

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Kehidupan sekarang tidak pernah lepas dari adanya pengaruh globalisasi yang membuat teknologi semakin maju dan berkembang terlebih lagi dalam dunia perdagangan.¹ Dalam kurun waktu dua puluh tahun terakhir, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam pola perekonomian dunia. Era digital tidak hanya mempengaruhi cara manusia berinteraksi dan bertransaksi, tetapi juga mengubah cara konsumsi barang dan jasa. Transformasi ini melahirkan konsep baru yang dikenal dengan istilah ekonomi digital, yakni sebuah ekosistem ekonomi yang bergantung pada teknologi internet, *platform digital*, serta konektivitas global. Ciri utama dari ekonomi digital adalah hilangnya batas geografis dalam melakukan transaksi, kecepatan distribusi informasi, serta intensitas keterhubungan antar pelaku usaha. Dengan memanfaatkan teknologi digital, para pelaku bisnis mampu menjangkau konsumen di berbagai belahan dunia tanpa harus mengandalkan infrastruktur fisik dalam skala besar. Sektor yang mengalami pertumbuhan mencolok adalah e-commerce, jasa keuangan digital, serta media dan hiburan berbasis internet. Fakta ini menegaskan bahwa Indonesia sedang berada di jalur transisi menuju era ekonomi digital yang membawa peluang ekonomi besar sekaligus tantangan, terutama dalam hal regulasi dan perpajakan.

Sejarah telah mencatat bahwa pemungutan pajak untuk menambah pendapatan pemerintah sudah berlangsung sejak zaman penjajahan Inggris (1811-1816).² Pajak sendiri terdiri dari beberapa golongan, yang mana penggolongan

¹ Ni Putu Gita Padmayani, I Nyoman Putu Budiarta, dan Ni Made Puspasutari Ujianti, 2022, *Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Bagi Pengguna Kosmetik Ilegal Yang Diiklankan Influencer Di Media Sosial*, Jurnal Preferensi Hukum, Volume 3, No. 2, *available from: <https://www.ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/juprehum/article/view/4936>*, diakses 9 Juni 2025.

² Azhari Aziz Samudra, 2015, *Keuangan, Pajak dan Retribusi Daerah*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm. 1.

pajak tersebut tidak mutlak sifatnya.³ Pajak sejak lama diakui sebagai instrumen utama penerimaan negara. Hal ini ditegaskan dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yang menyatakan bahwa “Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.” Norma konstitusional ini memperlihatkan bahwa pajak bersifat memaksa, serta merupakan fondasi penting bagi pembiayaan negara dan pelaksanaan pembangunan nasional. Dalam era ekonomi digital, persoalan perpajakan semakin kompleks. Karakter lintas batas (*borderless*) dari transaksi digital menimbulkan kendala dalam pemungutan maupun pengawasan pajak. Transaksi dapat berlangsung antar subjek hukum dari yurisdiksi berbeda tanpa memerlukan kehadiran fisik.

Indonesia, dengan jumlah penduduk lebih dari 270 juta jiwa dan tingkat penggunaan internet yang sangat tinggi, menjadi salah satu pasar digital terbesar di dunia. Menteri Keuangan menanggapi perkembangan ini dengan mengeluarkan berbagai kebijakan terkait pajak digital. Misalnya, pengaturan mengenai pajak e-commerce dalam PMK No. 210/PMK.010/2018 (yang kemudian diganti dengan PMK No. 48/PMK.03/2020), serta kebijakan mengenai Pajak Pertambahan Nilai (PPN) atas Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE). Regulasi tersebut menunjukkan adanya keseriusan pemerintah dalam memperluas basis pajak (*tax base*) sekaligus menyesuaikan sistem perpajakan dengan perkembangan digital. Kendati demikian, di balik langkah-langkah reformasi tersebut, masih terdapat kekosongan hukum (*legal gap*) dalam hal pengaturan kewajiban perpajakan bagi kelompok profesi tertentu dalam ekonomi digital. Salah satu yang menjadi sorotan adalah *Influencer* atau *content creator*, yang memiliki karakteristik berbeda dibandingkan pelaku usaha konvensional maupun *e-commerce*. Ruang lingkup kebijakan perpajakan merupakan bahasan yang sangat luas, terutama ketika kebijakan tersebut diturunkan dalam berbagai bentuk peraturan pelaksana.⁴ Oleh karena itu, kajian lebih mendalam dibutuhkan untuk menelaah bagaimana

³ Muhammad Djafar Saidi, 2018, *Pembaruan Hukum Pajak*, Rajawali Pers, Depok, hlm. 25.

⁴ Nuryadi Mulyodiwarno, 2018, *Catatan Tentang Beberapa Hak dan Kewajiban Perpajakan, Suatu Telaah Atas Kebijakan Perpajakan Indonesia*, Rajawali Pers, Depok, hlm. 1.

kewajiban pajak bagi *Influencer* diatur dan diimplementasikan secara nyata di lapangan.

Pertumbuhan media sosial membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berkomunikasi, memasarkan produk, dan mengonsumsi informasi. *Platform* seperti Instagram, TikTok, YouTube, hingga Twitter (X) telah berkembang melampaui fungsi sosial awalnya dan kini menjadi instrumen ekonomi yang sangat berpengaruh. Perubahan ini melahirkan profesi baru yang dikenal sebagai *Influencer* atau *content creator*, yakni individu yang memiliki pengikut dalam jumlah besar di media sosial dan mampu mengarahkan perilaku maupun pilihan konsumsi audiensnya. *Influencer* haruslah seseorang yang memiliki banyak *followers* dan memiliki pengaruh serta kredibilitas yang tinggi di bidangnya. Seorang *Influencer* tidak perlu menyebarkan konten secara berulang-ulang seperti *buzzer*. *Influencer* hanya cukup sesekali saja menyampaikan informasi atau konten yang diminta melalui akun media sosialnya. Pesan tersebut akan menjangkau semua pengikutnya yang akan menyebarkan dan turut membicarakannya di akun media sosialnya masing-masing.⁵

Para *Influencer* memanfaatkan popularitas serta kepercayaan yang mereka bangun melalui konten digital untuk memperoleh perhatian publik. Hal tersebut menjadikan mereka mitra yang strategis bagi perusahaan dalam strategi pemasaran. Kolaborasi yang dilakukan biasanya berupa *endorsement*, promosi berbayar, sponsor, ataupun kerja sama dalam menghasilkan konten tertentu. Dengan demikian, *Influencer* kini menjadi bagian penting dari ekosistem digital sekaligus membuka jalur pendapatan baru di luar pekerjaan formal tradisional.

Industri *Influencer* berkembang menjadi sektor dengan nilai ekonomi yang signifikan. Indonesia, dengan jumlah pengguna media sosial yang sangat besar, menjadi salah satu pasar potensial. Data menunjukkan bahwa rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan lebih dari 3 jam setiap hari di media sosial, yang menjadikan *Influencer* sebagai pihak yang memiliki posisi strategis dalam

⁵ Chyntia Novi Girsang, 2020, Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital, Jurnal Ilmu Komunikasi ULTIMACOM, volume 12, nomor 2, available from: <https://ejournals.umh.ac.id/index.php/FIKOM/article/view/1299> diakses 18 Juni 2025.

memanfaatkan peluang ekonomi tersebut. Perkembangan profesi *Influencer* di Indonesia juga tidak terbatas di wilayah perkotaan, melainkan menjangkau daerah-daerah berkat akses internet yang semakin meluas. *Influencer* dapat berasal dari kalangan selebritas, tokoh publik, hingga individu biasa yang berhasil membangun basis pengikut yang loyal melalui konten yang konsisten. Sumber penghasilan mereka bervariasi, antara lain promosi berbayar (*paid promote/endorsement*), pendapatan iklan digital, sponsorship dan duta merek (*brand ambassador*) usaha mandiri. Dengan variasi sumber penghasilan ini, *Influencer* seharusnya menjadi kontributor penting bagi penerimaan negara melalui pajak. Namun demikian, persoalan kesadaran pajak dan regulasi yang spesifik masih menjadi hambatan dalam optimalisasi penerimaan.

Pengaturan pajak di dalam suatu undang-undang, mempunyai dasar filosofis yang penting.⁶ Fungsi Pajak menurut Mardiasmo terbagi menjadi 2 (dua) yaitu Fungsi Keuangan dan Fungsi Mengatur.⁷ Dalam sistem hukum pajak Indonesia, setiap individu yang memperoleh penghasilan merupakan subjek pajak, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP) yang memperbarui ketentuan Undang-Undang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 2 UU PPh menegaskan bahwa orang pribadi yang menerima penghasilan wajib dikenai pajak. Namun, karakteristik penghasilan *Influencer* berbeda dari pekerja formal. Pemasukan mereka cenderung fluktuatif, tidak standar, serta sulit terdeteksi jika tidak dilaporkan. Apapun profesinya, selama seseorang itu mendapatkan penghasilan dan memenuhi ketentuan perpajakan, wajib membayar pajak penghasilan.⁸ Berbeda dengan karyawan yang pajaknya dipotong oleh pemberi kerja melalui mekanisme PPh Pasal 21, *Influencer* memperoleh penghasilan secara mandiri sehingga wajib melakukan perhitungan, pembayaran, dan pelaporan sendiri sesuai prinsip *self-assessment system*. Selain itu, banyak *Influencer* yang menerima penghasilan dari

⁶ Khalimi dan Moch. Iqbal, 2020, *Hukum Pajak Teori dan Praktik*, Aura Publishing, Bandar Lampung, hlm. 20.

⁷ Khalimi, 2020, *Teori dan Praktik Hukum Pajak dan Acara Perpajakan*, LeutikaPrio, Yogyakarta, hlm. 8.

⁸ Fitriya, 2025, *Pajak Influencer: Cara Menghitung, Bayar dan Laporkannya*, available from: <https://klikpajak.id/blog/cara-menghitung-pajak-Influencer>, diakses tanggal 15 Juni 2025.

platform internasional, sehingga muncul dimensi lintas yurisdiksi yang memerlukan perhatian khusus. Misalnya, penghasilan dari YouTube yang dibayarkan oleh perusahaan luar negeri dapat menimbulkan implikasi pada ketentuan perjanjian penghindaran pajak berganda (*tax treaty*) dan mekanisme pemotongan pajak internasional.

Meskipun peluang ekonomi besar telah tercipta, tingkat kepatuhan pajak di kalangan *Influencer* masih rendah. Sebagian besar *Influencer* merupakan kalangan muda yang belum memahami kewajiban perpajakan secara mendalam. Tidak jarang muncul anggapan bahwa penghasilan dari media sosial tidak termasuk objek pajak karena sifatnya yang dianggap informal. Selain itu, belum adanya klasifikasi profesi *Influencer* yang jelas dalam regulasi perpajakan tradisional menimbulkan ketidakseragaman dalam pelaporan pajak. Hal ini berpotensi menciptakan *tax gap*, yaitu selisih antara potensi pajak yang seharusnya masuk dengan realisasi penerimaan negara. Direktorat Jenderal Pajak berusaha menutup celah tersebut melalui sosialisasi dan penerbitan PMK yang menegaskan kewajiban perpajakan pelaku ekonomi digital, termasuk *Influencer*. Namun, implementasi aturan tersebut di lapangan masih menemui kendala, baik dari sisi pengawasan maupun kesadaran wajib pajak.

Dalam tatanan ketatanegaraan Indonesia, pajak menempati posisi yang sangat penting karena menjadi tulang punggung penerimaan negara. Hal ini mendapat legitimasi konstitusional sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 23A UUD 1945: “Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.” Rumusan tersebut menunjukkan dua hal pokok: pertama, pajak bersifat memaksa sehingga mengikat seluruh warga negara; kedua, pemungutannya hanya dapat dilakukan dengan dasar hukum berupa undang-undang, bukan berdasarkan kebijakan semata. Fungsi pajak tidak berhenti pada sekadar pemasukan fiskal negara. Pajak juga berperan sebagai instrumen kebijakan publik. Melalui tarif dan ketentuan tertentu, pemerintah dapat mendorong atau membatasi aktivitas ekonomi tertentu (fungsi *regulerend*). Selain itu, pajak menjadi sarana distribusi pendapatan masyarakat sekaligus menjaga stabilitas ekonomi nasional. Oleh karena itu, kewajiban perpajakan tidak boleh dipandang hanya dari

sisi keuangan. Pajak mengandung dimensi hukum, moral, dan sosial yang menuntut kontribusi seluruh lapisan masyarakat, termasuk pelaku ekonomi digital seperti para *Influencer*. Dengan membayar pajak, mereka turut mendukung pembangunan serta mewujudkan kesejahteraan bersama.

Dalam tatanan ketatanegaraan Indonesia, pajak menempati posisi yang sangat penting karena menjadi tulang punggung penerimaan negara. Hal ini mendapat legitimasi konstitusional sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 23A UUD 1945, “Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.” Rumusan tersebut menunjukkan dua hal pokok, yakni pertama, pajak bersifat memaksa sehingga mengikat seluruh warga negara; kedua, pemungutannya hanya dapat dilakukan dengan dasar hukum berupa undang-undang, bukan berdasarkan kebijakan semata. Fungsi pajak tidak berhenti pada sekadar pemasukan fiskal negara. Pajak juga berperan sebagai instrumen kebijakan publik. Melalui tarif dan ketentuan tertentu, pemerintah dapat mendorong atau membatasi aktivitas ekonomi tertentu (fungsi *regulerend*). Selain itu, pajak menjadi sarana distribusi pendapatan masyarakat sekaligus menjaga stabilitas ekonomi nasional. Oleh karena itu, kewajiban perpajakan tidak boleh dipandang hanya dari sisi keuangan. Pajak mengandung dimensi hukum, moral, dan sosial yang menuntut kontribusi seluruh lapisan masyarakat, termasuk pelaku ekonomi digital seperti para *Influencer*. Dengan membayar pajak, mereka turut mendukung pembangunan serta mewujudkan kesejahteraan bersama.

Negara Indonesia mengenal beberapa subjek pajak, yakni berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh), yang termasuk subjek pajak adaah orang pribadi, warisan yang belum terbagi, Badan dan Bentuk usaha tetap. Sementara itu, Pasal 4 UU PPh menyebutkan bahwa objek pajak adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik dari dalam maupun luar negeri, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan. Berdasarkan pengaturan tersebut, jelas bahwa penghasilan *Influencer*, baik yang diperoleh melalui *endorsement*, promosi berbayar, hingga monetisasi platform digital, termasuk dalam objek pajak. Dengan

demikian, mereka memiliki kewajiban hukum untuk melaporkan dan membayar pajak atas penghasilan tersebut. Terkait pemungutan pajak, Indonesia menggunakan sistem self-assessment, yaitu mekanisme di mana wajib pajak diberi tanggung jawab penuh untuk menghitung, menyetorkan, dan melaporkan sendiri pajak yang terutang sesuai aturan berlaku. Sistem ini diterapkan sejak reformasi pajak tahun 1983 dan tetap dipertahankan hingga kini. Keunggulan sistem ini adalah meningkatkan efisiensi administrasi negara karena perhitungan dilakukan oleh wajib pajak sendiri. Namun, kelemahannya terletak pada potensi penyalahgunaan atau ketidakpatuhan apabila wajib pajak tidak jujur atau tidak memahami kewajibannya. Hal ini sangat relevan bagi *Influencer*, karena pada umumnya penghasilan mereka tidak dipotong oleh pihak ketiga sehingga tanggung jawab penuh berada pada mereka sendiri. Untuk menjaga kepatuhan, otoritas pajak melaksanakan mekanisme pengawasan melalui pemeriksaan, penagihan, serta penerapan sanksi administratif maupun pidana bagi wajib pajak yang tidak memenuhi kewajibannya.

Walaupun kerangka hukum perpajakan telah tersedia, penerapannya terhadap profesi *Influencer* menghadapi beberapa hambatan, seperti kesulitan dalam pelacakan penghasilan akibat sifat transaksi digital yang sering tidak tercatat secara formal, rendahnya literasi perpajakan, khususnya di kalangan *Influencer* muda yang baru memasuki dunia kerja, masalah terkait lintas yurisdiksi, terutama bagi *Influencer* yang memperoleh penghasilan dari luar negeri, serta ketiadaan pedoman klasifikasi profesi secara rinci, yang kerap menimbulkan perbedaan tafsir dalam praktik. Hal ini menunjukkan perlunya kebijakan yang lebih spesifik dan edukasi yang lebih intensif agar kepatuhan pajak di sektor digital dapat meningkat. Kewajiban pajak yang melekat pada profesi *Influencer* tidak hanya bersumber dari aturan hukum positif, tetapi juga berlandaskan asas keadilan sosial. *Influencer* mendapatkan penghasilan nyata dari aktivitas digital yang mereka lakukan, sehingga wajar bila mereka turut berkontribusi terhadap pembiayaan negara. Apabila kelompok profesi ini tidak dikenai pajak atau tidak patuh terhadap kewajibannya, maka akan tercipta ketidakadilan fiskal terhadap wajib pajak lainnya. Oleh karena itu, penegakan kewajiban perpajakan *Influencer* merupakan

bagian dari upaya menjaga keseimbangan sistem perpajakan dan memastikan kontribusi adil dari seluruh masyarakat.

Kemajuan pesat ekonomi berbasis digital di Indonesia menuntut regulasi pajak yang lebih adaptif. Sebelum tahun 2023, perangkat hukum perpajakan belum sepenuhnya menjangkau pelaku ekonomi melalui media sosial dan platform daring. Fenomena meningkatnya pendapatan *Influencer* dari aktivitas digital mendorong Menteri Keuangan untuk mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 168 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemotongan Pajak Atas Penghasilan Sehubungan Dengan Pekerjaan, Jasa, Atau Kegiatan Orang Pribadi (PMK No. 168 Tahun 2023). Peraturan ini ditujukan sebagai pedoman pemeriksaan serta pengawasan terhadap wajib pajak orang pribadi maupun badan yang melakukan kegiatan usaha secara digital. Walaupun tidak hanya ditujukan untuk *Influencer*, substansinya memberikan legitimasi bagi fiskus untuk memastikan penghasilan yang bersumber dari aktivitas digital termasuk profesi *Influencer* yang dapat dikenai kewajiban perpajakan sesuai ketentuan.

Secara normatif, PMK No. 168 Tahun 2023 tidak berdiri otonom, melainkan menjadi aturan pelaksanaan dari Undang-Undang Pajak Penghasilan. Dalam hierarki peraturan perundang-undangan, undang-undang adalah sumber utama kewajiban pajak, sedangkan peraturan Menteri Keuangan berfungsi memberi arahan teknis bagi implementasi. Artinya, penghasilan *Influencer* sebagai objek pajak telah ditegaskan dalam ketentuan Pasal 4 Ayat (1) UU PPh, sementara PMK No. 168 Tahun 2023 menjelaskan pelaku pekerja *Influencer* yang dalam hal ini penerima penghasilan yang dipotong Pajak Penghasilan Pasal 21 dan/atau Pajak Penghasilan Pasal 26 Sehubungan dengan Pekerjaan, Jasa, atau Kegiatan merupakan wajib pajak orang pribadi, termasuk kategori Bukan Pegawai. Dengan demikian, keduanya saling melengkapi yakni undang-undang memberi dasar normatif, sedangkan peraturan Menteri Keuangan menegaskan pemberlakuannya bagi orang pribadi yang masuk ke dalam kategori wajib pajak.

Pada keadaan di lapangan, beberapa kasus yang muncul di masyarakat memperlihatkan bahwa otoritas pajak mulai menaruh perhatian lebih pada sektor ini. Misalnya, sejumlah publik figur dan selebritas pernah diperiksa terkait

penghasilan dari *endorsement* maupun YouTube. Fenomena ini menjadi sinyal bahwa *Influencer*, baik besar maupun kecil, tidak bisa lagi mengabaikan kewajiban perpajakan. Dalam konteks perpajakan *Influencer*, PMK No. 168 Tahun 2023 hadir sebagai pedoman teknis yang menegaskan bahwa setiap individu yang memperoleh penghasilan dari aktivitas digital berkewajiban untuk melaksanakan kewajiban perpajakan sesuai Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan serta Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP). Ketentuan ini mempertegas bahwa penghasilan dari kegiatan *endorsement*, iklan, maupun monetisasi konten termasuk ke dalam objek pajak yang harus dilaporkan.

Fenomena munculnya *Influencer* sebagai profesi baru dalam ekosistem ekonomi digital telah menghadirkan tantangan yang tidak sederhana bagi sistem perpajakan nasional. Profesi ini berkembang begitu pesat, seiring dengan kemajuan teknologi komunikasi dan media sosial, serta semakin kuatnya peran digital marketing dalam mempengaruhi pola konsumsi masyarakat. Namun, pertumbuhan yang masif tersebut tidak selalu berjalan seiring dengan kesadaran perpajakan yang memadai. Banyak *Influencer* menikmati pendapatan signifikan dari aktivitas digital, tetapi belum sepenuhnya memahami atau bahkan mengakui kewajiban mereka dalam membayar pajak. Kondisi ini menimbulkan masalah serius, sebab di satu sisi negara memiliki potensi penerimaan yang besar dari sektor ini, tetapi di sisi lain realisasi penerimaan belum optimal karena rendahnya kepatuhan wajib pajak.

Dalam situasi demikian, penelitian mengenai kewajiban pajak *Influencer* menjadi penting dan mendesak dilakukan. Menteri Keuangan melalui instrument peraturannya yakni telah menegaskan bahwa pelaku *Influencer* masuk sebagai wajib pajak, namun demikian implementasi dan pengawasan terhadap kewajiban pajak para *Influencer* masih menghadapi berbagai tantangan. Sehingga berdasarkan uraian di atas, penulis hendak mengangkat judul penelitian **Analisa Yuridis Kepastian Hukum Terhadap Pajak *Influencer* Berdasarkan Peraturan Perpajakan di Indonesia dan Implementasinya.**

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, penulis hendak mengangkat 2 (dua) permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana ketentuan hukum pengenaan pajak penghasilan bagi *Influencer* di Indonesia?
2. Bagaimana implementasi dan tantangan keberlakuan Pengenaan Pajak terhadap *Influencer* berdasarkan Peraturan Perpajakan di Indonesia?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk memastikan tujuan dan sasaran penelitian ini dapat tercapai secara tepat, diperlukan batasan yang jelas dalam ruang lingkup pembahasan. Batasan ini bertujuan agar penelitian tetap terfokus, terarah, dan mampu menghasilkan kesimpulan yang relevan serta dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, dengan adanya pembatasan ini, topik yang dibahas tidak berkembang terlalu luas, sehingga tetap sesuai dengan pokok permasalahan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, penulis menetapkan ruang lingkup penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaturan dasar hukum kewajiban pajak bagi *Influencer* menurut Peraturan Perpajakan di Indonesia.
2. Untuk mengetahui implementasi dan tantangan keberlakuan Pengenaan Pajak terhadap *Influencer* berdasarkan Peraturan Perpajakan di Indonesia.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian ilmiah senantiasa diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu yang berangkat dari latar belakang permasalahan. Penelitian tentang kewajiban pajak *Influencer* berdasarkan Peraturan Perpajakan di Indonesia ini ditujukan bukan hanya untuk menggambarkan fenomena yang terjadi, tetapi juga untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu hukum pajak dan perbaikan praktik perpajakan di Indonesia. Adapun tujuan penelitian ini penulis bagi menjadi dua, yakni Tujuan Umum dan Tujuan Khusus.

a. Tujuan Umum

Penelitian ini memiliki Tujuan Umum yaitu untuk pengembangan ilmu pengetahuan hukum yang sudah ada agar dapat diterapkan sebagaimana mestinya terkait pengaturan dasar hukum kewajiban pajak bagi *Influencer* berdasarkan Peraturan Perpajakan di Indonesia dan Analisa sehubungan penerapan dan tantangan keberlakuan pengenaan pajak terhadap *Influencer* berdasarkan Peraturan Perpajakan di Indonesia. Dengan tujuan tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman menyeluruh mengenai sejauh mana efektivitas regulasi perpajakan terhadap profesi *Influencer* di era digital.

b. Tujuan Khusus

Tujuan Khusus dari penelitian ini adalah sebagai pemenuhan tugas akhir yang menjadi salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar derajat strata Sarjana Hukum (S.H) pada Program Studi Hukum, Program Sarjana, Fakultas Hukum Universitas Kristen Indonesia.

2. Kegunaan Penelitian

Selain tujuan yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan yang nyata, baik dalam ranah akademik maupun praktis. Dalam konteks akademik, penelitian ini berfungsi sebagai upaya memperkaya literatur hukum pajak, khususnya mengenai perpajakan dalam ekosistem ekonomi digital. Kajian ini dapat dijadikan rujukan oleh akademisi, peneliti, maupun mahasiswa hukum untuk memperluas pemahaman tentang bagaimana hukum perpajakan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pola kerja baru di masyarakat.

Di sisi lain, dalam konteks praktis, penelitian ini memiliki manfaat yang lebih luas. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, hasil penelitian dapat digunakan sebagai masukan dalam merancang strategi pengawasan, meningkatkan program sosialisasi, serta menyempurnakan kebijakan perpajakan yang berkaitan dengan *Influencer*. Bagi kalangan *Influencer*, penelitian ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran akan kewajiban perpajakan sekaligus memberikan panduan mengenai mekanisme pemenuhan kewajiban tersebut. Untuk pemerintah secara keseluruhan, penelitian ini dapat menjadi pijakan dalam memperkuat

penerimaan negara dari sektor digital, sedangkan bagi masyarakat, penelitian ini memberi kontribusi dalam menumbuhkan kesadaran kolektif bahwa kepatuhan pajak adalah bagian dari tanggung jawab bersama demi mendukung pembangunan nasional.

E. Kerangka Teori dan Kerangka Konsep

1. Kerangka Teori

Kerangka teori merupakan indentifikasi teori-teori yang dijadikan sebagai landasan berfikir untuk melakukan suatu penelitian atau mendeskripsikan kerangka teori yang digunakan untuk mengkaji permasalahan yang diteliti. Kerangka Teori merupakan landasan dari keseluruhan proses penelitian secara logis mengembangkan, menguraikan dan menjelaskan hubungan-hubungan yang terjadi antara variable yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian.⁹ Adapun penelitian ini menggunakan teori sebagai berikut:

a. Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Kepatuhan dalam konteks hukum dipahami sebagai sikap tunduk dan taat seseorang terhadap aturan yang berlaku. Dalam bidang perpajakan, kepatuhan berarti kesediaan wajib pajak untuk melaksanakan kewajiban yang ditetapkan undang-undang, mulai dari mendaftarkan diri sebagai wajib pajak, menghitung dan membayar pajak terutang, hingga menyampaikan laporan atau Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT). Tyler mengemukakan,¹⁰ bahwa kepatuhan dapat dijelaskan melalui dua sudut pandang utama. Pertama, pendekatan instrumental, yang menekankan bahwa individu mematuhi hukum karena adanya insentif dan ancaman sanksi. Dalam kerangka perpajakan, kepatuhan semacam ini terlihat ketika wajib pajak membayar dan melaporkan kewajibannya karena takut dikenai

⁹ Sudaryono, 2019, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mixed Method*, Rajawali Pers, Depok, hlm. 166.

¹⁰ Tyler, T. R., 1990, *Why People Obey the Law*, New Haven: Yale University Press, hlm 112.

denda, bunga, atau sanksi pidana. Kedua, pendekatan normatif, di mana kepatuhan lahir dari kesadaran moral dan keyakinan bahwa menaati hukum adalah kewajiban etis, meskipun terkadang tidak sejalan dengan kepentingan pribadi. Kedua perspektif tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Ada wajib pajak yang taat semata-mata karena takut pada konsekuensi hukum, dan ada pula yang patuh karena merasa pajak merupakan kontribusi moral bagi negara.

Kepatuhan perpajakan menurut Tahar dan Rachman ialah tanggung jawab kepada Tuhan, bagi pemerintah dan rakyat sebagai Wajib Pajak untuk memenuhi semua kegiatan kewajiban perpajakan dan menjalankan hak perpajakannya.¹¹ Sedangkan Menurut Zain dan Wijoyanti memberi penjelasan kepatuhan pajak sebagai ketaatan dan rasa sadar wajib pajak dengan memenuhi hal-hal dalam kewajiban perpajakannya, dimana wajib pajak memahami dan menerapkan atas ketentuan perpajakan, kemudian mengisi formulir pajak secara lengkap dan jelas, dan melakukan perhitungan total pajak terutangya secara benar sampai dengan membayar pajak tersebut tepat pada waktunya.¹²

Dalam sistem *self-assessment* yang dianut Indonesia, faktor kepatuhan menjadi krusial. Negara memberikan kepercayaan penuh kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan pajaknya secara mandiri. Namun karena sistem ini rawan disalahgunakan, negara tetap menyiapkan mekanisme pengawasan dan pemeriksaan untuk memastikan kepatuhan. Bagi para *Influencer*, penerapan teori kepatuhan memiliki arti penting. Tidak sedikit dari mereka yang memperoleh penghasilan tinggi dari aktivitas digital, tetapi masih rendah kesadaran untuk melaporkan pajak. Ada

¹¹ Tahar dan Rachman, 2014, Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak, *Journal of Accounting and Investment*, volume 15, no. 1, hlm. 57–67, *available from:* <https://journal.umy.ac.id/index.php/ai/article/view/1316> diakses 8 Juli 2025

¹² Mohammad Zain dan Wijoyanti, 2010, *Manajemen Perpajakan*, Salemba Empat, Jakarta, hlm. 40.

Influencer yang patuh karena takut diperiksa atau terkena sanksi, dan ada juga yang membayar pajak karena merasa memiliki tanggung jawab moral sebagai warga negara.

b. Teori Kepastian Hukum

Kepastian Hukum merupakan gabungan dua kata yang terdiri dari kata Kepastian dan Hukum. Kepastian berasal dari kata pasti yang berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (KBBI Daring), pasti adalah sudah tetap; tidak boleh tidak; tentu; mesti.¹³ Sedangkan kepastian adalah perihal (keadaan) pasti; ketentuan; ketetapan.¹⁴ Kemudian masih berdasarkan KBBI Daring, hukum sendiri memiliki arti peraturan atau adat yang secara resmi dianggap mengikat, yang dikukuhkan oleh penguasa atau pemerintah; undang-undang, peraturan, dan sebagainya untuk mengatur pergaulan hidup masyarakat; patokan (kaidah, ketentuan) mengenai peristiwa (alam dan sebagainya) yang tertentu; keputusan (pertimbangan) yang ditetapkan oleh hakim (dalam pengadilan); vonis.¹⁵

Kepastian hukum merupakan asas yang menyatakan bahwa hukum harus jelas bagi subjek-subjeknya supaya mereka bisa menyesuaikan perbuatan mereka dengan aturan yang ada serta agar negara tidak sewenang-wenang dalam menjalankan kekuasaan¹⁶ Kepastian hukum ini adalah asas yang dapat ditemui dalam sistem hukum sipil maupun sistem hukum umum.¹⁷ Kini asas kepastian hukum dianggap sebagai salah satu elemen utama dalam konsep rule of law atau negara hukum.¹⁸ Secara normatif, kepastian hukum dapat diartikan sebagai

¹³ <https://kbbi.web.id/pasti>, diakses tanggal 15 September 2025

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ <https://kbbi.web.id/hukum>, diakses tanggal 15 September 2025.

¹⁶ Mark Fenwick dan Stefan Wrba, 2016, *The Shifting Meaning of Legal Certainty*, Legal Certainty in a Contemporary Context, hlm 1-6, available from: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-0114-7_1 diakses tanggal 28 Agustus 2025.

¹⁷ James R. Maxeiner, 2008, Some Realism about Legal Certainty in Globalization of the Rule of Law, *Houston Journal of International Law*, volume 31, no. 1, hlm. 36, available from: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1230457 diakses tanggal 8 September 2025

¹⁸ Erik Claes, Wouter Devroe, dan Bert Keirsblick, 2009, *Facing the Limits of the Law*, Springer, Singapore, hlm. 92–93.

sebuah peraturan perundang-undangan yang dibuat serta diundangkan dengan pasti.¹⁹

Menurut Gustav Radbruch, Ada empat hal mendasar yang memiliki hubungan erat dengan makna dari kepastian hukum itu sendiri, yaitu sebagai berikut:²⁰

- 1). Hukum merupakan hal positif yang memiliki arti bahwa hukumpositif ialah perundang-undangan;
- 2). Hukum didasarkan pada sebuah fakta, artinya hukum itu dibuat berdasarkan pada kenyataan.
- 3). Fakta yang termaktub atau tercantum dalam hukum harus dirumuskan dengan cara yang jelas, sehingga akan menghindari kekeliruan dalam hal pemaknaan atau penafsiran serta dapat mudah dilaksanakan.
- 4). Hukum yang positif tidak boleh mudah diubah

Gustav Radbruch mengemukakan, bahwa kepastian hukum adalah salah satu produk dari hukum atau lebih khususnya lagi merupakan produk dari perundang-undangan.²¹ Kepastian hukum merupakan keadaan yang pasti, ketentuan maupun ketetapan.²²

2. Kerangka Konsep

Adapun dalam penelitian ini menggunakan kerangka konsep sebagai berikut:

- a. Pajak adalah iuran langsung kepada negara (dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat kontra prestasi kembali, yang langsung dapat

¹⁹ Zainal Asikin, 2014, *Mengenal Filsafat Hukum*, Pustaka Reka Cipta, Bandung, hlm. 46-47.

²⁰ Heather Leawoods, 2000, Gustav Radbruch: An Extraordinary Legal Philosopher, *Jurnal of Law and Policy*, volume 2, nomor 1, hlm. 489, available from: https://openscholarship.wustl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1516&context=law_journal_law_policy diakses 8 September 2025.

²¹ Robert Alexy, 2015, Legal Certainty and Correctness, *Ratio Juris*, volume 28, no. 4, hlm 441-45, available from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/raju.12096> diakses 8 September 2025.

²² Torben Spaak, 2009, Meta-ethics and Legal Theory: The Case of Gustav Radbruch, *Law and Philosophy*, volume 28, no. 3, hlm. 261-290, available from: <https://www.jstor.org/stable/40284672> diakses 8 September 2025.

ditunjuk, yang gunanya untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara untuk menyelenggarakan pemerintahan.²³

- b. Pajak Penghasilan adalah pajak yang dikenakan kepada orang pribadi atau badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam suatu tahun pajak. Menurut undang-undang, yang dimaksud penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang berasal baik dari Indonesia maupun dari luar Indonesia yang dapat digunakan untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan dengan naa dan dalam bentuk apa pun. Oleh karena itu, penghasilan dapat berupa apa saja, misalnya gaji, honorarium, hadiah, dan lain-lain.²⁴
- c. *Individu* (orang pribadi) dalam hukum perpajakan Indonesia umumnya merujuk pada *orang pribadi* (natural person) sebagai subjek pajak yang dapat menerima penghasilan dan memiliki kewajiban perpajakan. Orang pribadi bisa berstatus subjek pajak dalam negeri (residen) atau luar negeri tergantung pada kriteria tempat tinggal/masa tinggal sebagaimana ditetapkan UU PPh.
- d. *Perpajakan*. *Sistem perpajakan adalah mekanisme yang mengatur bagaimana hak dan kewajiban perpajakan suatu wajib pajak dilaksanakan.*²⁵ Perpajakan mencakup keseluruhan sistem hukum, kebijakan, administrasi, penegakan, dan prosedur yang mengatur pengenaan, pemungutan, pelaporan, penagihan, serta penyelesaian sengketa yang berkaitan dengan pajak. Sistem perpajakan terdiri atas dasar hukum (UU), peraturan pelaksana (PMK, PER-DJP, SE), serta praktik administrasi.
- e. *Kepastian Hukum* dapat diartikan sebagai suatu keadaan di mana hukum memiliki peran sebagai peraturan yang wajib ditaati. Pada

²³ Nurdin Hidayat & Dedi Purwana, 2017, *Perpajakan Teori & Praktik*, Rajawali Pers, Jakarta, hlm 2.

²⁴ Khalimi, *Op.Cit*, hal 83.

²⁵ Direktorat Jenderal Pajak, Sistem Perpajakan, <https://pajak.go.id/id/sistem-perpajakan>, diakses tanggal 18 November 2025.

dasarnya, hukum memiliki tugas utama untuk menciptakan kepastian hukum karena tujuan utamanya adalah untuk mewujudkan ketertiban dalam kehidupan bermasyarakat.²⁶

- f. *Influencer*, dalam Bahasa Indonesia belum memiliki padanan kata yang resmi, *influencer* berasal dari kata dasar *influence* yang jika diartikan adalah pengaruh. Pengaruh sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yang diakses secara daring memiliki pengertian daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang²⁷. Menurut Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus, *influencer* adalah seseorang yang mempengaruhi atau mengubah cara orang lain berperilaku²⁸. Dalam Cambridge Dictionary, *influencer* juga didefinisikan sebagai orang yang dibayar oleh perusahaan untuk menunjukkan dan menjelaskan produk dan layanannya di sosial media yang mendorong orang lain untuk membeli produk mereka²⁹. *Influencer* adalah individu yang mampu mengubah pikiran atau tindakan orang lain melalui perkataan atau tindakannya.³⁰ *Influencer* juga dapat dikatakan sebagai individu atau entitas yang memiliki jangkauan dan pengaruh di platform media sosial/digital dan menerima imbalan (moneter atau non-moneter) karena mempromosikan produk, jasa, atau konten. Dari sudut pandang hukum pajak, *Influencer* merupakan pemberi jasa (*service provider*)

²⁶ Siti Halilah, 2021, Asas Kepastian Hukum Menurut Para Ahli, *Siyasah Jurnal Hukum Tata Negara*, Volume 4 Nomor 2, available from: <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/Siyasah/article/view/334> diakses tanggal 1 Oktober 2025

²⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring, pengaruh, <https://kbbi.web.id/pengaruh>, diakses tanggal 18 November 2025.

²⁸ Anugerah Ayu Sendari, 2021, Influencer adalah Pemengaruh, Ketahui Peran dan Jenisnya, <https://www.liputan6.com/hot/read/4625608/influencer-adalah-pemengaruh-ketahui-peran-dan-jenisnya#:~:text=Pengertian%20influencer%20menurut%20kamus%20besar,-Ilustrasi%20Media%20Sosial&text=Saat%20ini%20kata%20influencer%20belum,dengan%20mpostingnya%20di%20media%20sosial.>, diakses tanggal 1 Oktober 2025.

²⁹ *Ibid.*

³⁰ Sari Anjani dan Irwansyah Irwansyah, 2020, Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram], *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, volume 16, no. 2, hlm. 203, available from: <https://ojs.uph.edu/index.php/PJI/article/view/1929>, diakses tanggal 1 Oktober 2025.

yang menerima penghasilan sehingga termasuk dalam subjek pajak yang wajib dilaporkan.

- g. Peraturan perpajakan adalah kumpulan norma hukum yang mengatur pemajakan: undang-undang (*lex superior*; mis. UU KUP, UU PPh, UU PPN), peraturan pemerintah, peraturan menteri keuangan, peraturan direktur jenderal pajak (PEDOMAN/PER), Keputusan Direktur Jenderal Pajak, serta peraturan daerah (untuk pajak daerah). Instrument ini membentuk hierarki norma perpajakan yang menjadi dasar legalitas pungutan pajak dan prosedurnya.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum yuridis normatif. Penelitian hukum normatif adalah proses penelitian untuk meneliti dan mengkaji tentang hukum sebagai norma, aturan, asas hukum, prinsip hukum, doktrin hukum, teori hukum dan kepustakaan lainnya untuk menjawab permasalahan hukum yang diteliti.³¹

Penelitian ini berfokus pada analisis kepastian hukum dalam pengaturan dan implementasi pemungutan Pajak Penghasilan terhadap *Influencer*. Untuk memperkuat analisis, penelitian ini didukung dengan data-data empiris yang didapatkan dari hasil wawancara dari para narasumber seperti pihak Dirjen Pajak dan pihak *Influencer* sebagai pihak-pihak yang menjadi subyek utama dalam penelitian ini.

Penelitian ini bermula dari ketentuan hukum positif tertulis yang diberlakukan pada peristiwa hukum *in concreto* dalam masyarakat, sehingga dalam penelitian ini terdapat gabungan dua tahap kajian, yaitu:

- a. Tahap pertama adalah kajian mengenai hukum normatif yang berlaku
- b. Tahap kedua adalah penerapan pada peristiwa *in concreto* guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Hasil penerapan akan

³¹ Wiwik Sri Widiarty, 2024, *Buku Ajar Metode Penelitian Hukum*, Cetakan I, Publika Global Media, Yogyakarta, hlm. 29.

menciptakan pemahaman realisasi pelaksanaan ketentuan-ketentuan hukum normative yang dikaji telah dijalankan secara patut atau tidak.

2. Jenis Data dan Bahan Hukum

Penelitian ini bersumber pada studi kepustakaan sehingga jenis data yang akan dikaji adalah data sekunder namun tetap melakukan penelitian lapangan dengan mengkaji data primer, yang didapat dari hasil wawancara pihak-pihak terkait. Di dalam penelitian ini jenis data sekunder yang peneliti gunakan terdiri dari:

a. Bahan Hukum Primer

- 1). Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- 2). Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan
- 3). Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan
- 4). Peraturan Menteri Keuangan Nomor 168 Tahun 2023 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pemotongan Pajak Atas Penghasilan Sehubungan dengan Pekerjaan, Jasa, Atau Kegiatan Orang Pribadi
- 5). Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 tentang NPPN

b. Bahan Hukum Sekunder yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti jurnal, hasil penelitian, buku-buku teks, media cetak atau *online*, brosur, dan sebagainya

c. Bahan Hukum Tersier yaitu bahan hukum yang dapat menjelaskan baik bahan hukum primer atau sekunder, berupa kamus Bahasa Indonesia, Kamus Bahasa Inggris, Kamus Hukum, Ensiklopedia, dan sebagainya

3. Teknik Pengumpulan Data

- a. Teknik Pengumpulan Data Sekunder dalam penelitian ini dilakukan dengan studi kepustakaan terhadap bahan-bahan hukum baik bahan hukum primer, sekunder ataupun tersier.
 - b. Teknik Pengumpulan Data Primer dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan terkait permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini kepada narasumber terkait.
4. Teknik Pengolahan Data

Teknik Pengolahan Data Sekunder dalam penelitian ini adalah dengan mengadakan sistemasi terhadap bahan hukum tertulis dengan cara melakukan seleksi data sekunder dan bahan hukum yang kemudian diklasifikasikan dan digolongkan berdasarkan relevansi terkait kajian penelitian. Sedangkan pengolahan data primer dengan cara mengumpulkan dan menyeleksi hasil wawancara yang dilakukan kepada narasumber yang kemudian digolongkan berdasarkan relevansi factual yang ada dengan ketentuan data sekunder.

5. Analisa Data

Dalam Analisa Data Penelitian ini menggunakan dua Analisa Data yang akan dilakukan yakni pertama melakukan kajian telaah terkait terhadap hasil pengolahan data yang menggunakan teori-teori yang telah diperoleh sebelumnya yang akan dianalisa secara deskriptif. Adapun Analisa ini menggunakan pendekatan-pendekatan sebagai berikut:

- a. Pendekatan Perundang-Undangan, peneliti akan mempergunakan peraturan perundang-undangan sebagai dasar melakukan analisis, dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan dan regulasi yang terkait dengan isu hukum yang dibahas dalam penelitian ini³²,
- b. Pendekatan Konsep, peneliti akan menggunakan konsep-konsep atau doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum yang relevan

³² *Ibid.* hlm. 119.

dengan topik kajian penelitian ini, guna mencari jawaban atas isu-isu hukum dalam suatu penelitian³³,

- c. Pendekatan Analitis, pendekatan ini digunakan oleh peneliti dalam rangka melihat fenomena yang terjadi di lapangan, dengan didukung dari data primer yang didapat dari hasil wawancara narasumber yang terkait. Sehingga dengan pendekatan analitis ini, penulis dapat menganalisis isu hukum dengan pengertian hukum, asas hukum, kaidah hukum, sistem hukum dan berbagai konsep yuridis yang ada³⁴.

Selain Analisa Data di atas, Analisa Data yang dilakukan oleh penulis adalah dengan pendekatan kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif analitis. Yang mana Analisa data ini berdasarkan kualitas data yang diperoleh dari data primer berupa wawancara dari narasumber yang sesuai dan relevan terhadap kajian permasalahan penelitian ini. Dalam hal ini Peneliti tidak hanya bertujuan mengungkap kebenaran saja tetapi juga memahami kebenaran tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Adapun Sistematika Penulisan dalam Penelitian ini adalah:

BAB I : PENDAHULUAN

Terdiri dari Judul Penelitian, Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Penelitian, Tujuan dan Kegunaan Penelitian, Kerangka Teori dan Kerangka Konsep, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan,

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

³³ *Ibid.* hlm. 120

³⁴ Johnny Ibrahim, 2005, *Teori dan Metode Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia, Malang, hlm. 256-257.

Dalam bab ini membahas tentang Kajian Teori Kepatuhan, Kajian Teori Kepastian Hukum, Kajian Konsep Perpajakan, Kajian Konsep *Influencer*

BAB III : ANALISA KETENTUAN HUKUM PENGENAAN PAJAK PENGHASILAN BAGI *INFLUENCER* DI INDONESIA

Bab ini menguraikan tentang kedudukan hukum *Influencer* dalam ketentuan pengenaan pajak penghasilan di Indonesia

BAB IV : IMPLEMENTASI DAN TANTANGAN KEBERLAKUAN PENGENAAN PAJAK TERHADAP *INFLUENCER*

Bab ini membahas tentang penerapan serta tantangan yang dihadapi dalam keberlakuan pengenaan pajak terhadap *Influencer*

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas mengenai Kesimpulan dan Saran

