



## PAJAK PENGHASILAN ATAS TIKTOKERS

Teta Dirgantara Jusikusuma <sup>1)</sup>; Suparna Wijaya <sup>2)</sup><sup>1)</sup> [teta.dirgantara7@gmail.com](mailto:teta.dirgantara7@gmail.com), Politeknik Keuangan Negara STAN<sup>2)</sup> [sprnwijaya@pknstan.ac.id](mailto:sprnwijaya@pknstan.ac.id), Politeknik Keuangan Negara STAN

\*untuk penulis korespondensi

**Abstract**

Tax regulations related to the Tiktokers profession have not been specifically regulated so that the use of the calculation method is also classified as "grey". The purpose of this research is to examine the application of Income Tax (PPh) on the Tiktokers profession in Indonesia. The research was conducted using a qualitative descriptive method involving resource persons from KPP Pratama Jember employees and Tiktokers National Patriotic. The results of the study explain that Tiktokers income generally comes from 3 sources, income as an influencer in the form of endorsements from various products or brands that are promoted in videos. The Tiktok application itself also provides additional income for Tiktok Live users with certain targets and bonus prizes from viewers. In addition, Tiktokers can also cooperate with other applications in the form of content according to mutual agreement. On this income, the government imposes a tax on the private Tiktokers profession using two schemes. The scheme is an application of the provisions of the Net Income Calculation Norm with Classification of Business Fields 90002 for arts worker activities with an NPPN percentage of 50% of gross income as stated in PER - 17/PJ/2015. This scheme applies to individual Tiktokers who carry out the recording method, namely individual Taxpayers who carry out business activities or independent work and have a gross turnover of less than or equal to Rp.4,800,000,000 in a year. Meanwhile, the scheme for individual Tiktokers who maintain the bookkeeping method is carried out based on Article 17 of the Income Tax Law which regulates progressive rates for domestic individual taxpayers.

**Keywords:** Income Tax, Tiktok Application, Tiktokers**Abstrak**

Regulasi perpajakan terkait profesi *Tiktokers* belum diatur secara spesifik sehingga penggunaan cara penghitungan juga tergolong "abu-abu". Tujuan penelitian adalah untuk mengkaji penerapan Pajak Penghasilan (PPh) atas profesi *Tiktokers* di Indonesia. Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang melibatkan narasumber dari pegawai KPP Pratama Jember dan *Tiktokers* Nasional Patriotik. Hasil penelitian menjelaskan bahwa penghasilan *Tiktokers* umumnya berasal dari 3 sumber, penghasilan sebagai *influencer* berupa *endorsement* dari berbagai produk atau *brand* yang dipromosikan dalam video. Aplikasi *Tiktok* sendiri juga memberikan penghasilan tambahan bagi pengguna *Tiktok Live* dengan target tertentu dan hadiah bonus dari penonton. Selain itu, *Tiktokers* juga dapat bekerjasama dengan aplikasi lain berupa konten sesuai kesepakatan bersama. Atas pendapatan tersebut, pemerintah memberlakukan pajak bagi profesi *Tiktokers* orang pribadi dengan menggunakan dua skema. Skema tersebut merupakan penerapan ketentuan Norma Penghitungan Penghasilan Neto dengan Klasifikasi Lapangan Usaha 90002 untuk kegiatan pekerja seni dengan persentase NPPN sebesar 50% dari penghasilan bruto sebagaimana tercantum dalam PER - 17/PJ/2015. Skema ini berlaku untuk *Tiktokers* orang pribadi yang melakukan metode pencatatan yaitu Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan memiliki peredaran bruto kurang dari atau sama dengan Rp4.800.000.000 dalam setahun. Sedangkan skema bagi *Tiktokers* orang pribadi yang menyelenggarakan metode pembukuan dilakukan berdasarkan Pasal 17 UU PPh yang mengatur tarif progresif bagi Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri.

**Kata Kunci:** Aplikasi *Tiktok*, Pajak Penghasilan, *Tiktokers***PENDAHULUAN**

Pada abad 21, seluruh penduduk dunia sedang merasakan perkembangan kemajuan teknologi. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020) menyebutkan jumlah pengguna jaringan internet di Indonesia pada triwulan II-2020 mencapai 73,7% dari jumlah penduduk di Indonesia. Persentase ini menunjukkan peningkatan sebesar 8,9% dari data yang ditampilkan pada tahun sebelumnya. Konten media sosial terpopuler berupa konten hiburan. Salah satu platform media sosial yang menyediakan konten hiburan berupa video online adalah *Tiktok*.

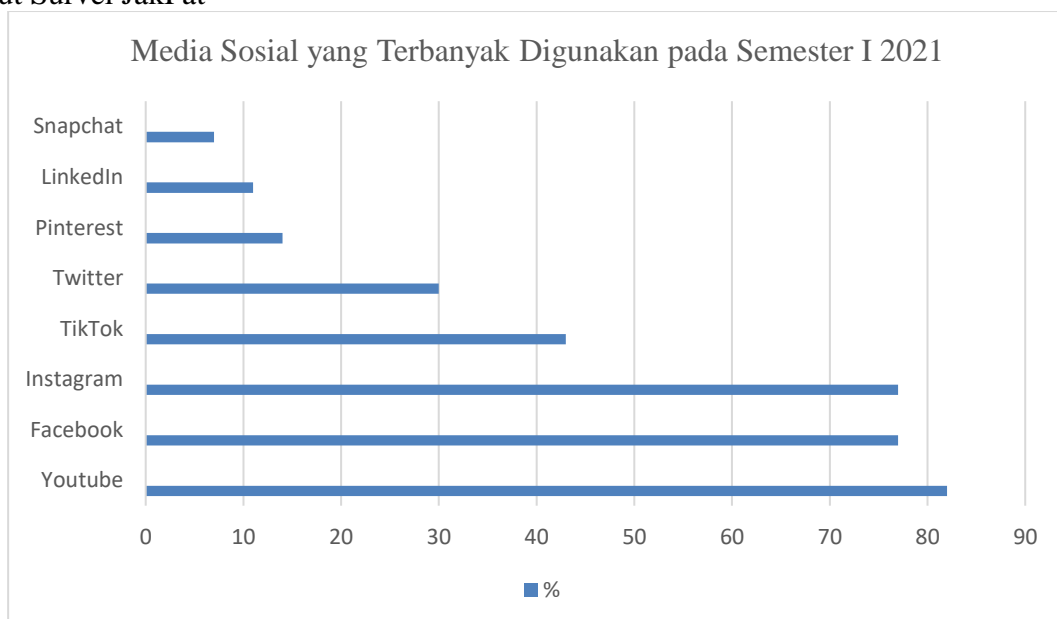


Menurut Rahmawati (2018), *Tiktok* adalah aplikasi jejaring sosial dan video musik resmi Tiongkok yang turut memajukan industri digital di Indonesia. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan Tiongkok, ByteDance. Perusahaan pertama kali merilis aplikasi berdurasi pendek yang disebut Douyin. Dalam kurun waktu 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar penayangan video setiap hari. Popularitas tinggi Douyin menjadi alasan utama untuk melakukan ekspansi ke luar Tiongkok dengan nama *Tiktok*.

*Tiktok* sendiri merupakan platform berbagi video dengan durasi pendek, didukung oleh musik, dan berbagai filter menarik. Aplikasi ini memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk berkreasi sekreatif mungkin. *Tiktok* juga memiliki beragam efek khusus yang semakin mendorong imajinasi pengguna, yang dapat dipadukan dengan musik sesuai selera pengguna dengan berbagai kebebasan mengedit video. Video-video pendek yang telah dibuat oleh pengguna dapat langsung dibagikan kepada sesama pengguna media sosial *Tiktok* atau pengguna media sosial lainnya seperti *Instagram*. (Rani, 2021)

Menurut laporan Sensor Tower (2021), aplikasi ini diunduh 17 miliar kali per November 2021. Hal ini memungkinkan *Tiktok* mengungguli beberapa aplikasi di bawah naungan Facebook Inc. Di Indonesia, terdapat 30,7 juta pengguna aktif *Tiktok* dengan berbagai alasan. Hal ini menjadikan Indonesia negara dengan pengguna *Tiktok* terbesar di dunia.

Grafik 1 - Platform Media Sosial Paling Banyak Dipakai Pada Semester 1 Tahun 2021 Menurut Survei JakPat



Sumber : Diolah penulis dari Databooks 2021 oleh JakPat

Pada tahun 2018 *Tiktok* dinobatkan menjadi aplikasi terbaik di Play store milik Google di Indonesia. Tidak hanya itu, *Tiktok* juga tergolong kategori aplikasi paling menghibur (Rosyadi, 2018). Berdasarkan Survei (JakPat, 2021) yang tercantum di Grafik 1, *Tiktok* berada di posisi keempat dengan persentase 43%. Kehadiran media sosial *Tiktok* bisa membangun brand, *Tiktok* juga bisa membangun personal branding pemiliknya (Yumna et al., 2021).

*Tiktokers* dapat didefinisikan sebagai orang atau kelompok yang membuat video berdurasi pendek berdasarkan bidangnya dan kemudian mengunggahnya melalui media sosial *Tiktok*. *Tiktokers* dibagi menjadi akun *Tiktok* Orang Pribadi dan akun *Tiktok* badan (organisasi). Media sosial *Tiktok* tidak hanya sebagai sarana berbagi informasi tetapi juga sarana untuk mendapatkan penghasilan, oleh karena itu *Tiktokers* kini menjadi profesi yang banyak diminati oleh berbagai pihak.



Penghasilan *Tiktokers* umumnya berasal dari 3 sumber, penghasilan sebagai influencer marketing berupa endorse dari berbagai produk atau merek yang dipromosikan di dalam video. Aplikasi *Tiktok* sendiri juga memberikan tambahan penghasilan untuk para pengguna *Tiktok* Live dengan target tertentu dan bonus gift dari para viewers. Selain itu, *Tiktokers* juga dapat bekerja sama dengan aplikasi lain berupa konten sesuai kesepakatan bersama.

Media sosial memberikan pengaruh terhadap perubahan di masyarakat, salah satunya dari sisi ekonomi. Melalui media sosial, orang melakukan bisnis untuk mendapatkan keuntungan (Cahyono, 2016). Wijaya (2017) menyatakan bahwa dengan kemajuan teknologi berupa internet, seseorang dapat memperoleh penghasilan tambahan. Oleh karena itu, keuntungan pendapatan yang diperoleh dari media sosial dapat diterapkan pada sistem perpajakan (Wijaya et al., 2017).

Sumber penghasilan dari profesi *Tiktokers* masih belum dikenakan pajak oleh pemberi penghasilan. Sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan, objek pajak termasuk tambahan kekayaan bersih yang berasal dari penghasilan yang belum dikenakan pajak. Oleh sebab itu, negara domisili dalam hal ini Negara Indonesia perlu mengenakan pajak terhadap *Tiktokers*. Apalagi regulasi perpajakan terkait profesi *Tiktokers* belum diatur secara spesifik sehingga penggunaan cara penghitungan juga tergolong “abu-abu”.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai acuan dasar dan referensi dalam menganalisis dan menyusun tulisan ini. Adapun penelitian terdahulu yang digunakan adalah penelitian yang dilakukan oleh Putra (2018) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Fokus penelitian tersebut untuk mengkaji penerapan perhitungan pajak penghasilan atas penghasilan yang diperoleh dari profesi sebagai *youtubers* orang pribadi yang dilakukan di Indonesia dengan menggunakan norma perhitungan penghasilan neto. Berdasarkan hasil penelitiannya, penulis memperoleh beberapa hasil. Pertama, *youtuber* yang telah memperoleh penghasilan termasuk sebagai seorang wajib pajak sebagaimana dijelaskan dalam pasal 4 ayat 1 UU no. 36 tahun 2008. Kedua, Dasar pengenaan pajak bagi wajib pajak *youtuber* adalah penghasilan yang diperoleh dari Google AdSense, hal ini dikarenakan penghasilan utama seorang *youtuber* adalah melalui pemasangan iklan pada video yang mereka unggah di *youtube* melalui persetujuan *youtube partner*. Ketiga, *youtuber* dapat menggunakan metode perhitungan perpajakan dengan Norma Perhitungan Penghasilan Neto sesuai dengan Per-17/PJ/2015 yang disebabkan oleh cara *youtuber* mendapatkan penghasilan tidak menentu, pemberi penghasilan tidak memotong pajak penghasilan *youtuber*, dan jenis pekerjaan yang mereka lakukan sesuai dengan pekerjaan periklanan dari lampiran 1 Per-17/PJ/2015.

Adapun tujuan penulisan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui proses bisnis profesi *Tiktokers* orang pribadi, meninjau sistem penerapan perpajakan yang dilakukan pemerintah atas akun *Tiktok* yang dapat menghasilkan uang, dan mengetahui faktor yang menyebabkan kepatuhan akan kewajiban perpajakan *Tiktokers* orang pribadi masih dikategorikan minim.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Pajak Penghasilan**

Mardiasmo (2009) mengartikan pajak sebagai Iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak menerima jasa timbal balik yang dapat langsung ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Pajak yang berlaku di Indonesia terdiri dari berbagai jenis pajak yang berbeda berdasar pengelompokannya. Jenis pajak yang dikelompokkan berdasar sifatnya yaitu pajak subjektif dan pajak objektif. Salah satu jenis pajak yang dikelompokkan menjadi pajak subjektif adalah Pajak Penghasilan (PPH). Pasal 1 Undang-Undang Pajak Penghasilan menyatakan bahwa pajak



penghasilan dikenakan kepada orang pribadi dan badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh selama satu tahun pajak.

Pasal 12 Ayat 1 UU KUP menyebutkan bahwa setiap Wajib Pajak wajib membayar pajak yang terutang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan, tanpa bersandar pada adanya surat ketetapan pajak. Pernyataan ini menjelaskan bahwa sistem pemungutan pajak penghasilan di Indonesia menggunakan self assessment system. Sistem self assessment memberikan hak penuh kepada Wajib Pajak untuk membayar, menghitung, dan melaporkan kewajiban perpajakannya secara mandiri kepada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) (Maulida, 2018).

### **Subjek Pajak Penghasilan**

Resmi (2011) menyatakan bahwa subjek pajak penghasilan adalah segala sesuatu yang berpotensi untuk memperoleh penghasilan dan menjadi sasaran untuk dikenakan pajak penghasilan. Selanjutnya, Pasal 2 Ayat 1 UU PPh menjelaskan yang termasuk subjek pajak adalah orang pribadi, warisan yang belum terbagi sebagai satu kesatuan menggantikan yang berhak, badan, dan bentuk usaha tetap.

Pasal 1 UU PPh menyatakan bahwa Pajak Penghasilan dikenakan terhadap Subjek Pajak atas penghasilan yang diterima oleh subjek pajak tersebut dalam tahun pajak. Dari pernyataan ini telah menjelaskan bukan hanya subjek pajak, namun juga objek dari pajak itu sendiri. Artinya suatu Subjek Pajak mempunyai kemungkinan atau potensi diwajibkan untuk membayar pajak. Kemungkinan itu menjadi pasti atau baru terjadi apabila Subjek Pajak tersebut mendapat Objek Pajak, yaitu penghasilan.

Jika dibahas lebih lanjut, Wajib Pajak adalah orang pribadi atau badan, termasuk Wajib Pajak, Pemotong Pajak, dan Pemungut Pajak, yang memiliki hak dan kewajiban perpajakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Menurut Penjelasan Undang-Undang Pajak Penghasilan, subjek pajak orang pribadi dalam negeri menjadi Wajib Pajak apabila telah menerima atau memperoleh penghasilan yang melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Wajib Pajak adalah subjek pajak yang telah memenuhi persyaratan subjektif dan kewajiban objektif menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

### **Objek Pajak Penghasilan**

Objek Pajak adalah segala sesuatu yang dapat dikenakan pajak. Sesuai dengan pengertian itu, objek dari pajak penghasilan adalah penghasilan. Hal ini diperjelas dalam Pasal 4 Ayat 1 Undang-Undang Pajak Penghasilan, yang dimaksud dengan objek pajak penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat digunakan untuk konsumsi atau untuk menambah penghasilan kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun. Pengertian penghasilan dalam undang-undang tersebut mengarah pada pengertian yang dapat diartikan secara luas dan tidak terbatas.

Penghasilan dibedakan dan dikelompokkan menjadi beberapa jenis.

Berdasarkan penjelasan UU PPh tentang penghasilan di atas, maka penghasilan di dalamnya termasuk segala sesuatu yang diterima atau diperoleh oleh Wajib Pajak baik berupa uang, barang, atau warisan. Namun jika dilihat lebih luas, hadiah yang di dapat dari undian, atau buah yang didapat dari pohon-pohon di dalam pekarangan rumah kita sendiri itu termasuk dalam penghasilan. Maka untuk menghindari pengertian penghasilan yang terlampaui luas ini, UU PPh juga mengatur penghasilan tertentu yang tidak dikenakan pajak.

### **Dasar Penghitungan Pajak Penghasilan**

Dasar Pengenaan Pajak adalah suatu nilai atau jumlah yang ditetapkan sebagai dasar untuk menghitung pajak terutang. Secara umum, untuk menghitung pajak yang terutang adalah dengan cara mengalikan DPP dengan tarif pajak yang berlaku sesuai dengan jenis-jenis pajak



yang bersangkutan. Yang menjadi dasar pengenaan pajak penghasilan adalah penghasilan kena pajak (PKP) yang diberlakukan bagi dan dihitung/dipotong oleh Wajib Pajak Badan dan Wajib Pajak Orang pribadi yang bersangkutan. Penghitungan penghasilan kena pajak dilakukan berdasarkan laporan kegiatan akuntansi dari Wajib Pajak yang dicatat dengan dua cara, yaitu pembukuan dan pencatatan.

Pembukuan dapat diartikan sebagai suatu proses pencatatan yang dilakukan secara teratur untuk mengumpulkan informasi dan data keuangan yang meliputi harta, kewajiban, modal, pendapatan dan biaya, serta jumlah biaya perolehan, dan penyerahan barang atau jasa, yang ditutup dengan penyusunan laporan keuangan berupa neraca dan laporan laba rugi periode Tahun Pajak tersebut. Sementara itu, pencatatan terdiri dari pengumpulan data peredaran bruto atau penerimaan dan/atau penghasilan bruto secara teratur sebagai dasar untuk menghitung besarnya pajak yang terutang, termasuk penghasilan yang bukan merupakan objek pajak dan/atau yang dikenakan pajak final.

Mengacu pada dasar perhitungan, pembukuan wajib dilakukan oleh Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas. Oleh karena itu, Wajib Pajak orang pribadi yang tidak melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas harus melakukan pencatatan sebagai dasar penghitungan pajak yang terutang. Tidak terbatas pada ruang lingkup itu, Wajib Pajak yang wajib menerapkan dasar pencatatan ini yaitu Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan memiliki peredaran bruto kurang dari atau sama dengan Rp4.800.000.000 dalam satu tahun diperbolehkan menghitung penghasilan neto menggunakan Norma Perhitungan Laba Bersih.

### **Dasar Pelaporan Pajak Penghasilan**

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan sebelumnya, sistem self-assessment memberikan kewenangan penuh kepada wajib pajak. Pelaporan pajak merupakan bagian akhir dari kewajiban yang harus dilaksanakan oleh wajib pajak. Pemerintah menyediakan sarana surat pemberitahuan bagi wajib pajak untuk melaporkan kewajiban perpajakannya. Surat pemberitahuan dapat diartikan sebagai surat yang digunakan oleh Wajib Pajak untuk melaporkan penghitungan dan/atau pembayaran pajak, objek pajak dan/atau bukan objek pajak, dan/atau aset dan kewajiban sesuai dengan ketentuan dari peraturan perundang-undangan perpajakan.

Dalam hal pelaporan pajak penghasilan, wajib pajak dapat menggunakan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 1 UU KUP, SPT adalah surat pemberitahuan untuk suatu tahun pajak atau bagian dari suatu tahun pajak. SPT Wajib Pajak perlu dilaporkan untuk menentukan pajak yang terutang dalam suatu tahun pajak. Batas waktu pelaporan SPT Pajak Penghasilan Wajib Pajak orang pribadi, paling lama 3 (tiga) bulan setelah akhir tahun pajak.

### **Dasar Penerapan Pajak atas *Tiktokers***

Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN) adalah norma yang dapat digunakan oleh wajib pajak dalam penghitungan penghasilan neto dalam satu tahun pajak sebagai dasar penghitungan PPh Pasal 25/29 terutang. Norma penghitungan ini bertujuan untuk menyederhanakan penghitungan untuk mencari penghasilan neto. Setelah mendapatkan besaran penghasilan neto, wajib pajak dapat menghitung besaran PPh terutang untuk kebutuhan pembayaran dan pelaporan pajaknya.

Terdapat persyaratan dalam penggunaan norma untuk menghitung penghasilan bersih, yaitu Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas memiliki peredaran bruto kurang dari atau sama dengan Rp. 4.800.000.000. Persyaratan lain yang harus dipenuhi adalah harus memberitahukan kepada Direktur Jenderal Pajak dalam waktu 3 bulan pertama tahun pajak yang bersangkutan.



Dalam hal terhadap Wajib Pajak badan atau Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dilakukan pemeriksaan, ternyata Wajib Pajak orang pribadi atau badan tersebut tidak atau tidak sepenuhnya menyelenggarakan pembukuan atau tidak bersedia memperlihatkan pembukuan atau pencatatan atau bukti-bukti pendukungnya, penghasilan netonya dihitung dengan menggunakan Norma Penghitungan Penghasilan Neto.

## **METODE**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang meliputi pengumpulan, analisis, dan interpretasi data secara simultan. Saunders et al. (2019) berpendapat bahwa penelitian kualitatif dilakukan dengan memahami peristiwa yang terjadi dalam kondisi alam tanpa manipulasi oleh peneliti. Dengan data kualitatif kita bisa memahami dan mengikuti alur kejadian secara kronologis, menilai sebab akibat dan memperoleh banyak penjelasan yang bermanfaat. Penelitian ini disajikan dengan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

### **Metode Wawancara**

Pengumpulan data yang dilakukan dalam metode ini yaitu melalui wawancara bersama narasumber *Tiktoker* di Indonesia. Teknik pengumpulan data dilaksanakan menggunakan wawancara *semi structured* dan model wawancara *one to one* secara daring melalui aplikasi *zoom*. Pengumpulan data menggunakan media berbasis online disebabkan adanya pembatasan sosial selama masa pandemi.

### **Studi Kepustakaan**

Metode ini menggunakan sumber data sekunder dengan mempelajari data dan dokumen kepustakaan dalam peraturan perundang-undangan, buku, artikel, jurnal, website, dan sumber literatur lainnya sehubungan dengan rumusan masalah yang dikaji dalam makalah ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran umum *Tiktok***

Aplikasi *Tiktok* adalah salah satu platform media sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia. *Tiktok* termasuk salah satu aplikasi paling populer dan paling banyak diminati di dunia. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membuat video berdurasi 15 detik dengan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya. Aplikasi *Tiktok* diluncurkan oleh perusahaan China, ByteDance.

Aplikasi ini awalnya bukanlah bernama *Tiktok*. Aplikasi ini juga tidak berada di negara lain kecuali China. Dulu nama aplikasi ini adalah Douyin dimana penggunaanya dapat membagikan video pendek dengan durasi 15 detik ke pada seluruh pengguna. Tetapi ternyata, di sinilah sejarah *Tiktok* dimulai. Douyin meraup keuntungan yang cukup besar di China dengan jumlah pengguna mencapai 100 juta orang hanya dalam waktu setahun. Oleh karena itu, perusahaan ByteDance memiliki ide yang cukup besar, yakni memperkenalkan aplikasi ini kepada Dunia.

Aplikasi buatan China ini memang sudah mendulang kesuksesan besar. Bahkan sudah banyak endorsement yang memanfaatkan aplikasi ini untuk mempromosikan produknya. Oleh itu, tidak heran jika *Tiktok* mulai membuka program bernama *Tiktok Ads*. Perusahaan yang menaungi *Tiktok* bahkan berhasil mengakuisisi *Musical.ly* pada akhir 2017. Ini membuat di *Tiktok* ada banyak lagu dan musik yang bisa dimaksimalkan oleh penggunaanya.

Dibuat untuk konsumsi masyarakat China, kini *Tiktok* telah berhasil menginvasi dunia. Di Indonesia sendiri, popularitas *Tiktok* sudah tidak diragukan lagi. Ada banyak video lucu kreatif yang tersebar di *Tiktok* dan juga merambah ke Instagram. Syukurnya meskipun sempat diblokir di Indonesia karena dianggap tidak mendidik, kini *Tiktok* kembali aktif. Kreator *Tiktok* dari Indonesia juga sudah menyajikan beberapa fakta menarik dan ilmu bermanfaat melalui aplikasi tersebut.



*Tiktok* sebagai bentuk video online yang memanfaatkan situs sebagai media untuk mencari, melihat, dan membagikan video ke seluruh penjuru dunia. Selain itu, *Tiktok* merupakan database video terpopuler di internet, dan merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar bergerak dan terpercaya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Tiktok* merupakan salah satu bentuk media sosial yang berguna untuk menyediakan berbagai informasi dalam bentuk video yang dapat diakses di seluruh belahan dunia.

### Gambaran Umum *Tiktokers*

*Tiktokers* dapat diartikan sebagai orang atau kelompok yang membuat karya berupa video berdasarkan bidangnya kemudian mengunggah informasi tersebut melalui media sosial *Tiktok*. Selain itu, *Tiktokers* menggunakan Aplikasi *Tiktok* sebagai wadah untuk berkreasi dalam berkarya. Dengan demikian, *Tiktokers* adalah profesi seseorang atau sekelompok pengguna *Tiktok* yang berbagi informasi melalui kreasi video berdasarkan preferensi bidangnya.

Pendapatan *Tiktokers* umumnya berasal dari 3 sumber, pendapatan sebagai influencer marketing berupa *endorsement* dari berbagai produk atau *brand* yang dipromosikan dalam video. Aplikasi *Tiktok* sendiri juga memberikan penghasilan tambahan bagi pengguna *Tiktok Live* dengan target tertentu dan hadiah bonus dari penonton. Selain itu, *Tiktokers* juga dapat bekerjasama dengan aplikasi lain berupa konten sesuai kesepakatan bersama.

Terkait dengan keuntungan tersebut, profesi *Tiktokers* semakin diminati oleh berbagai kalangan masyarakat yang ada di Indonesia. Berikut dalam Tabel 1 disajikan data terkait 20 peringkat teratas akun *Tiktokers* Orang Pribadi di Indonesia berdasarkan laman *Pencarian.id*. Data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan profesi *Tiktokers* di Indonesia bertumbuh dengan pesat.

Tabel 1 - Daftar *Tiktokers* Teratas di Indonesia Berdasarkan Followers Tahun 2021

<b>Akun <i>Tiktok</i></b>	<b>Jumlah Followers</b>
<b>Sandys.ss</b>	13 Juta
<b>Cahyaniryann</b>	11.6 Juta
<b>Ria Ricis</b>	10.3 Juta
<b>jharnabhagwani</b>	9.5 Juta
<b>saalhaerid</b>	9.3 Juta
<b>notnot8</b>	9 Juta
<b>dinda_ans</b>	8.4 Juta
<b>dafaatmja</b>	8.2 Juta
<b>juyyputrii21</b>	8 Juta
<b>realsesvana</b>	6.7 Juta
<b>faruk_pc</b>	6.5 Juta
<b>razor.fathanah</b>	6.1 Juta
<b>rakarizkyz</b>	5.6 Juta
<b>gisel_laaa</b>	5.5 Juta
<b>rpnzul</b>	5.2 Juta
<b>felicangelista_</b>	4.9 Juta
<b>attahalilintar</b>	4.6 Juta
<b>h3yimrobby</b>	4.6 Juta
<b>jirayut_daa</b>	4.5 Juta
<b>nadiazerlinda</b>	4.5 Juta

Sumber: Diolah Penulis dari [www.pencarian.id](http://www.pencarian.id) “[20 Akun Tiktok Dengan Followers Terbanyak Di Indonesia Tahun 2021](#)” 11 Mei 2022



Penyajian dalam pembahasan hasil merupakan hasil pengolahan data wawancara yang disandingkan dengan data dari arsip dokumentasi. Pengolahan data diadaptasi dari prosedur analisis data tematik dengan menggunakan metode koding. Sumber kategori dalam metode koding menggunakan sumber induktif, yaitu kategori yang muncul dari istilah-istilah yang digunakan oleh sumber. Selanjutnya, hasil koding data wawancara dibandingkan dengan teori yang ditemukan dari hasil koding data sekunder.

Wawancara dilakukan dengan dua orang narasumber yang berprofesi sebagai *Tiktokers* orang pribadi, yakni

1. Narasumber Nasion Patriotik, *Tiktokers* orang pribadi dengan jumlah *follower* 4,4 M, yang selanjutnya disebut narasumber NP.
2. Narasumber Didit Fachri Prasojo, Pegawai KPP Pratama Jember seksi fungsional penyuluh, yang selanjutnya disebut narasumber DFP

### **Proses Bisnis Profesi *Tiktokers* Orang Pribadi**

Davenport (1993) dikutip dalam (Arlbjørn et al., 2010) mendefinisikan proses bisnis sebagai serangkaian aktivitas terstruktur dan terukur yang dirancang untuk menghasilkan output tertentu untuk pelanggan atau pasar tertentu. Ini menyiratkan penekanan kuat pada bagaimana pekerjaan dilakukan dalam sebuah organisasi, sebagai lawan dari penekanan fokus produk pada apa. Dengan demikian, proses adalah urutan spesifik dari aktivitas kerja melintasi ruang dan waktu, dengan awal dan akhir, serta input dan output yang didefinisikan dengan jelas.

Merujuk pada pendapat ahli tersebut, maka dalam suatu proses bisnis diperlukan *input* dimana suatu proses dilakukan sehingga menghasilkan *output*. Proses bisnis perlu disusun untuk mengidentifikasi alur kerja suatu profesi. Profesi *Tiktokers* merupakan pekerjaan yang perlu diidentifikasi agar proses pengenaan pajak dapat ditentukan.

#### ***Input* dalam Proses Bisnis *Tiktokers***

Sebagai seorang *Tiktokers* hasil akhir yang harus dikerjakan adalah konten video yang akan diupload di aplikasi *Tiktok*. Oleh karena itu perlu dilakukan beberapa persiapan dalam membuat sebuah konten video. Dalam wawancara penulis dengan narasumber NP, disebutkan bahwa menentukan ide dan gagasan merupakan hal pertama yang harus dipersiapkan agar konten video dapat disampaikan secara spesifik. Lebih lanjut, narasumber NP juga berpendapat bahwa langkah awal yang harus dilakukan adalah menentukan tema yang ingin disampaikan dalam sebuah konten video. Selain itu, tambahnya, saat memilih tema *Tiktokers* biasanya mengikuti tren yang sedang berkembang di masyarakat.

*Input* berupa perangkat pendukung untuk merekam video merupakan modal yang dibutuhkan oleh *Tiktokers*. Perangkat tersebut adalah kamera, mikrofon, aplikasi pengeditan, dan jaringan internet. Pertama, kamera, perangkat ini digunakan untuk merekam konten video yang ingin diunggah. Saat ini kamera *smartphone* dapat memenuhi kebutuhan perekaman video *Tiktokers*. Kedua, mikrofon, untuk menangkap rekaman audio yang lebih jernih, *Tiktokers* biasanya menggunakan mikrofon eksternal. Ketiga, dibutuhkan aplikasi editing dalam proses editing video. Keempat, jaringan internet untuk membantu pencarian data penelitian dan proses upload konten video.

#### **Proses dalam Proses Bisnis *Tiktokers***

Mengutip hasil wawancara, kegiatan yang dilakukan dalam proses pengolahan konten video adalah merekam konten video dan mengedit video. Dalam merekam sebuah video diperlukan ruangan dan kondisi yang kondusif agar kualitas video yang dihasilkan dapat terjaga. Selanjutnya, klip yang direkam diedit. Dalam proses ini diperlukan sebuah aplikasi *editing* yang dapat mendukung hasil yang maksimal. Setelah itu, konten video masuk ke proses upload di akun *Tiktok*.



### Output dalam Proses Bisnis *Tiktokers*

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa *output* dari profesi *Tiktokers* dapat berupa karya konten video, pendapatan dari endorsement, fitur dari *Tiktok Live* dan bonus dari penonton, kerja sama *brand*, serta dalam bentuk-bentuk lainnya seperti peningkatan keterampilan berbicara serta keuntungan dikenal banyak orang.

Tabel 2 - Proses Bisnis Profesi *Tiktokers*

INPUT	PROSES	OUTPUT
Ide tema	Perekaman konten	Konten video
Analisis data		
Naskah		
Aplikasi <i>editing</i>	Pengeditan konten	
Jaringan internet	Pengunggahan konten	Penghasilan Endorsement

Sumber: Diolah Penulis dari Hasil Wawancara

### Penerapan Perpajakan oleh Pemerintah atas Akun *Tiktok*

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan tampilan dalam akun *Tiktok* yang sudah terverifikasi. Verifikasi akun itu sendiri diberikan oleh pihak *Tiktok* langsung dikarenakan pemilik akun selalu konsisten dalam memberikan konten positif dan edukatif. Lebih lanjut, narasumber NP juga berpendapat bahwa akun yang terverifikasi ini hanya menandakan bahwa akun miliknya tersebut telah diakui sebagai kreator resmi oleh *Tiktok*. Tetapi tidak ada kaitannya dengan fitur dan video serta tingkat popularitas akun tersebut. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya akun *Tiktok* yang belum terverifikasi tetapi memiliki pengikut dengan jumlah besar.

### Penerapan Perpajakan

Penjelasan Undang-Undang Pajak Penghasilan berpendapat bahwa pada dasarnya penghasilan kena pajak dapat ditentukan dengan dua cara, yaitu dengan cara penghitungan biasa dan penghitungan dengan menggunakan norma penghitungan. Hal ini juga berlaku pada profesi *Tiktokers* di Indonesia, penghitungan penghasilan kena pajak diterapkan dengan memperhatikan metode pencatatan atau pembukuan yang digunakan oleh Wajib Pajak *Tiktokers*.

Wajib Pajak *Tiktokers* yang menyelenggarakan metode pencatatan diperbolehkan melakukan perhitungan dengan menggunakan Norma Penghitungan Penghasilan Neto dengan Klasifikasi Lapangan Usaha 90002 untuk kegiatan pekerja seni dengan persentase NPPN sebesar 50% dari penghasilan bruto sebagaimana tercantum dalam PER - 17/PJ/2015. Sedangkan penggunaan metode pembukuan diterapkan sesuai dengan Pasal 17 UU PPh yang mengatur tentang tarif progresif bagi Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 3.

Tabel 3 - Tarif Wajib Pajak Orang Pribadi Dalam Negeri

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%
di atas Rp 500.000.000	30%

Sumber: UU PPh

Deskripsi skema perhitungan dapat diterapkan dengan menggunakan data penghasilan narasumber pada tahun 2021 yang diperoleh dari wawancara pada tahun 2021 yang diperoleh dari hasil wawancara dan laman *Exolyt.com*. *Exolyt* merupakan sebuah laman yang menyediakan data mengenai estimasi penghasilan yang diperoleh akun *Tiktok*. Estimasi penghasilan yang dituliskan dalam dolar AS ini dikonversi menjadi rupiah Indonesia



menggunakan indikator nilai tukar rupiah dalam KMK Nomor 24/KM.10/2022 yakni senilai Rp14.441 per dolar AS.

Dalam laman *Exolyt.com* tercantum estimasi penghasilan tahunan dari Wajib Pajak *Tiktokers* Nasion Patriotik sebesar \$482,23 sampai dengan \$1205,57. Sehingga dapat diambil titik tengah dari pendapatan tahunan tersebut sebagai dasar perhitungan pajak penghasilannya yaitu sebesar \$843,935. Penghasilan tahunan tersebut jika dikonversikan ke dalam bentuk rupiah menjadi Rp 12.187.265. Berikut contoh gambaran perhitungan pajak penghasilan *Tiktokers*.

1. Skema Pasal 17 UU PPh

Peredaran Bruto	Rp 146.241.119
Penghasilan Tidak Kena Pajak (K/1)	Rp 63.000.000
Penghasilan Kena Pajak	Rp 83.241.119
Pajak Penghasilan Terutang :	
5% x Rp 50.000.000	Rp 2.500.000
15% x Rp 33.241.119	Rp 4.986.168
	<b>Rp 7.486.167</b>

2. Skema Norma Perhitungan Penghasilan Neto KLU 90002

Skema ini dapat digunakan oleh *Tiktokers* Nasionp karena mempunyai peredaran bruto di bawah Rp 4.800.000.000 dalam setahun.

Peredaran Bruto	Rp 146.241.119
Peredaran Neto (NPPN 50%)	Rp 73.120.560
Penghasilan Tidak Kena Pajak	Rp 63.000.000
Penghasilan Kena Pajak	Rp 10.120.560
Pajak Penghasilan Terutang :	
5% x Rp 10.120.560	Rp 506.028
	<b>Rp 506.028</b>

**Kepatuhan Kewajiban Perpajakan *Tiktokers* Orang Pribadi**

Dalam Journal Inside Tax (2013) menjelaskan definisi kepatuhan pajak sebagai kesediaan wajib pajak untuk mematuhi peraturan perpajakan di suatu negara. Selain itu, kepatuhan pajak juga mencakup kepatuhan dalam melaporkan penghasilan dengan benar dan membayar pajak tepat waktu. Dari pengertian tersebut, kepatuhan wajib pajak tidak hanya terkait dengan sifat yang dimiliki oleh *Tiktokers* Orang Pribadi, tetapi juga berkaitan dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Darussalam et al., (2019) mengemukakan bahwa kepatuhan pajak dibedakan menjadi dua, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan secara formal diuraikan sebagai kewajiban administratif wajib pajak yang dipenuhi sesuai dengan ketentuan perpajakan yang berlaku. Sedangkan, kepatuhan material meliputi kewajiban teknis untuk mengisi dan menghitung perpajakan dengan benar dan akurat. Pada intinya, identifikasi kepatuhan wajib pajak dapat dilihat pada pelaporan SPT yang lengkap dan benar.

Ketidakpatuhan wajib pajak merupakan masalah yang belum terselesaikan oleh fiskus di Indonesia (Kristiaji, 2013). Ketidakpatuhan ini terlihat dari jumlah laporan penghasilan



dalam SPT Tahunan oleh *Tiktokers* Orang Pribadi yang mengalami penurunan jumlah. Dalam wawancara penulis dengan narasumber NP, ia baru mengetahui saat wawancara dilakukan jika penghasilan yang diterima dari akun *Tiktok* miliknya perlu dilaporkan karena dapat dikenakan pajak.

Mengacu pada hasil wawancara, kurangnya kepatuhan wajib pajak dalam melaporkan kewajiban perpajakan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Narasumber NP mengkritik informasi dari pemerintah terkait pajak untuk *Tiktokers* yang tidak tersampaikan dengan baik. Dari pengakuan tersebut terlihat bahwa sosialisasi pemerintah belum dilakukan secara maksimal. Namun perlu diperhatikan bahwa peraturan perundang-undangan yang telah disahkan oleh pemerintah dan diundangkan dalam Lembaran Negara Republik Indonesia perlu diketahui oleh setiap orang tidak terkecuali seorang pun. Dalam hal ini, peran serta masyarakat Indonesia sangat dibutuhkan untuk aktif mencari pengetahuan terkait regulasi terbaru yang dikeluarkan oleh pemerintah. Karena sosialisasi yang dilakukan pemerintah hanyalah salah satu layanan pendampingan agar masyarakat Indonesia lebih memahami regulasi tersebut.

Kemudian, rumitnya sistem perpajakan menjadi alasan mengapa *Tiktokers* enggan melaporkan penghasilannya. Seperti yang diungkapkan oleh narasumber NP dalam wawancara, ada stigma yang berkembang di masyarakat bahwa “pajak itu sulit dan rumit”. Darussalam et al., (2019) berpendapat bahwa tingkat kompleksitas sistem perpajakan memiliki korelasi penting dengan tingkat ketidakpatuhan. Lebih lanjut ia menjelaskan tentang tuntutan optimalisasi penerimaan pajak dan perubahan lanskap perpajakan yang semakin meningkat membuat spesifikasi perlakuan pajak semakin sulit dipahami. Selain itu, kompleksitas ketentuan perpajakan memberikan kemungkinan bahwa wajib pajak dapat salah mengartikan.

Sementara itu, faktor keadilan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepatuhan wajib pajak. Kristiaji (2013) menyebutkan bahwa faktor keadilan juga mengarah pada pelayanan dan hasil akhir yang diberikan oleh pemerintah tidak memenuhi standar kepuasan masyarakat. Faktor keadilan yang diberikan pemerintah masih dipertanyakan publik. Masyarakat merasa distribusi fasilitas umum belum dimanfaatkan secara maksimal.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan terkait gambaran umum platform *Tiktokers*, proses bisnis *Tiktokers*, penerapan sistem perpajakan oleh pemerintah terhadap *Tiktokers* Orang Pribadi, dan *review* kepatuhan *Tiktokers* Orang Pribadi dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Jadi, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

Proses bisnis yang dilakukan oleh *Tiktokers* terbagi menjadi *input*, proses, dan *output*. *Input* yang dibutuhkan berupa ide tema, script, analisis data atau penelitian, kamera, microphone, jaringan internet, dan aplikasi *editing*. Kemudian, proses yang dilakukan dalam profesi *Tiktokers* adalah merekam, mengedit, dan mengunggah konten video. *Output* yang dihasilkan berupa konten video, kolaborasi *brand*, menjadi terkenal, dan meningkatkan kemampuan berbicara seorang *Tiktokers*.

Penghasilan *Tiktokers* umumnya berasal dari 3 sumber, penghasilan sebagai *influencer* berupa *endorsement* dari berbagai produk atau *brand* yang dipromosikan dalam video. Aplikasi *Tiktok* sendiri juga memberikan penghasilan tambahan bagi pengguna *Tiktok Live* dengan target tertentu dan hadiah bonus dari penonton. Selain itu, *Tiktokers* juga dapat bekerjasama dengan aplikasi lain berupa konten sesuai kesepakatan bersama. Atas pendapatan tersebut, pemerintah memberlakukan pajak bagi profesi *Tiktokers* orang pribadi dengan menggunakan dua skema. Skema tersebut merupakan penerapan ketentuan Norma Penghitungan Penghasilan Neto dengan Klasifikasi Lapangan Usaha 90002 untuk kegiatan pekerja seni dengan persentase NPPN sebesar 50% dari penghasilan bruto sebagaimana tercantum dalam PER - 17/PJ/2015.



Skema ini berlaku untuk *Tiktokers* orang pribadi yang melakukan metode pencatatan yaitu Wajib Pajak orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan memiliki peredaran bruto kurang dari atau sama dengan Rp4.800.000.000 dalam setahun. Sedangkan skema bagi *Tiktokers* orang pribadi yang menyelenggarakan metode pembukuan dilakukan berdasarkan Pasal 17 UU PPh yang mengatur tarif progresif bagi Wajib Pajak orang pribadi dalam negeri.

Kepatuhan *Tiktokers* orang pribadi dalam memenuhi kewajiban perpajakan yang masih minim terkait dengan beberapa faktor. Faktor yang dapat mempengaruhi adalah ketidaktahuan akan peraturan perpajakan, rumitnya sistem perpajakan dan faktor keadilan yang tidak memenuhi standar kepuasan masyarakat. Oleh karena itu, kepatuhan wajib pajak bukan menjadi tanggung jawab pemerintah sepenuhnya tetapi juga memerlukan peran serta aktif masyarakat untuk memperluas pengetahuan tentang peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arlbjørn, J. Stentoft., Haug, Anders., & Valentin Design. (2010). *Business process optimization*.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020, November 9). / *Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020*. <https://blog.apji.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- B. Kristiaji, T. F. (2013). *Majalah Inside Tax Edisi 14*. <https://www.slideshare.net/pwypindonesia/majalah-inside-tax-edisi-36>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140–157. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Darussalam, Septriadi, D., Kristiaji, B. B., & Vissaro, D. (2019). *Era Baru Hubungan Otoritas Pajak Dengan Wajib Pajak*. <https://ddtc.co.id/research/publications/books/era-baru-hubungan-otoritas-pajak-dengan-wajib-pajak/#.Yn-5FehBy5c>
- JakPat. (2021, September 1). *Media Sosial yang Terbanyak Digunakan pada Semester I Tahun 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/05/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-youtubepada-semester-i-2021>
- Mardiasmo. (2009). *Perpajakan: Edisi Revisi 2009 / Mardiasmo | Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Makassar* (Andi, Ed.; 2009th ed.). <https://library.unismuh.ac.id/opac/detail-opac?id=8981>
- Maulida, R. (2018, September 28). *Sistem Pemungutan Pajak di Indonesia*. <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/sistem-pemungutan-pajak>
- Rahmawati, S. (2018). *Fenomena Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Mahasiswa Universitas Pasundan Bandung*.
- Rani, D. D. L. (2021). *Analisis Video Views to Video Like Ratio Tiktok Pada 5 Artis Tik Tok dengan Followers Terbanyak*.
- Resmi, S. (2011). *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rosyadi, M. I. (2018, December 4). *TikTok Jadi Aplikasi Terbaik di Play Store*. Detikinet. <https://inet.detik.com/mobile-apps/d-4329137/tiktok-jadi-aplikasi-terbaik-di-play-store>



Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students by Mark Saunders, Philip Lewis and Adrian Thornhill 8th edition. *Research Methods For Business Students*, 128–170.

Sensor Tower. (2021, November). *Sensor Tower - Mobile App Store Marketing Intelligence*. <https://sensortower.com/>

Wijaya, S., Abid Mahatma, E., Keuangan, P., Stan, N., & Pertama, D. (2017). Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, 1(2), 125–130. <https://doi.org/10.31092/JMKP.V1I2.145>

Yumna, Y., Ishihara, U., & Oktavianti, R. (2021). Personal Branding Influencer di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 76–82. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10162>