbagai metode atau teknik, misalnya observasi, wawancara dan dokumentasi.

2. Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua bagian, yaitu :

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitiannya, tanpa diperantarai oleh pihak ketiga, keempat dan seterusnya. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan pihak yang akan menjadi informan di KPP Pratama Parepare khususnya pada bagian Seksi Pajak Penghasilan Orang Pribadi/Badan, bagian Seksi Pemotongan dan Pemungutan Pajak Penghasilan serta seksi pengawasan dan konsultasi di KPP Pratama Parepare serta *content Creator* yang berdomisili di Sulawesi Selatan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh sebagai data pelengkap sumber data primer. Data yang peneliti peroleh melalui beberapa hasil penelitian, tulisan-tulisan ataupun buku yang memperkuat data primer.

E. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang memiliki tujuan utama yaitu untuk mendapatkan data. Pada penelitian ini, peneliti terlibat langsung di

lokasi atau dengan kata lain penelitian lapangan. Adapun teknik yang digunakan dalam penyusunan ini antara lain:

1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan tentang kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. Peneliti harus mengamati kejadian, gerak atau proses⁵¹. dalam penelitian ini dilakukan untuk mencari informan yang akan diwawancarai oleh peneliti yaitu *Content Creator* yang berdomsili di Kota Parepare dan pegawai di KPP Pratama Parepare khususnya bagian Seksi Pajak Penghasilan Orang Pribadi/Badan, bagian Seksi Pemotongan dan Pemungutan Pajak Penghasilan serta seksi pengawasan dan konsultasi di KPP Pratama Parepare. Penelitian akan dilakukan secara online juga karena sebagian besar informan domisilinya jauh dari jangkauan peneliti terkhusus para informan *Content Creator*.

2. Wawancara

Wawancara Merupakan proses interaksi atau komunikasi secara langsung antara pewawancara dengan responden⁵². Adapun teknik wawancara yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu wawancara langsung dengan *Content Creator* yang Berdomsili di Kota Parepare dengan penghasilan Menengah ke atas dan pegawai di KPP Pratama Parepare khususnya pada bagian Fungsional Penyuluh dan Pengawasan.

⁵¹ Sandu Siyoto and Muhammad Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (literasi media publishing, 2015). H.77

⁵² Eko Dudiarto and Dewi Anggraeni, "Epidemiologi" (EGC, 2003).

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau Variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya. Metode ini tidak begitu sulit dalam arti apabila ada kekeliruan maka data tetap dan tidak berubah⁵³.

F. Uji Keabsahan Data

Validasi atau keabsahan data adalah data yang tidak berbeda antara data yang diperoleh oleh peneliti dengan data yang terjadi sesungguhnya pada objek penelitian sehingga keabsahan data telah disajikan dapat dipertanggungjawabkan. Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi dalam pengujian keabsahan data. Triangulasi pada hakekatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat melakukan penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data⁵⁴.

Uji Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber Data dan triangulasi teknik.

1. Triangulasi sumber data, merupakan teknik pengumpulan data yang melibatkan penggunaan berbagai metode dan sumber untuk memperoleh kebenaran informasi tertentu. Dengan demikian, peneliti dapat membandingkan dan memverifikasi data dari berbagai sumber dan metode untuk meningkatkan keabsahan dan kehandalan data yang diperoleh. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat, dokumentasi tertulis, arsip, dokumen, sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan

⁵³ Siyoto and Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*. h.77-78

⁵⁴ Warul Walidin, Saifullah, and Tabrani ZA, *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*, ed. Masbur (Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015). h. 139-140.

pribadi dan gambar atau foto. Data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya apabila digali dari beberapa sumber data yang berbeda⁵⁵.

2. Triangulasi Teknik, merupakan usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan penelitian. Dalam triangulasi teknik dapat dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda, misalnya menggunakan metode wawancara, observasi dan survey⁵⁶. Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk mencari data yang lengkap dan valid dalam hal ini terkait Strategi DJP dalam upaya meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* Pada KPP Pratama Parepare, sedangkan wawancara bertujuan untuk mengambil data-data yang ingin diteliti, baik dari bagian Seksi Pajak Penghasilan Orang Pribadi/Badan, bagian Seksi Pemotongan dan Pemungutan Pajak Penghasilan serta seksi pengawasan dan konsultasi di KPP Pratama Parepare.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data dapat dilakukan sepanjang proses penelitian dan menggunakan teknik analisis sebagai berikut:

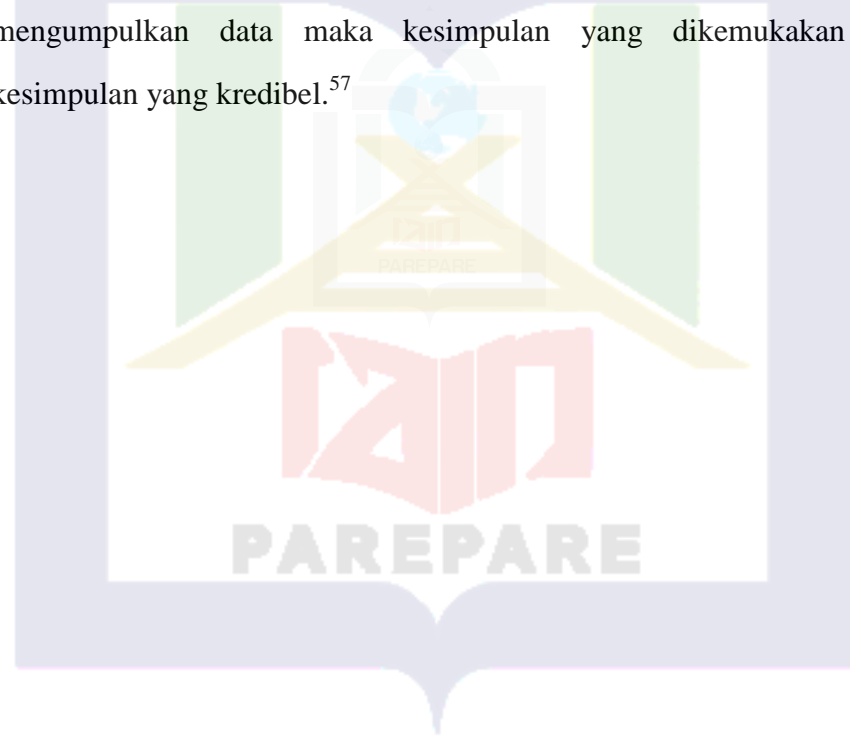
1. Reduksi Data (*Data Reduction* berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.
2. Penyajian Data (*Data Display*), Dalam Penelitian Kualitatif, penyajian Data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori,

⁵⁵ Walidin, Saifullah, and ZA. h. 142-143.

⁵⁶ Walidin, Saifullah, and ZA. h.143.

flowchart dan sejenisnya. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi sehingga dapat merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. *Conclusion Drawing/Verification*, Menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan data dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.⁵⁷



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

Pada bagian ini membahas data-data yang telah diperoleh dan temuan penelitian yang telah dihasilkan serta mengaitkan dengan hasil temuan dengan teori yang ada sesuai dengan judul “Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* Di Kota Parepare”

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Kantor Pajak Pratama Parepare, mengenai strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Parepare dengan melakukan wawancara kepada pegawai atau staff kantor yang bersangkutan dan *Content Creator* yang berdomisili di Kota Parepare. Adapun adapun hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebagai berikut :

1. Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator*

Dalam peraturan pajak, Direktorat Jenderal Pajak menerapkan sistem *Self Assisment*. dalam sistem ini untuk mencapai tujuan perpajakannya, otoritas pajak bergantung pada kesadaran diri wajib pajak. Penting bagi pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan kepatuhan wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka karena penerimaan pajak sangat bergantung pada pembayaran pajak yang didasarkan pada kesadaran diri wajib pajak.

Keterangan wawancara dengan Key Informan yaitu pak Ardin, Pegawai Pajak bagian Fungsional Penyuluh.

“kebijakan dari pemerintah yaitu sistem *self assisment*, dimana setiap Wajib Pajak tidak hanya konten kreator semuanya harus penuh kesadaran datang ke kita. Mulai dari mendaftarkan diri secara online Dan dengan kesadaran dirinya mendaftarkan dirinya bahwa sebenarnya saya sudah berpenghasilan dan penghasilan saya sudah memenuhi syarat untuk di bayarkan pajaknya. Karena proses pembayaran itu kan tidak bisa kalau tidak memiliki NPWP. misal kalau masih anak-anak, orang tuanya yang harus sadar untuk mendaftarkan penghasilannya.”

DJP menerapkan sistem *Self-Assessment* dalam perpajakan yang berlaku untuk seluruh Wajib Pajak, termasuk *Content Creator*. Sistem ini menuntut kesadaran penuh dari setiap individu untuk secara proaktif memenuhi kewajiban perpajakannya. Wajib Pajak diharapkan memiliki inisiatif untuk mendaftarkan diri secara online guna memperoleh Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). Dengan demikian, sistem ini menekankan pada tanggungjawab individu dalam melaksanakan kewajiban perpajakan mereka, tanpa menunggu pemberitahuan atau tindakan dari otoritas pajak. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan pajak secara sukarela dan mendorong transparansi dalam pelaporan penghasilan.

Seorang *Content Creator* yang bergerak di bidang *affiliate* produk *elektronik* dan *lifestyle* di berbagai platform mengungkapkan pandangannya mengenai kompleksitas regulasi perpajakan dan penghitungan pajak penghasilan untuk profesinya sebagai seorang *Content Creator* ini masih perlu adaptasi bagi pegawai pajak untuk memahami mekanisme dan sumber penghasilan dari *Content Creator*, serta implikasinya terhadap penerimaan negara dan potensi penghindaran pajak. Berikut keterangan wawancara dengan Awal seorang *Content Creator* yang berfokus di *affiliate* produk *elektornik* dan *Lifestyle* yang mengatakan bahwa :

“sangat sulit memenuhi kewajiban perpajakan atas penghasilan saya sebagai seorang *Content Creator*. Saya dan rekan-rekan *Content Creator* tidak pernah

diberi arahan langsung soal pajak oleh petugas pajak serta minimnya edukasi dari orang-orang pajak (DJP). Mungkin dapat diawali dari pegawai pajaknya. Edukasi sangat perlu bagi pegawai dan institusi DJP karena saya yakin mereka pun banyak yang belum bisa menjawab dengan jelas mengenai perpajakan atas penghasilan Content Creator ini, jika sudah jelas dari segala aspek menurut saya bukan hal yg sulit memonitor pelaksanaan karena sifatnya digital sehingga data mudah diolah.”⁵⁸

Setelah mendengar keterangan wawancara diatas yang menyatakan bahwa dari pihak pegawai pajak masih banyak yang belum bisa menjawab dan memahami sistem bisnis yang dijalankan oleh seorang *content creator* ini dan kendala yang mereka hadapi terkait sistem perpajakan, ini dibuktikan dengan jawaban pegawai pajak yaitu pak Ardin saat dilakukan wawancara yang mengatakan :

“saya juga masih belajar tentang afiliasi, saya juga masih belum memahami sistem atau alur tentang model bisnis ini.”⁵⁹

Dari pernyataannya itu menyatakan bahwa memang benar dari Pegawai pajak mengakui bahwa mereka masih perlu memperdalam pemahaman mereka tentang berbagai model bisnis yang ada dalam industri *Content Creator*. Mereka menyadari bahwa masih banyak aspek yang perlu dipelajari, terutama terkait dengan cara-cara *Content Creator* menghasilkan pendapatan. Beberapa model bisnis yang masih perlu dipahami lebih lanjut oleh pegawai pajak antara lain Affiliate marketing, di mana *Content Creator* mendapatkan komisi dari produk yang mereka promosikan, endorsement atau kerjasama promosi dengan brand tertentu. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang model-model bisnis ini, diharapkan pegawai pajak dapat lebih

⁵⁸ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁵⁹ rdin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

efektif dalam menilai dan mengelola aspek perpajakan dari industri *Content Creator* yang terus berkembang.

Para *content creator* sebenarnya sudah sadar akan pajak yang dikenakan atas penghasilan yang mereka peroleh namun karena masalah regulasi dan pengetahuan perpajakan mereka. meskipun *content creator* sadar akan pentingnya kepatuhan pajak, mereka merasa sulit untuk patuh karena salah satunya masalah platform dan e-commerce yang mereka gunakan tidak memiliki regulasi terkait pajak. Pemerintah juga belum terlalu mendalami pekerjaan *content creator* ini. *Content creator* ini sendiri membutuhkan regulasi yang jelas dan adil untuk dapat patuh terhadap pajak. Terkait ini, sejalan dengan keterangan wawancara dengan *content creator* awal yang mengatakan bahwa :

“Meskipun kita individu yang melakukan pekerjaan Content Creator ini mau patuh atau taat kepada pajak dan sadar akan pajak tetapi kita mau melakukan pemotongan dimana? karena platform dan ecommers yang kita gunakan sebagai wadah kita bekerja ini juga tidak ada regulasi terkait pajak ini. Ditambah dengan pihak pemerintahnya yang belum terlalu mendalami pekerjaan ini dan belum terlalu melegalkan ini pekerjaan. Tapi kalau dilihat dari penghasilan kan ini besar, kena pajak juga dan sudah seharusnya menjadi sumber pendapatan daerah. Seharusnya kalau regulasinya jelas, kita sebagai konten kreator siap dan patuh terhadap pajak kalau memang regulasinya sudah bagus dan adil.”⁶⁰

Pernyataan hasil penelitian diatas juga di dukung oleh pernyataan Dalam pembahasan penelitian Relevan yang dilakukan oleh Christian gunawan dan Dian Purnama sari dalam penelitiannya yang berjudul *implementation tax digital of content creator on tiktok social media* :

“sebagian besar dari mereka mengetahui adanya pengenaan pajak atas penghasilannya sebagai pembuat konten. Mayoritas informan tersebut

⁶⁰ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

memahami bahwa mereka dikenai pajak penghasilan dengan tarif sebagai wajib pajak orang pribadi.”⁶¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa para *Content Creator* menghadapi kesulitan dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka. Mereka mengungkapkan kurangnya arahan langsung dari petugas pajak dan minimnya edukasi dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terkait perpajakan untuk profesi mereka. Para *Content Creator* menekankan pentingnya edukasi bagi pegawai dan institusi DJP sendiri mengenai aspek perpajakan industri kreatif digital. Mereka juga menunjukkan kesediaan untuk patuh terhadap pajak, namun menghadapi ketidakjelasan regulasi, terutama terkait mekanisme pemotongan pajak dari platform digital yang mereka gunakan. Mereka berpendapat bahwa dengan regulasi yang jelas dan adil, serta pemahaman yang lebih baik dari pihak pemerintah tentang profesi mereka, kepatuhan pajak di kalangan *Content Creator* akan meningkat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi signifikan terhadap pendapatan daerah.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) melalui KPP Pratama Parepare, telah menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak *Content Creator* di Kota Parepare. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan keterangan wawancara yang telah dilakukan peneliti dengan Pak Ardin selaku pegawai pajak bagian fungsional penyuluh yang mengatakan bahwa:

“kalau dilihat dari peraturan perundang undangan perpajakan, ada yang dinamakan ketentuan umum, yang artinya mengatur hal yang formal dari mulai apa itu pengertian Wajib Pajak, penghasilan, subjek pajak, objek pajak dan bukan objek pajak. Ada UUD PPh PPN dimana disitu jelas ditentukan siapa saja yang menjadi Wajib Pajak dan subjek pajak dalam negeri. yaitu orang yang bertempat tinggal di Indonesia selama 183 hari dan berumur 17

⁶¹ Christian Gunawan and Dian Purnama Sari, “Implementation Tax Digital of Content Creator on Tiktok Social Media,” *Journal of Accounting, Entrepreneurship and Financial Technology (Jaef)* 4, no. 2 (2023): 149–60, <https://doi.org/10.37715/jaef.v4i2.3842>.

tahun. Sejalan dengan peraturan UUD harmonisasi perpajakan. Yang mengatur soal NIK sebagai NPWP yang akan di mulai per 1 Juli. Disitu akan jelas siapa anggota keluarga siapa kepala keluarganya. Makanya ini kami di DJP mengenggenjot setiap Wajib Pajak untuk melakukan pepadanan NIK dan NPWP dan memperbaharui data keluarga. jadi jelas siapa istri dan anak anaknya. Nah terkait pertanyaan kalau misal anak anaknya yang berpenghasilan otomatis itu sebagai penghasilan org tua dan org tua wajib melaporkan pajaknya”⁶²

Hasil wawancara tersebut peneliti dapat menemukan adanya peraturan baru dalam harmonisasi perpajakan yang akan menggunakan NIK sebagai NPWP mulai 1 Juli 2024. Tujuannya adalah untuk memperjelas struktur keluarga wajib pajak, termasuk siapa kepala keluarga, istri, dan anak-anaknya. Peraturan ini juga menetapkan bahwa *Content Creator* yang berpenghasilan dan masih di bawah umur yaitu dibawah 17 tahun dianggap sebagai penghasilan orang tua, sehingga orang tua bertanggung jawab untuk melaporkan pajak atas penghasilan anak-anak mereka tersebut.

Pak hardin selaku pegawai pajak kemudian menambahkan pernyataannya yang mengatakan bahwa :

“Ada dua kepatuhan yaitu kepatuhan pelaporan dan kepatuhan pembayaran. yang bisa kita lakukan disini memperbanyak sosialisasi ke mereka. bahkan termasuk sejak tahun 2021 fungsi penyuluhan itu dipisah dengan dengan fungsi pengawasan. setiap tahun kami diberikan target untuk melakukan penyuluhan ke setiap segmen Wajib Pajak tidak hanya konten kreator. Termasuk kalau kita bahas lingkup KPP kayak kota parepare ini kan sebenarnya Wajib Pajak terbesar itu kan bendahara pemerintah, baik pusat maupun daerah. Tentunya karena dia terbesar jadi prioritas kemudian nanti yang kecil-kecil termasuk konten kreator. Tetap kita lakukan sosialisasi baik langsung maupun tidak langsung, kita juga biasa melakukan live Instagram, juga radio dan TV. Wajib Pajak juga Biasanya diundang ke kantor untuk

⁶² Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

kelas pajak. tentunya strategi yang paling penting itu ya penyuluhan. humas ke masyarakat.”⁶³

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Parepare dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak termasuk untuk *Content Creator*. Fokus utamanya yaitu pada sosialisasi dan edukasi melalui berbagai media, termasuk penyuluhan langsung, live Instagram, radio, dan TV. Meskipun menurut pegawai pajak bahwa *Content Creator* ini termasuk dalam kategori wajib pajak kecil, KPP Pratama Parepare tetap melakukan upaya sosialisasi kepada mereka. Namun, prioritas utama masih diberikan kepada bendahara pemerintah sebagai wajib pajak terbesar di wilayah tersebut. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kepatuhan pelaporan dan pembayaran pajak di semua segmen wajib pajak.

Pak Ardin selaku pegawai pajak kemudian menambahkan lagi pernyataannya terkait tidak adanya strategi khusus untuk menangani perpajakan *Content Creator* karena dianggap sama seperti Wajib Pajak pada umumnya dan hanya tetap mengutamakan edukasi perpajakan ke masyarakat termasuk *Content Creator*, dia mengatakan bahwa:

“Tapi tidak ada strategi lain. Paling awal itu ya edukasi ke masyarakat paling penting. Masih perlu dijelaskan dan diberi pemahaman terkait sisi aturannya, kemanfaatnya, edukasi itu sangat penting. Karena setelah kita melakukan edukasi kita bisa melakukan tindakan yang lain. Misal pengawasan, pemeriksaan dan seterusnya. sejak ramainya konten kreator itu sudah mulai dimbangi, kantor pajak ini ada beberapa segmen. Ada yang namanya kantor pajak leader tax office itu untuk NPWP besar, madya untuk NPWP

⁶³ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, Wawancara di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

menengah dan Pratama seperti kita disini untuk NPWP kecil. Untuk konten kreator kalau yang masih kecil kecilan memang mungkin agak sulit dijangkau tapi kalau yang sudah terkenal sudah masuk dalam lingkup Wajib Pajak yang diampuh atau ditangani oleh KPP LTO (*Leader Tax Office*) yang ada di pusat.”⁶⁴

Informan pak Ardin juga memberikan contoh yang mendukung strategi yang sedang berjalan sekarang ini yaitu perhitungan dan pemotongan pajak dari *Content Creator* dengan sistem *Self Assisment* disertai dengan edukasi perpajakan lalu kemudian melakukan pengawasan terkait perpajakan *Content Creator* yang memiliki penghasilan yang berskala tinggi melalui KPP khusus yaitu Kantor Pelayanan Pajak *Leader Tax Office* (LTO) yang ada di pusat. berikut keterangan wawancaranya :

“Contohnya seperti rafi ahmad, deddy corbusier itu mereka sudah ditangani langsung oleh KPP khusus. Dari *self assisment* mereka sudah melaporkan dan bayar dan setelah itu akan ada fungsi pengawasan dari kantor pajak untuk mengecek kembali apakah mereka yang sudah melaporkan pajaknya sudah sesuai atau tidak. Untuk mereka sebenarnya sudah ada langkah penanganan dan edukasi sudah sering dilakukan. Seperti yang saya katakan tadi untuk kita yang di pratama ini karena yang paling prioitas itu yang bendahara pemerintah. Namun khusus parepare ini sendiri setiap tahun untuk konten kreator tidak ada yang di khususkan untuk mereka secara umum saja yaitu Wajib pajak untuk disampaikan peraturan terbaru atau misal masa pelaporan SPT mereka untuk segera melaporkan SPT tahunan.”⁶⁵

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa strategi utama Direktorat Jenderal Pajak (DJP) tepatnya di kantor Pajak (KPP) Pratama Parepare dalam meningkatkan kepatuhan pajak *Content Creator*. Fokus utamanya adalah pada edukasi masyarakat tentang aturan dan manfaat pajak yang dianggap sangat penting sebelum melakukan tindakan pengawasan atau pemeriksaan. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam menangani

⁶⁴ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

⁶⁵ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

perpajakan *Content Creator* terlihat bervariasi tergantung pada skala dan potensi penerimaan pajak. Ada fokus yang lebih besar pada *Content Creator* berskala besar. sementara untuk yang lebih kecil ini menggunakan pendekatan yang lebih umum dan tidak spesifik. Terkhusus untuk *Content creator* di Kota Parepare karena pendapatannya masih tergolong kecil dibanding dengan bendahara pemerintah maka masih belum ada perlakuan strategi khusus atau yang diterapkan oleh KPP pratama parepare jadi mereka tetap diperlakukan sebagaimana Wajib Pajak pada umumnya.

Terkait regulasi teknik pemotongan pajak atau pemungutan pajak penghasilan *Content Creator* itu bervariasi tergantung sumber penghasilan dan status pemberi penghasilan. Pajak penghasilan dikenakan terhadap semua masyarakat yang statusnya sebagai Wajib Pajak (WP), baik itu WP Orang Pribadi (WP OP) maupun WP Badan. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga sudah melakukan pembaharuan peraturan. Berikut keterangan wawancara pak Ardin selaku pegawai pajak bagian fungsional penyuluh yang mendukung pernyataan diatas yang mengatakan bahwa :

“akhir tahun 2023 keluar peraturan pemerintah (PP) N0.58 Tahun 2023, selanjutnya diterbitkan lagi Peraturan Menteri keuangan (PMK) No.168 tahun 2023 yang mengatur bagaimana itu teknis pemotongan atau pemungutan pajak atas penghasilan yang diterima orang pribadi atas pekerjaan, kegiatan dan jasanya. Sebenarnya untuk pemungutannya dilihat dulu sumber penghasilannya darimana”

Dalam Wawancara, pak Ardin juga memberikan penjelasan dan gambaran terkait mekanisme pemotongan pajak penghasilan (PPh 21), berikut keterangan wawancaranya yang menyatakan bahwa :

“misal ini kan kayak youtuber itu kan penghasilannya dari Youtube juga, Youtube sendiri itu kategori Wajib Pajak yang terdaftar di badan usaha tetap

(BUT) yang khusus juga di Jakarta. Dan kalau memang sudah terdaftar dan penghasilannya dibayarkan langsung oleh Youtube, itu Youtube langsung memotong PPh pasal 21, Nanti pihak Youtube memberikan bukti potong dan kalau sudah dipotong itu harus dilaporkan saat melaporkan SPT tahunannya. Konten kreator yang tidak dari Youtube contohnya seperti Endorse, kalau si pemberi penghasilannya adalah badan usaha sama seperti Youtube itu dipotong oleh badan usahanya, kalau orang pribadi contohnya “endorse usaha saya dong” dia tidak punya kewenangan untuk memotong. Tidak boleh dan sudah ada aturannya. Kecuali kalau orang pribadi itu usahanya dijalankan oleh badan usaha. Contoh, usaha perdagangan tapi dalam bentuk CV makan itu bisa dipotong. Mekanisme pemotongan PPh pasal 21. Si pemberi usaha dia yang memotong dan memberikan bukti potong kepada wajib pajak yang akan dilaporkan saat pelaporan SPT tahunan, tapi kalau orang pribadi tidak punya wewenang untuk memotong jadi kembali lagi ke wajib pajaknya sendiri yang wajib melaporkan pajaknya.”

Berdasarkan hasil wawancara diatas, peneliti menganalisis bahwa regulasi dan mekanisme yang digunakan ini menunjukkan kalau sistem perpajakan untuk *Content Creator* telah disesuaikan dengan berbagai model bisnis di era digital, namun masih memerlukan kepatuhan dan kesadaran dari para *Content Creator* untuk melaporkan penghasilan mereka yang tidak dipotong langsung oleh pemberi penghasilan. Adapun Dasar hukum skema penghitungan PPh 21 terbaru ini sesuai dengan ketentuan dalam Pasal 21 ayat (5) Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (HPP) yang menyebutkan bahwa:

“Tarif pemotongan atas penghasilan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah tarif pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) huruf (a), kecuali ditetapkan lain dengan Peraturan Pemerintah.”

Gambar 2.2
tarif pasal 17 ayat (1) huruf a undang-undang pajak penghasilan dan perubahannya dari UU PPh No.36/2008 dengan UU HPP No. 7/2021

Lapisan Tarif	Penghasilan Kena Pajak (UU PPh 36/2008)	Tarif Pajak	Penghasilan Kena Pajak (UU HPP 7/2021)	Tarif Pajak
I	Rp0 - 50 juta	5%	Rp0 - 60 juta	5%
II	> Rp50 - 250 juta	15%	> Rp60 - 250 juta	15%
III	> Rp250 - 500 juta	25%	> Rp250 - 500 juta	25%
IV	> Rp500 juta	30%	> Rp500 juta - 5 miliar	30%
V	-	-	> Rp5 miliar	35%

Sumber : <https://klikpajak.id/blog/pajak-penghasilan-pasal-21-2/>

Kemudian pemerintah menerbitkan regulasi teknis sebagai aturan pelaksana dari PP 58/2023 melalui Peraturan Menteri Keuangan No. 168 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemotongan Pajak atas Penghasilan Sehubungan dengan Pekerjaan, Jasa, atau Kegiatan Orang Pribadi. Maka skema penghitungan pemotongan PPh Pasal 21 terbaru berdasarkan penerima dan jumlah penghasilan yang dikenakan pajak. Berikut berdasarkan kutipan Dwi Astuti, Direktur Penyuluhan, pelayanan dan Hubungan Masyarakat Direktorat Jenderal Pajak dalam siaran pers No. SP-2/2024 :

“Untuk memberikan kepastian hukum, kemudahan, dan kesederhanaan pemotongan PPh 21 oleh pemberi kerja, PMK ini diterbitkan agar bisa mengakomodir penyesuaian tarif pemotongan menggunakan tarif efektif dari tarif Pasal 17 Ayat (1) UU PPh.”

Seperti hasil wawancara sebelumnya yang menyatakan bahwa kewajiban pajak penghasilan profesi *Content Creator* ini dibedakan atas

statusnya apakah sebagai pekerja tetap/karyawan atau sebagai pekerja lepas atau bahkan sebagai pengusaha. Berikut penggolongan status wajib pajak dari profesi *Content Creator* berdasarkan resume skema *To Be* Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk menghitung PPH Pasal 21 berdasarkan penerima penghasilan :

Tabel 1.3
detail subjek pemotong pajak penghasilan dan jenis tarif yang digunakan untuk menghitung PPh 21-nya

Resume Skema <i>To Be</i>				
no	Subjek Penerima Penghasilan	Penghasilan	Pengenaan	Skema Perhitungan
1	Pegawai Tetap dan Pensiunan	Atas Seluruh Penghasilan	Diterapkan setiap massa, kecuali masa pajak terakhir	= penghasilan Bruto x TER bulanan
2	PNS, TNI, Polri, Pejabat Negara, Pensiunannya	Atas Penghasilan tetap teratur	Diterapkan pada masa pajak terakhir diterapkan per masa pajak	= PKP (Penghasilan Kena Pajak) Setahun x tarif Pasal 17
3	Anggota Dewan Komisaris/Pengawas	Atas honor dan sejenisnya		= penghasilan bruto x TER Bulanan
4	Pegawai Tidak Tetap	Atas upah dan sejenisnya tidak dibayar bulanan Rp.0-2,5 Juta/Hari		= penghasilan bruto x TER harian
5	Bukan Pegawai	Atas honor dan sejenisnya	Diterapkan per masa pajak/pada saat terutang	= penghasilan bruto x 50% x tarif pasal 17
6	Peserta Kegiatan	Atas hadiah atau sehubungan dengan kegiatan	Diterapkan per masa pajak/pada saat terutang	= penghasilan bruto x tarif pasal 17
7	Peserta Program Pensiun (Pegawai)	Atas penarikan dana pensiun di awal	Diterapkan per masa pajak	= penghasilan bruto x tarif pasal 17
8	Mantan Pegawai	Atas jasa produksi, tantiem, gratifikasi, bonus atau imbalan lain	Diterapkan per massa pajak	= penghasilan bruto x tarif pasal 17

Sumber : Direktorat Jenderal Pajak diolah oleh peneliti (2024)

Dalam Subjek dan Objek PPh pasal 21, *Content Creator* dapat dimasukkan dalam kategori pekerja penerima honorarium atau penghasilan lainnya. Dengan mekanisme pemotongan PPh Pasal 21 dilakukan oleh pemberi kerja, bendaharawan pemerintah, dana pensiun, badan yang membayar honorarium atau penyelenggara kegiatan. Berikut keterangan wawancara pegawai pajak KPP Pratama Parepare yaitu pak Ardin bagian fungsional Penyuluh :

“Meski sama-sama dikenakan PPh 21, namun penghitungan pajak penghasilan *Content Creator* antara pekerja tetap dengan pekerja lepas maupun sebagai bagian dari menjalankan kegiatan usaha terdapat perbedaan.”⁶⁶

Menurut analisa peneliti, berdasarkan hasil penelitian diatas disimpulkan bahwa penghitungan PPh *Content Creator* antara pekerja tetap dengan pekerja lepas maupun sebagai bagian dari menjalankan kegiatan usaha terdapat perbedaan. Pekerja tetap biasanya memiliki penghasilan yang lebih stabil dan teratur, sehingga penghitungan pajaknya lebih muda, sementara pekerja lepas memiliki penghasilan yang lebih tidak teratur dan mungkin berasal dari berbagai sumber, sehingga penghitungan pajaknya lebih kompleks. Selain itu *Content Creator* yang menjalankan kegiatan usaha juga memiliki perbedaan dalam penghitungan pajak, terutama jika mereka memiliki badan usaha yang memotong pajaknya.

Direktorat Jenderal Pajak (DJP), mulai mengembangkan sepuluh Rencana Strategis DJP untuk menangani digitalisasi sebagai tanggapan atas kemajuan teknologi yang semakin pesat yang berdampak pada pertumbuhan

⁶⁶ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

ekonomi digital, terutama Content Creator. Tabel 1 menggambarkan sembilan rencana strategi DJP:

Tabel 1
Rencana Strategis DJP Periode 2020 – 2024

No	Rencana Strategis (RenStra) DJP Periode 2020-2024	Hasil
1	Pengembangan Sistem <i>Click, Call, Counter</i> (3C)	Masih Dalam Tahap Pengembangan
2	Integrasi <i>Digital Tax Knowledge Based</i> dengan situs Web DJP	Keputusan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Nomor KEP-317/PJ/2020 tentang Penunjukan PT Fintek Integrasi Digital Sebagai Penyedia Jasa Aplikasi Perpajakan yang Memberi Edukasi Perpajakan Lewat Media Sosial serta Layanan Menyelenggarakan Penyaluran SPT Dalam Bentuk Dokumen Elektronik.
3	Pengembangan Layanan edukasi Pajak pada Wajib Pajak Content Creator	Belum Terlaksana
4	Pengembangan program inklusi perpajakan DJP	Pembuatan Pajak Bertutur, <i>DJP High School Tax Road Show, High School Tax Competition, Kelas Pajak dan Tax Goes to Campus</i> . Kegiatan ini memunculkan semangat yang berkesan bagi kalangan pelajar-mahasiswa dalam menanamkan kesadaran pajak sejak dini
5	Pengembangan edukasi melalui pihak ketiga	Pengembangan berbagai Tax Center yang dapat memperkecil ketidakpatuhan wajib pajak khususnya pada sektor ekonomi digital
6	Pengembangan Sarana Kehumasan	Pengembangan Kehumasan DJP dengan komunikasi dan edukasi lewat media sosial seperti live streaming, radio dan TV
7	Perluasan Prepopulated SPT	

	PPh	Belum Terlaksana
8	Perluasan kanal pembayaran Pajak	Bekerja sama dengan Fintek dan beberapa Ecommerce dalam memudahkan pembayaran pajak
9	Automasi penelitian restitusi Wajib Pajak <i>Content Creator</i>	Belum Terlaksana
10	Pemadanan NIK sebagai NPWP	Pasal 2 ayat (1a) Undang-undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan dan PMK Nomor 112/PMK.03/2022 tentang NPWP Bagi WP Orang Pribadi, WP Badan, dan WP Instansi Pemerintah, secara resmi dimulai integrasi NIK sebagai NPWP. Telah terealisasi mulai tanggal 1 Juli 2024

Sumber : Direktorat Jenderal Pajak, Diolah Oleh Peneliti

Berdasarkan rencana strategis Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Periode 2020-2024 tersebut yang menunjukkan bahwa pemerintah Dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak (DJP) tengah berusaha membuat program untuk membantu perkembangan ekonomi digital khususnya *Content Creator*. dari sepuluh rencana strategi tersebut beberapa telah diimplementasikan dengan sukses, sementara itu masih ada yang dalam proses pengembangan atau belum selesai. strategi *Clik*, *Call* dan *Counter* (3C) masih dalam tahap pengembangan. Salah satu rencana strategis yang telah berjalan adalah pengembangan sarana kehumasan, dengan fokus utama pada sosialisasi dan edukasi melalui berbagai media seperti penyuluhan dengan turun langsung, live streaming instagram, radio, TV dan aktif berpartisipasi dalam penyebaran informasi terbaru dan terpercaya dengan tujuan meningkatkan kesadaran akan kewajiban pajak di era digital ini. Dan dengan adanya peraturan baru dalam harmonisasi perpajakan yang akan menggunakan NIK sebagai NPWP mulai

sejak 1 Juli 2024 Tujuannya adalah untuk memperjelas struktur keluarga wajib pajak, termasuk siapa kepala keluarga, istri, dan anak-anaknya sehingga Pihak Pegawai Pajak lebih mudah menjangkau Wajib Pajak. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga mendorong wajib pajak untuk melakukan pemadanan NIK dan NPWP serta memperbarui data keluarga mereka. Peraturan ini juga menetapkan bahwa penghasilan anak berusia dibawah 17 tahun yang dianggap sebagai penghasilan orang tua sehingga orang tua bertanggung jawab untuk melaporkan pajak atas penghasilan anak-anak mereka tersebut.

2. kendala yang dihadapi Direktorat Jenderal Pajak terkait kepatuhan perpajakan *Content Creator*

a. Kesenjangan Pemahaman dan kompleksitas sistem perpajakan di Era Digital.

Ada beberapa alasan utama mengapa *Content Creator* tidak memahami aturan pajak. Pertama banyak *Content Creator* yang tidak tahu tentang kewajiban pajak mereka. banyak *Content Creator* tidak menyadari bahwa mereka harus dikenakan pajak penghasilan (PPh) atas pendapatan mereka dari berbagai sumber seperti *endorsement*, afiliasi dan *event brand*. Berikut Keterangan wawancara dengan Awal seorang *Content*

Creator yang berfokus di *Affiliate* yang mengatakan :

“ada banyak faktor salah satunya yaitu platform yang kita tempati sebagai sarana pendapatan itu dia belum jelas sistemnya apakah sudah potong pajak atau belum. Bukan hanya dari konten kreatornya yang tidak taat pajak tapi ada dari sebab lain. karena memang ini sebuah pekerjaan tapi mungkin belum terlalu legal sehingga ada pajak tertentu dan kena pajak Jadi intinya ini ada keterlibatan platform, juga peran pemerintah yang secara tidak langsung dalam edukasi perpajakan pada konten kreator jadi kalau memang mau di

terapkan sistem perpajakan semua elemen harus dibenahi. Konten kreatornya harus di edukasi, sosialisasinya harus lebih intens kemudian pihak pemerintahnya harus lebih ketat lagi regulasinya dan pihak platformnya juga harus siap sebagai wadah yang menampung para konten kreator”⁶⁷

Adapun juga pendapat dari Mila seorang beauty *Content Creator* yang terkendala terkait kurangnya pemahamannya terkait perpajakan, dalam keterangan wawancaranya mengatakan bahwa :

“Terkait kepatuhan perpajakan dari saya sendiri, saya masih belum paham terkait sistemnya seperti apa, dan berapa banyak harusnya yang harus saya bayarkan, apalagi penghasilan saya termasuk fluktuatif ya belum menentu”⁶⁸

Berikut Keterangan Wawancara dari Sofie Seorang Content creator sekaligus admin agency yang juga memberikan pendapatnya mengenai pemahamannya terkait pajak penghasilan atas kegiatan *Content Creator* yang mengatakan bahwa :

“dalam agency yang saya naungi ini ternyata masih banyak konten kreator yang masih belum punya NPWP. terkait kepatuhan pajak konten kreator memang kurang sekali regulasi dari pemerintah terkait perpajakan ini. Kurang edukasi dan kurang pemahaman terhadap kewajiban. Untuk itu wajib pajak pribadi mungkin banyak yang kurang sadar pajak karena itu tadi kurang pemahaman dan regulasi dari pajak.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara dengan ketiga *Content Creator*, Awal, sofie dan Mila, peneliti menyimpulkan keterangannya ini menunjukkan bahwa masalah ketidakpahaman Content Creator terhadap aturan pajak adalah masalah multifaset yang memerlukan pendekatan komprehensif. Diperlukan upaya bersama dari pemerintah untuk memperjelas regulasi dan meningkatkan edukasi, dari platform untuk meningkatkan transparansi, dan dari Content Creator sendiri untuk

⁶⁷ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁶⁸ Mila, Beauty Content Creator, *Wawancara* di kota Parepare tanggal 03 Juli 2024

⁶⁹ Sofie, Content Creator dan admin agency, *Wawancara* di kota Parepare tanggal 10 Juli 2024

meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak. Adapun pernyataan yang terkait dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti ini Menurut hasil wawancara yang dilakukan oleh Christian Gunawan dan Dian Purnama Sari kepada Content Creator dalam penelitiannya *implementation tax digital of content creator on tiktok social media* :

“diperoleh data bahwa informan pembuat konten TikTok sebagian besar mengalami kesulitan dalam memahami aturan perpajakan di Indonesia. Aturan perpajakan mungkin akan rumit bagi masyarakat awam yang belum pernah mempelajari aturan tersebut dan bahkan ada yang tidak memahami sama sekali.”⁷⁰

Hal ini menunjukkan bahwa pemerintah perlu memberikan bimbingan teknis yang lebih spesifik dan relevan dengan kebutuhan *Content Creator* untuk meningkatkan kepatuhan mereka terhadap pajak.

b. keterbatasan data dan identifikasi *Content Creator*

Keterbatasan data dan identifikasi *Content Creator* merupakan salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam upaya meningkatkan kepatuhan perpajakan di sektor ini. Akibatnya, banyak *Content Creator* yang mungkin memenuhi syarat sebagai wajib pajak namun lolos dari pengawasan, sehingga berpotensi mengurangi penerimaan pajak negara dan menciptakan ketidakadilan dalam sistem perpajakan. Ini berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Pak ardin selaku pegawai pajak bagian penyuluh yang mendukung pernyataan terkait keterbatasan data di KPP Pratama Parepare, dia mengatakan :

“Jujur saja untuk parepare itu sebenarnya kami tidak mempunyai data terkait mereka siapa saja konten kreator itu dan kami juga tidak tahu apakah mereka punya asosiasi atau perkumpulan seperti agency atau

⁷⁰ Gunawan and Sari, “*Implementation Tax Digital of Content Creator on Tiktok Social Media.*”

manajemen yang menanggung itu. content creator yang kecil memang mungkin agak sulit dijangkau atau di deteksi. Secara umum untuk lingkup parepare masih belum ada datanya mereka itu siapa saja. karena kita tidak bisa melangkah untuk melakukan pengawasan kalau tidak ada data. tapi kalau untuk parepare sebenarnya belum terlalu ini karena segmentasi KPP parepare ini masih fokus di bendahara pemerintah⁷¹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Parepare menghadapi tantangan signifikan dalam hal keterbatasan data dan identifikasi konten kreator di wilayahnya. Mereka tidak memiliki database yang komprehensif mengenai siapa saja yang mereka yang berprofesi sebagai konten kreator di Parepare, serta tidak memiliki informasi tentang adanya asosiasi atau manajemen yang menaungi mereka. Identifikasi konten kreator, terutama yang berskala kecil, menjadi sulit dilakukan. Akibatnya, tidak ada perlakuan khusus atau pengawasan yang diterapkan untuk sektor ini. KPP Pratama Parepare mengakui bahwa tanpa data yang memadai, mereka tidak dapat melakukan langkah-langkah pengawasan yang efektif. Upaya yang dapat dilakukan saat ini terbatas pada observasi lapangan untuk melihat perkembangan ekonomi daerah. fokus utama KPP pratama parepare pada sektor bendahara pemerintah menjadi faktor tambahan yang menyebabkan kurangnya perhatian terhadap sektor konten kreator di Parepare. Situasi ini menggambarkan adanya kesenjangan dalam sistem pengawasan perpajakan untuk ekonomi digital di tingkat daerah.

c. Tantangan Pengawasan Dan Kepatuhan Pajak Di Era Digital

Tantangan pengawasan dan kepatuhan pajak di era digital merupakan isu kompleks bagi otoritas perpajakan, termasuk Direktorat

⁷¹ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

Jenderal Pajak. Munculnya profesi baru seperti *Content Creator* dalam perkembangan ekonomi digital menimbulkan kesulitan dalam pengawasan dan pemantauan kepatuhan pajak. Identifikasi wajib pajak menjadi lebih sulit karena transaksi online, sementara sifat dinamis platform digital menyulitkan otoritas pajak mengikuti perkembangan model bisnis terbaru. Kurangnya transparansi data dari platform dan keterbatasan sumber daya serta kurangnya pengetahuan teknis petugas pajak terkait model bisnis content creator juga menjadi hambatan. Kesenjangan pemahaman antara otoritas pajak dan pelaku ekonomi digital sering mengakibatkan kesulitan penerapan regulasi efektif. Sosialisasi dan edukasi perpajakan kepada *Content Creator* yang tersebar dan beragam menjadi tantangan besar dalam meningkatkan kesadaran dan kepatuhan pajak. Menghadapi ini, diperlukan pendekatan inovatif, kolaboratif, dan adaptif dari otoritas pajak untuk memastikan kepatuhan pajak yang optimal di era ekonomi digital.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, beberapa jawaban yang terkait dengan tantangan pengawasan dan kepatuhan pajak di era digital khususnya untuk *Content Creator*, berikut keterangan dari Pak ardin selaku pegawai pajak bagian penyuluh dan pengawasan yang mengatakan bahwa :

- 1) Dari jawaban tentang pemahaman industri *Content Creator* :

"Memang di 3 tahun terakhir ini. Makin bertambah sejak pandemi. Diaawal mungkin hanya orang tertentu saja yang merasa pekerjaan ini sangat menjanjikan."⁷²

- 2) Jawaban Mengenai kesulitan identifikasi dan pengawasan:

⁷² Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

"Untuk konten kreator kalau yang masih kecil kecil emang mungkin agak sulit dijangkau atau di deteksi tapi kalau yang sudah terkenal sudah masuk dalam lingkup Wajib Pajak yang diampuh atau ditangani oleh KPP Leader Tax Office (LTO) yang ada di pusat."⁷³

3) Jawaban Terkait keterbatasan data:

"jujur saja untuk parepare itu sebenarnya kami tidak mempunya data terkait mereka siapa saja konten kreator itu dan kami juga tidak tahu apakah mereka punya asosiasi atau perkumpulan seperti agency atau manajemen yang menaungi itu."⁷⁴

4) Jawaban Mengenai fokus dan keterbatasan sumber daya:

"Tapi kalau untuk parepare sebenarnya belum terlalu ini karena kita belum fokus ke mereka karena keterbatasan SDM juga karena segmentasi KPPP parepare ini masih fokus di bendahara pemerintah."⁷⁵

5) Jawaban Tentang pentingnya edukasi:

"Paling awal itu ya edukasi ke masyarakat paling penting. Karena apalagi ini terkait perpajakan yang ada guyonan masyarakat itu yang mengatakan kalau tidak ada masyarakat itu yang ikhlas membayar pajak."⁷⁶

Berdasarkan jawaban wawancara tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak, khususnya KPP Pratama Parepare, menghadapi beberapa tantangan signifikan dalam pengawasan dan peningkatan kepatuhan pajak content creator di era digital. Tantangan-tantangan ini meliputi kesulitan dalam mengidentifikasi dan menjangkau *content creator*, terutama yang masih berskala kecil, keterbatasan data mengenai jumlah dan identitas *content creator* di wilayah tersebut, serta kurangnya informasi tentang asosiasi atau manajemen yang menaungi mereka. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan fokus yang

⁷³ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

⁷⁴ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

⁷⁵ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

⁷⁶ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

masih terpusat pada sektor lain seperti bendahara pemerintah juga menjadi hambatan. Pihak pajak menyadari pentingnya edukasi kepada masyarakat, terutama mengingat persepsi negatif yang masih ada tentang pembayaran pajak. Meskipun ada upaya untuk menangani *content creator* berskala besar di tingkat pusat, masih diperlukan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi tantangan-tantangan ini di tingkat daerah seperti Parepare.

d. Kendala Sosialisasi Dan Edukasi Pajak Pada *Content Creator*

Terdapat beberapa kendala utama dalam sosialisasi dan edukasi pajak pada *content creator*. pertama, masih kurangnya pemahaman dan kesadaran pajak di kalangan *content creator*, terutama yang baru memulai atau berskala kecil. Kedua, regulasi perpajakan untuk *content creator* masih belum jelas dan spesifik. Ketiga, karakteristik pekerjaan *content creator* yang fleksibel dan penghasilan yang fluktuatif menyulitkan proses penghitungan dan pelaporan pajak. Keempat, terbatasnya akses dan jangkauan sosialisasi dari otoritas pajak kepada komunitas *content creator*. kelima kurangnya insentif dan kemudahan dalam pemenuhan kewajiban perpajakan bagi *content creator* pemula. Kendala-kendala tersebut perlu diatasi melalui strategi sosialisasi yang lebih intensif, penyederhanaan prosedur perpajakan serta penyusunan regulasi yang lebih jelas dan spesifik untuk profesi *content creator*.

berdasarkan hasil wawancara dengan *content creator* dan pegawai pajak, beberapa kendala utama dalam sosialisasi edukasi pajak pada *content creator* adalah sebagai berikut:

1. Kurangnya pemahaman dan kesadaran pajak di kalangan *content creator*, terutama yang baru memulai atau berskala kecil. Seperti yang disampaikan oleh responden Mila seorang *Beauty Content Creator* mengatakan :

"masih banyak sekali *Content Creator* yang masih belum patuh terhadap perpajakannya termasuk saya sendiri dan khususnya *Content Creator* Pemula yang penghasilannya sudah diatas PTKP."⁷⁷

2. Keterbatasan pengetahuan tentang tata cara pelaporan pajak. Responden Awal seorang *Affiliator* produk elektronik dan *Lifestyle* menyatakan bahwa:

"Yang jadi permasalahan dari saya karena keterbatasan pengetahuan perpajakan, jadi meskipun saya sadar untuk bayar pajak tetapi kurang tau tata caranya lapornya".⁷⁸

3. Kurangnya sosialisasi dan edukasi dari pihak pajak. Pak ardin Pegawai KPP Pratama Parepare menyampaikan pernyataannya :

"Paling awal itu ya edukasi ke masyarakat paling penting. Karena apalagi ini terkait perpajakan yang ada guyonan masyarakat itu yang mengatakan kalau tidak ada masyarakat itu yang ikhlas membayar pajak. Masih perlu dijelaskan dan diberi pemahaman terkait sisi aturannya, kemanfaatnya, edukasi itu sangat penting."⁷⁹

4. Belum adanya regulasi khusus untuk konten kreator. Pak ardin Pegawai KPP Pratama Parepare kembali menambahkan pernyataannya bahwa :

"Undang-undang perpajakan yang ada saat ini belum mampu mengakomodir secara maksimal pengenaan pajak bagi Content Creator."⁸⁰

⁷⁷ Mila, Beauty Content Creator, *Wawancara* melalui online tanggal 03 Juli 2024

⁷⁸ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁷⁹ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

⁸⁰ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

5. Kesulitan mengidentifikasi *conten creator* karena keterbatasan data. Pak ardin Pegawai KPP Pratama Parepare kembali menambahkan pernyataannya yang mengatakan bahwa:

"untuk parepare itu sebenarnya kami tidak mempunya data terkait mereka siapa saja konten kreator itu dan kami juga tidak tahu apakah mereka punya asosiasi atau perkumpulan seperti agency atau manajemen yang menaungi itu."⁸¹

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Content Creator* dan pegawai pajak, peneliti menyimpulkan bahwa terdapat beberapa kendala utama dalam sosialisasi dan edukasi pajak pada *Content Creator*. Pertama, masih kurangnya pemahaman dan kesadaran pajak di kalangan *Content Creator*, terutama yang baru memulai atau berskala kecil. Kedua, keterbatasan pengetahuan tentang tata cara pelaporan pajak. Ketiga, kurangnya sosialisasi dan edukasi dari pihak pajak. Keempat, belum adanya regulasi khusus untuk *Content Creator*, dimana undang-undang perpajakan yang ada saat ini belum mampu mengakomodir secara maksimal pengenaan pajak bagi mereka. Kelima, kesulitan mengidentifikasi *Content Creator* karena keterbatasan data, dimana pihak pajak tidak memiliki informasi lengkap tentang siapa saja yang berprofesi sebagai *Content Creator* di daerahnya. Kendala-kendala ini menunjukkan perlunya upaya lebih lanjut dari pihak pajak untuk meningkatkan edukasi, sosialisasi, serta pengembangan regulasi dan sistem pendataan yang lebih baik untuk mengoptimalkan kepatuhan pajak di kalangan *Content Creator*.

⁸¹ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

e. Tantangan Kolaborasi Antara DJP Dan Platform Digital

Dalam kerja samanya dengan platform digital, Kolaborasi antara Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dan platform digital dalam mengawasi kepatuhan perpajakan *Content Creator* menghadapi beberapa tantangan signifikan. Pernyataan tersebut diperkuat dengan beberapa jawaban hasil wawancara yang terkait dengan tantangan kolaborasi antara Direktorat Jenderal Pajak (DJP), berikut keterangan wawancara dengan *Content Creator* bernama Awal yang menyatakan bahwa :

"kalau yang saya ketahui mengenai pajak konten kreator itu khusus kalau saya di tiktok maupun di shopee itu tidak transparant. Di shopee itu seperti tidak transparant walaupun kita sudah menyetorkan kartu NPWP pemotongan pajaknya itu kita tidak tau, tidak ada rinciannya. Kalau di tiktok lebih suram lagi karena sejak bergabung menjadi konten kreator di tiktokshop kita tidak pernah dimintai data perpajakan, tidak ada perjanjian tertulis ataupun peraturan tentang pemotongan pajaknya."⁸²

Berdasarkan Jurnal Jusikusuma dan wijaya tahun 2022 yang berjudul pajak penghasilan atas tiktokers :

“menjelaskan peraturan perpajakan terkait profesi Tiktokers belum diatur secara spesifik sehingga penggunaan metode penghitungannya masih berada pada wilayah “abu-abu”.”⁸³

Berdasarkan pernyataan tersebut, peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat masalah serius terkait transparansi dan kejelasan sistem perpajakan bagi *Content Creator* di platform digital seperti TikTok dan Shopee. Meskipun *Content Creator* telah menyerahkan data perpajakan seperti NPWP di Shopee, mereka tidak menerima informasi rinci mengenai pemotongan pajak yang dilakukan. Situasi di TikTok bahkan lebih tidak jelas, di mana *Content Creator* sama sekali tidak diminta

⁸² Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁸³ teta dirgantara Jusikusuma and Suparna Wijaya, *Pajak Penghasilan : Tiktokers* (tangerang selatan: GUEPEDIA, 2022).

menyerahkan data perpajakan dan tidak ada perjanjian atau peraturan tertulis mengenai mekanisme pemotongan pajak. Kondisi ini menciptakan ketidakpastian dan potensi ketidakpatuhan pajak, *Content Creator* tidak memiliki pemahaman yang jelas tentang kewajiban perpajakan mereka di platform-platform tersebut. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan transparansi dan standardisasi prosedur perpajakan di platform digital untuk memastikan kepatuhan pajak yang lebih baik dari para *Content Creator*. Ini menunjukkan tantangan berupa kurangnya transparan dan kejelasan sistem perpajakan dari platform digital. Terkait ini didukung dengan pernyataannya awal yang mengatakan bahwa :

"konten kreator itu ada ekosistemnya, yang pertama sebagai pelaku kreatif dalam pekerjaan ini, ada media sosial, ada ecommers sebagai platform sebagai wadah. Ibaratnya konten kreatornya adalah karyawan, media sosialnya atau e commersnya inilah sebagai perusahaannya. Kalau kendalanya sejauh ini belum berkesinambungan antara ketiga ini, konten kreatornya acuh tak acuh, pihak platformnya juga tidak tau apa yang mendasari sehingga tidak ketat sistem perpajakannya dan pemerintahnya juga ini tidak tau, padahal bidang ini sudah ada beberapa tahun terakhir."⁸⁴

Hasil wawancara tersebut menggambarkan kompleksitas ekosistem *Content Creator* dan tantangan yang dihadapi dari sudut pandang *Content Creator* dalam konteks perpajakan. Ekosistem ini terdiri dari tiga komponen utama yaitu *Content Creator* sebagai pelaku kreatif, platform media sosial atau *e-commerce* sebagai wadah, dan pemerintah sebagai regulator. Namun, terdapat kesenjangan koordinasi yang signifikan di antara ketiga pihak ini. *Content Creator* cenderung acuh tak acuh terhadap kewajiban perpajakan mereka, sementara platform digital masih

⁸⁴ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, Wawancara melalui online tanggal 06 Juli 2024

belum memberikan pemahaman yang jelas tentang dasar-dasar sistem perpajakan yang seharusnya diterapkan. Di sisi lain, pemerintah juga tampaknya belum sepenuhnya memahami atau mengatur industri ini dengan efektif, meskipun sektor ini telah berkembang selama beberapa tahun terakhir. Ini menggambarkan tantangan berupa kurangnya koordinasi dan kesinambungan antara *Content Creator*, platform digital, dan pemerintah. Hal ini didukung dengan pernyataan wawancara dengan Pak Ardin Selaku Pegawai Pajak bagian Penyuluh yang mengatakan bahwa :

"jujur saja untuk parepare itu sebenarnya kami tidak mempunyai data terkait mereka siapa saja konten kreator itu dan kami juga tidak tahu apakah mereka punya asosiasi atau perkumpulan seperti agency atau manajemen yang menaungi itu. Kita bisa melibatkan agensinya untuk memberikan sosialisasi ke mereka, karena kalau tidak ada data atau laporan ke kami itu ya sulit memang"⁸⁵

Jawaban wawancara ternyataan tersebut mengungkapkan tantangan signifikan yang dihadapi dari sudut pandang otoritas pajak, khususnya di Parepare, dalam mengelola perpajakan konten kreator. Kurangnya data komprehensif tentang identitas konten kreator dan struktur organisasi mereka, seperti asosiasi atau agensi yang mungkin menaungi mereka, menjadi hambatan utama dalam upaya pengawasan dan sosialisasi pajak. Situasi ini mencerminkan kesenjangan informasi yang substansial antara otoritas pajak dan industri konten kreator yang berkembang pesat. Tanpa data yang akurat, otoritas pajak mengalami kesulitan dalam melakukan pendekatan yang efektif untuk sosialisasi dan pemantauan kepatuhan pajak. Kondisi ini menekankan perlunya strategi pengumpulan data yang

⁸⁵ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

lebih proaktif dan kolaborasi yang lebih erat dengan platform digital serta kemungkinan asosiasi konten kreator.

f. Peran Platform Digital Dalam Mendukung Pengawasan Pajak *Content Creator*

Peran platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok dalam mendukung pengawasan pajak *Content Creator* sangat penting dan berpotensi signifikan. Platform-platform ini memiliki data rinci tentang aktivitas dan penghasilan para Content Creator, yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kepatuhan pajak secara substansial. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, kepada content creator dan pegawai pajak berikut, ada beberapa pandangan terkait platform digital dalam mendukung pengawasan content creator. pernyataan wawancara Awal, yang mengatakan bahwa :

"Kalau di shopee meskipun kita dimintai untuk data perpajakan tapi itu tidak ada bukti potongnya. Karena yang ada pada dashboard penarikan hanya tertera potongan layanan. Mungkin itu potongan ke platform. Yang angkanya mungkin 10rib, 50rb dipotong 10rb jadi 40rb yang masuk ke rekening tapi itu bukan pajak."⁸⁶

"Kalau di tiktok lebih suram lagi karena sejak bergabung menjadi konten kreator di tiktokshop kita tidak pernah dimintai data perpajakan, tidak ada perjanjian tertulis ataupun peraturan tentang pemotongan pajaknya. Tetapi pendapat pribadi saya, konten kreator itu berpenghasilan dan seharusnya dikenakan pajak"⁸⁷

"Nah kalau di lazada dia lebih open dan lebih terbuka terkait perpajakannya, karena pencairan komisi itu ada rekapitulasi sebulan dan itu ada semacam invoice tertuang dengan jelas ada pemotongan pajaknya, setahu saya 5% entah itu sudah sesuai atau tidak yang jelasnya di lazada sudah berlaku seperti itu."⁸⁸

⁸⁶ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁸⁷ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁸⁸ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

Sementara itu, Mila seorang *Beauty Content Creator* dalam keterangan wawancaranya menyatakan bahwa:

"Selama saya menekuni pekerjaan ini, dan ada beberapa yang katanya memotong pajak, tapi saya baru menerima 1x bukti potong dari kerjsama endorse, lainnya ada juga yang katanya sudah potong tapi tidak ada bukti pemotongan yang dilampirkan. Nah kalau komisi dari sistem affiliate sendiri ini juga bikin saya bingung, karena pas awal pendaftaran saya tidak pernah dimintai data terkait perpajakan, saat penarikan komisi ini hanya dipotong biaya admin saja."⁸⁹

Berdasarkan hasil wawancara dari sudut pandang content creator diatas dapat disimpulkan bahwa peran platform digital dalam mendukung pengawasan pajak Content Creator masih bervariasi dan belum konsisten. Beberapa platform sudah mulai menerapkan sistem pemotongan pajak, namun masih banyak yang belum melakukannya atau belum transparan dalam prosesnya. Kemudian, berdasarkan wawancara dengan pihak kantor pelayanan pajak (KPP) pratama parepare terkait peran platform digital dalam mendukung pengawasan pajak content creator yang mengatakan bahwa :

"Sebenarnya tantangan dari konten kreatornya menurut saya itu tidak ada, karena memang kebijakan dari pemerintah yaitu sistem self assessment, setiap WP tidak hanya konten kreator semuanya harus penuh kesadaran penuh datang ke kita. Mulai dari mendaftarkan diri secara online. Dan dengan kesadaran dirinya mendaftarkan dirinya bahwa sebenarnya saya sudah berpenghasilan dan penghasilan saya sudah memenuhi syarat untuk di bayarkan pajaknya, nah dia harus mendaftarkan diri."⁹⁰

Peneliti kembali menanyakan kepada pihak pemerintah yaitu pak Ardin pegawai pajak KPP pratama parepare terkait peran platform digital

⁸⁹ Mila, Beauty Content Creator, *Wawancara* melalui online tanggal 03 Juli 2024

⁹⁰ Awal Ihwan, Content Creator affiliate, *Wawancara* melalui online tanggal 06 Juli 2024

dalam mendukung pengawasan pajak content creator yang dalam keterangan wawancaranya menyatakan bahwa :

"Sebenarnya tantangan dari konten kreatornya menurut saya itu tidak ada, karena memang kebijakan dari pemerintah yaitu sistem self assessment, setiap WP tidak hanya konten kreator semuanya harus penuh kesadaran penuh datang ke kita. Mulai dari mendaftarkan diri secara online. Dan dengan kesadaran dirinya mendaftarkan dirinya bahwa sebenarnya saya sudah berpenghasilan dan penghasilan saya sudah memenuhi syarat untuk di bayarkan pajaknya, nah dia harus mendaftarkan diri."⁹¹

Pak Ardin selaku pegawai Kantor Pajak bagian penyuluh juga menjelaskan tentang tantangan dalam pengawasan terhadap content creator yang dalam keterangan wawancaranya yang mengatakan bahwa :

"Tentunya dari sisi kami, yang bisa kami lakukan yang sudah terdaftar. Ada dua kepatuhan yaitu kepatuhan pelaporan dan kepatuhan pembayaran. Yang bisa kita lakukan disini memperbanyak sosialisasi ke mereka. Bahkan termasuk sejak tahun 2021 fungsi penyuluhan itu dipisah dengan fungsi pengawasan. Itu dulunya disatukan tapi sejak 2021 dipisah."

Berdasarkan wawancara dengan pihak Kantor Pelayanan Pajak (KPP), terlihat bahwa mereka mengandalkan sistem *self assessment* dalam pengelolaan pajak *Content Creator*. KPP memandang tidak ada tantangan khusus dari sisi *Content Creator*, karena semua Wajib Pajak diharapkan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri dan membayar pajak secara mandiri. Fokus KPP adalah pada dua aspek kepatuhan yaitu pelaporan dan pembayaran pajak. Untuk meningkatkan kepatuhan, KPP lebih mengandalkan sosialisasi dan edukasi daripada pengawasan ketat.

⁹¹ Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

g. Efektivitas Kebijakan Perpajakan Terhadap *Content Creator* Di Kota Parepare

Efektivitas kebijakan perpajakan terhadap *Content Creator* di Kota Parepare masih belum optimal. Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Parepare mengakui adanya kendala dalam implementasi. Faktor utama yang mempengaruhi adalah kurangnya pemahaman dan kesadaran *Content Creator* tentang kewajiban pajak mereka. KPP Pratama Parepare mengandalkan sistem *self-assessment* dan fokus pada edukasi, namun pendekatan ini belum sepenuhnya efektif. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terkait efektivitas kebijakan perpajakan terhadap *Content Creator* di kota parepare. Berikut pernyataan wawancara dengan Pak Ardin dari Pihak Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Parepare dalam keterangan wawancaranya yang mengatakan bahwa :

"Kalau masalah efektivitasnya masih belum bisa dikatakan berhasil betul ya, karena tetap masih ada kendala. Tapi tidak ada strategi lain. Paling awal itu ya edukasi ke masyarakat paling penting. Karena apalagi ini terkait perpajakan yang ada guyonan masyarakat itu yang mengatakan kalau tidak ada masyarakat itu yang ikhlas membayar pajak. Masih perlu dijelaskan dan diberi pemahaman terkait sisi aturannya, kemanfaatannya, edukasi itu sangat penting."⁹²

Selanjutnya, pernyataan wawancara dari *content creator* Awal yang menyatakan bahwa :

"Menurut saya sangat sulit memenuhi kewajiban perpajakan atas penghasilan saya sebagai seorang *Content Creator*. *Content Creator* adalah wadah saya untuk mencari nafkah, karena saya sudah menjadikan *Content Creator* sebagai pekerjaan utama. Saya dan rekan-rekan *Content Creator* tidak pernah diberi arahan langsung soal pajak oleh petugas pajak. Tidak ada kepastian besaran

⁹² Ardin S, Fungsional Penyuluh dan pengawasan, *Wawancara* di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare tanggal 28 Juni 2024

penghasilan yang saya dapatkan, serta minimnya edukasi dari orang-orang pajak (DJP)."⁹³

Pertanyaan yang sama dengan *affiliate content creator* awal ditanyakan ke *Beauty content creator* mila, berikut pernyataan wawancaranya yang mengatakan bahwa :

"Saya sendiri jujur masih belum pernah melaporkan sendiri pajak saya, karena terkendala cara perhitungannya bagaimana karena penghasilan saya tidak menentu terus juga cara melaporkannya juga bagaimana dan dimana. Jadi saya bisa dibilang masih belum patuh karena masalah kurangnya pemahaman terkait ini."⁹⁴

Setelah mendengar hasil wawancara yang telah dilakukan oleh pihak *Content Creator* dan pegawai pajak, peneliti menyimpulkan bahwa efektivitas kebijakan perpajakan terhadap *Content Creator* di Kota Parepare masih belum optimal. Pihak KPP Pratama Parepare mengakui adanya kendala dalam implementasi kebijakan, meskipun mereka telah fokus pada edukasi dan sosialisasi. Para *Content Creator* menghadapi kesulitan dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka, terutama karena kurangnya pemahaman tentang prosedur perpajakan dan ketidakpastian penghasilan. Mereka merasa kurang mendapat arahan langsung dari petugas pajak dan mengalami kebingungan terkait cara perhitungan dan pelaporan pajak. Terdapat kesenjangan yang signifikan antara kebijakan yang diterapkan pemerintah dan pemahaman serta implementasi di tingkat *Content Creator*.

⁹³Awal Ihwan, Content Creator affiliate, Wawancara melalui online tanggal 06 Juli 2024

⁹⁴Mila, Beauty Content Creator, Wawancara melalui online tanggal 03 Juli 2024

3. Pandangan Islam mengenai pemungutan Pajak Penghasilan terhadap *Content Creator*

Dalam Islam, memang beberapa pendapat yang mengemukakan pro dan kontra terhadap kewajiban membayar pajak. menurut Imam Al-Ghazali dan Imam Al-Juwani, pajak adalah sesuatu yang diwajibkan oleh penguasa (pemerintah) kepada orang kaya dengan menarik sesuatu dari mereka yang dipandang dapat mencukupi kebutuhan negara dan masyarakat secara umum. Sedangkan menurut istilah kontemporer, pajak adalah iuran rakyat kepada negara yang berdasarkan Undang-Undang sehingga dapat dipaksakan dengan tidak mendapat balas jasa secara langsung.

Berdasarkan dalil-dalil syar'i dari Al-Qur'an dan Aas-sunnah bahwa setiap muslim wajib menaati pemimpinnya selama pemimpin tersebut masih dalam kategori muslim. Dan selama pemimpin tersebut tidak memerintahkan dan memaksa dengan suatu kemaksiatan. Dalam keadaan seperti itu, muslim tidak boleh melakukan perlawanan kepada pemerintah, demi menghindari kemudharatan yang lebih besar. Dalam suatu hadist yang shahih, Nabi Muhammad SAW bersabda :

قُلُوبُ قُلُوبُهُمْ رِجَالٌ فِيهِمْ وَسَيَقُومُ بِسُنَّتِي وَلَا يَهْدِي بِيَهْدِي وَلَا أَمَّةٌ بَعْدِي يَكُونُ
لِلْأَمِيرِ وَتَطِيعَ تَسْمَعُ قَالَ ذَلِكَ أَدْرَكْتُ إِنْ اللَّهَ رَسُولَ يَا أَصْنَعُ كَيْفَ قُلْتُ قَالَ . إِنْ جُنْمَانَ فِي الشَّيَاطِينِ
وَأَطِعَ فَاسْمَعِ مَالِكَ وَأَخَذَ ظَهْرَكَ ضَرْبَ وَإِنْ

Terjemahannya:

"Akan datang sesudahku para pemimpin, mereka tidak mengambil petunjukku dan juga tidak melaksanakan tuntunanku. Dan kelak akan ada para pemimpin yang hatinya seperti hati setan dalam jasad manusia." Maka aku (Hudzaifah) bertanya: "Wahai Rasulullah, apa yang aku perbuat jika aku mendapati hal ini?" Beliau bersabda: "Hendaklah engkau mendengar dan taat kepada pemimpinmu walaupun punggungmu dipukul dan hartamu dirampas, tetaplah

dengar dan taat kepadanya." (HR. muslim III/1475 no. 1847 dari Hudzaifah ibnu yaman radliyallahu'anhu)⁹⁵

Dari sabda Rasulullah diatas, maka jelas bahwa dalam Islam meskipun banyak pendapat yang mengatakan bahwa pajak itu haram, tetapi dilain hal umat muslim tetap harus menaati apa yang diperintahkan pemimpinnya untuk menghindari sesuatu yang akan menimbulkan kemudharatan dan akhirnya membuat kerugian bagi masyarakat.⁹⁶ Hadits ini menekankan pentingnya ketaatan kepada pemimpin muslim, bahkan dalam situasi yang sulit, selama pemimpin tersebut tidak memerintahkan kemaksiatan. Prinsip ini bertujuan untuk menjaga stabilitas dan menghindari kekacauan yang lebih besar dalam masyarakat. Dalam konteks pembayaran pajak, hal ini dapat diinterpretasikan bahwa selama pemerintah muslim menetapkan kebijakan pajak untuk kemaslahatan umum dan tidak bertentangan dengan syariat Islam, maka umat Muslim hendaknya mematuhi dan melaksanakannya.

Prinsip-prinsip pendapatan pada negara menurut ekonomi islam telah memberi syarat tertentu untuk sebuah pendapatan negara yaitu :

- a. Ada nash (Al-Qur'an dan Hadist) yang memerintahkannya, Ini berarti harus ada landasan yang jelas dari sumber-sumber hukum Islam yang mengizinkan atau memerintahkan pemungutan pendapatan tersebut.

⁹⁵ ustadz muhammad wasitho Lc, Abu lawas, "Pemungutan Pajak Dalam Perspektif Hukum Islam," n.d., <https://almanhaj.or.id/3321-pemungutan-pajak-dalam-perspektif-hukum-islam.html>. (diakses pada 13 Juli 2024 pada pukul 19:32)

⁹⁶ "Hukum Pajak Dalam Fiqh Islam Bagaimana Kaum Muslim Menyikapinya," aslibumiayu.net, n.d., <https://aslibumiayu.net/10410-hukum-pajak-dalam-fiqh-islam-bagaimana-kaum-muslim-menyikapinya.html>. diakses pada 13 Juli 2024 pada pukul 19:32)

- b. Adanya pemisah antara Muslim dan non-Muslim, Prinsip ini mengindikasikan adanya perbedaan perlakuan atau kewajiban antara Muslim dan non-Muslim dalam hal pendapatan negara.
- c. Dikenakan hanya terhadap orang kaya, Pendapatan negara, termasuk pajak, harus diambil dari mereka yang memiliki kelebihan harta, bukan dari orang-orang yang kesulitan secara ekonomi.
- d. Adanya tuntutan kemaslahatan umum, Pemungutan pendapatan negara harus bertujuan untuk kepentingan dan kebaikan bersama, bukan untuk kepentingan individu atau kelompok tertentu.

Prinsip-prinsip ini menjadi dasar dalam menentukan kebijakan pendapatan negara dalam ekonomi Islam, termasuk dalam hal pemungutan pajak penghasilan dari Content Creator. Prinsip-prinsip ini bertujuan untuk memastikan bahwa pendapatan negara dikumpulkan dan digunakan dengan cara yang adil, sesuai dengan ajaran Islam, dan untuk kepentingan masyarakat secara keseluruhan. Sebagian para ulama yang Anda menyebutkan bahwa memang ada yang memiliki kewajiban lain atas dasar dari Al-Qur'an dan hadits selain zakat antara lain :

- a. QS Al-Baqarah (2):177 Ayat ini berbicara tentang kebajikan (al-birr) yang mencakup berbagai aspek, termasuk memberikan harta kepada orang-orang yang membutuhkan. Ini bisa diinterpretasikan sebagai kewajiban finansial selain zakat.
- b. QS Al-An'am (6):141 Ayat ini memerintahkan untuk memberikan hak (dari hasil panen) pada saat panen. Beberapa ulama menafsirkan ini sebagai kewajiban selain zakat.

- c. Hadits Fatimah binti Qais ra Hadits ini secara eksplisit menyatakan bahwa ada hak-hak lain dalam harta selain zakat. Ini menjadi dalil kuat bagi pendapat bahwa ada kewajiban finansial lain selain zakat.

Berdasarkan dalil-dalil ini, sebagian ulama berpendapat bahwa selain zakat, ada kewajiban finansial lain yang harus ditunaikan oleh seorang Muslim. Ini bisa mencakup berbagai bentuk kontribusi untuk kemaslahatan umum, yang dalam konteks modern bisa diinterpretasikan termasuk pajak. Dalam konteks Content Creator, pendapat ini bisa dijadikan landasan bahwa membayar pajak penghasilan adalah bagian dari menunaikan hak-hak lain dalam harta selain zakat, selama pajak tersebut digunakan untuk kemaslahatan umum dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Pajak penghasilan dapat dimasukkan kedalam keajiban lain atas harta selain zakat, karena objeknya adalah penghasilan (Harta). Jadi, PPh memenuhi syarat pertama, yaitu Adanya Nash Al-Qur'an dan Hadist. Namun perlu dicatat bahwa pendapat ini tidak dipegang oleh semua ulama. Ada juga yang berpendapat bahwa zakat adalah satu-satunya kewajiban finansial dalam Islam. Perbedaan pendapat ini menunjukkan kompleksitas dan kekayaan pemikiran dalam fiqh Islam.

Syariat Islam memang memberikan ketentuan yang spesifik mengenai harta yang dapat dipungut untuk kepentingan umum atau negara. Harta tersebut harus berasal dari Harta harus dari orang kaya, Ini sesuai dengan prinsip keadilan dalam Islam. Orang yang memiliki kelebihan harta lebih mampu untuk berkontribusi pada kepentingan umum. Harta harus nyata-nyata dimiliki, Artinya, harta tersebut benar-benar milik orang tersebut,

bukan harta pinjaman atau harta yang masih dalam sengketa. Bukan dari hutang atau hasil curian, Harta yang dipungut harus berasal dari sumber yang halal dan sah menurut syariat. Sudah melebihi kebutuhan pokok, Ini merujuk pada konsep 'al-'afw' atau kelebihan, yang disebutkan dalam QS Al-Baqarah (2):219. Ayat tersebut berbunyi:

الْعَفْوُ قُلْ يُنْفِقُونَ مَاذَا يَسْأَلُونَكَ

Terjemahannya:

"Mereka bertanya kepadamu tentang apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: 'Yang lebih dari keperluan.'"

Ayat ini mengindikasikan bahwa harta yang dapat diambil untuk kepentingan umum adalah harta yang melebihi kebutuhan pokok seseorang. Jika dinisbahkan pada Zakat, dimana nishab zakat emas adalah 85gram @Rp.300.000 = Rp.25.500.000, maka PTKP seharusnya adalah Rp.25.000.000 per tahun atau Rp.2.125.000 perbulan untuk diri WP tidak kawin dan tidak punya tanggungan. Tahun 2016, PTKP yang diperbolehkan terhadap WP tidak kawin berdasarkan PMK No.101/PMK.010/2016 adalah sebesar Rp.54.000.000 per tahun atau Rp.4.500.000 per bulan. Jadi, dari persyaratan bahwa pajak harus ditujukan kepada orang kaya saja, dalam hal ini PPh sudah memenuhi ketentuan syariah.

Dalam konteks pajak penghasilan modern, termasuk untuk Content Creator, prinsip-prinsip ini tercermin dalam konsep Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). PTKP menjamin bahwa pajak hanya dikenakan pada penghasilan yang melebihi jumlah tertentu yang dianggap sebagai kebutuhan dasar. Penerapan prinsip-prinsip ini dalam sistem perpajakan modern bertujuan untuk memastikan bahwa pemungutan pajak dilakukan secara adil dan tidak membebani mereka yang penghasilannya hanya cukup untuk

memenuhi kebutuhan dasar. Ini sejalan dengan semangat keadilan sosial dalam Islam.

Selanjutnya, mengenai pemenuhan syarat adanya tuntutan kemaslahatan umum, bahwa saat ini negara memiliki utang yang sangat besar yaitu mencapai Rp 3.672 triliun sehingga ratio utang terhadap PDB adalah sebesar 28% yang artinya utang yang sebesar ini juga tidak akan terbayar jika uang pajak seluruhnya digunakan untuk melunasi utang. Sementara kebutuhan rakyat akan keamanan, kesehatan, dan pendidikan tetap harus diadakan oleh Ulil Amri. Dengan alasan kemaslahatan, maka PPh yang dipungut saat ini telah memenuhi ketentuan syariah. Penjelasan ini menunjukkan bahwa pemungutan Pajak Penghasilan (PPh), termasuk dari Content Creator, memenuhi syarat kemaslahatan umum karena:

- a. Negara memiliki utang besar yang perlu dilunasi.
- b. Ada kebutuhan vital masyarakat seperti keamanan, kesehatan, dan pendidikan yang harus dipenuhi.
- c. Pajak yang dipungut digunakan untuk kepentingan publik, bukan hanya untuk melunasi utang.
- d. Pemungutan pajak dianggap sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan negara dan masyarakat.

Dengan demikian, dari perspektif Islam, pemungutan PPh termasuk dari Content Creator dapat dibenarkan karena memenuhi syarat kemaslahatan umum yang merupakan salah satu prinsip penting dalam ekonomi Islam. Meskipun masih terdapat kelemahan dalam tata cara pemungutannya, namun PPh tetap boleh dipungut karena sudah memenuhi tiga syarat pembolehan sebuah pendapatan negara, yaitu:

1. Ada nash yang memerintahkannya

Meskipun tidak secara eksplisit menyebut pajak modern, Al-Qur'an dan Hadits memberikan landasan untuk pemungutan harta selain zakat untuk kemaslahatan umum.

2. Dikenakan hanya terhadap orang kaya

PPh memenuhi syarat ini dengan adanya Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), yang memastikan bahwa pajak hanya dikenakan pada penghasilan di atas jumlah tertentu.

3. Adanya tuntutan kemaslahatan umum

Pemungutan PPh didasarkan pada kebutuhan negara untuk membiayai berbagai keperluan publik, termasuk pelunasan utang negara dan penyediaan layanan dasar seperti keamanan, kesehatan, dan pendidikan.

Dengan terpenuhinya ketiga syarat ini, maka pemungutan PPh termasuk dari Content Creator, dapat dianggap sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem perpajakan modern mungkin memiliki beberapa aspek yang perlu disempurnakan, secara prinsip ia tidak bertentangan dengan ajaran Islam selama dikelola dengan benar dan digunakan untuk kemaslahatan umum.

Masyarakat yang memiliki kesadaran perpajakan ditandai dengan kemauan untuk membayar pajak secara sukarela, tanpa merasa dirugikan atau dipaksa. Kesadaran ini muncul dari pemahaman bahwa pajak yang dibayarkan akan digunakan untuk kepentingan bersama dan pembangunan negara. Wajib pajak yang sadar memahami manfaat tidak

langsung dari pembayaran pajak, seperti penyediaan infrastruktur, layanan publik, dan stabilitas ekonomi. Mereka membayar pajak bukan karena takut akan sanksi, melainkan karena kesadaran akan peran penting pajak dalam membiayai kebutuhan negara dan masyarakat. Dengan demikian, kesadaran perpajakan yang tinggi mencerminkan pemahaman dan partisipasi aktif warga negara dalam mendukung pembangunan melalui pemenuhan kewajiban pajak mereka.

Kesadaran masyarakat yang rendah terhadap kewajiban perpajakan sering kali disebabkan oleh ketidaktahuan mereka tentang wujud konkrit imbalan dari uang yang dikeluarkan untuk membayar pajak. Hal ini menjadi kendala signifikan dalam pengumpulan pajak. Masyarakat mungkin tidak melihat hubungan langsung antara pajak yang mereka bayar dengan manfaat yang mereka terima, yang dapat menimbulkan keengganan untuk membayar pajak. Kurangnya pemahaman ini bisa disebabkan oleh minimnya sosialisasi atau edukasi dari pemerintah tentang penggunaan uang pajak. Untuk meningkatkan kepatuhan membayar pajak, diperlukan upaya lebih dari pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang peran penting pajak dalam pembangunan negara, serta transparansi yang lebih besar dalam menjelaskan penggunaan dan manfaat uang pajak bagi masyarakat.

Fiqh siyasah maliyah, atau fikih politik keuangan dalam Islam, memiliki relevansi yang signifikan terhadap pajak penghasilan Content Creator. Konsep ini mencakup berbagai aspek pengelolaan keuangan

negara yang sejalan dengan prinsip-prinsip perpajakan modern. Baitul Mal, sebagai konsep kas negara dalam Islam, dapat dianalogikan dengan sistem keuangan negara saat ini, di mana pajak penghasilan Content Creator menjadi salah satu sumber pemasukan. Prinsip keadilan dalam fiqh siyasah maliyah tercermin dalam pengenaan pajak berdasarkan kemampuan membayar, seperti diterapkannya Penghasilan Tidak Kena Pajak. Tujuan kemaslahatan umum dan tanggung jawab sosial yang ditekankan dalam fiqh siyasah maliyah sejalan dengan penggunaan pajak untuk pembangunan dan pelayanan publik. Transparansi dan akuntabilitas yang menjadi prinsip penting dalam pengelolaan keuangan Islam juga relevan dengan kebutuhan sistem perpajakan yang dapat dipertanggungjawabkan. Fleksibilitas hukum Islam yang tercermin dalam fiqh siyasah maliyah memungkinkan adaptasi terhadap perkembangan ekonomi modern, termasuk munculnya profesi Content Creator. Dengan demikian, fiqh siyasah maliyah memberikan kerangka konseptual yang relevan untuk memahami dan menerapkan pajak penghasilan pada Content Creator dalam perspektif Islam, menunjukkan bahwa prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan pada isu-isu kontemporer seperti perpajakan di era digital.

B. Pembahasan Penelitian

Pembahasan hasil penelitian ini berfokus pada strategi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* di Kota Parepare, tantangan yang dihadapi dalam implementasinya serta pandangan islam terkait sistem pemotongan pajak :

1. Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator*

a. Penerapan Sistem *Self Assessment*

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menerapkan strategi yang sejalan dengan Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*). Strategi utama yang digunakan adalah penerapan sistem *self assessment*, di mana wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya. Hal ini sesuai dengan prinsip *voluntary compliance* dalam teori kepatuhan.

Sistem *self assessment* ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009. Penerapan sistem ini sejalan dengan penelitian Lestari et al. (2019) yang menyoroti pentingnya kemandirian wajib pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

b. Edukasi dan Sosialisasi Perpajakan

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) juga menekankan pentingnya edukasi dan sosialisasi perpajakan melalui berbagai media, termasuk

media sosial. Ini sejalan dengan penelitian Lestari et al. (2019) yang menyoroti pentingnya sosialisasi untuk meningkatkan pemahaman wajib pajak. Sejak tahun 2021, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memisahkan fungsi penyuluhan dari fungsi pengawasan untuk meningkatkan efektivitas edukasi pajak.

c. Implementasi Regulasi Perpajakan

Dalam implementasinya, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengacu pada UU No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah diubah terakhir dengan UU No. 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. Penghitungan pajak untuk *content creator* mengikuti ketentuan Pasal 17 UU PPh dengan tarif progresif, serta mempertimbangkan Peraturan Pemerintah No. 58 Tahun 2023 tentang Tarif Pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21.

d. Pengembangan Rencana Strategis

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah mengembangkan 10 rencana strategis untuk periode 2020-2024 guna menangani digitalisasi ekonomi, termasuk pengembangan layanan edukasi pajak khusus untuk *content creator*. Hal ini mencerminkan upaya Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital, sejalan dengan penelitian Rahayu & Dewanti (2021) yang menganalisis kebijakan perpajakan untuk pembuat konten online di berbagai negara.

e. Kolaborasi dengan Platform Digital

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berupaya meningkatkan kolaborasi dengan platform digital untuk memfasilitasi pelaporan dan pembayaran

pajak *content creator*. Ini sejalan dengan rekomendasi dari penelitian Falya & Dirkareshza (2021) tentang urgensi peraturan pajak khusus untuk aktivitas *endorsement* di media sosial.

f. Pengawasan dan Pemeriksaan

Meskipun menghadapi tantangan dalam identifikasi dan pengawasan *content creator* skala kecil, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) tetap melakukan upaya pengawasan, terutama untuk *content creator* berskala besar melalui Kantor Pelayanan Pajak Khusus. Hal ini mencerminkan upaya Direktorat Jenderal Pajak (DJP) untuk mengatasi kendala yang diidentifikasi dalam penelitian Vikansari & Parsa (2019) terkait pengawasan pengenaan pajak terhadap YouTubers.

Namun, implementasi strategi-strategi ini masih menghadapi berbagai kendala, terutama di tingkat daerah seperti Kota Parepare. Keterbatasan data, kesulitan identifikasi *content creator* skala kecil, dan kurangnya pemahaman wajib pajak terkait perpajakan masih menjadi tantangan utama.

2. kendala yang dihadapi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) terkait kepatuhan perpajakan *Content Creator*

a. Kesenjangan Pemahaman dan Kompleksitas Sistem Perpajakan

Kendala utama yang dihadapi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mencerminkan kompleksitas yang dibahas dalam Teori Manajemen Perpajakan (*Tax Management Theory*). *Content Creator* sering mengalami kesulitan dalam memahami kewajiban perpajakan mereka

karena kompleksitas sistem perpajakan. Hal ini sejalan dengan temuan Vikansari & Parsa (2019) yang mengidentifikasi kesulitan dalam pengawasan dan pengenaan pajak terhadap penghasilan *YouTubers*. Kompleksitas ini juga terkait dengan UU No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan yang belum sepenuhnya mengakomodasi karakteristik unik penghasilan *Content Creator*.

b. Keterbatasan Data dan Identifikasi *Content Creator*

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menghadapi tantangan dalam mengidentifikasi dan memperoleh data akurat tentang *Content Creator*, terutama yang berskala kecil. Hal ini menyulitkan penerapan UU No. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, khususnya dalam hal pengawasan kepatuhan wajib pajak. Penelitian Rahayu & Dewanti (2021) juga mengidentifikasi tantangan serupa dalam analisis kebijakan perpajakan untuk pembuat konten online di berbagai negara. Keterbatasan data ini menghambat efektivitas penerapan sistem *self assessment* yang diatur dalam UU tersebut.

c. Fluktuasi Penghasilan dan Penentuan Penghasilan Kena Pajak

Karakteristik penghasilan *Content Creator* yang fluktuatif dan berasal dari berbagai sumber menyulitkan penentuan Penghasilan Kena Pajak (PKP) sesuai dengan Pasal 4 UU No. 36 Tahun 2008. Hal ini sejalan dengan temuan Jusikusuma & Wijaya (2022) yang menunjukkan bahwa peraturan perpajakan terkait profesi *Tiktokers* belum diatur secara spesifik, sehingga penghitungannya masih berada pada wilayah "abu-abu".

d. Kurangnya Transparansi dari Platform Digital

Kurangnya transparansi dan kerja sama dari platform digital dalam hal pemotongan dan pelaporan pajak menjadi kendala signifikan. Hal ini terkait dengan implementasi Peraturan Pemerintah No. 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik, yang seharusnya mengatur aspek perpajakan dalam transaksi digital. Falya & Dirkareshza (2021) dalam penelitiannya juga menekankan urgensi peraturan pajak khusus untuk aktivitas endorsement di media sosial, yang mencerminkan kebutuhan akan regulasi yang lebih spesifik untuk transaksi digital.

e. Keterbatasan Sumber Daya dan Pengetahuan Teknis

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menghadapi tantangan dalam hal sumber daya manusia dan pengetahuan teknis untuk mengawasi kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital. Ini sejalan dengan Teori Kepatuhan yang menekankan pentingnya kapasitas otoritas pajak dalam mendorong kepatuhan wajib pajak.

f. Kesenjangan Regulasi

Meskipun telah ada Peraturan Menteri Keuangan No. 68/PMK.03/2022 tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, regulasi ini belum sepenuhnya mengakomodasi karakteristik unik *Content Creator*. Hal ini menciptakan kesenjangan regulasi yang menyulitkan penerapan pajak yang efektif.

g. Resistensi dan Kurangnya Kesadaran Wajib Pajak

Sesuai dengan Teori Kepatuhan, resistensi dan kurangnya kesadaran wajib pajak menjadi kendala signifikan. Penelitian Lestari et al. (2019) juga mengidentifikasi faktor kesadaran wajib pajak sebagai salah satu tantangan utama dalam meningkatkan kepatuhan pajak YouTubers.

3. Pandangan islam mengenai pemungutan pajak penghasilan terhadap *Content Creator*

Dalam perspektif Islam, pemungutan pajak penghasilan terhadap *Content Creator* menimbulkan diskusi yang menarik di kalangan ulama dan cendekiawan Muslim. Meskipun tidak ada nash yang secara eksplisit mengatur tentang pajak modern, beberapa ulama kontemporer membolehkan pemungutan pajak dengan syarat-syarat tertentu, berdasarkan prinsip kemaslahatan umum (masalahah 'ammah) dan keadilan sosial.

Yusuf Qardhawi, dalam kitabnya "Fiqh az-Zakah", menyatakan bahwa negara boleh memungut pajak selain zakat jika ada kebutuhan mendesak dan untuk kemaslahatan umum.⁹⁷ Ini sejalan dengan kaidah fiqh "tasharruf al-imam 'ala ar-ra'iyah manuthun bi al-maslahah" yang artinya :

- 1) Tasharruf" berarti tindakan atau kebijakan
- 2) Al-imam" berarti pemimpin
- 3) Ar-ra'iyah" berarti rakyat
- 4) Al-mashlahah" berarti kemaslahatan atau kebijakan umum

⁹⁷ Yusuf Al Qardawi, "Fiqh Al Zakah: A Comparative Study Of Zakah, Regulations And Philosophy In The Light Of Qur'an And Sunnah," *Fiqh Al Zakah (Volume I)*, 2000, 1–351.

Terjemaham lengkapnya yaitu “kebijakan pemimpin terhadap rakyatnya harus berorientasi pada kemaslahatan”. Dalam konteks *Content Creator*, pemungutan pajak dapat dibenarkan selama memenuhi prinsip-prinsip keadilan dan digunakan untuk kemaslahatan umum.

Konsep ini dapat dikaitkan dengan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yang mengatur pengenaan pajak atas penghasilan, termasuk yang diperoleh dari kegiatan ekonomi digital seperti *Content Creator*. Sistem pemungutan pajak yang diterapkan, yaitu *self assessment*, sejalan dengan prinsip amanah dalam Islam, di mana individu diberi kepercayaan untuk melaporkan penghasilannya secara jujur.

Penelitian Septiani (2018) mengenai kepatuhan selebgram dalam membayar pajak penghasilan perspektif hukum Islam menyoroti bahwa kewajiban membayar pajak dapat dianggap sebagai bentuk kontribusi warga negara terhadap pembangunan, yang sejalan dengan konsep ta'awun (tolong-menolong) dalam Islam. Hal ini relevan dengan penghasilan *Content Creator* yang sering kali signifikan dan berpotensi memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan negara.

Namun, perlu diperhatikan bahwa penerapan pajak harus mempertimbangkan kemampuan wajib pajak dan tidak memberatkan, sesuai dengan prinsip "la dharara wa la dhirara" (tidak boleh membahayakan diri sendiri dan orang lain).⁹⁸ Oleh karena itu, penerapan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) dalam sistem perpajakan Indonesia, sebagaimana diatur dalam

⁹⁸ TAMIM AZIZ, “DHAWABITH INKAR AL. MUNKAR Dirasah Nadlariyah’Ta’shiliyah Fi Qaidah La Dharara Wa La Dhirara Wa Fiqh Lnkar Al-Munkar” (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012).

Pasal 7 UU PPh, dapat dilihat sebagai upaya untuk mewujudkan keadilan dalam pemungutan pajak, yang sejalan dengan prinsip keadilan dalam Islam.

Konsep fiqh siyasah maliyah (fikih politik keuangan) dalam Islam memberikan kerangka untuk memahami pengelolaan keuangan negara, termasuk pemungutan pajak. Baitul Mal dalam sejarah Islam dapat dianalogikan dengan sistem keuangan negara modern, di mana pajak penghasilan *Content Creator* menjadi salah satu sumber pemasukan. Prinsip transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan keuangan negara, sebagaimana ditekankan dalam Islam, juga tercermin dalam ketentuan pelaporan pajak yang diatur dalam UU No. 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Meskipun demikian, implementasi pemungutan pajak terhadap *Content Creator* masih menghadapi tantangan, terutama dalam hal identifikasi wajib pajak dan penentuan besaran penghasilan kena pajak. Hal ini memerlukan ijtihad kontemporer untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi Islam dengan realitas ekonomi digital. Penelitian Izza (2021) tentang potensi penerimaan pajak penghasilan influencer atas bisnis endorsement menunjukkan perlunya regulasi yang lebih spesifik dan edukasi yang intensif untuk meningkatkan kepatuhan pajak di kalangan *Content Creator*, yang juga sejalan dengan prinsip pendidikan dan penyebaran ilmu dalam Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Strategi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* masih belum optimal. Dalam pengembangan 10 rencana strategis untuk periode 2020-2024, implementasinya menghadapi berbagai kendala, terutama di tingkat daerah seperti Kota Parepare. Hal ini sejalan dengan teori Manajemen Perpajakan yang menekankan pentingnya perencanaan pelaksanaan dan pengendalian aspek-aspek pajak, namun dalam praktiknya masih terdapat kesenjangan.
2. Kendala utama yang dihadapi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* meliputi keterbatasan data, kesulitan identifikasi *content creator*, kurangnya pemahaman wajib pajak, kompleksitas penghasilan yang fluktuatif dan kurangnya transparansi platform digital. Hal ini berkaitan dengan teori Kepatuhan yang menekankan pentingnya kesadaran dan pemahaman wajib pajak, namun realitasnya masih jauh dari ideal.
3. Dalam perspektif Islam, pemungutan pajak penghasilan terhadap *content creator* dapat dibenarkan selama memenuhi syarat-syarat tertentu dan digunakan untuk kemaslahatan umum, meskipun terdapat perbedaan pendapat di kalangan ulama.

B. SARAN

1. DJP perlu mengembangkan strategi yang lebih komprehensif dan adaptif dalam menghadapi tantangan perpajakan di era digital, khususnya untuk *content creator*. Ini dapat mencakup:
 - a. Peningkatan edukasi dan sosialisasi perpajakan yang disesuaikan dengan karakteristik *content creator*.
 - b. Pengembangan sistem pendataan yang lebih akurat dan terintegrasi dengan platform digital.
 - c. Penyusunan regulasi khusus yang mengatur perpajakan *content creator*.
2. KPP Pratama Parepare perlu meningkatkan fokus pada sektor ekonomi digital, meskipun saat ini mungkin belum dianggap sebagai sumber penerimaan pajak utama. Ini penting untuk mengantisipasi perkembangan sektor ini di masa depan.
3. Perlu adanya kolaborasi yang lebih erat antara DJP, platform digital, dan komunitas *content creator* untuk meningkatkan transparansi dan kepatuhan pajak.
4. Mengembangkan program edukasi perpajakan yang lebih intensif dan berkelanjutan untuk *content creator*, terutama yang baru memulai karirnya.
5. Melakukan studi lebih lanjut tentang model perpajakan yang paling sesuai untuk ekonomi digital, dengan mempertimbangkan karakteristik penghasilan mereka yang sering kali fluktuatif dan berasal dari berbagai sumber.
6. Meningkatkan kapasitas dan pemahaman petugas pajak tentang ekosistem *content creator* dan model bisnis digital, sehingga dapat memberikan pelayanan dan pengawasan yang lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchari. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Syakir Media Press, 2021.
- Anasta, Lawe, Deden Tarmidi, Harnovinsah, and Dkk. *Manajemen Perpajakan, Teori, Strategi, Dan Implementasi*. Jakarta: salemba empat, 2023.
- Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edited by ella deffi Lestari. Jawa Barat: CV jejak, 2018.
- Arifah, Umi. *Manajemen Strategi*. Jepara: UNISNU Press, 2022.
- aslibumiayu.net. “Hukum Pajak Dalam Fiqh Islam Bagaimana Kaum Muslim Menyikapinya,” n.d. <https://aslibumiayu.net/10410-hukum-pajak-dalam-fiqh-islam-bagaimana-kaum-muslim-menyikapinya.html>.
- AZIZ, TAMIM. “DHAWABITH INKAR AL. MUNKAR Dirasah Nadlariyah’Ta’shiliyah Fi Qaidah La Dharara Wa La Dhirara Wa Fiqh Lnkar Al-Munkar.” Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Basir, Abdul. *Penegakkan Hukum Pidana Perpajakan Di Indonesia*. Edited by Eka Tresna Setiawan. Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2022.
- Cecariyani, Shera Aske, and Gregorius Genep Sukendro. “Analisis Strategi Kreatif Dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten Prank Yudist Ardhana).” *Prologia* 2, no. 2 (2018): 495–502.
- CNBC Indonesia. “Miris! Ternyata Tax Ratio Indonesia Terendah Di Asia Pasifik,” 2017.
- Cristina. “Kepatuhan Perpajakan, Apa Signifikansinya?” pajakku, 2021.
- Dudiarto, Eko, and Dewi Anggraeni. “Epidemiologi.” EGC, 2003.
- Eka, akhmad fajar. “Intip Penghasilan Content Creator Terkaya Di Indonesia, Capai Miliaran Rupiah.” iNews ID, 2022.
- Falya, Dintan, and Rianda Dirkareshza. “Ugensi Peraturan Pajak Dalam Aktivitas Endorsement Yang Dilakukan Oleh Influencer Instagram.” *Jurnal Usm Law Review* 4, no. 2 (2021): 756–76.
- Fatimah. “Sejarah Direktorat Jenderal Pajak.” jakarta, 2023.
- Fitriya. “Cara Hitung Pajak Content Creator, Cara Bayar Dan Laporan Pajaknya.” Klikpajak, 2020.
- Gunawan, Christian, and Dian Purnama Sari. “Implementation Tax Digital of Content Creator on Tiktok Social Media.” *Journal of Accounting, Entrepreneurship and Financial Technology (Jaef)* 4, no. 2 (2023): 149–60. <https://doi.org/10.37715/jaef.v4i2.3842>.
- Hamid, and ST Harlina. *Sistem Pemungutan Pajak Di Indonesia*. Purwodadi-Grobogan, Jawa Tengah: CV. Sarnu Untung, 2015.
- Hariani, Aprilia. “Kewajiban Dan Hak Perpajakan Bagi Kreator Konten.” pajak.com, 2023.
- . “Sri Mulyani Imbau Kreator Konten Tidak Musuhi Pajak.” Pajak.com, 2023.
- ibrahim, subandy, and yosal iriantara. *Komunikasi Yang Mengubah Dunia*. bandung: simbiosis rekayasa media, 2017.
- Judisseno, Rimsky K. *Perpajakan (Edisi Revisi)*. Edited by Dwi helyy Purnomo. PT Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Jusikusuma, teta dirgantara, and Suparna Wijaya. *Pajak Penghasilan : Tiktokers*. tangerang selatan: GUEPEDIA, 2022.

- Jusikusuma, Teta Dirgantara, and Suparna Wijaya. *PAJAK PENGHASILAN TIKTOKERS*. GUEPEDIA, n.d.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*. Edited by Adi Maulana and Wibi Hardani. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008.
- Lc, Abu lawas, Ustadz Muhammad Wasitho. "Pemungutan Pajak Dalam Perspektif Hukum Islam," n.d. <https://almanhaj.or.id/3321-pemungutan-pajak-dalam-perspektif-hukum-islam.html>.
- Lestari, Ainul Dian, Safri Nurmantu, and Resista Vikaliana. "Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2018." *Jurnal Reformasi Administrasi: Jurnal Ilmiah Untuk Mewujudkan Masyarakat Madani* 6, no. 2 (2019): 144–62.
- Liani, Nanda Efri, and Johannes Aritonang. "Tinjauan Potensi Pajak Penghasilan Orang Pribadi Pengguna Aplikasi Snack Video." *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)* 6, no. 2S (2022): 446–61. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1845>.
- Mileneo, Muhammad Fazer. "Survei Asia Pacific Insights : Influencer Marketing Kian Diminati Dan Efektif Di Indonesia." goodnewsfromindonesia.id, 2023.
- Mileros, Martin D, Nicolette Lakemond, and Robert Forchheimer. "Towards a Taxonomy of E-Commerce: Characterizing Content Creator-Based Business Models." *Technology Innovation Management Review* 9, no. 10 (2019).
- Nur Izza, Aqidahtul. "Studi Kritis Potensi Penerimaan Pajak Penghasilan Influencer Atas Bisnis Endorsement Di Indonesia." *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*, 2021.
- Pajak, Direktorat Jenderal. "Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015." DJP, 2022.
- Penyusun, Tim. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Parepare*. Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2020.
- Pietersz, Jemmy J, Benjamin Carel Picauly, and Dkk. *Perpajakan Teori Dan Praktik*. Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung, 2021.
- Qardawi, Yusuf Al. "Fiqh Al Zakah: A Comparative Study Of Zakah, Regulations And Philosophy In The Light Of Qur'an And Sunnah." *Fiqh Al Zakah (Volume I)*, 2000, 1–351.
- Rahayu, Nurulita. "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Ketegasan Sanksi Pajak, Dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Akuntansi Dewantara* 1, no. 1 (2017): 15–30.
- Rahayu, Puji Astuti, and Monica Paramita Putri Dewanti. "Analisis Kebijakan Dan Implementasi Perpajakan Wajib Pajak Orang Pribadi Pembuat Konten Online Di Negara Amerika Serikat, Korea Selatan, Filipina, Dan Indonesia." *Jurnal Riset Akuntansi & Perpajakan (JRAP)* 8, no. 01 (2021): 53–65.
- Rajab, La, and Muhajir Abd Rahman. *Strategi Pengembangan Madrasah Menaajdi Lembaga Pendidikan Modern*. Edited by Ahmad Khanafi. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2023.
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Ratnawati, Juli, and Hernawati Retno Indah. *Dasar-Dasar Perpajakan*. Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2015.
- Ricky W, Griffin, and Ebert Ronald J. *Bisnis*. Edited by Wibi Hardani, Devri Barnadi, and Roy Priyatna Sitepu. Penerbit Erlangga, 2007.
- Safitri, Erna. "Endorse Makin Marak, Apakah Penghasilannya Kena Pajak?"

- Pajak.go.id, 2022.
- Septiani, Intan Nur. "14220104." *Kepatuhan Selebgram Dalam Membayar Pajak Penghasilan (Pph) 21 Perspektif Hukum Islam Dan Regulasi Dalam Perpajakan.*, 2018, 34.
- SetiyoAdhi, Allih. "Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sanksi Pajak, Pelayanan Fiskus, Dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pada UMKM Di Kabupaten Pati Tahun 2021." IAIN KUDUS, 2023.
- Sipi, Afian Dezi Sanda. "ANALISIS KEBIJAKAN PAJAK PERDAGANGAN MELALUI SISTEM ELEKTRONIK DI INDONESIA PADA ERA PANDEMI." *Yudishtira Journal: Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside 2*, no. 2 (2022): 208–26.
- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. literasi media publishing, 2015.
- Tahar, Afrizal, and Arnain Kartika Rachman. "Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Journal of Accounting and Investment 15*, no. 1 (2014): 56–67.
- Thian, Alexander. *Dasar-Dasar Perpajakan*. Edited by Arie Prabawati. yogyakarta: Penerbit ANDI, 2021.
- Vanbora, Yorika. "Youtuber & Selebgram Sebagai Wajib Pajak Di Era Modern." Pajakku, 2023.
- Vikansari, Ni Putu Suci, and I Wayan Parsa. "Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube." *Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Terhadap Youtubers Sebagai Pelaku Influencer Di Platform Media Sosial Youtube 15* (2019): 1–2.
- Walidin, Warul, Saifullah, and Tabrani ZA. *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. Edited by Masbur. Banda Aceh: FTK Ar-Raniry Press, 2015.
- Wijayanti, Lilis Endang, Purwoko Kristianto, Prasetyo Damar, and Setiawan Wawan. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern." *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing 9*, no. 3 (2022): 15–28. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.485>.
- wikipedia. "Direktorat Jenderal Pajak Indonesia," 2023.
- Zubair, Muhammad Kamal, ahmad sultra Rustan, sitti jamilah Amin, and Dkk. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Edited by Rahmawati. Parepare: IAIN Parepare Nusantara, 2020. ppp@iainpare.ac.id.



LAMPIRAN

Lampiran I Instrument Penelitian

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKIPRSI

Nama : Jamilah
NIM : 2020203862201009
Prodi : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Strategi DJP Dalam Upaya Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator*

PEDOMAN WAWANCARA

Wawancara Untuk *Content Creator*

1. Sejak kapan anda memulai profesi menjadi seorang *Content Creator*?
2. jika boleh tau, berapa kisaran penghasilan perbulan Selama menjadi *Content Creator*?
3. Penghasilan yang anda peroleh ini berasal dari kegiatan apa saja?
4. Seberapa Sering anda melakukan Endorsement /Live Sreaming /affiliate /visit?
5. Apakah perolehan penghasilan setiap Endorsement / Live Streaming / affiliate / visit sudah ditentukan dari awal?
6. Seberapa besar potensi penghasilan dari aktivitas *Content Creator*?
7. Apa yang anda ketahui mengenai pajak penghasilan atas kegiatan *Content Creator*?
8. Apakah penghasilan dari aktivitas *Content Creator* yang terkena pajak sudah diberikan bukti potong?
9. Bagaimana menurut anda terkait *Content Creator* yang tidak patuh terhadap perpajakan?
10. Apakah anda sendiri sudah patuh terhadap perpajakan atas aktivitas *Content Creator* Ini?
11. Kendala apa yang mungkin anda hadapi dalam menerapkan pajak atas aktivitas *Content Creator*?

Wawancara Untuk Kantor Pelayanan Pajak Pratama ParePare

1. Sejauh mana Bapak/Ibu memahami industri *Content Creator* dan model bisnis yang ada di dalamnya?
2. Menurut Bapak/Ibu apa saja tantangan utama yang dihadapi oleh *Content Creator* dalam menjalankan kewajiban perpajakannya?
3. Bagaimana cara bapak/Ibu melakukan pemeriksaan terhadap kepatuhan perpajakan *Content Creator*? apakah ada langkah-langkah khusus yang diambil?
4. Sejauh mana Kantor Pajak berusaha bekerjasama dengan atau *Content Creator* untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang kewajiban perpajakannya?
5. Bagaimana kantor pajak menilai efektivitas kebijakan pemerintah yang berfokus pada *Content Creator*? apakah ada langkah-langkah yang dianggap berhasil?
6. Apakah ada kebijakan atau insentif tertentu yang diterapkan untuk mendukung kepatuhan perpajakan *Content Creator*?
7. Apakah DJP memiliki program khusus untuk memberikan edukasi kepada *Content Creator* terkait kewajiban perpajakan mereka?
8. Sejauh mana edukasi perpajakan yang dianggap ssebagai faktor pendukung kepatuhan perpajakan *Content Creator*?
9. Apakah DJP memiliki kendala tertentu dalam menangani kepatuhan perpajakan *Content Creator*?
10. Bisakah bapak/Ibu menjelaskan secara singkat proses pemotongan dan pemungutan pajak yang diterapkan pada penghasilan *Content Creator*?

Parepare, 29 Desember 2023

Mengetahui,
Pembimbing Utama



Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E.,M.M.
NIP : 19911030 201903 1 006

Lampiran II Kerangka Outline

KERANGKA ISI TULISAN (*OUTLINE*)

HALAMAN JUDUL

PERSEGUJUAN PEMBIMBING

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR TABEL

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Kegunaan Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Penelitian Relevan
- B. Tinjauan Teori
- C. Kerangka Konseptual
- D. Kerangka Pikir

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis Penelitian
- B. Lokasi dan Waktu Penelitian
- C. Fokus Penelitian
- D. Jenis dan Sumber Data
- E. Teknik Pengumpulan dan Pengelolaan Data
- F. Uji Keabsahan Data
- G. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
 1. Bagaimana upaya dan Strategi DJP dalam meningkatkan kepatuhan Wajib Pajak.
 2. Kendala seperti apa yang dihadapi oleh *Content Creator* dan juga pemerintah terkait kepatuhan perpajakan.
 3. Bagaimana pandangan Islam mengenai pemungutan Pajak Penghasilan terhadap *Content Creator* di Indonesia.
- B. Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan

Tembusan:
1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran III Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.2528/In.39/FEBI.04/PP.00.9/05/2023 23 Mei 2023
Lampiran : -
Perihal : Penetapan Pembimbing Skripsi

Yth: 1. Dr. Ahmad Dzul Ilmi Syarifuddin, S.E., M.M.

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Jamilah
NIM. : 2020203862201009
Prodi. : Manajemen Keuangan Syariah

Tanggal 30 Maret 2023 telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**ANALISIS STRATEGI DJP DALAM UPAYA MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB
PAJAK CONTENT CREATOR DI SULAWESI SELATAN**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Pembimbing Skripsi Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

KEMENTERIAN AGAMA
DEKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN PAREPARE
Muhammad Muhammedun, M.Ag.
197102082001122002

Tembusan:
1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

Lampiran IV Surat izin Pelaksanaan Penelitian





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-2281/In.39/FEBl.04/PP.00.9/06/2024 06 Juni 2024
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : JAMILAH
Tempat/Tgl. Lahir : LERO MENRALO, 19 Januari 2002
NIM : 2020203862201009
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : LERO MENRALO, DESA WIRINGTASI, KEC.SUPPA, KAB.PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS STRATEGI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK CONTENT CREATOR DI KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 10 Juni 2024 sampai dengan tanggal 22 Juli 2024.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SRN IP0000472



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Tejp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
 Nomor : 472/IP/DPM-PTSP/G/2024

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
 3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
 NAMA : **JAMILAH**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
 Jurusan : **AKUNTANSI LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH**

ALAMAT : **LERO MENRALO, KEC. SUPPA, KAB. PINRANG**

UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **ANALISIS STRATEGI DIREKTORAT JENDERAL PAJAK DALAM MENINGKATKAN KEPATUHAN WAJIB PAJAK CONTENT CREATOR DI KOTA PAREPARE**

LOKASI PENELITIAN : **KANTOR PELAYANAN PAJAK PRATAMA KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **10 Juni 2024 s.d 22 Juli 2024**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
 Pada Tanggal : **10 Juni 2024**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
 Pembina Tk. 1 (IV/b)
 NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Lampiran VI Surat Keterangan selesai penelitian

Dari: Eriset Direktorat Jenderal Pajak riset@pajak.go.id
Subjek: e-Riset : Persetujuan Izin Riset
Tanggal: 24 Jun 2024, 17.46.03
Kepada: jamilajamal190102@gmail.com



KEMENTERIAN KEUANGAN REPUBLIK INDONESIA
DIREKTORAT JENDERAL PAJAK
KANWIL DJP SULAWESI SELATAN, BARAT, DAN
TENGGERA
JALAN URIP SUMOHARJO KM. 4 GEDUNG KANTOR WILAYAH DIREKTORAT
JENDERAL PAJAK, MAKASSAR 90232
TELEPON 0411-425220-456131, 456132; FAKSIMILE 0411-456132, 456857; SITUS
www.pajak.go.id
LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN KRING PAJAK (021) 1500200;
EMAIL pengaduan@pajak.go.id, informasi@pajak.go.id

Nomor : S-149/RISET/WPJ.15/2024 Makassar, 24
Juni 2024
Sifat : Biasa
Hal : Persetujuan Izin Riset

Yth **Jamilah**

Lero Menralo, Jalan Poros Ujung Lero, Rt02/rw01, Kec.suppa, Kab.pinrang, Sulawesi Selatan, 91272

Sehubungan dengan permohonan izin riset yang Saudara ajukan dengan Nomor Layanan: **03410-2024** pada **10 Juni 2024**, dengan informasi:

NIM : 2020203862201009
Kategori riset : GELAR-S1
Jurusan : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Perguruan Tinggi : STAIN Parepare
Judul Riset : Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator Di Kota Parepare
Izin yang diminta : Wawancara,

Berdasarkan hasil verifikasi berkas permohonan dan kesediaan unit kerja di Lokasi Riset, dengan ini Saudara diberikan izin untuk melaksanakan Riset pada **KPP Pratama Parepare**, sepanjang data dan/atau informasi yang didapat digunakan untuk keperluan Riset dan tidak melanggar ketentuan Pasal 34 Undang-Undang KUP dan informasi publik yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Beberapa hal yang perlu Saudara perhatikan:

- 1) Masa berlaku Surat Izin Riset ini adalah: **24 Juni 2024 s/d 23 Desember 2024**;
- 2) Izin Riset dapat diperpanjang paling banyak 3 (tiga) kali, masing-masing berlaku selama 6 (enam) bulan;

- 3) Perpanjangan diajukan sebelum sebelum berakhirnya masa berlaku izin Riset;
- 4) Setelah melaksanakan Riset, Saudara diwajibkan mengirimkan Hasil Riset melalui email ke riset@pajak.go.id;
- 5) Apabila periset tidak mengirimkan hasil riset, maka DJP dapat menghentikan layanan pemberian izin riset kepada periset.

Demikian, agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



PENTING

Informasi yang disampaikan melalui e-mail ini hanya diperuntukkan bagi pihak penerima sebagaimana dimaksud pada tujuan e-mail ini saja. E-mail ini dapat berisi informasi atau hal-hal yang secara hukum bersifat rahasia. Segala bentuk kajian, penyampaian kembali,

Lampiran VII Surat pernyataan bersedia menyerahkan hasil riset

**SURAT PERNYATAAN
BERSEDIA MENYERAHKAN HASIL RISET KEPADA DIREKTORAT JENDERAL PAJAK**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jamilah
NIM/NPWP : 2020203862201009
Jurusan dan Fakultas : Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah,
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Perguruan : Institut Agama Islam Negeri Parepare
Tinggi/Badan/Lembaga* :
Rencana Judul Riset : Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak
Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak
Content Creator Di Kota Parepare

menyatakan dengan sungguh-sungguh atas kehendak sendiri, bahwa saya bersedia menyerahkan hasil riset kepada Direktorat Jenderal Pajak dalam jangka waktu sesuai dengan ketentuan.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun untuk dipergunakan sebagai persyaratan permohonan izin riset di lingkungan Direktorat Jenderal Pajak. Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia untuk dikenakan sanksi penghentian layanan pemberian izin riset.

Parepare, 10 Juni 2024

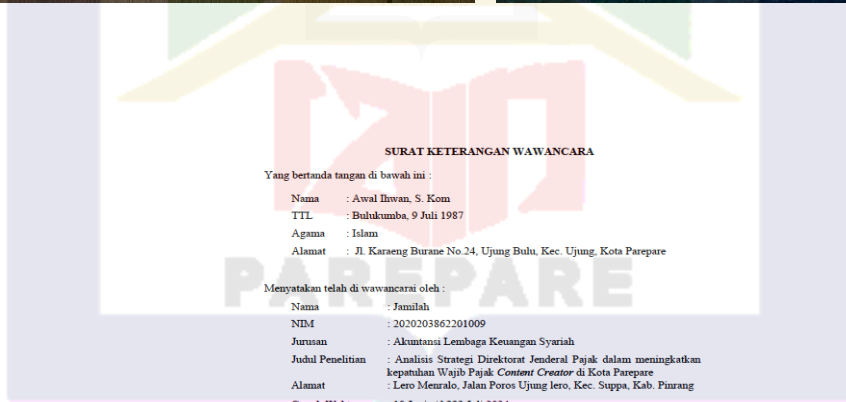
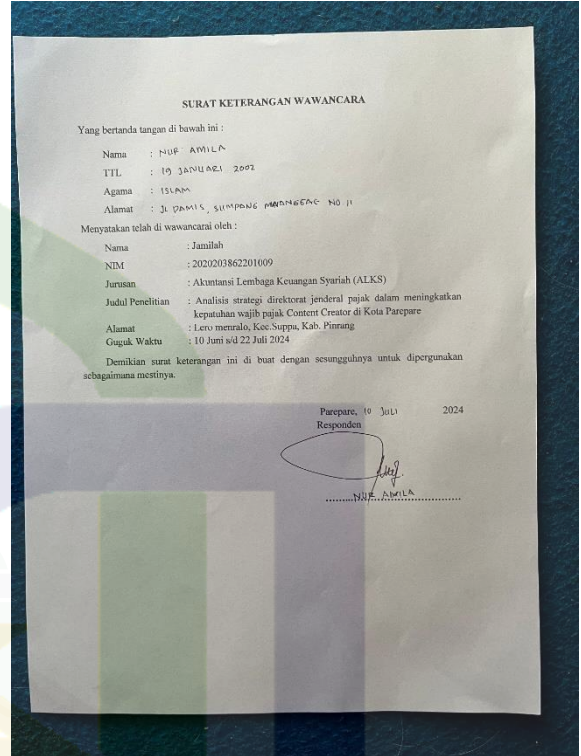
Yang membuat pernyataan,



Jamilah
2020203862201009

*coret yang tidak sesuai

Lampiran VIII Surat Keterangan wawancara

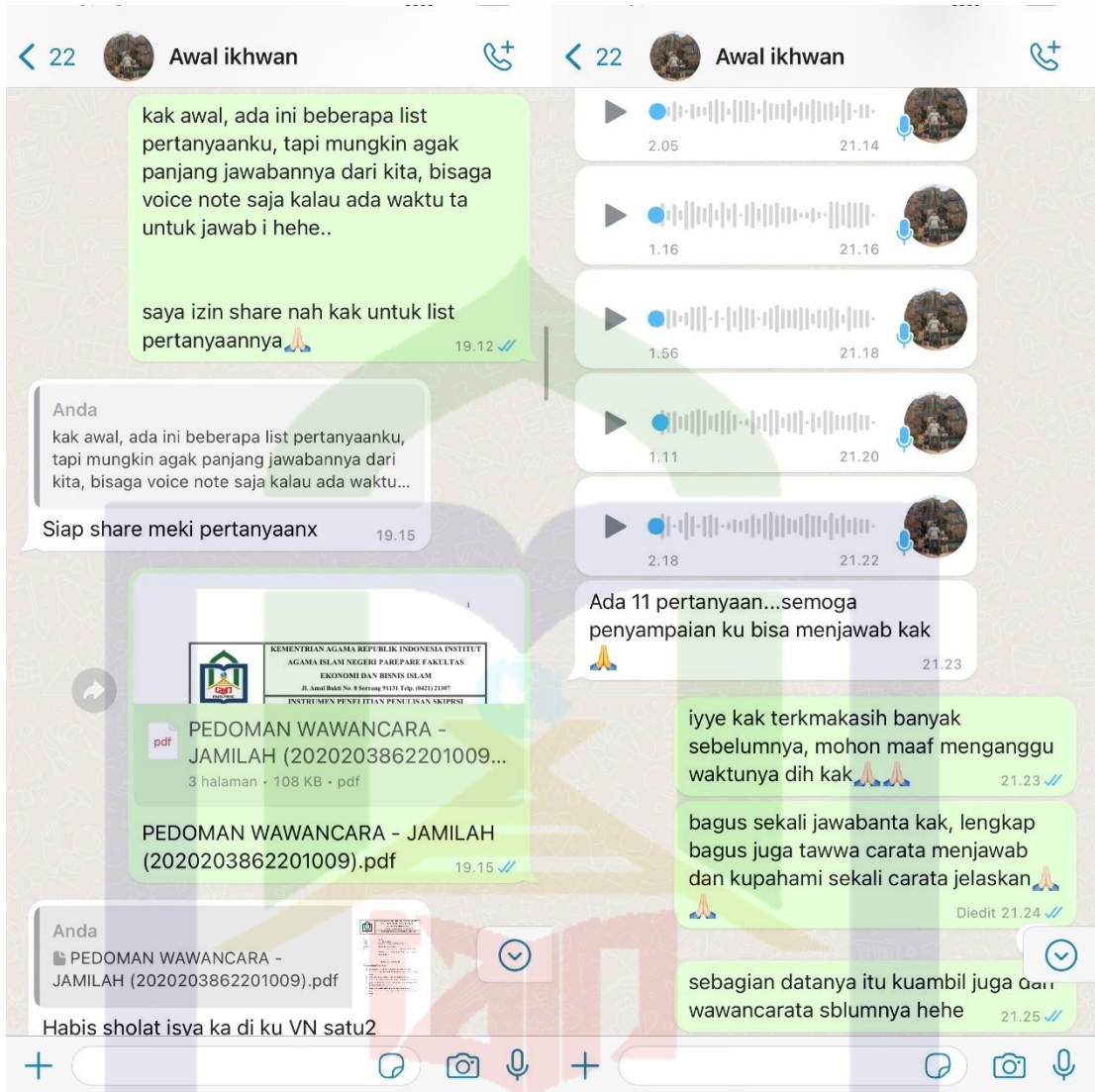


Parepare, 06 Juli 2024
 Responden

 Awal Ihwan, S.Kom

Lampiran VII Dokumentasi Penelitian





Lampiran VIII Biodata Penulis



Jamilah, Lahir di Lero M, Kec.Suppa, Kab.Pinrang, Sulawesi Selatan pada Tanggal 19 Januari 2002. Penulis merupakan anak terakhir 3 bersaudara dari pasangan Jamal dan Sumarni.

Penulis memiliki cita-cita yang sangat sederhana ini hanya ingin memberikan yang terbaik bagi pendidikan Negara tercinta. Penulis telah memulai banyak cerita tentang pendidikan guna menanggapi cita-cita merajut asa yang penulis rasakan dan alami sebagai berikut :

No	Pendidikan	Masuk Th	Lulus Th
1	Taman Kanak-Kanak Mallusetasi, Lero Menralo	2007	2008
2	Sekolah Dasar Negeri 103 Suppa	2008	2014
3	Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Suppa	2014	2017
4	Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Pinrang	2017	2020
5	Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program studi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah (ALKS)	2020	2024

DI bangku SMK, Penulis Melaksanakan Praktek kerja Industri (PRAKERIN) di Kantor Pelayanan Pajak Pratama Parepare selama 3 bulan pada April s/d Juli 2019. Dalam Perkuliahan, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Kantor Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga (DISPASPOR) Kabupaten Pinrang selama kurang lebih 1 Bulan dan Melaksanakan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM) di Desa Nepo Kabupaten Barru selama 42 Hari.

Penulis menyelesaikan Skripsi sebagai tugas akhir dengan judul “*Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator Di Kota Pare-Pare*”