

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS HUKUM

Terakreditasi Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional
Perguruan Tinggi
Nomor : 429/SK/BAN-PT/Akred/S/XI/2014

**“Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir e UU PPh
Terhadap *Endorser* di Aplikasi Media Sosial Instagram”**

OLEH

Emeralda Valerie

NPM: 2014 200 126

PEMBIMBING:

Dr. Maria Emelia Retno Kadarukmi, S.H., M.H..



Penulisan Hukum

Disusun Sebagai Salah Satu Kelengkapan
Untuk Menyelesaikan Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Ilmu Hukum

2018

Disetujui Untuk Diajukan Dalam Sidang
Ujian Penulisan Hukum Fakultas Hukum
Universitas Katolik Parahyangan

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M. Retno', is written over a horizontal line.

Dr. Maria Emelia Retno Kadarukmi, S.H., M.H.

Dekan,

Dr. Tristam Pascal Moeliono, S.H., M.H., LL.M.



PERNYATAAN INTEGRITAS AKADEMIK

Dalam rangka mewujudkan nilai-nilai ideal dan standar mutu akademik yang setinggi-tingginya, maka Saya, Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Emeraldal Valerie

No. Pokok : 2014200126

Dengan ini menyatakan dengan penuh kejujuran dan dengan kesungguhan hati dan pikiran, bahwa karya ilmiah/karya penulisan hukum yang berjudul:

“Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir e UU PPh Terhadap Endorser di Aplikasi Media Sosial Instagram”

adalah sungguh-sungguh merupakan karya ilmiah/Karya Penulisan Hukum yang telah Saya susun dan selesaikan atas dasar upaya, kemampuan, dan pengetahuan akademik Saya pribadi, dan sekurang-kurangnya tidak dibuat melalui dan atau mengandung hasil dari tindakan-tindakan yang:

- a. secara tidak jujur dan secara langsung atau tidak langsung melanggar hak-hak atas kekayaan intelektual orang lain, dan atau
- b. dari segi akademik dapat dianggap tidak jujur dan melanggar nilai-nilai integritas akademik dan itikad baik;

Seandainya di kemudian hari ternyata bahwa Saya telah menyalahi dan atau melanggar pernyataan Saya di atas, maka Saya sanggup untuk menerima akibat-akibat dan atau sanksi-sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Universitas Katolik Parahyangan dan atau peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pernyataan ini Saya buat dengan penuh kesadaran dan kesukarelaan, tanpa paksaan dalam bentuk apapun juga.

Bandung, 28 Mei 2018

Mahasiswa Penyusun Karya Ilmiah/Karya Penulisan Hukum



Emeralda Valerie

2014200126

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis aspek yuridis dari penerapan pajak penghasilan Pasal 21 Ayat (1) butir e UU PPh terhadap *endorser* di aplikasi media sosial Instagram. Pemungutan pajak penghasilan dari kegiatan *endorsement* dengan menggunakan UU PPh memiliki kelemahan. UU PPh tidak memuat pengertian dan kriteria dari kegiatan *endorsement*, sehingga dasar hukum yang digunakan dalam memungut pajak penghasilan dari kegiatan *endorsement* kurang sesuai.

Penelitian ini juga menganalisis pengaturan pajak penghasilan untuk *endorser* secara khusus. Peraturan khusus tersebut memuat pengertian dan kriteria penghasilan dari kegiatan *endorsement*, serta menegaskan penghasilan dari kegiatan *endorsement* merupakan objek pajak penghasilan berdasarkan UU PPh.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode penelitian yuridis normatif yakni cara berpikir dalam penarikan kesimpulan yang ditarik dari sesuatu yang sifatnya umum, yang sudah dibuktikan kebenarannya dan kesimpulan itu ditujukan untuk sesuatu yang sifatnya khusus. Penelitian ini juga dilengkapi wawancara dengan DJP dan *endorser* untuk membantu menjawab persoalan-persoalan hukum yang dihadapi berdasarkan data riil yang ada.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pajak penghasilan dari kegiatan *endorsement* lebih tepat dipungut dengan dasar Pasal 21 ayat (1) butir a UU PPh. Pengaturan khusus terkait pemungutan pajak penghasilan dari kegiatan *endorsement* diperlukan sebagai penegasan bahwa penghasilan yang diperoleh merupakan objek pajak penghasilan berdasarkan UU PPh.

Kata kunci: *UU PPh, endorser, DJP*

Kata Pengantar

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis berhasil menyelesaikan Skripsi dengan judul “Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir e UU PPh Terhadap *Endorser* di Aplikasi Media Sosial Instagram”.

Penyusunan skripsi ini telah penulis lakukan dengan sungguh-sungguh, namun dengan keterbatasan waktu dan pengetahuan yang ada, maka penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan. Oleh karenanya penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi perbaikannya skripsi ini.

Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, doa, saran, dan kritik yang membangun selama pengerjaan skripsi ini. Berikut ucapan terima kasih ini penulis berikan kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa** karena atas kasih dan karunianya penulis diberikan kesehatan serta sebagai penolong dikala penulis merasa putus asa dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. **Kedua orangtua penulis** yang telah bekerja keras agar penulis dapat menempuh strata satu serta dengan sabar dan penuh cinta kasih mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. **Kakak penulis** yang telah memberikan dukungan moral dan materil sehingga dapat membantu kelancaran pembuatan skripsi ini.
4. **Ibu Dr. Maria Emelia Retno K., S.H, M.H** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dukungan moral dalam pembuatan skripsi ini.
5. **Ibu Dr. Rachmani Puspita Dewi, S.H, M.H** selaku penguji skripsi ini yang sumbangsiah saran dan kritiknya sangat membantu penulis dalam memperbaiki skripsi ini.

6. **Bapak Dr. Oyok Abuyamin S.H, M.H, M.Si** yang telah memberikan dukungan moral dan saran-saran yang sangat membantu penulis agar semakin percaya diri dengan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.
7. **Ibu Stella Delarossa S.H, S.E, M.Kn, M.Sc** selaku pembimbing proposal penulis dan beberapa kali menjadi tempat penulis berkeluh kesah.
8. **Bapak Prof. Dr. B. Koerniamanto, S.H, M.H** selaku dosen wali penulis yang selalu membimbing saya menghadapi semester yang akan datang.
9. **Bapak Aluisius Dwi Rachmanto S.H, M.Hum** yang telah memberikan inspirasi dan masukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
10. **Seluruh Dosen dan Staf Pengajar Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan** atas pengajaran yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan.
11. **Seluruh Bapak/Ibu Tata Usaha dan Pekarya Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan** yang telah membantu penulis selama menjadi mahasiswi di Fakultas Hukum Universitas Katolik Parahyangan.
12. **Bpk. Sanggul Manullang** selaku narasumber dalam pembuatan skripsi ini.
13. **Glenn Richard Haryanto** yang telah mendukung penulis, menyemangati dikala gundah melanda, dan mengingatkan penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
14. **Maria Claudia Wibowo, Jessica Sela, dan Juan Andre Saadi** atas pengalaman dan waktu yang telah kita habiskan bersama sejak SMA, lengkap dengan suka dan dukanya.
15. **Chalista Revi Kurniawan, Vicentcia Bunga Ayu, Hendrik Zhuo, Eugenie Ellen, Claudia Florencia, Benitta Meliantha, Lusiana**

Iskandar, Adheline Prasetyo, Cornelia Limiawan, Dheandy Dwisaptono, dan Fairus Sarah selaku rekan seperjuangan penulis selama kuliah. Terima kasih atas pengalaman yang sudah kita lewati bersama-sama, terima kasih atas dukungan, doa, motivasi, dan ilmu yang kalian bagikan kepada penulis.

16. **FORWARD198** sebagai wadah bagi penulis untuk belajar, berkembang, berkarya, dan berkompetisi. Terima kasih juga kepada **Tim Hore Forward198 (Marissa Sanjaya, Imanuel Alvin Harijanto, Haneke Rani, Arifin Suryo, Evan Samuel, Fasya Yustisia, dan Yanti Yoswara)** atas kerjasamanya selama periode 2016-2017 yang penuh canda tawa. Tak lupa penulis juga ingin berterima kasih kepada **seluruh rekan-rekan anggota dan alumni Forward198** atas dukungannya.

17. **Teman-teman tim teknis LKTI PLC 2018 (Sam, Ghariza, Brian, Monic, Melati, Clairine, Snoopy, Jordhi, dan Petricia)** atas kerjasamanya, candaannya, dan dukungan kepada penulis.

Akhir kata terima kasih yang sebesar-besarnya penulis ucapkan kembali kepada seluruh pihak termasuk pihak-pihak yang tidak penulis sebutkan di atas, namun telah berkontribusi dalam penyelesaian Karya Penulisan Hukum ini.

Bandung, 28 Mei 2018

Emeralda Valerie

2014 200 126

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
D. Metode Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAITAN PERPAJAKAN DENGAN <i>ENDORSEMENT</i>	12
A. Kajian tentang Perpajakan	12
a. Asas Keadilan dalam Perpajakan	11
b. Timbulnya Utang Pajak	15
c. Perlawanan Terhadap Pajak oleh Wajib Pajak	19
B. Kajian tentang <i>Endorsement</i>	20
a. <i>Endorsement</i> Sebagai Bagian dari <i>E-Commerce</i>	20
b. Macam-Macam Bentuk <i>Endorsement</i>	22
c. Pihak-Pihak dalam <i>Endorsement</i>	23
d. <i>Endorsement</i> Sebagai Objek Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir E UU PPh	24
BAB III PAJAK PENGHASILAN <i>ENDORSER</i> DALAM ERA DIGITAL	28
A. Dasar Hukum Penerapan Pajak Penghasilan <i>Endorser</i>	28
B. Kegiatan <i>Endorsement</i> Secara Umum dari Sudut Pandang <i>Endorser</i>	34

C.	Gambaran Umum tentang Pemungutan Pajak Penghasilan <i>Endorser</i> yang Telah Diberlakukan	35
D.	Kendala dalam Penarikan Pajak Penghasilan <i>Endorser</i>	37
BAB IV	ANALISIS PEMUNGUTAN PAJAK PENGHASILAN DARI KEGIATAN <i>ENDORSEMENT</i>	39
A.	Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir E pada Seseorang yang Memperoleh Penghasilan dari Hasil <i>Endorse</i> dalam Bentuk Uang	39
B.	Pengaturan Pajak Penghasilan untuk <i>Endorser</i> Secara Khusus	43
C.	Kendala dalam Pemungutan Pajak Penghasilan <i>Endorser</i> dan Upaya yang Dilakukan oleh DJP	48
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	54
A.	Kesimpulan	54
B.	Saran	58
	DAFTAR PUSTAKA	60
	LAMPIRAN	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin canggih secara langsung maupun secara tidak langsung mempengaruhi sistem perdagangan, transaksi, dan peredaran uang. Sebelumnya, transaksi dilakukan dengan tatap muka secara langsung antara pembeli dengan penjual, perpindahan uang dari tangan ke tangan, dan negosiasi secara langsung saat itu juga. Namun kini, seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, transaksi antara pembeli dengan penjual dapat dilakukan secara virtual. Segala keterbatasan sarana, jarak, dan waktu transaksi dapat diatasi dengan mudah. Kemudahan inilah yang menjadi faktor utama berkembangnya *e-commerce*¹.

E-commerce merupakan satu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dapat diakses secara elektronik². Dalam bentuknya yang paling jelas, *e-commerce* membuat, mengelola, dan meluaskan hubungan komersial secara *online*³.

Suatu usaha *e-commerce* yang sukses melibatkan beberapa peranan penting seperti pengembangan dan perencanaan produk, pemasaran dan perwakilannya, serta penyebaran informasi⁴.

Media sosial saat ini tidak lagi hanya dianggap sebagai sarana komunikasi saja, melainkan juga sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern, terutama bagi kaum milenial⁵.

¹ Onno W. Purbo dan Aang Arif Wahyudi, *Mengenal E-Commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 6.

² Id., hlm. 2.

³ Brenda Kienan, *Small Business Solutions E-Commerce: E-Commerce untuk Perusahaan Kecil*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2001, hlm. 4.

⁴ Id., hlm. 4.

⁵ Lynne Eagle and Stephan Dahl, *Marketing Ethics and Society*, Great Britain: Ashford Colour Press, 2015, hlm. 104.

Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku usaha yang kegiatan usahanya berbasis di media sosial, yang lebih dikenal dengan sebutan *online shop*. Belanja *online* merupakan proses pembelian barang/jasa oleh konsumen ke penjual tanpa pelayan dan melalui internet. Toko virtual ini mengubah paradigma proses membeli barang/jasa yang dibatasi oleh tembok, pengecer, atau pusat perbelanjaan. Artinya pembeli tidak harus berhadapan secara langsung dengan penjual untuk melakukan transaksi, melainkan cukup dengan menghadap layar monitor dan koneksi internet yang tersambung, maka pengguna dapat melakukan transaksi jual/beli secara cepat dan nyaman.

Dalam menjual produk secara virtual terutama dalam sebuah media sosial, tentu diperlukan strategi khusus agar calon pembeli merasa tertarik dengan produk yang ditawarkan. Calon pembeli tidak dapat merasakan, mencoba, dan melihat secara langsung produk yang ditawarkan. Oleh karenanya, pelaku usaha dituntut agar lebih kreatif dalam menjual produknya pada konsumen, salah satunya dengan melakukan promosi. Promosi yang dilakukan oleh orang-orang yang dianggap memiliki pengaruh cukup besar merupakan salah satu bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh penjual. Dengan begitu, calon pembeli dapat tertarik dengan produk yang ditawarkan. Hal ini merupakan strategi pemasaran yang baru, yang tujuannya tak lain adalah untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Salah satu contohnya adalah dengan menggunakan *endorsement* yang marak dijumpai dalam aplikasi media sosial. Umumnya *endorsement* dilakukan oleh artis atau seseorang yang memiliki pengaruh cukup besar dalam aplikasi media sosial yang mewadahnya, seperti misalnya Instagram. *Endorser* pun berasal dari berbagai kalangan usia, mulai dari anak-anak sampai dengan orang dewasa.

Webster's dictionary mengartikan *endorsement* sebagai "*endorsement is defined as the act of giving your approval or recommendation to something,*

*usually in a public manner*⁶”. Sementara Merriam-Webster mengartikan *endorsement* sebagai:

1. *the act or process of endorsing*
2. *a. Something that is written in the process of endorsing*
b. a provision added to an insurance contract altering its scope or application
3. *money earned from a product recommendation. Made millions in salary and endorsements*⁷

Berdasarkan kedua pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa *endorsement* merupakan suatu kegiatan merekomendasikan sesuatu kepada khalayak umum.

Selain selebriti, *endorsement* dalam aplikasi media sosial instagram dapat juga dilakukan oleh seseorang yang dianggap terkenal karena memiliki jumlah *followers* mencapai 20.000 pengikut atau lebih. Menurut CEO Sociabuzz, Rade Tampubolon, seseorang dapat dikatakan sebagai selebriti Instagram atau selebgram jika memiliki minimal 20.000 *followers*⁸.

Tak dapat dipungkiri, *endorsement* yang dilakukan oleh artis, terutama seseorang yang memiliki pengaruh cukup besar dalam media sosial mampu meningkatkan daya beli konsumen terhadap produk yang di-*endorse*. *Endorser* pun dapat meraup penghasilan belasan hingga puluhan juta rupiah per bulannya dari *endorsement*⁹. Studi Profesionalisme Akuntan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (FEB-UI) dalam lamannya menuliskan 85% selebriti yang memiliki jumlah *followers* lebih dari 10 ribu melakukan *endorsement* di media sosial sebanyak dua kali setiap harinya¹⁰. Hal ini membuktikan tingginya permintaan akan *endorsement* di media sosial.

⁶ Websters Your Dictionary, <<http://websters.yourdictionary.com/>> [diakses pada 29 Agustus 2017].

⁷ Merriam Webster Dictionary, <<https://www.merriam-webster.com/dictionary/endorsement>> [diakses pada 29 Agustus 2017].

⁸ Visual Interaktif Kompas, <<http://vik.kompas.com/selebgram/>> [diakses pada 14 November 2017].

⁹ *Wolipop Lifestyle*, <<https://wolipop.detik.com/read/2016/04/08/085516/3182752/1133/mulai-dari-rp-50-ribu-hingga-rp-25-juta-ini-tarif-endorse-selebgram>> [diakses pada 14 November 2017].

¹⁰ Studi Profesionalisme Akuntan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia, <<https://spa-febui.com/menungkap-eksistensi-pajak/>> [diakses pada 27 Januari 2018].

Semakin maraknya *endorsement* dengan penghasilan yang dapat melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (selanjutnya disebut sebagai PTKP), maka penghasilan dari *endorsement* dapat dianggap sebagai objek pajak penghasilan. Penghasilan dari *endorsement* memenuhi kriteria objek pajak sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan. Penghasilan dari *endorsement* dapat dikatakan sebagai tambahan kemampuan ekonomis yang diterima oleh wajib pajak yang dapat dipakai untuk menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan. Namun demikian, penghasilan *endorser* tidak selalu tetap. Maksudnya adalah di kurun waktu tertentu penghasilannya dapat melebihi PTKP, namun di kurun waktu lainnya tidak dapat melebihi PTKP. Selain itu, pada prakteknya imbalan yang diterima *endorser* tidak hanya dapat berupa uang saja, namun juga dapat berupa barang atau jasa yang di-*endorse*.

Pada tahun 2013 Direktorat Jenderal Pajak (selanjutnya disebut sebagai DJP) telah mengeluarkan surat edaran nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi E-Commerce. Surat edaran tersebut mengatur pemungutan pajak *e-commerce* terkait dengan 4 model transaksi *e-commerce* saja, yaitu *online marketplace*, *classified ads*, *daily deal*, dan *online retail*¹¹. Sementara kegiatan perdagangan melalui media sosial dan kegiatan *endorsement* tidak termasuk dalam keempat model transaksi *e-commerce* tersebut.

Sebelum dilakukan transaksi secara *online*, penjual akan melakukan kegiatan promosi. Salah satu promosi yang efektif adalah melalui *endorsement* yang akan menghasilkan sebuah penghasilan. Dengan demikian, diperlukan pengaturan tentang pemungutan pajak penghasilan dari kegiatan *endorsement* agar tidak terjadi kekosongan hukum.

Kekosongan hukum terkait pemungutan pajak penghasilan dari kegiatan *endorsement* nampak dari belum diaturnya ketentuan perpajakan transaksi

¹¹ Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE- 62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi E-Commerce.

elektronik yang dilakukan di media sosial serta kegiatan lainnya yang berkaitan seperti *endorsement*. Padahal transaksi elektronik di media sosial termasuk dalam pengertian *e-commerce*.

Melihat perputaran uang yang terjadi pada aktivitas *endorsement* di media sosial, DJP memperkirakan potensi penerimaan pajak yang bisa masuk ke kas negara dari bisnis ini mencapai US\$ 1,2 miliar atau setara dengan Rp 15.000.000.000.000,-¹² Menurut Direktur Jenderal Pajak Kementerian Keuangan, Ken Dwijugiasteady, sementara tarif pajak yang dikenakan atas aktivitas ini adalah sesuai dengan ketentuan mengenai pajak penghasilan¹³. Kemungkinan DJP terkendala dalam penerapan pemungutan pajak penghasilan *endorsement*, misalnya sulitnya memperoleh dan mengumpulkan data pembanding aktivitas *endorser* di dunia maya. Data pembanding tersebut berguna untuk mengecek besarnya penghasilan wajib pajak yang dilaporkan dalam SPT dengan penghasilan yang sesungguhnya diperoleh dari kegiatan *endorsement*. Kegiatan *endorsement* yang belum sepenuhnya dapat diawasi dan diatur oleh pemerintah menyebabkan banyak *endorser* tidak melaporkan pendapatannya¹⁴.

DJP belum memiliki skema dan mekanisme yang jelas dalam mengincar pajak para *endorser* di media sosial. Hal ini diakui oleh Direktur P2 Humas DJP, Hestu Yoga Saksama yang mengatakan bahwa pihaknya sedang membahas mekanisme yang akan digunakan oleh DJP untuk menarik pajak bagi orang-orang yang mendapatkan penghasilan dari media sosial. Apabila rumusan mekanisme tersebut sudah ditemukan, maka dapat dipastikan penarikan pajak penghasilan *endorser* akan dilakukan¹⁵. Saat ini DJP masih melakukan diskusi untuk menentukan cara terbaik pemungutan pajak

¹² Supranote 10.

¹³ Supranote 9.

¹⁴ Supranote 9.

¹⁵ Hukum Online, *Punya Penghasilan dari Media Sosial? Siap-Siap Kena Pajak*, <<http://www.hukumonline.com/berita/baca/lt58021eeb4ac64/punya-penghasilan-dari-media-sosial-siap-siap-kena-pajak>> [diakses pada 3 Oktober 2017].

penghasilan para *endorser*. Kemungkinan dengan pengenaan tarif berbeda melalui aturan khusus terhadap penghasilan dari kegiatan *endorsement*¹⁶.

Penerapan ketentuan Pasal 21 UU PPh terhadap *endorser* kurang tepat karena tidak adanya penjabaran secara jelas dari DJP mengenai karakteristik *endorsement* sebagai objek pajak. Melihat hal ini penulis ingin menganalisa alasan-alasan mengapa penerapan pajak penghasilan *endorser* perlu diatur secara khusus.

Penulis menemukan hal lain yang dihadapi oleh DJP terkait dengan dikeluarkannya surat edaran nomor SE- 62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan Atas Transaksi *E-Commerce*, yaitu kegiatan perdagangan melalui media sosial yang tidak termasuk ke dalam 4 model transaksi *e-commerce* padahal transaksi elektronik di media sosial termasuk dalam pengertian *e-commerce*. Selain itu, kegiatan promosi yang merupakan salah satu bentuk penghasilan seperti *endorsement* yang digunakan di dalam *e-commerce* tidak turut serta diatur dalam surat edaran tersebut. Akibatnya, wajib pajak yang memperoleh penghasilan dari kegiatan *endorsement* luput dari pemungutan pajak penghasilan.

Di samping itu, peneliti ingin mengetahui kesulitan-kesulitan apa saja yang dihadapi oleh DJP dalam penerapan pajak penghasilan *endorser* dan bagaimana upaya yang dilakukan oleh DJP untuk mengatasi hal tersebut.

Oleh karenanya, penulis merasa tertarik untuk meneliti pemungutan pajak penghasilan *endorser* dari aplikasi media sosial, namun dalam penelitian ini hanya dibahas pada media sosial *instagram* saja. Pemilihan media sosial *instagram* sebagai batasan penelitian dikarenakan maraknya *endorsement* yang dilakukan melalui media sosial tersebut. Di samping itu, penulis juga membatasi penghasilan yang diterima *endorser* dalam bentuk uang saja. Penelitian ini dilakukan melalui sebuah penulisan hukum dengan judul “Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir e UU PPh Terhadap *Endorser* di Aplikasi Media Sosial Instagram”.

¹⁶ Metrotv News, *Berburu Pajak dari Pengkampanye Produk di Media Sosial*, <<http://teknologi.metrotvnews.com/welcome-page/news/Wb77W9db-berburu-pajak-dari-pengkampanye-produk-di-media-sosial>> [diakses pada 29 Agustus 2017].

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah untuk dikaji secara lebih rinci dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan pajak penghasilan Pasal 21 ayat (1) butir e UU PPh pada seseorang yang memperoleh penghasilan dari kegiatan *endorsement* dalam bentuk uang?
2. Apakah diperlukan pengaturan pajak penghasilan untuk *endorser* secara khusus?
3. Apa saja kendala dalam pemungutan pajak penghasilan *endorser* dan bagaimana upaya yang dilakukan oleh DJP untuk menangani kendala tersebut?

C. Maksud dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis bertujuan untuk:

1. Memenuhi Tujuan Objektif

Tujuan objektif merupakan tujuan penulisan dilihat dari tujuan umum yang berasal dari penelitian itu sendiri, yaitu sebagai berikut:

- a. mengetahui bagaimana penerapan pajak penghasilan pasal 21 ayat (1) butir e pada seseorang yang memperoleh penghasilan dari hasil *endorse* dalam bentuk uang;
- b. mengetahui alasan mengapa penerapan pajak penghasilan terhadap *endorser* perlu diatur dalam peraturan secara khusus; dan
- c. mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam pemungutan pajak penghasilan *endorser* dan upaya apa saja yang telah dilakukan oleh DJP dalam melakukan pemungutan pajak penghasilan *endorser* .

2. Memenuhi Tujuan Subjektif

Tujuan subjektif merupakan tujuan penulisan dilihat dari tujuan pribadi penulis sebagai dasar dalam melakukan penelitian, yaitu sebagai berikut:

- a. menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis di bidang ilmu hukum pajak, khususnya dalam lingkup pajak penghasilan;
- b. menerapkan ilmu dan teori-teori hukum yang telah penulis peroleh agar dapat memberi manfaat bagi penulis sendiri serta memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan di bidang hukum.

D. Metode Penelitian

Metode yang digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini ialah metode yuridis normatif yang dilengkapi dengan wawancara. Wawancara dilakukan dengan pihak yang terlibat dalam kegiatan *endorsement* seperti DJP dan agensi *endorse*. Metode yuridis normatif dilakukan dengan meneliti bahan pustaka¹⁷. Penelitian yuridis normatif ini didukung oleh data kepustakaan yang terdiri dari:

- a. Bahan hukum primer

Bahan hukum primer yang akan digunakan oleh penulis adalah:

- Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan;
- Undang-undang Nomor 16 Tahun 2009 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 5 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan Menjadi Undang-undang;

¹⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif (Suatu Tinjauan Singkat)*, Jakarta: Rajawali Pers, 2001, hlm. 13-14.

- Undang-undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan;
- Undang-undang Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik;
- Undang-undang Nomor 9 Tahun 2017 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 1 Tahun 2017 Tentang Akses Informasi Keuangan Untuk Kepentingan Perpajakan Menjadi Undang-undang;
- Peraturan Pemerintah Nomor 46 Tahun 2013 Tentang Pajak Penghasilan atas Penghasilan dari Usaha yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu; dan
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-62/PJ/2013 Tentang Penegasan Ketentuan Perpajakan atas Transaksi *E-Commerce*.

b. Bahan hukum sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan pustaka yang berisikan informasi tentang bahan primer¹⁸. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan buku-buku, jurnal, dan bahan-bahan yang diperoleh dari internet.

c. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier yang akan digunakan oleh penulis terdiri dari ensiklopedia dan kamus yang digunakan untuk membantu menjelaskan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder.

Untuk mendapatkan data yang relevan terkait dengan penerapan pajak penghasilan *endorsement* dan apa saja kendala yang dihadapi oleh DJP dalam penerapan tersebut, maka akan dilakukan wawancara. Wawancara akan dilakukan di Direktorat

¹⁸ Id., hlm. 29.

Jenderal Pajak Kementerian Keuangan yang berlokasi di Jl. Gatot Subroto Kav. 40-42, Jakarta.

Penulis juga akan melakukan wawancara kepada 5 orang *endorser* terkait dengan kegiatan *endorsement* yang dilakukan dan kendala yang selama ini dihadapi dalam pembayaran pajak penghasilan *endorser*nya sebagai data pelengkap penelitian ini.

Teknik wawancara dianggap relevan karena dapat membantu menjawab persoalan-persoalan hukum yang dihadapi berdasarkan data riil yang ada.

Metode penelitian ini menggunakan cara berpikir deduktif, yakni cara berpikir dalam penarikan kesimpulan yang ditarik dari sesuatu yang sifatnya umum, yang sudah dibuktikan kebenarannya dan kesimpulan itu ditujukan untuk sesuatu yang sifatnya khusus.

E. Sistematika Penulisan

1. BAB I: Pendahuluan

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Maksud dan Tujuan
- D. Metode Penelitian
- E. Sistematika Penulisan

2. BAB II: Kaitan Perpajakan dengan *Endorsement*

- A. Kajian tentang Perpajakan
 - a. Asas Keadilan dalam Perpajakan
 - b. Timbulnya Utang Pajak
 - c. Perlawanan Terhadap Pajak oleh Wajib Pajak
- B. Kajian tentang *Endorsement*
 - a. *Endorsement* Sebagai Bagian dari *E-Commerce*
 - b. Macam-Macam Bentuk *Endorsement*
 - c. Pihak- Pihak dalam *Endorsement*

d. *Endorsement* Sebagai Objek Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1)
Butir e UU PPh

3. Bab III: Pajak Penghasilan *Endorser* Dalam Era Digital

- A. Dasar Hukum Penerapan Pajak Penghasilan *Endorser*
- B. Kegiatan *Endorsement* Secara Umum dari Sudut Pandang *Endorser*
- C. Gambaran Umum tentang Pemungutan Pajak Penghasilan *Endorser* yang Telah Diberlakukan
- D. Kendala dalam Pemungutan Pajak Penghasilan *Endorser*

4. Bab IV: Analisis Pemungutan Pajak Penghasilan dari Kegiatan *Endorsement*

- A. Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Ayat (1) Butir e pada Seseorang yang Memperoleh Penghasilan dari Hasil *Endorse* dalam Bentuk Uang
- B. Pengaturan Pajak Penghasilan untuk *Endorser* Secara Khusus
- C. Kendala dalam Pemungutan Pajak Penghasilan *Endorser* dan Upaya yang Dilakukan oleh DJP

5. BAB V: Kesimpulan dan Saran

- A. Kesimpulan
- B. Saran