

## BAB IV

### KESIMPULAN AKHIR, REKOMENDASI, DAN IMPLIKASI

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan peneliti dari berbagai pembahasan dan pemaparan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan untuk menjawab identifikasi permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tingkat kepatuhan *influencer* TikTok Kota Bandung terkait pemenuhan kewajiban membayar pajak penghasilan dibagi menjadi dua kategori. Kategori pertama yaitu jenis *influencer* TikTok Kota Bandung yang memiliki tingkat kepatuhan perpajakan khususnya pajak penghasilan yang tinggi adalah para *influencer* yang tergolong ke dalam *macro influencer* dengan rentang jumlah pengikut antara 100.000 hingga 1.000.000 *followers*. Hal ini dikarenakan *macro influencer* memiliki pengikut atau *followers* yang lebih banyak dibandingkan dengan *micro influencer* sehingga memiliki tarif dan rata-rata frekuensi *endorsement* per bulan yang lebih tinggi. Tarif satu video *endorsement* yang semakin tinggi dan rata-rata frekuensi *endorsement* per bulan yang semakin tinggi ini membuat penghasilan yang diterima atau diperoleh *macro influencer* semakin tinggi setiap bulannya. Oleh karena inilah para *macro influencer* cenderung telah memenuhi kewajiban perpajakannya yang meliputi menghitung, menyetor, dan melapor sehingga dapat dikatakan sudah patuh secara formal dan juga material.

Kategori kedua adalah jenis *influencer* TikTok Kota Bandung yang memiliki tingkat kepatuhan dalam memenuhi kewajiban pajak penghasilan yang rendah dan kategori kedua ini ditempati oleh para *influencer* yang tergolong ke dalam *micro influencer* (10.000 hingga 100.000 *followers*).

2. Terdapat dua faktor utama yang menyebabkan *micro influencer* ini memiliki tingkat kepatuhan perpajakan yang rendah, yaitu:

1) Faktor pengetahuan mengenai tata cara dan tarif pajak penghasilan

Banyak dari *micro influencer* yang tidak mengetahui akan tata cara membayar dan melapor pajak penghasilan yang utamanya adalah mengenai tarif yang berlaku akibat penerapan *self assessment system*. Mengenai tarif, bukan hanya *micro influencer* melainkan mayoritas responden dalam penelitian ini tidak mengetahui akan tarif NPPN (Norma Penghitungan Penghasilan Neto) ataupun PP Nomor 23 Tahun 2018 yang mungkin diakibatkan dari kurangnya sosialisasi dari pemerintah akan kedua tarif ini.

2) Ketidaksadaran bahwa dirinya merupakan subjek pajak

Meskipun mayoritas responden menyadari akan pentingnya membayar pajak kepada pemerintah, banyak *micro influencer* yang tidak merasa bahwa dirinya adalah subjek pajak sehingga tidak memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak dan melakukan kewajiban sebagai seorang Wajib Pajak. Terdapat *micro influencer* yang merasa bebas pajak karena penghasilan yang diterima dari pekerjaan *endorsement* masih tergolong kecil dan merupakan pekerjaan sampingan bahkan terdapat *micro influencer* yang baru mengetahui

bahwa dirinya wajib membayar pajak atas pekerjaan *endorsement* yang diterimanya. Oleh karena hal inilah tingkat kepatuhan para *micro influencer* TikTok Kota Bandung dalam memenuhi kewajiban pajak penghasilannya dikatakan rendah karena tidak memenuhi indikator kepatuhan formal dan material.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada kecenderungan yang signifikan atas hasil tabulasi silang antara golongan usia serta jenis kelamin dengan seluruh indikator dalam kepatuhan formal dan kepatuhan material.

#### **4.2 Rekomendasi**

Setelah melakukan penelitian secara mendalam mengenai “Tingkat Kepatuhan *Influencer* TikTok Kota Bandung dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Penghasilan”, maka terdapat beberapa rekomendasi yang peneliti berikan kepada pihak pemerintah sebagai pihak yang bertugas sebagai pengelolaan pajak:

1. Pemerintah sebaiknya melakukan program sosialisasi mengenai siapa saja yang harus membayar pajak, tata cara pencatatan dan pembukuan, penghitungan, pembayaran pajak, dan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) melalui *e-filing*, khususnya mengenai tarif yang berlaku untuk pajak penghasilan seperti NPPN (Norma Penghitungan Penghasilan Neto) dan PP Nomor 23 Tahun 2018. Hal ini dilakukan mengingat masih banyaknya *influencer* yang merasa dirinya bukan subjek pajak sehingga tidak memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri sebagai Wajib Pajak dan menjalankan kewajiban perpajakannya. Di sisi lain sosialisasi ini dilakukan karena masih

banyak *influencer* yang tidak tahu mengenai tata cara memenuhi kewajiban perpajakannya.

Salah satu contoh bentuk sosialisasi yang dapat pemerintah lakukan adalah dengan bekerja sama dengan para *mega influencer* terkenal yang telah memiliki banyak pengikut di aplikasi TikTok maupun aplikasi media sosial lainnya untuk membuat konten kampanye yang berisikan mengenai sosialisasi ini. Pemerintah dapat menunjuk seperti contoh 5 *mega influencer* dari berbagai kategori atau bidang yang berbeda untuk melaksanakan sosialisasi ini. Untuk menarik minat *mega influencer* agar mau bekerja sama dengan pemerintah, maka pemerintah dapat meminta bantuan kepada Bapak Presiden untuk meluangkan waktunya berbincang masalah pajak penghasilan ini dengan para *mega influencer*. Ketika *mega influencer* diberikan tawaran ini, secara tidak langsung akan menarik perhatiannya karena memiliki kesempatan yang luar biasa untuk berbincang dengan sosok nomor satu Indonesia dan berkontribusi bagi penerimaan pajak negara. Tidak perlu ada anggaran dana yang dikeluarkan untuk melakukan sosialisasi ini karena kegiatan sosialisasi ini diibaratkan sebagai tugas dari pemerintah yang wajib dilaksanakan secara sukarela. Terdapat dampak positif dari sosialisasi ini bagi para *mega influencer*, yakni mendapatkan apresiasi dari masyarakat dan meningkatkan citranya di mata para pengikutnya sehingga mereka akan secara sukarela untuk melaksanakan tugas sosialisasi ini.

Langkah selanjutnya adalah pemerintah juga dapat bekerja sama dengan pihak aplikasi TikTok dan aplikasi media sosial lainnya untuk membantu

mendorong konten sosialisasi ini agar dapat viral sehingga akan semakin banyak *influencer* dan juga pengguna media sosial lainnya yang mengetahui mengenai pajak penghasilan atas *influencer* ini. Sosialisasi ini tentunya perlu dikemas dengan menarik dan menggunakan media digital seperti membuat kampanye, mengingat mayoritas *influencer* merupakan golongan usia generasi Z dan milenial yang melek teknologi.

2. Bila perlu, pemerintah juga dapat melakukan pembaharuan mengenai pengaturan tentang subjek dan juga objek pajak penghasilan, seperti siapa dan apa saja yang dikategorikan sebagai wajib pajak dan objek yang dikenakan pajak. Hal ini bertujuan agar tidak ada alasan lagi bagi para *influencer* untuk tidak membayar pajak karena telah dijelaskan secara rinci dalam peraturan pajak penghasilan.

### 4.3 Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan serta rekomendasi yang telah diberikan di atas, maka berikut merupakan implikasi atas penelitian ini:

- 1) Dengan adanya penelitian yang berjudul “Tingkat Kepatuhan *Influencer* TikTok Kota Bandung dalam Memenuhi Kewajiban Pajak Penghasilan” ini, pemerintah dapat mengetahui bahwa masih cukup banyak rakyat yang adalah *influencer* yang tidak membayar pajak penghasilan. Pemerintah dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai bahan evaluasi atas sistem pengawasan perpajakan yang telah berlangsung selama ini dan membuat perubahan atau inovasi agar meminimalisir rakyat yang tidak membayar pajak.

- 2) Setelah dilakukan sosialisasi secara digital oleh pemerintah diharapkan para *influencer* TikTok Kota Bandung bahkan seluruh *influencer* yang ada di seluruh kota di Indonesia memiliki kesadaran dan pengetahuan akan pentingnya membayar pajak penghasilan. Jika hal ini terlaksana, maka pendapatan negara dapat bertambah dan pemerintah mampu mengalokasikan dana tersebut untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran yang ditujukan untuk kesejahteraan rakyat. Pemerintah perlu menjaga kepercayaan rakyat dengan mempergunakan pendapatan pajak untuk hal-hal yang bertujuan untuk kemakmuran rakyat, bukan kemakmuran satu pihak. Dengan demikian, perlahan-lahan Indonesia dapat merangkak menuju negara maju.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). *Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM*. CV. Cendekia Press. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?id=HAoREAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs\\_ge\\_summary\\_r&cad=0#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?id=HAoREAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false)
- CNBC Indonesia. (2023, September 25). *Ingat! UMKM Omzet Rp500 Juta Bebas PPh*. Retrieved November 5, 2023, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20230925161147-4-475371/ingat-umkm-omzet-rp500-juta-bebas-pph>
- CNN Indonesia. (2023, July 2). *Apa itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Cara Kerjanya*. Retrieved December 8, 2023, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230627101306-104-966972/apa-itu-influencer-pengertian-jenis-dan-cara-kerjanya>
- CNN Indonesia. (2023, October 5). *TikTok Shop Resmi Ditutup, Mendag Imbau Seller Beralih ke e-Commerce*. Retrieved October 9, 2023, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20231004233026-625-1007272/tiktok-shop-resmi-ditutup-mendag-imbau-seller-beralih-ke-e-commerce>
- CNN Indonesia. (2023, September 2). *Kisah 3 Kreator Pecahkan Rekor Penjualan Live Shopping di TikTok Shop*. Retrieved October 17, 2023, from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230902135122-625->

993879/kisah-3-kreator-pecahkan-rekor-penjualan-live-shopping-di-tiktok-shop

Detikcom. (2022, August 25). *Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal*. Retrieved November 27, 2023, from detikcom: <https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal>

Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (2020, July 22). *Generasi Millennial Sumber Ide*. Retrieved December 20, 2023, from Direktorat Jenderal Kekayaan Negara: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13270/Generasi-Millennial-Sumber-Ide.html>

Direktorat Jenderal Kekayaan Negara. (2023, June 12). *TikTok Ala Kemenkeu, Seperti apa?* Retrieved October 11, 2023, from Direktorat Jenderal Kekayaan Negara: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpkn1-tarakan/baca-artikel/16193/TikTok-Ala-Kemenkeu-Seperti-apa.html>

Franedy, R. (2019, January 12). *Sri Mulyani Kejar Pajak Selebgram Hingga Toko Online*. Retrieved October 9, 2023, from CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190112094429-37-50330/sri-mulyani-kejar-pajak-selebgram-hingga-toko-online>

Ghozali. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (4 ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gramedia. (n.d.). *Apa Itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis*. Retrieved October 11, 2023, from Gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/influencer/>

- Gramedia. (n.d.). *Pengertian Wawancara: Jenis, Teknik, dan Fungsinya*. Retrieved November 27, 2023, from Gramedia: <https://www.gramedia.com/literasi/wawancara/>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018, Juni 1). PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN. *JURNAL EKSEKUTIF*, 15, 141. Retrieved from <https://jurnal.ibmt.ac.id/index.php/jeksekutif/article/view/172>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Arti kata reliabilitas - Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved December 1, 2023, from KBBI: <https://kbbi.web.id/reliabilitas>
- Kemenkeu Learning Center. (2023, June 26). *KMS:: Tabel Distribusi Frekuensi*. Retrieved December 30, 2023, from Kemenkeu Learning Center: <https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/tabel-distribusi-frekuensi-a86fcd1d/detail/>
- Kementerian ESDM. (n.d.). *UU Pajak Penghasilan*. Retrieved October 9, 2023, from JDIH-Esdm: <https://jdih.esdm.go.id/peraturan/UU%20No.%2036%20Thn%202008.pdf>
- Kemp, S. (2022, February 15). *Digital 2022: Indonesia — DataReportal – Global Digital Insights*. Retrieved October 16, 2023, from DataReportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- KOMINFO. (2018, July 3). *Kementerian Komunikasi dan Informatika*. Retrieved October 9, 2023, from Kementerian Komunikasi dan Informatika: [https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/13332/kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara/0/sorotan_media)

- Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Medan Area. (2022, March 28). *Apa itu Tabulasi Silang (Cross-tabulation) dalam Penelitian?* Retrieved December 5, 2023, from LP2M UMA: <https://lp2m.uma.ac.id/2022/03/28/apa-itu-tabulasi-silang-cross-tabulation-dalam-penelitian/>
- Mardiasmo, P. D. (2019). *Perpajakan Edisi 2019* (2019 ed.). Andi Offset.
- Noviandi, F., & Anggraeni, S. P. (2023, April 11). *Setelah P dan R, Ada Selebgram Inisial S Tak Bayar Pajak, Begini Cirinya*. Retrieved October 9, 2023, from Suara.com: <https://www.suara.com/entertainment/2023/04/11/154536/setelah-p-dan-r-ada-selebgram-inisial-s-tak-bayar-pajak-begini-cirinya>
- Online Pajak. (2019, October 23). *Kupas Tuntas Hak dan Kewajiban Wajib Pajak, Apa Saja?* Retrieved November 21, 2023, from OnlinePajak: <https://www.online-pajak.com/tentang-pajak-pribadi/hak-dan-kewajiban-wajib-pajak>
- Pajak.com. (2023, July 7). *DJP Pastikan Pajak Natura Tak Turunkan Gaji Karyawan - PAJAK.COM*. Retrieved December 12, 2023, from Pajak.com: <https://www.pajak.com/pajak/djp-pastikan-pajak-natura-tak-turunkan-gaji-karyawan/>
- Pajakku. (2019). *Pengertian Pajak Penghasilan*. Retrieved October 17, 2023, from Pajakku: <https://www.pajakku.com/read/5da034e6b01c4b456747b723/Pengertian-Pajak-Penghasilan>

Pajakku. (2023, April). *Lapisan Pajak Penghasilan Baru di UU HPP*. Retrieved November 5, 2023, from Pajakku: <https://www.pajakku.com/read/61631ca14c0e791c3760b7ea/Lapisan-Pajak-Penghasilan-Baru-di-UU-HPP>

Pajakku. (2023, April). *Youtuber & Selebgram sebagai Wajib Pajak di Era Modern*. Retrieved November 5, 2023, from Pajakku: <https://www.pajakku.com/read/5dc3f8b5387af773a9e01115/Youtuber-&-Selebgram-sebagai-Wajib-Pajak-di-Era-Modern>

Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER - 17/PJ/2015. (2015). *DAFTAR PERSENTASE NORMA PENGHITUNGAN PENGHASILAN NETO UNTUK WAJIB PAJAK ORANG PRIBADI YANG MENGHITUNG PENGHASILAN NETONYA DENGAN MENGGUNAKAN NORMA PENGHITUNGAN PENGHASILAN NETO*. Dirjen Pajak. Retrieved from [https://pajak.go.id/sites/default/files/2019-06/Lampiran%201\\_PER\\_17\\_PJ\\_2015.pdf](https://pajak.go.id/sites/default/files/2019-06/Lampiran%201_PER_17_PJ_2015.pdf)

Pratama, C. D., & Gischa, S. (2020, November 17). *Penggolongan Pajak di Indonesia Halaman all*. Retrieved October 17, 2023, from Kompas.com: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/11/17/165759669/penggolongan-pajak-di-indonesia?page=all>

Rahayu, S. K. (2011). *Perpajakan Indonesia: Konsep & Aspek Formal*. Graha Ilmu.

Riyanto, G. P., & Pertiwi, W. K. (2023, July 10). *Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia*. Retrieved October 9, 2023, from Tekno Kompas:

<https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia>

Septiani, N. I. (2018). KEPATUHAN SELEBGRAM DALAM MEMBAYAR PAJAK PENGHASILAN (PPh) 21 PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN REGULASI DALAM PERPAJAKAN. *uin-malang*, 20. Retrieved from <http://etheses.uin-malang.ac.id/12904/1/14220104.pdf>

Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan: (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

The Economic Times. (n.d.). *What is Endorsements? Definition of Endorsements, Endorsements Meaning - The Economic Times*. Retrieved October 9, 2023, from The Economic Times: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/endorsements>

Universitas Bina Nusantara. (2014, November 1). *Uji Validitas dan Reliabilitas*. Retrieved December 8, 2023, from BINUS QMC: <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>

- Vivian, Y. F. (2023, March). *Ayo Patuh Pajak Untuk Indonesia Maju*. Retrieved October 26, 2023, from Pajakku: <https://www.pajakku.com/read/630d87f3767ce5265ee937c8/Ayo-Patuh-Pajak-Untuk-Indonesia-Maju>
- Wahyu, P. A., & Chahya, I. K. (2022, December 9). PAJAK PENGHASILAN ORANG PRIBADI PELAKU E- COMMERCE KOSMETIK DAN FASHION DI SINGARAJA. *Jurnal Pajak Indonesia*, 491. Retrieved from <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/JPI/article/download/1867/998/9019>
- Waluyo, T. (2020). PEMERIKSAAN TERHADAP WAJIB PAJAK YANG TIDAK MENYAMPAIKAN SPT, KETENTUAN DAN PEMILIHANNYA SESUAI SE-15/PJ/2018. *kemenkeu*, 1. Retrieved from [file:///Users/macbookpro/Downloads/576-Article%20Text-4778-1-10-20210614%20\(3\).pdf](file:///Users/macbookpro/Downloads/576-Article%20Text-4778-1-10-20210614%20(3).pdf)
- Widodo, W. (2010). *Moralitas, budaya, dan kepatuhan pajak*. Alfabeta.
- Winarso, B. (2021, June 8). *Apa Itu TikTok dan Apa Saja Fitur-fiturnya?* | *DailySocial.id*. Retrieved October 9, 2023, from Dailysocial: <https://dailysocial.id/post/apa-itu-tik-tok>
- Zuraida, I. (2011). *Penagihan pajak: pajak pusat dan pajak daerah : dilengkapi dengan kompilasi Undang-Undang Penagihan Pajak Dengan Surat Paksa*. Ghalia Indonesia.