

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Setelah menjabarkan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian, teori-teori yang telah mengukuhkan penelitian, maupun metode penelitian yang digunakan, maka pada bab ini akan dipaparkan mengenai hasil dari penelitian. Hasil penelitian akan dijabarkan berdasarkan hasil wawancara dengan informan yang telah ditentukan. Wawancara dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap 9 orang narasumber. Narasumber yang berhasil diwawancarai itu meliputi 5 selebgram yang berdomisili di Yogyakarta, 1 Ahli Teknologi Informasi di Yogyakarta, 1 Pakar Pajak di Yogyakarta, 1 Konsultan Pajak di Yogyakarta, dan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama Yogyakarta.

Wawancara yang dilakukan dengan beberapa informan bertujuan untuk menggali data mengenai a) apakah penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* dapat dikenakan pajak dan apakah hal tersebut merupakan penggalan objek pajak baru atau penegasan peraturan yang sudah ada serta bagaimana cara pemungutannya, b) besarnya pendapatan yang dihasilkan oleh selebgram dari hasil *endorsement* serta bagaimana pendapat selebgram mengenai pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*.

Wawancara mendalam ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu: a) Apakah penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* dapat dikenakan pajak? b) Bagaimana pemungutan pajak penghasilan selebgram dari

hasil *endorsement*?, c) Bagaimana persepsi selebgram terhadap penerapan pajak atas penghasilan dari hasil *endorsement*?

Pada bab ini dibagi menjadi tiga bagian agar lebih sistematis dan terarah yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi informan penelitian
2. Deskripsi hasil penelitian
3. Pembahasan

A. Deskripsi Informan Penelitian

1. Otoritas Pajak

Bapak Nuryadi merupakan pegawai Kantor Pelayanan Pajak Pratama Yogyakarta yang telah dipilih untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Bapak Nuryadi masuk dalam seksi Pengawasan dan Konsultasi di KPP Pratama Yogyakarta. Bapak Nuryadi bertugas melakukan pengawasan terhadap Wajib Pajak dan melakukan interaksi secara langsung dengan Wajib Pajak. Wawancara dengan Bapak Nuryadi dilaksanakan pada tanggal 16 September 2019.

2. Konsultan Pajak

Ibu Yulita Noor Rachman merupakan Pakar Pajak yang dipilih peneliti untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Ibu Yuli merupakan konsultan Pajak yang berkarir di Kantor Akuntan Publik Drs Hadiono di Yogyakarta. Ibu Yuli mempunyai tugas untuk membantu Wajib Pajak dalam memenuhi kewajiban perpajakannya.

Wawancara dengan ibu Yuli dilaksanakan pada tanggal 30 Agustus 2019.

3. Pakar Pajak

Bapak Alek Murtin merupakan Pakar Pajak yang dipilih peneliti untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Bapak Alek merupakan dosen program studi Akuntansi di Universitas Muhammdiyah Yogyakarta dan berdomisili di Yogyakarta. Wawancara dengan Bapak Alek dilaksanakan pada tanggal 21 Agustus 2019.

4. Ahli Teknologi Informasi

Bapak Doni merupakan seorang Ahli Teknologi Informasi yang dipilih oleh peneliti untuk menjadi Informan dalam penelitian ini. Bapak Doni merupakan seorang programmer dan seseorang yang mengelola *market place* di Yogyakarta. Wawancara dengan Bapak Doni dilakukan pada tanggal 17 Agustus 2019.

5. Selebgram

a. Renitha Shiva Saskia

Rere merupakan selebgram yang berdomisili di Yogyakarta dengan nama akun @Renithasya dan jumlah *followers* sebanyak 19,2 ribu. Rere merupakan selebgram yang cukup aktif dan sering melakukan *endorsement* maupun kolaborasi dengan berbagai *brand* terutama dalam bidang kecantikan. Pendapatan yang dihasilkan oleh Rere berkisar antara 5 sampai 6juta setiap

bulannya. Wawancara dengan Rere dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2019.

b. Enggal Sri Wahyuni

Angel merupakan selebgram yang berdomisili di Yogyakarta dengan akun @niangel_ dan jumlah *followers* sebanyak 14,5ribu. Angel merupakan selebgram yang berkarir di bidang kuliner. Angel cukup aktif dalam melakukan *endorsement* di *instagram* dan mendapatkan penghasilan kurang lebih 500ribu setiap bulannya. Wawancara dengan Angel dilaksanakan pada tanggal 31 Juli 2019.

c. Yekti Winahyu Haryani

Wina merupakan selebgram yang berdomisili di Yogyakarta dengan akun @yewina dan jumlah *followers* sebanyak 25,6ribu. Wina merupakan selebgram yang berkarir dalam bidang *fashion and beauty*. Wina cukup aktif dalam melakukan *endorsement* di *instagram* dan mendapatkan penghasilan kurang lebih 500 sampai 700ribu setiap bulanya. Wawancara dengan Wina dilaksanakan pada tanggal 4 Agustus 2019.

d. Septi Anggar

Anggar merupakan selebgram yang berdomisili di Yogyakarta dengan akun @Angaaaaar dan jumlah *followers* sebanyak 129 ribu. Anggar sangat aktif dalam melakukan *endorsement* di *instagram* dan mendapatkan penghasilan kurang

lebih 10 sampai 15juta setiap bulanya. Anggar merupakan selebgram yang fokus melakukan *endorse* dalam bidang travel dan hanya menerima *endorse* yang berhubungan dengan travel. Wawancara dengan Anggar dilaksanakan pada tanggal 8 Agustus 2018.

e. Anisa Dhea Nurahmah

Dhea merupakan selebgram yang berdomisili di Yogyakarta dengan akun @anisadhea dan jumlah *followers* 58ribu. Dhea selebgram yang aktif dalam melakukan *endorsement* terutama di bidang *outfit* dan Dhea mendapatkan penghasilan kurang lebih 3 sampai 6juta setiap bulan. Wawancara selanjutnya dengan Dhea dilaksanakan pada tanggal 14 Agustus 2018.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Data dari hasil penelitian pada penelitian ini didapatkan melalui wawancara mendalam yang di lakukan oleh Peneliti pada kurun waktu bulan Juli sampai September 2019. Dimana seluruh informan yang melakukan wawancara mendalam adalah yang berdomisili di Yogyakarta, seperti: Kantor KPP Pratama Yogyakarta, Selebgram, Konsultan dan Pakar Pajak dan Ahli Teknologi Informasi di Yogyakarta.

1. Perlakuan pajak terhadap penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Peneliti mengawali wawancara bersama Bapak Nuryadi dengan menanyakan apakah

penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* dapat dikenakan pajak, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“jadi konsepnya kalau di Indonesia ini kan pajaknya ada 2, pajak daerah dan pajak pusat. Nah pajak daerah itu lingkupnya yang membawahi adalah nanti di pemda atau di area kotanya masing-masing. Untuk yang pajak pusat itu yang membawahi adalah kantor pusat Direktorat Jenderal Pajak nah yang turunannya yang paling bawah adalah KPP Pratama. Salah satu yang menjadi objek pajak dalam proses pengelolaan penerimaan pajak pusat adalah pajak penghasilan, pajak penghasilan ini subjeknya jelas yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima oleh orang baik untuk konsumsi maupun untuk investasi itu semuanya menjadi objek. Jadi pertanyaan ini apakah penghasilan selebgram dapat dikenakan pajak itu pasti jadi penghasilan mau sumbernya dari apapun pasti menjadi objek Pajak Penghasilan jadi itu tetap ada pajaknya”

Selanjutnya peneliti menggali kembali informasi dengan menanyakan pajak apa sajakah yang dapat dikenakan untuk selebgram, dan beliau menjawab:

“yang pertama selebgram ini kan menjual konten, jadi yang dia jual ini kan bukan menjual produk, kita harus pahami dulu selebgram dan *e-commerce* itu beda jalur. Selebgram ini kan menghasilkan konten yang dimana disitu ada pihak ketiga yang tertarik untuk masuk ke kontennya berupa iklan. Nah penghasilan selebgram ini sebenarnya dari iklan. iklan berarti ada orang yang menitipkan iklan dari jalur kontennya dia dimana nanti dia dapat *fee* berarti dia seolah-olah menjual jasa, menjual jasa atas penempatan iklan lewat jalur dia. Terus pajak apa yang nanti akan dikenakan? Yang pertama pasti Pajak Penghasilan, nah yang kedua PPN, Pajak Pertambahan Nilai melihat dari berapa nilai yang dia jual. Seandainya sudah melewati batasan 4,8 miliar maka dia wajib untuk dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak, nah Pengusaha Kena Pajak ini punya beban tambahan yaitu untuk memungut PPN dari konsumen, nah kalau selebgram nanti konsumennya adalah orang yang menaruh iklannya di kontennya dia, nah PPNnya itu 10%”

Kemudian peneliti kembali bertanya apakah pajak untuk selebgram merupakan penggalan objek pajak baru atau penegasan peraturan yang sudah ada, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“jadi kalau dari sisi peraturan, ini bukan sesuatu yang baru jadi kita kalau mau bicara peraturan berarti kita peganganya adalah undang-undang jadi kalau pegangan pertama pasti KUP (Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan) yang kedua itu baru masuk ranahnya, ini masuk ke objek apa. Nah ketika tadi saya bicara PPh berarti kita acuanya adalah undang-undang PPh kalau kita ranahnya PPN berarti kita pakai undang undang PPN. Dari situ tercakup semuanya jadi secara umum globalpun semua aspek pajak sudah ada disitu. Cuma ini kan suatu hal yang baru di kita terkait masalah bukan peraturanya tapi proses bisnisnya yang baru, jadi di kita dan di Indonesia ini sesuatu yang baru. nah sampai sekarang perlakuan pajaknya bagaimana? Ya masih pakai yang lama gak ada pembedanya Cuma kita tidak tahu apakah nanti kedepan akan ada sesuatu dari pemerintah atau bagaimana sampai sekarang belum ada. Jadi kalau tanya ini objek pajak baru atau bukan ini sama, acuanya sama undang-undang PPN undang-undang PPh gak ada perbedaan”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah akah dibuat aturan khusus untuk sosial media terkait pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“ jadi saya sampaikan sekali lagi ini hanya terkait proses bisnis usaha, jadi secara umum tidak ada perbedaan kita mengikuti alur. Jadi kalau yang sekarang itu kan untuk usaha adanya PPh 23 Pajak Penghasilan 0,5% ya kita mengikuti itu, kalau memang dia memenuhi syarat itu ya masuknya kesitu, cuma ini yang harus dilakukan adalah bagaimana caranya kantor pajak ini tidak gagap atau tidak gaptek terhadap teknologi atau dengan proses bisnis yang baru-baru ini kita bisa menangkap. Jangan sampai ini menjadi sesuatu yang sudah mulai *booming* tapi kita belum siap bukan dari sisi perpajakannya tapi dari sisi bagaimana cara menangkap potensi pajaknya. Intinya bukan tentang pembuatan peraturan baru bukan membuat sesuatu yang tidak ada menjadi ada tapi hanya menegaskan dan meminta cara agar potensi pajak dari WP gak hilang”

Selanjutnya peneliti menanyakan kendala apa saja yang mungkin dihadapi Direktorat Jenderal Pajak dalam menerapkan pajak selebgram dari aktivitas *endorsement* dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“pertama adalah terkait masalah data dan informasi, itu yang selama ini kita belum dapat. Meskipun kita tahu pelaku selebgram itu siapa tapi kita tidak tahu pintu masuknya dimana lewat jalur apa kita kan harus hati-hati, kalau jalur ini kan kita pakainya sosialisasi tentang pajak umum konsepnya seperti apa. Kemudian yang kedua, dengan ribuan banyak selebgram kita tidak mungkin mengecek satu persatu setiap hari kita pintu masuknya pasti dari data, kuncinya itu data, ketika data itu sudah ada kita tinggal main olah data selesai. Cara mengatasi kendala yang pertama pasti sosialisasi kalau di kanwil ini kita itu ada komunitas dan kita biasanya melakukan sosialisasi bareng”

Untuk menggali informasi lebih dalam peneliti menanyakan terkait peran dan berapa potensi pajak yang dapat digali pemerintah terkait penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau dari sisi data saya belum bisa ngomong data ya, karena belum ada data secara detail tapi secara umum peranannya sama semua mau profesi apapun peranannya sama untuk penghasilan, tapi untuk dari sisi berapa nilai perannya itu yang tidak bisa kita hitung, kalau untuk presentase berapa saya belum bisa bilang”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama dengan Ibu Yuli, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Peneliti mengawali wawancara dengan menjelaskan mengenai penelitian yang sedang dilaksanakan dan dilanjutkan dengan menyampaikan pertanyaan tentang pendapat ibu Yuli terkait dengan pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“sebenarnya kalau selebgram itu sama ya, karena dia dapat duit juga menambah penghasilan. Tapi juga tergantung, ada dua dia pribadi atau ikut manajemen. Kalau dia pribadi dia harus lapor SPT dia penghasilan dia tiap tahun berapa. Kalau *endorse* masuknya penghasilan lain lain harus ditambahkan ke SPT tahunnya. Kalau dia pakai manajemen berarti ditotalkan semua penghasilan selain *endorse* misal dia punya usaha lain”

Selanjutnya peneliti menanyakan mengenai potensi pajak yang dapat digali pemerintah atas penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“sekarang lagi *booming* ya semua artis-artis di Indonesia jadi selebgram, sebenarnya itu potensi pajaknya juga gede pasti, cuma kalau persentasenya berapa saya belum banyak baca tentang itu. Kalau diindikasikan dari *boomingnya* selebgram contohnya Atta Halilintar kita sudah tau penghasilannya sebulan bisa miliaran itu juga potensinya pasti mirip dengan konvensional. Jadi menurut saya selebgram dapat menyumbang pajak yang besar kalau DJP bisa menggali pajaknya dan ini benar-benar harus diterapkan”

Kemudian peneliti kembali menggali informasi mengenai peranan pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* terhadap perekonomian di Indonesia kemudian diperoleh informasi sebagai berikut:

“perekonomian pasti dengan adanya tambahan potongan pajak *endorsement* dari selebgram pasti akan menambah juga angka pendapatan pajak dan ini juga akan menambah peran dari Wajib Pajak lebih ikut serta dalam menjadi Warga Negara yang baik dengan membayar pajak. Intinya perekonomian akan lebih baik dengan disumbangkannya pajak dari *endorse* karena memang mereka dapat penghasilan dari situ”

Berkaitan dengan pertanyaan sebelumnya peneliti menanyakan langkah apa yang harus dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk menggali potensi tersebut, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“nah itu tadi, *endorsement* atau perdagangan *online* atau sejenisnya itu sebenarnya transaksinya pasti lebih mudah ditelusur dan digali karena mereka itu di dunia maya, jadi DJP juga harus punya sistem

pengendalian untuk di dunia maya. DJP harus punya sistem yang merekam transaksi yang terjadi di kalangan selebgram, bisa dengan kerjasama dengan bank namun juga harus ditelusur secara langsung karena kemungkinan juga ada transaksi yang dilakukan secara *cash*, kalau transaksi *online by transfer* itu kan lebih mudah dilacak”

Selanjutnya peneliti bertanya mengenai kendala yang mungkin dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam penerapan Pajak Penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kendalanya itu tadi, kalau ada pembayaran dengan cash atau tidak transfer itu agak susah si kita deteksi”

Kemudia peneliti menggali kembali informasi dengan menanyakan bagaimana cara yang dapat dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk mengatasi kendala tersebut, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“cara mengatasinya kita harus mengontrol, punya kerjasama dari pihak ketiga atau pihak yang memberikan pekerjaan kepada mereka”

Peneliti kembali menggali informasi dengan menanyakan mekanisme pengawasan oleh Direktorat Jenderal Pajak terkait kepatuhan Wajib Pajak selebgram, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“mekanisme pengawasan pasti ada ya, kantor pajak pasti punya divisi yang mengawasi misal seksi *extend* itu satu pemeriksa dia punya seribu Wajib Pajak misalnya, dan itu pasti akan tersaring dan tahu bisnis-bisnis Wajib Pajaknya dan punya potensi apa pasti punya mekanismenya”

Terakhir peneliti bertanya apakah Direktorat Jenderal Pajak memahami data dan tatacara pemajakan untuk selebgram dan didapatkan informasi sebagai berikut:

“pasti memahami, karena KPP pasti ada sosialisasi apabila ada isu baru, mereka juga pasti ada diklat ada pelatihan, jadi sebelum dia melakukan pemeriksaan dia pasti memahami dulu bisnis Wajib Pajaknya seperti apa, mekanisme perpajakannya seperti apa pasti dia punya aturan-aturan terkait”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama dengan Bapak Alek, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Pada awal wawancara peneliti menanyakan mengenai pendapat Bapak Alek terkait pajak untuk selebgram dari hasil *endorsement* dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau aturannya belum ada, seharusnya ya mereka kena pajak selama sudah ada peraturan pajak penghasilan untuk *e-commerce*, ya tapi karena peraturannya belum ada jadi mereka belum dikenakan pajak penghasilan”

Selanjutnya peneliti menanyakan potensi pajak yang dapat digali oleh pemerintah atas penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* dan peranannya terhadap perekonomian di Indonesia, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“wah banyak itu triliunan, untuk perekonomian di Indonesia peranannya sangat besar sekali karena semua kalangan saat ini kan sudah menggunakan media sosial jadi pengaruhnya sangat besar sekali”

Kemudian peneliti bertanya mengenai langkah apa yang harus diambil oleh Direktorat Jenderal pajak untuk menggali potensi tersebut, dan diberikan jawaban sebagai berikut:

“harus mengeluarkan peraturan perundang undangan yang berkaitan dengan *e-commerce* dan selebgram karena selama ini kan belum ada”

Selanjutnya peneliti menggali kembali informasi dengan bertanya mengenai kendala yang mungkin dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam

penerapan pajak untuk selebgram dan cara mengatasi kendala tersebut, diperoleh informasi sebagai berikut:

“belum adanya orang-orang yang kapabel di kantor pajak berkaitan dengan penarikan pajak *endorsement* dan selebgram. Cara untuk mengatasinya ya harus mencari orang yang menguasai sistem yang menguasai model bagaimana selebgram beroperasi, harusnya ada divisi sendiri yang khusus menangani selebgram dan *endorsement* itu ”

Kemudian peneliti menanyakan apakah Bapak Alek mempunyai saran untuk perpajakan di Indonesia terkait dengan Pajak Penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“segera dibuatkan undang-undangnya, supaya potensi pajak berkaitan dengan *endorsement* dan selebgram bisa di pungut”

2. Cara pemungutan pajak selebgram dari hasil *endorsement*

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama dengan Bapak Nuryadi, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Ketika peneliti bertanya mengenai skema pemungutan pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau selebgram itu agak rumit, rumitnya karena pintu masuknya belum ada, kadang ada yang sudah dipotong pajak ada yang belum, kalau yang sudah dipotong pajak kita bisa tahu dari bukti potong itu. Jadi kembali ke sistem pajak kita, bahwa sistem pajak kita adalah *self assessment*, yaitu menghendaki Wajib Pajak itu dengan kesadaran sendiri jadi menghitung, menyetor, melaporkan”

Berkaitan dengan pertanyaan sebelumnya, peneliti kembali bertanya mengenai langkah apa yang akan dilakukan Direktorat Jenderal Pajak dalam mengawasi selebgram dan aktivitas *endorsement*, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“sebenarnya sama saja dengan Wajib Pajak yang lain tidak ada perlakuan khusus, cuma orang-orang ini kan sering bermunculan di media ini kadang membuat kita mengeceknya lebih detail, nah lagi lagi masalah kita ada di data. Jadi kalau kita hanya menyampaikan masalah konsep umum *self assessment* WP akan bergerak tapi belum tentu sewajarnya makanya untuk menguji kewajaran ini kita perlu data komplit, nah datanya darimana? Dari pihak ketiga meski datanya ini gak harus dari pihak si pemberi penghasilan, data dari beberapa hal bisa, contohnya misalkan data pembelian, atau misalnya ada data dari sisi penggunaan penghasilannya itu untuk apa, jadi ranahnya kearah biaya hidup”

Melanjutkan pertanyaan sebelumnya peneliti menanyakan apakah teknologi informasi di Direktorat Jenderal Pajak dapat mengawasi dan memantau aktivitas *endorsement*, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“secara langsung tidak bisa, tapi secara tidak langsung bisa contohnya yang tadi ketika dia beli apa beli apa bisa. Tapi kalau secara langsung ini penghasilan darimana secara menyeluruh 100% belum, kalau sebagian bisa karena tidak semua yang memberikan penghasilan melakukan pemotongan pajak. kecuali semuanya sudah melakukan pemotongan pajak pasti masuk ke kita, sepanjang si pemberi penghasilan melakukan pemotongan pajak pasti akan masuk ke sistem kita. Kita dapat melihat dari data uang masuk atau uang keluar”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah regulasi mengizinkan Direktorat Jenderal pajak memantau aktivitas *endorsement*, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“itu kita tidak perlu mengakses, sudah ada di sistem kita, jadi di kita itu data yang pasti masuk adalah data pembelian, sepanjang orang sudah tahu pajak masuknya nanti kita tahu orang itu membeli apa sepanjang penjualnya menerbitkan faktur pajak, dari faktur pajak itu kita telusuri”

Kemudian peneliti kembali bertanya apakah Direktorat Jenderal Pajak akan membuat unit khusus untuk mengawasi implementasi peraturan pajak untuk selebgram, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“tidak ada, jadi kita itu ada namanya pegawai pengawasan nah dia dari A sampai Z harus tau semuanya mau usaha apapun harus tahu”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama dengan Bapak Doni, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Dalam wawancaranya peneliti menanyakan bagaimana skema didapatkannya penghasilan dari media sosial, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau misal kaya di *youtube* atau *facebook* itu relatif sama sebenarnya, jadi mereka itu mengandalkan iklan untuk penghasilannya. Bedanya misalkan kita dari *youtube* itu kita sistemnya membuat konten terus menunggu kita mendapatkan *traffic* dimana disitu berarti *viewersnya* udah banyak kemudian kita mendaftarkan diri pada suatu lembaga iklan nah itu nanti si pembuat konten itu bisa mendapatkan uang. Nah kalau di *facebook* itu lebih simpel sebenarnya jadi kaya membuat *fans page* kemudian nanti dari *fans page* itu banyak *followersnya*, *followersnya* aktif kemudian dia bisa membuat *fans page* itu sebagai media pengiklananya, biasanya kaya gitu sih. Nah kalau misal dari *instagram* itu yang ramai ya *endorse*, jadi kalau yang *ngetrend* sekarang itu misalkan *instagram* dengan jumlah *followers* berapa ribu itu nanti bakalan ditawari kaya *endorse* untuk *handphone* dan lain-lain, dari situ mereka mendapatkan keuntungan, karena semakin banyak *followers* itu akan berpengaruh juga sama uang yang akan didapatkan. Karena biasanya itu si pengiklan itu atau orang yang mau memakai jasa *endorse* itu akan melihat dari jumlah *followersnya* jika banyak mereka akan yakin dengan orang itu dan akan *mengendors* mereka dengan harga yang tinggi”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah menurut regulasi pemerintah dapat secara langsung mengakses data dari sistem, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“secara regulasi boleh jika itu dari pihak yang memang mempunyai wewenang, contohnya seperti pelacakan data kasus penipuan oleh polisi, terus pelacakan kasus-kasus korupsi”

Kemudian peneliti kembali menggali informasi dengan menanyakan terkait teknis sistem informasi dalam mengakses data dari sistem, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau secara teknis kita bisa mengakses secara ilegal dengan cara pembobolan data, contohnya kaya pembobolan data dukcapil”

Melanjutkan pertanyaan sebelumnya peneliti kembali bertanya apakah ada sistem yang dapat menghasilkan dari media sosial, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau sistem untuk melacak tidak ada, tapi pemerintah bisa melakukan kerjasama dengan bank untuk mengetahui mutasi rekening si pemilik medi sosial”

3. Persepsi selebgram terhadap pemungutan pajak dari hasil *endorsement*

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama dengan Rere, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Ketika peneliti bertanya apa yang pertamakali terlintas didalam pikiran Rere saat mendengar kata pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kepotong, penghasilan aku kepotong”

Kemudian peneliti bertanya apakah Rere pernah mendapat sosialisasi mengenai pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“iya di kuliah, pernah dibahas juga di kelas tentang pajak selebgram, dan pajak *youtuber* kalau gak salah pokoknya bagian *digital marketing* gitu”

Kemudian peneliti kembali menggali informasi dengan bertanya pendapat Rere apakah selebgram dapat dikenakan pajak, diperleh jawaban sebagai berikut:

“kenapa harus dipotong pajak? Kan medianya dipakai semua orang. Kamu pakai *instagram* tapi gak dipotong pajak kenapa aku dipotong? Atau mungkin karena aku dapat penghasilan dari situ ya? berarti gapapa kalau dipotong yang penting masih wajar, kan kita juga dapet penghasilan dari situ juga”

Setelah itu peneliti menggali kembali informasi dan menanyakan setuju atau tidak jika selebgram dikenakan pajak pada batasan penghasilan tertentu dan didapatkan informasi sebagai berikut:

“ya setuju saja kalau mau diterapkan asal ada batasanya”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah Rere sudah memiliki NPWP dan Rere menjawab “tidak punya”. Kemudian peneliti menanyakan pendapat apabila dikenakan pajak *selebgram* akan memilih diadakan atas dasar omset atau laba dan didapatkan informasi sebagai berikut:

“berdasarkan omset, soalnya omsetkan masih kotor, kalo laba kan udah bersih masa dipotong lagi”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama Angel, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Ketika peneliti bertanya apa yang pertama kali terlintas dalam pikiran Angel ketika mendengar kata pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalau dengar kata pajak itu aku yakin semua orang pasti merasa takut, takutnya itu karena pasti uang laba dia dari hasil jualanya kepotong. Jadi otomatis kalau dengar kata pajak takut, tapi mau gimanaapun kita harus taat pajak”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah Angel pernah mendapat sosialisasi mengenai pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kalo sosialisasi sendiri gak pernah, jadi aku belajar pajak dari *instagram* karena kan aku *follow* menteri keuangan kita ya nah dari situ aku selalu *update* informasi, kaya kemarin kan pernah dia *share* tentang pajak untuk *e-commerce*. Pokonya aku belajar lewat internet kalo pajak”

Kemudian peneliti menanyakan terkait pendapat mengenai dapat atau tidaknya selebgram dikenakan pajak yaitu sebagai berikut:

“kalo menurut aku sendiri, itu tergantung jadi kalau misalkan aku sebagai selebgram dengan pendapatan 500ribu perbulan itu menurutku sangat kecil dan yang mau dimintain pajak apa? Sedangkan kebutuhan kita besar. Kalo emang mau ngenain pajak bisa, asal aa batasannya missal pendapatanya udah 100juta gitu”

Kemudian peneliti kembali bertanya apakah Angel setuju jika penghasilan selebgram dikenakan pajak penghasilan? Dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“iya setuju, karena itu memang suatu penghasilan dari *job* yang namanya selebgram”

Selanjutnya peneliti bertanya kembali apabila diadakan pajak Angel akan memilih didasarkan atas omset atau laba, dan diperoleh informasi sebagai berikut:

“kalo aku sendiri lebih ke laba, karena kalau misalnya omset itu kan kotor ya, bisa aja daro 100juta omsetnya bisa sampe 90jutanya alias labanya cuma 10 juta, jadi aku lebih *prefer* ke yang laba karena lebih kecil”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama Wina, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Ketika peneliti bertanya, apa yang pertamakali terlintas dalam pikiran Wina ketika mendengar kata pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“kontribusi kita buat pemerintah”

Kemudian peneliti kembali bertanya apakah Wina pernah mendapat sosialisasi mengenai pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“sosialisasi si belum, cuma kalau kuliah kan dapet jadi ya paling belajar di kampus, pernah dengar juga seputar pajak untuk selebgram dan *e-commerce*”

Selanjutnya peneliti bertanya pendapat Wina apakah selebgram dapat dikenakan pajak? Jawaban yang diperoleh dari informan sebagai berikut:

“menurut aku sendiri ya bisa si, tergantung kalau dia mungkin udah menghasilkan lebih diatas 50 atau 100juta, tergantung besaran pendapatan dia”

Kemudian peneliti menggali lagi informasi dengan menanyakan pendapat tentang pajak selebgram dari hasil *endorsement* dan ia menjawab:

“menurut aku gak masalah sih,karena itu sama aja kita kan kerja gak beda sama yang lain gitu lo, tetap bayar pajak kaya pegawai gitu kan bayar pajak jadi kita juga harus bayar”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah setuju jika penghasilan dari hasil *endorsement* dikenakan pajak penghasilan kemudian dijawab dengan:

“setuju aja si, asalkan dia dapat penghasilan dari *endorse* itu gede ya semestinya dia harus bayar, tapi kalau emang penghasilannya masih kecil ya gak usah, jadi harus ada batasanya”

Berkaitan dengan pertanyaan sebelumnya peneliti kembali bertanya apakah Wina sudah memiliki NPWP, Wina menjawab “belum punya”. Kemudian peneliti bertanya kepada Wina jika akan dipungut pajak akan memilih dipungut berdasarkan omset atau laba, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“dari omset, karena omset kan masih kotor”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama Anggar, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Ketika peneliti bertanya apa yang pertamakali terlintas dalam pikiran Anggar ketika mendengar kata pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“eeee sedih sih, karena dipotongkan walaupun mungki pajaknya gak gede karena pajak penghasilan kan apalagi itu bukan pajak tetap kan, jadi dipotong ya sesuai dengan harga yang kita dapat sesuai dengan gaji yang kita dapat”

Kemudian peneliti bertanya apakah pernah mendapat sosialisasi tentang pajak dan darimana mendapat informasi tentang pajak, Anggar menjawab:

“enggak, tapi tau kadang dari sosial media kalo gak dari *instagram* dari *twitter*, apalagi admnya pajak sekarang kan lucu lucu tuh jadi aku taunya cuma dari itu, jadi kita tau tapi dengan cara yang lucu lucuan gitu ya taunya dari itu doang”

Selanjutnya peneliti kembali bertanya mengenai bagaimana pendapat Anggar apakah selebgram bisa dikenakan pajak? dan ia menjawab:

“kalau menurut aku iya sama gak si mbak, jadi kalau misalkan pendapatnya kecil menurut aku gak bisa, jadi ada batasan tertentu yang apabila mencapai sekian baru dapat dikenakan pajak, jadi tergantung besarnya pendapatan. Kan kasihan kalau yang kecil kena pajak cuma gara-gara embel-embel selebgram tanpa dikasih taraf kan gak bisa kaya gitu”

Kemudian peneliti bertanya setuju atau tidak jika penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* dikenakan pajak, dan diperoleh informasi sebagai berikut:

“kalo aku si gak setuju, karena gini kita kan *freelancer* biasanya yang dikenakan pajak itu kaya karyawan tetap gitu kan pasti ada pajaknya nah ini kita kan *freelancer* kita juga gak utak atik negara gitu, jadi kan kita tu usaha sendiri terus juga kaya gak ada hubunganya sama negara, jadi menurut aku gak usah lah ya”

Berkaitan dengan pertanyaan sebelumnya peneliti menanyakan apakah anggar memiliki NPWP dan anggar menjawab “belum”. Selanjutnya peneliti kembali menggali informasi dan menanyakan setuju atau tidak jika ada batasan aktivitas *endorsement* yang dikenakan pajak, dan diperoleh informasi sebagai berikut:

“kalau standarnya yg penghasilannya tinggi aku setuju sih dikenakan pajak, biar yang penghasilannya tinggi pada kena pajak”

Terakhir peneliti kembali bertanya jika Anggar bisa memilih maka ingin diadakan pajak atas dasar omset atau laba, ia menjawab sebagai berikut:

“kalo aku atas omset sih, karena sebenarnya kita gak ada laba atau rugi kalau selebgram, kalau selebgram kan ibaratnya mereka terjun di dunia itu kan risikonya capek risikonya ini itu, kalau buat ruginya kan gak ada, jadi menurut aku laba ya itu semua penghasilan kita adalah laba”

Berdasarkan wawancara mendalam yang telah dilakukan oleh peneliti bersama Dhea, berikut deskripsi hasil wawancara tersebut. Ketika peneliti bertanya apa yang pertamakali terlintas dalam pikiran Dhea ketika mendengar kata pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“pajak berarti pembayaran, potongan”

Selanjutnya peneliti menanyakan apakah Dhea pernah mendapatkan sosialisasi mengenai pajak, diperoleh jawaban sebagai berikut:

“enggak, tapi tau sih kaya misal kalo *campaign* itu pasti dari *brandnya* bilang kalau dipotong pajak, nah kalau misal kita gak mau dipotong pajak nanti kita disuruh naikin *rate cardnya* aja biar *fee* yang masuk ke kita tetap tidak terpotong pajak”

Kemudian peneliti kembali menanyakan pendapat Dhea apakah selebgram dapat dikenakan pajak, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“enggak sih menurut aku nggak, karena kita kan kerja itu karena kretifitas bukan kerja buat negara, kalo menurut aku gitu sih. Soalnya pajak itu buat negara kan bukan untuk diri kita. Tapi sebenarnya mungkin bisa dipungut pajak, tapi aku gak mau”

Untuk menggali info lebih dalam peneliti kemudian menanyakan apakah Dhea sudah mempunyai NPWP dan Dhea menjawab “gak punya”. Selanjutnya peneliti menanyakan setuju atau tidak jika penghasilan dari

endorsement dikenakan pajak penghasilan dan setuju atau tidak jika ada batasan aktivitas *endorsement* yang dikenakan pajak, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“aku gak setuju, karena kalau menurut aku kan *endorsement* itu gak tentu ya masuknya berapa jadi kita gak tau pajak yang harus dikeluarkan berapa. Tapi setuju sih kalau ada batasanya”

Selanjutnya peneliti kembali bertanya jika diadakan pajak aka memilih atas dasar omset atau dari laba, dan diperoleh jawaban sebagai berikut:

“laba itu hasil yang uda bersih ya ? ya mending yang laba kalau mau dipungut pajak, jadi udah bersih kita dapetnya segitu”

C. Pembahasan

Hasil penelitian diatas merupakan proses penelitian lapangan yang telah dilakukan peneliti selama kurun waktu Juli sampai September 2019 dengan pemenuhan persyaratan administrasi penelitian dari pengurusan surat izin penelitian mulai pada Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Direktorat Jenderal Pajak Kantor Wilayah DIY, hingga persetujuan KPP Pratama Yogyakarta sebagai informan. Selain KPP Pratama Yogyakarta adapun informan dalam penelitian ini yaitu Selebgram yang berdomisili di Yogyakarta, Pakar Pajak di Yogyakarta, Ahli Teknologi Informasi di Yogyakarta dan Konsultan Pajak di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif tentang perlakuan pajak terhadap penghasilan Selebgram dari hasil *endorsement*.

1. Perlakuan Pajak terhadap penghasilan selebgram dari hasil *endorsement*

Berdasarkan pada wawancara mendalam yang dilakukan oleh peneliti kepada para informan, seluruh informan menjawab bahwa sudah seharusnya penghasilan yang diperoleh selebgram dari hasil *endorsement* dikenakan pajak, karena pada dasarnya mereka memperoleh tambahan kemampuan ekonomis dari hasil *endorsement* tersebut. Pernyataan tersebut juga telah dikonfirmasi oleh Direktorat Jenderal pajak bahwa penghasilan selebgram pasti merupakan objek pajak penghasilan. Berkaitan dengan hal tersebut pajak untuk *e-commerce* juga harus diterapkan karena jasa *endorsement* sangat identik dengan perdagangan *online* atau *e-commerce*.

Pajak yang dapat dikenakan untuk selebgram adalah Pajak Penghasilan (PPh) dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Besarnya PPN yang dapat dipungut dari selebgram adalah melihat dari nilai yang dijual oleh selebgram tersebut. Apabila penghasilan yang diperoleh sudah mencapai batas 4,8 miliar maka selebgram wajib untuk di kukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak (PKP). Seorang selebgram yang telah dikukuhkan sebagai Pengusaha Kena Pajak memiliki kewajiban untuk menarik pajak dari konsumen. Konsumen yang dimaksud dalam hal tersebut adalah seseorang yang memakai jasa dari selebgram berupa pemasangan iklan atau *endorsement*.

Pemungutan pajak atas penghasilan selebgram bukan merupakan peraturan yang baru berdasarkan pada Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP). Untuk pemungutan Pajak Penghasilan didasarkan pada undang-undang PPh dan untuk pemungutan Pajak Pertambahan Nilai didasarkan pada Undang-undang PPN. Seluruh aspek perpajakan sudah

tercantum dalam undang-undang tersebut. Pajak yang dipungut atas penghasilan selebgram dari hasil endorsement juga bukan merupakan objek pajak baru melainkan hanyalah proses bisnisnya yang baru. Berkaitan dengan hal tersebut, pemungutan pajak untuk selebgram masih didasarkan perturan yang sudah ada, tidak ada perbedaan dalam pemungutan Pajak Penghasilan untuk selebgram dengan pemungutan Pajak Penghasilan selain selebgram. Pemungutan pajak atas penghasilan selebgram merupakan penegasan peraturan yang sudah ada agar potensi yang ada tidak hilang dan dapat terserap dengan baik.

Potensi pajak yang dapat digali pemerintah dari penghasilan selebgram yang diperoleh dari hasil *endorsement* pun sangat besar bisa mencapai triliunan karena pada masa sekarang ini banyak hal yang dapat dilakukan secara *online*. Pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* juga mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian di Indonesia karena saat ini semua kalangan sudah memakai media sosial. Dengan adanya potongan pajak dari selebgram tentu akan menambah pendapatan negara dimana saat ini penerimaan negara yang paling besar berasal dari sektor pajak.

Terdapat beberapa langkah yang mungkin dilaksanakan Direktorat Jenderal Pajak untuk menggali potensi pajak dari selebgram yaitu Direktorat Jenderal Pajak harus mempunyai sistem pengendalian di dunia maya yang dapat merekam transaksi yang terjadi di kalangan selebgram. Direktorat Jenderal Pajak juga dapat melakukan kerjasama dengan bank untuk

mengetahui transaksi antara selebgram dengan pengguna jasa *endorse*. Direktorat Jenderal pajak juga harus mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan *e-commerce* dan selebgram agar potensi pajak yang ada dapat terserap dengan baik.

Adapun beberapa kendala yang mungkin dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam Pajak Penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* yaitu apabila ada transaksi yang pembayarannya dilakukan secara *cash*. Hal tersebut dikarenakan transaksi yang dilakukan secara *cash* akan sulit untuk dideteksi. Kendala lain yang mungkin dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak adalah terkait cara untuk mengakses data dan informasi penghasilan dari selebgram tersebut. Belum adanya tenaga ahli dalam penarikan pajak penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* juga menjadi kendala yang mungkin dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak.

Untuk mengatasi kendala-kendala yang mungkin akan dihadapi oleh Direktorat Jenderal Pajak dalam menerapkan Pajak Penghasilan selebgram dari hasil *endorsement* yaitu bisa dengan melakukan kerjasama dengan bank untuk melacak transaksi yang terjadi. Direktorat Jenderal Pajak juga dapat melakukan kerjasama dengan pihak yang memberikan pekerjaan kepada selebgram untuk mengetahui transaksi yang telah dilakukan. Sosialisasi kepada para pelaku selebgram juga perlu dilakukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk membuat selebgram sadar akan kewajiban perpajakannya. Diperlukan pula orang yang menguasai sistem dan menguasai model

bagaimana seorang selebgram beroperasi atau membentuk suatu divisi yang khusus menangani selebgram dan aktivitas *endorsement*.

2. Cara pemungutan pajak selebgram dari hasil endorsement

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan beberapa informan, dapat diketahui bahwa dalam cara pemungutan pajak untuk selebgram lebih rumit. Hal tersebut disebabkan karena data data dari selebgram masih kurang sehingga sampai saat ini pemungutan pajak untuk selebgram menggunakan *self assessment system*. Dengan menggunakan *self assessment system* selebgram dituntut untuk melakukan penghitungan, menyetorkan, dan melaporkan secara mandiri. Meskipun demikian Direktorat Jenderal Pajak tetap harus melakukan pengujian dan penggalan potensi atas pajak selebgram.

Penghasilan yang diperoleh selebgram ada yang sudah dipotong pajak dan ada yang belum dipotong pajak, jika sudah dipotong pajak Direktorat Jenderal Pajak dapat mengetahui penyetoran pajak tersebut dari bukti potong yang ada. Pemotongan pajak atas penghasilan selebgram tersebut biasanya dikenakan apabila selebgram melakukan kolaborasi dengan suatu brand atau seorang selebgram bergabung dengan suatu manajemen. Namun sayangnya tidak semua yang memberikan penghasilan kepada selebgram melakukan pemotongan pajak, sehingga Direktorat jenderal pajak belum bisa melacak penghasilan slebgram secara menyeluruh. Direktorat Jenderal Pajak juga dapat memperoleh data penghasilan selebgram melalui data pembelian atau menggunakan analisis biaya hidup.

Tidak ada pengawasan khusus terkait selebgram yang aktivitas endorsement, seluruh Wajib Pajak diperlakukan dengan sama. Namun karena selebgram sering muncul di media menyebabkan Direktorat Jenderal Pajak melakukan pengecekan lebih detail terkait penghasilan selebgram. Direktorat Jenderal Pajak juga telah memiliki pegawai pengawasan yang mempunyai tugas untuk mengawasi Wajib Pajak. Teknologi Informasi yang dimiliki oleh Direktorat Jenderal Pajak hanya dapat mengawasi secara tidak langsung penghasilan yang diperoleh selebgram melalui data uang masuk dan uang keluar. Data tersebut diperoleh ketika seorang selebgram melakukan transaksi pembelian yang dipotong pajak dan secara langsung data tersebut akan masuk ke sistem yang dimiliki oleh Direktorat Jenderal Pajak. Sistem yang dimiliki Direktorat Jenderal Pajak sudah mencantumkan data terkait pembelian suatu produk selama penjual produk tersebut menerbitkan faktur pajak.

Untuk memaksimalkan pemungutan pajak *selebgram* Direktorat Jenderal Pajak dapat melakukan kerjasama dengan bank untuk mendeteksi transaksi yang terjadi antara selebgram dengan pihak yang menggunakan jasa selebgram tersebut. Direktorat Jenderal Pajak juga dapat melakukan kerjasama dengan pedagang *online* yang menggunakan jasa *endorsement* untuk melacak transaksi yang dilakukan. Perekrutan seorang ahli media sosial yang menangani selebgram juga dapat membantu menggali potensi pajak selebgram dari hasil endorsement.

3. Persepsi selebgram terhadap pemungutan pajak dari hasil *endorsement*

Bedasarkan wawancara mendalam dengan beberapa selebgram yang telah dilakukan peneliti, pengetahuan selebgram mengenai perpajakan masih kurang. Sebagian besar dari selebgram mengetahui pajak hanya dari media sosial ataupun melalui internet. Belum adanya sosialisasi perpajakan kepada selebgram juga menyebabkan kurangnya pengetahuan selebgram terkait dengan kewajiban perpajakan dan kontribusi terhadap Negara. Sebagian besar selebgram yang telah diwawancarai oleh peneliti merasa mereka tidak wajib untuk membayar pajak.

Selebgram beranggapan penghasilan yang mereka dapatkan tidak ada campurtangan terhadap Negara sehingga mereka tidak harus membayar pajak. Penghasilan yang diperoleh oleh selebgram dihasilkan oleh kreatifitas mereka sehingga mereka menganggap tidak perlu membayar pajak. Sebagian besar selebgram berpendapat bahwa yang harus dikenakan pajak hanyalah pegawai tetap sedangkan selebgram merupakan *freelancer* yang penghasilanya tidak tetap. Apabila kita melihat kembali dari makna pajak penghasilan yaitu kontribusi wajib kepada negara yang terutang pada orang pribadi ataupun badan yang diperoleh dari Indonesia maupun dari luar Indonesia maka penghasilan selebgram sangat berpotensi untuk dikenakan pajak.

Melihat dari penghasilan selebgram saat ini yang bisa mencapai lebih dari 5 juta setiap bulanya maka bukan tidak mungkin untuk dapat dipotong

pajak. Penghasilan selebgram saat ini telah dipotong pajak hanya apabila ia melakukan kolaborasi dengan suatu brand dan dari pihak *brand* tersebutlah yang akan memotongkan pajak untuk selebgram tersebut. Namun, untuk penghasilan selebgram yang berasal dari *endorsement* yang biasanya dilakukan oleh pedagang online atau *online shop* belum dikenakan pajak.

Ketika peneliti melakukan wawancara dengan selebgram sebagian besar dari mereka menyatakan ketidaksetujuan untuk dipungut pajak dengan berbagai macam pendapat. Namun, ketika peneliti menggali kembali informasi dengan menanyakan jika ada batasan tertentu penghasilan selebgram yang dapat dikenakan pajak, selebgram menyatakan kesetujuan. Mereka berpendapat bahwa tidak semua selebgram dapat dikenakan pajak, hanya selebgram yang sudah memperoleh penghasilan besar saja yang mungkin untuk dipungut pajak. Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa selebgram sebenarnya setuju jika akan dipungut pajak asalkan ada batasan besaran pendapatan yang dapat dikenakan pajak dan yang tidak dapat dikenakan pajak.

Berkaitan dengan pemungutan pajak untuk selebgram, sebagian besar dari selebgram memilih untuk diterapkan pajak didasarkan atas omset. Omset merupakan penghasilan kotor yang diperoleh atas suatu usaha yang dilakukan. Laba merupakan penghasilan yang diperoleh setelah dikurangi biaya-biaya. Selebgram berpendapat bahwa seluruh penghasilan yang mereka terima merupakan laba sehingga tidak ada rugi atau biaya lain yang dapat dikurangkan dengan penghasilan tersebut. Hal tersebutlah yang

membuat selebgram lebih memilih dipungutnya pajak berdasarkan omset daripada laba.