

Tantangan Penentuan Subjek dan Objek Pajak atas Aktivitas Content Creator dan Influencer dalam Perspektif Hukum Pajak Indonesia

Muhammad Ridho Daniswara¹, Rizky Dwi Rendrahadi², Muhammad khanza allifearly³,
Gusti Ngurah Brian Baskara Putra⁴, Sholihul Hakim⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Tidar

mrdaniswara9@gmail.com, Rizky.dwi070606@gmail.com, allifearly@gmail.com, gbrianbaskara@gmail.com, sholihulhakim@untidar.ac.id

Published: June, 2026

ABSTRAK

Dengan adanya Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan mata pencaharian baru, mulai dari content creator hingga influencer, yang mendapatkan penghasilan melalui berbagai macam platform digital. Keadaan ini memunculkan permasalahan dalam menentukan subjek dan objek pajak karena bentuk penghasilannya beragam serta sering melibatkan transaksi lintas negara. Penelitian ini bertujuan menganalisis kedudukan content creator dan influencer sebagai subjek pajak serta mengkaji penentuan objek pajak atas penghasilan yang diperoleh dari aktivitas digital. Penelitian menggunakan metode hukum normatif dengan pendekatan perundang-undangan dan konseptual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa content creator dan influencer merupakan subjek pajak orang pribadi yang wajib melaporkan seluruh penghasilannya, baik dari dalam maupun luar negeri. Adapun objek pajaknya mencakup seluruh tambahan kemampuan ekonomis, termasuk pendapatan dari iklan, endorsement, afiliasi, hadiah digital, dan natura. Untuk meningkatkan kepastian hukum dan kepatuhan pajak, diperlukan regulasi yang adaptif, penguatan pengawasan, serta peningkatan literasi perpajakan bagi pelaku ekonomi digital.

Kata Kunci: content creator, influencer, subjek pajak, objek pajak, ekonomi digital.

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Pergeseran peradaban menuju era revolusi industri keempat memicu lompatan luar biasa pada sektor teknologi informasi komunikasi yang secara langsung merombak seluruh tatanan aktivitas ekonomi konvensional menjadi serba digital di berbagai belahan dunia. Kemudahan akses internet memuluskan jalan bagi lahirnya beragam profesi mutakhir berbasis kreativitas maya, khususnya kreator konten serta pemengaruh media sosial yang mampu meraup pundi-pundi kekayaan fantastis melalui platform interaktif terkemuka. Transformasi profesi menuju ruang virtual melahirkan kewajiban konstitusional baru bagi para pelakunya untuk tetap tunduk pada yurisdiksi pemajakan nasional sebagai wujud kontribusi nyata warga negara dalam menyokong pembiayaan pembangunan infrastruktur publik. Berdasarkan rumusan yuridis perpajakan positif yang berlaku, setiap individu yang mengumpulkan tambahan kemampuan ekonomis dari aktivitas digital sejatinya berstatus sebagai subjek pajak orang pribadi tanpa pengecualian sedikit pun. Kajamati dalam artikel publikasinya di Arus Jurnal Sosial dan Humaniora menegaskan lonjakan drastis jumlah pekerja kreatif mandiri menuntut kesiapan aparaturnya untuk merumuskan ulang batasan objek penghasilan supaya pendapatan dari ekosistem virtual tidak menguap begitu saja. Sistem penilaian mandiri yang bertumpu pada asas kepatuhan sukarela sering kali gagal diimplementasikan secara optimal pada sektor industri kreatif

lantaran mayoritas pekerjaanya sama sekali belum tersentuh oleh sosialisasi maupun literasi kewajiban finansial kenegaraan. Praktik penyamaran identitas asli menggunakan nama panggung alias pada berbagai akun media sosial komersial menciptakan tembok penghalang tebal bagi otoritas fiskal untuk sekadar memetakan potensi penerimaan secara akurat dan terukur. Fenomena ledakan profesi baru tanpa diiringi ketersediaan instrumen pengawasan komprehensif mengancam stabilitas rasio penerimaan negara sekaligus memicu ketidakadilan beban finansial antara pekerja sektor riil dan pekerja ranah siber.

Polemik pengenaan pungutan wajib semakin meruncing ketika para perumus kebijakan mencoba mendefinisikan batasan wujud penghasilan para pembuat konten karena struktur pendapatan pekerja kreatif terpecah ke dalam berbagai instrumen pelik yang sangat fluktuatif. Penerimaan keuntungan finansial tidak sekadar berwujud uang tunai dari monetisasi iklan melainkan merambah pada skema bisnis afiliasi pemasaran, fitur pemberian hadiah siaran langsung, hingga transaksi penyediaan tayangan eksklusif berbayar. Pertukaran jasa promosi dengan barang mewah bermerek, fasilitas liburan gratis, maupun akomodasi penginapan bintang lima memunculkan perdebatan sengit terkait mekanisme valuasi serta penetapan nilai wajar natura untuk dimasukkan ke dalam basis perhitungan wajib lapor. Syirat menyoroti kebingungan massal di kalangan petugas pengawas saat mengklasifikasikan barang pemberian sponsor yang statusnya sering beririsan antara sekadar hadiah apresiasi murni atau bentuk nyata dari kompensasi profesional. Jejak rekam transaksi komersial digital memiliki karakter khas melampaui batasan geografis teritorial suatu wilayah kedaulatan karena peladen penyedia layanan beserta kantor pusat perusahaan teknologi raksasa mayoritas berakar di negara-negara adidaya seberang lautan. Penerapan prinsip pengenaan pungutan atas seluruh pendapatan global memaksa pemerintah memutar otak guna mendeteksi aliran dana asing yang ditransfer langsung ke rekening pribadi pemengaruh lokal tanpa melalui mekanisme pemotongan pajak dari sumber asalnya. Kerancuan antara kegiatan penyaluran minat bakat perorangan dengan rutinitas bisnis berorientasi akumulasi modal memperbesar celah bagi banyak pihak untuk mengklaim seluruh kerjanya sebagai bentuk hiburan semata demi menghindari jeratan regulasi. Kesenjangan ketatness regulasi di hadapan laju pesat model bisnis virtual menciptakan ketidakpastian iklim usaha sekaligus membuka peluang lebar bagi masifnya tindak penghindaran kewajiban hukum secara sistematis oleh para pekerja lepas lintas batas.

Penegakan tatanan hukum perpajakan berkeadilan menuntut inisiasi reformasi aturan menyeluruh agar kerangka regulasi mampu menangkap serta mengakomodasi seluruh spektrum transaksi virtual masa kini tanpa mematikan nyala inovasi industri kreatif anak bangsa. Pembentukan prosedur administratif perlu segera diwujudkan melalui penerbitan buku panduan teknis yang mengupas tuntas klasifikasi ragam wujud pendapatan agar para subjek pajak terbebas dari jerat misinterpretasi saat menghitung persentase setoran tahunannya. Sinergi pertukaran pangkalan data antara lembaga otoritas keuangan negara dengan para penyelenggara layanan sistem elektronik asing maupun lokal menjadi pilar krusial demi memastikan terciptanya transparansi laporan sirkulasi finansial para tokoh publik di dunia maya. Langkah penguatan kapasitas aparat pemeriksaan wajib diimbangi program edukasi masif berkesinambungan yang menyasar langsung komunitas pekerja kreatif agar kesadaran berkontribusi bagi kelangsungan pembangunan tumbuh menjadi pilar etos kerja operasional mereka. Pembaruan norma-norma pengikat mutlak diorientasikan pada penciptaan ekosistem perundang-undangan dinamis yang sigap menyesuaikan diri mengikuti tren perubahan algoritma aplikasi monetisasi media sosial yang terus bermutasi setiap detik. Urgensi pembentukan payung hukum responsif sebagaimana dijabarkan pada serangkaian argumen sebelumnya menjelma sebagai landasan filosofis mendasar bagi penulisan kajian akademis untuk membongkar tuntas benang kusut pemajakan profesi kekinian. Beranjak dari penjabaran kompleksitas fenomena ekonomi siber di atas, rumusan masalah pertama pada kajian berfokus untuk menelaah secara mendalam bagaimana kedudukan para kreator konten serta pemengaruh sebagai subjek pajak beserta peliknya tantangan penentuan objek pajaknya dalam kerangka hukum positif di Indonesia. Guna melengkapi kepingan analisis secara utuh, rumusan masalah kedua secara spesifik diarahkan untuk mengurai apa saja rintangan terberat dalam pengawasan serta penegakan hukum terhadap aktivitas komersial virtual sekaligus bagaimana formulasi langkah penguatan kepastian hukum yang presisi bagi profesi abad digital.

METODE

Penelitian dalam artikel ini menggunakan jenis penelitian hukum normatif atau yuridis normatif, yaitu penelitian yang difokuskan pada pengkajian penerapan kaidah-kaidah maupun norma-norma dalam hukum positif yang berlaku di masyarakat. Guna menjawab rumusan masalah yang diangkat, penelitian ini mengaplikasikan dua pendekatan teoretis utama, yakni pendekatan perundang-undangan (*statute approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Pendekatan perundang-undangan diimplementasikan dengan menelaah seluruh hierarki regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum perpajakan, khususnya landasan pengaturan Pajak Penghasilan di Indonesia. Sementara itu, pendekatan konseptual dieksekusi dengan beranjak dari pandangan-pandangan serta doktrin-doktrin yang berkembang di dalam disiplin ilmu hukum, khususnya mengenai kerangka konsep hukum responsif, karakteristik struktural ekonomi digital, hingga prinsip-prinsip fundamental hukum pajak internasional.

Sumber bahan hukum yang diolah dalam penelitian ini bertumpu pada ketersediaan data sekunder yang diklasifikasikan ke dalam tiga tingkatan hierarki, yakni bahan hukum primer, sekunder, dan tersier. Bahan hukum primer yang memiliki kekuatan mengikat dalam kajian ini meliputi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah diubah terakhir melalui Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan (UU HPP), beserta instrumen aturan pelaksanaannya seperti Peraturan Menteri Keuangan Nomor 66 Tahun 2023. Sebagai instrumen penunjang analisis, penelitian ini memaksimalkan bahan hukum sekunder berupa literatur yang memberikan eksplanasi komprehensif terhadap bahan hukum primer, mencakup buku teks perpajakan, jurnal ilmiah terindeks, laporan riset institusi global seperti *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD), serta ragam artikel ilmiah terkemuka terkait pemajakan ekonomi digital. Rangkaian penelusuran data tersebut makin disempurnakan oleh kehadiran bahan hukum tersier yang berfungsi memberikan petunjuk dan penafsiran bermakna, seperti Kamus Hukum serta Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI).

Pada tahapan pengumpulan data, teknik penghimpunan bahan hukum dieksekusi secara komprehensif melalui metode studi kepustakaan (*library research*). Langkah sistematis ini ditempuh dengan cara mencari, menginventarisasi, membaca, serta mencatat secara terstruktur berbagai instrumen dokumen yang relevan dengan topik penentuan subjek dan objek pajak bagi profesi content creator. Seluruh material bahan hukum yang telah terhimpun kemudian diolah dan dianalisis secara mendalam menggunakan metode kualitatif-normatif. Proses pembedahan kualitatif-normatif tersebut direalisasikan dengan menguraikan, menafsirkan, serta mengevaluasi norma hukum positif secara preskriptif guna mengkonstruksi argumentasi hukum yang paling presisi dalam merespons peliknya tantangan pemajakan pada era disrupsi ekonomi digital.

PEMBAHASAN

A. Kedudukan Content Creator dan Influencer sebagai Subjek Pajak dalam Hukum Pajak Indonesia

Perkembangan teknologi informasi telah melahirkan berbagai profesi baru dalam ekonomi digital, termasuk content creator dan influencer yang memperoleh penghasilan melalui platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya. Dari perspektif hukum pajak, individu yang memperoleh penghasilan dari aktivitas tersebut pada prinsipnya termasuk dalam kategori subjek pajak orang pribadi sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan.

Dalam sistem perpajakan Indonesia, subjek pajak orang pribadi mencakup setiap orang yang bertempat tinggal di Indonesia atau berada di Indonesia lebih dari 183 hari dalam jangka waktu 12 bulan. Sebagai subjek pajak dalam negeri, content creator dan influencer memiliki kewajiban perpajakan atas seluruh penghasilan yang diperoleh baik dari dalam negeri maupun luar negeri berdasarkan prinsip *worldwide income*.

Meskipun demikian, tantangan yang muncul saat ini bukan terletak pada pengakuan status content creator sebagai subjek pajak, melainkan pada proses identifikasi dan pengawasan. Banyak content creator menggunakan identitas digital yang berbeda dengan identitas hukum yang tercatat dalam administrasi kependudukan maupun perpajakan. Kondisi tersebut menyebabkan otoritas pajak

menghadapi kesulitan dalam melakukan pemetaan dan pengawasan terhadap wajib pajak yang beroperasi di ruang digital.

Selain itu, tidak sedikit content creator yang memulai aktivitasnya secara mandiri tanpa memahami kewajiban administrasi perpajakan seperti pendaftaran NPWP, pelaporan Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT), maupun penghitungan Pajak Penghasilan yang terutang. Rendahnya tingkat literasi perpajakan pada sektor ekonomi digital menjadi salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepatuhan pajak kelompok ini.

B. Kompleksitas Penentuan Objek Pajak atas Berbagai Bentuk Penghasilan Digital

Menurut Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Pajak Penghasilan, objek pajak adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang dapat dipakai untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak dengan nama dan dalam bentuk apa pun. Rumusan tersebut menunjukkan bahwa konsep objek pajak dalam hukum pajak Indonesia bersifat luas sehingga mencakup berbagai bentuk penghasilan yang diperoleh content creator dan influencer.

Persoalan muncul karena karakteristik penghasilan content creator sangat beragam dan tidak selalu berbentuk uang tunai. Penghasilan dapat berasal dari endorsement, pendapatan iklan digital, afiliasi, hadiah digital, jasa promosi, hingga pemberian barang atau fasilitas tertentu sebagai imbalan atas jasa yang diberikan. Dalam perspektif hukum pajak, seluruh bentuk penerimaan tersebut pada dasarnya merupakan tambahan kemampuan ekonomis yang dapat dikategorikan sebagai objek pajak.

Salah satu bentuk penghasilan yang sering menimbulkan perdebatan adalah penerimaan barang atau fasilitas dalam kegiatan endorsement. Setelah berlakunya Undang-Undang Harmonisasi Peraturan Perpajakan dan aturan pelaksanaannya, natura dan kenikmatan tertentu dapat menjadi objek Pajak Penghasilan apabila diterima sebagai bentuk kompensasi atas pekerjaan atau jasa yang diberikan. Oleh karena itu, produk yang diterima influencer dari suatu perusahaan sebagai imbalan promosi pada prinsipnya dapat dikenakan pajak berdasarkan nilai wajarnya.

Selain itu, content creator sering memperoleh penghasilan dari perusahaan digital luar negeri seperti Google, Meta, TikTok, maupun platform digital lainnya. Dalam konteks ini berlaku prinsip worldwide income, yaitu seluruh penghasilan yang diterima wajib pajak dalam negeri tetap menjadi objek Pajak Penghasilan di Indonesia tanpa mempersoalkan lokasi sumber penghasilan tersebut.

Perkembangan model bisnis digital juga memunculkan bentuk penghasilan baru seperti affiliate marketing, live streaming gift, dan konten berbayar (paid content). Variasi bentuk penghasilan tersebut menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital berjalan lebih cepat dibandingkan perkembangan regulasi perpajakan sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum dalam praktik pemajakannya.

C. Tantangan Pengawasan dan Penegakan Hukum Pajak terhadap Content Creator dan Influencer

Indonesia menerapkan sistem self assessment yang memberikan kewenangan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri kewajiban perpajakannya. Sistem ini menempatkan tingkat kepatuhan wajib pajak sebagai faktor utama keberhasilan pemungutan pajak.

Dalam konteks content creator dan influencer, penerapan sistem self assessment menghadapi berbagai tantangan. Pertama, sebagian besar penghasilan diperoleh melalui platform digital yang tidak secara langsung terintegrasi dengan sistem administrasi perpajakan Indonesia. Kondisi ini menyebabkan otoritas pajak mengalami keterbatasan dalam memperoleh data penghasilan yang akurat.

Kedua, aktivitas ekonomi digital memiliki karakter lintas batas negara (cross-border transaction). Banyak platform digital yang menjadi sumber penghasilan content creator berkedudukan di luar Indonesia sehingga menimbulkan persoalan yurisdiksi dan pertukaran informasi perpajakan antarnegara. Permasalahan tersebut menjadi salah satu isu utama yang juga mendapat perhatian OECD dalam pembahasan perpajakan ekonomi digital global.

Ketiga, perkembangan teknologi digital melahirkan berbagai model monetisasi baru yang belum sepenuhnya diantisipasi oleh regulasi perpajakan. Akibatnya, terdapat kesenjangan antara perkembangan praktik ekonomi digital dengan instrumen hukum yang digunakan untuk mengaturnya.

Kondisi ini berpotensi menimbulkan ketidakpastian hukum baik bagi wajib pajak maupun bagi otoritas pajak.

D. Upaya Penguatan Kepastian Hukum Pajak bagi Content Creator dan Influencer

Dalam negara hukum, kepastian hukum merupakan salah satu tujuan utama pembentukan peraturan perundang-undangan. Oleh karena itu, perkembangan ekonomi digital harus diikuti dengan pembentukan regulasi yang mampu memberikan kejelasan mengenai status subjek pajak, klasifikasi objek pajak, serta mekanisme pengawasan yang efektif.

Pemerintah perlu menyusun pedoman khusus terkait perlakuan perpajakan bagi content creator dan influencer guna mengurangi multitafsir dalam pelaksanaan kewajiban perpajakan. Selain itu, penguatan kerja sama antara Direktorat Jenderal Pajak dengan platform digital juga diperlukan untuk meningkatkan transparansi data penghasilan digital.

Di samping itu, peningkatan literasi perpajakan bagi pelaku ekonomi digital perlu menjadi prioritas. Edukasi perpajakan yang memadai akan mendorong terciptanya kepatuhan sukarela (voluntary compliance) yang merupakan fondasi utama dalam sistem self assessment.

E. Problematika Penentuan Subjek dan Objek Pajak dalam Kerangka Ekonomi Digital

Perkembangan ekonomi digital telah mengubah pola hubungan hukum antara pelaku usaha, konsumen, dan negara. Jika pada ekonomi konvensional kegiatan usaha dilakukan melalui kehadiran fisik yang jelas, ekonomi digital memungkinkan seseorang memperoleh penghasilan tanpa harus memiliki tempat usaha tetap maupun hubungan kerja formal. Fenomena tersebut terlihat pada aktivitas content creator dan influencer yang memperoleh penghasilan melalui interaksi digital dengan audiens dan platform media sosial.

Dalam perspektif hukum pajak, perubahan model bisnis tersebut menimbulkan tantangan baru dalam penerapan konsep subjek dan objek pajak yang selama ini dibangun berdasarkan aktivitas ekonomi konvensional. Sistem perpajakan Indonesia pada dasarnya telah mengenal konsep subjek pajak dan objek pajak secara luas. Akan tetapi, perkembangan teknologi informasi menunjukkan bahwa karakteristik ekonomi digital sering kali menghasilkan bentuk hubungan hukum yang tidak sepenuhnya dapat dijelaskan menggunakan pendekatan perpajakan tradisional.

Salah satu persoalan yang muncul adalah kaburnya batas antara aktivitas pribadi dan aktivitas komersial. Tidak sedikit content creator yang pada awalnya hanya membagikan aktivitas sehari-hari sebagai bentuk ekspresi diri, namun kemudian memperoleh penghasilan dari iklan, sponsor, maupun kerja sama promosi. Dalam kondisi demikian, muncul pertanyaan mengenai kapan suatu aktivitas digital dapat dianggap sebagai kegiatan ekonomi yang menimbulkan kewajiban perpajakan.

Secara normatif, hukum pajak Indonesia tidak mensyaratkan adanya status profesi tertentu untuk menimbulkan kewajiban pajak. Selama terdapat tambahan kemampuan ekonomis yang diterima oleh seseorang, maka penghasilan tersebut dapat dikategorikan sebagai objek pajak. Namun demikian, dalam praktiknya sering ditemukan kesulitan untuk membedakan aktivitas yang bersifat hobi (hobby activity) dengan aktivitas yang telah berkembang menjadi kegiatan usaha yang menghasilkan keuntungan secara berkelanjutan.

Permasalahan lain berkaitan dengan sifat penghasilan content creator yang sangat fluktuatif. Berbeda dengan pegawai yang menerima penghasilan tetap setiap bulan, pendapatan content creator sangat dipengaruhi oleh jumlah pengikut, tingkat interaksi (engagement), algoritma platform, serta tren digital yang berkembang. Akibatnya, besaran penghasilan yang diterima dapat berubah secara signifikan dalam waktu yang singkat.

Dari perspektif administrasi perpajakan, kondisi tersebut berpotensi menimbulkan kesulitan dalam menghitung kewajiban pajak yang sebenarnya. Meskipun sistem self assessment memberikan kewenangan kepada wajib pajak untuk menghitung sendiri pajak yang terutang, ketidakstabilan penghasilan sering kali menyebabkan kesalahan dalam pelaporan maupun penghitungan pajak. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang memadai mengenai karakteristik ekonomi digital agar mekanisme pemungutan pajak dapat berjalan secara efektif.

Selain itu, perkembangan ekonomi digital juga memunculkan berbagai bentuk transaksi yang tidak selalu menggunakan alat pembayaran konvensional. Dalam praktik endorsement, misalnya, influencer sering menerima imbalan berupa produk, voucher, fasilitas perjalanan, akomodasi hotel, hingga akses terhadap layanan tertentu. Bentuk kompensasi tersebut secara ekonomi memiliki nilai yang dapat menambah kekayaan wajib pajak, tetapi sering kali tidak dipersepsikan sebagai penghasilan oleh penerimanya.

Padahal, apabila mengacu pada konsep penghasilan dalam Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Pajak Penghasilan, setiap tambahan kemampuan ekonomis yang dapat digunakan untuk konsumsi maupun menambah kekayaan wajib pajak pada prinsipnya termasuk objek pajak. Oleh karena itu, perkembangan praktik bisnis digital menuntut adanya pendekatan yang lebih komprehensif dalam memahami konsep penghasilan agar tidak terbatas pada penerimaan dalam bentuk uang semata.

Persoalan yang tidak kalah penting adalah karakter lintas yurisdiksi yang melekat pada aktivitas ekonomi digital. Banyak content creator Indonesia memperoleh penghasilan dari perusahaan yang berkedudukan di luar negeri seperti Google, Meta, TikTok, maupun platform digital lainnya. Dalam konteks hukum pajak internasional, kondisi tersebut menimbulkan tantangan terkait akses informasi, pengawasan, dan penegakan hukum perpajakan.

Pada satu sisi, Indonesia menganut prinsip worldwide income taxation yang mewajibkan wajib pajak dalam negeri melaporkan seluruh penghasilan yang diperoleh dari mana pun sumbernya. Akan tetapi, pada sisi lain, otoritas pajak tidak selalu memiliki akses langsung terhadap data penghasilan yang diperoleh dari platform digital asing. Akibatnya, efektivitas pemungutan pajak sangat bergantung pada tingkat kepatuhan sukarela wajib pajak.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi digital tidak hanya menimbulkan tantangan pada aspek teknis pemungutan pajak, tetapi juga memunculkan kebutuhan akan reformasi regulasi yang lebih adaptif. Hukum pajak harus mampu mengakomodasi berbagai bentuk penghasilan baru yang lahir dari perkembangan teknologi tanpa mengabaikan prinsip kepastian hukum dan keadilan pajak.

Dalam konteks tersebut, pendekatan hukum yang responsif menjadi penting untuk diterapkan. Menurut Nonet dan Selznick, hukum yang responsif merupakan hukum yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan kebutuhan masyarakat tanpa kehilangan legitimasi dan tujuan dasarnya. Apabila teori tersebut diterapkan dalam konteks perpajakan ekonomi digital, maka regulasi perpajakan perlu dikembangkan secara dinamis agar mampu menjawab berbagai tantangan yang muncul akibat transformasi teknologi informasi.

Dengan demikian, problematika penentuan subjek dan objek pajak atas aktivitas content creator dan influencer sesungguhnya tidak hanya berkaitan dengan persoalan administrasi perpajakan, tetapi juga mencerminkan perubahan fundamental dalam struktur ekonomi modern. Oleh karena itu, pengembangan regulasi perpajakan yang adaptif, kepastian hukum yang memadai, serta peningkatan kapasitas pengawasan menjadi faktor penting untuk memastikan bahwa sistem perpajakan Indonesia tetap relevan dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

KESIMPULAN

Dengan adanya perkembangan di bidang ekonomi melahirkan mata pencaharian baru mulai dari influencer yang memperoleh penghasilan dari berbagai macam media sosial hingga perusahaan yang memberikan layanan digital. Jika melihat dalam kacamata hukum pajak Indonesia, perkembangan tersebut tidak jauh dari jangkauan pajak sebab setiap tambahan kemampuan ekonomi yang diterima tetap dikenai dengan kategori penghasilan.

Dengan begitu, *content creator* dan *inflencer* termasuk pada subjek pajak orang pribadi yang memiliki kewajiban pajak terhadap penghasilan yang diperoleh baik dari dalam maupun luar negeri.

Jika melihat dari sisi objek pajak, sebuah penghasilan yang diperoleh content creator dan juga influencer memiliki berbagai macam bentuk. Sebab penghasilannya tidak hanya berbentuk uang tunai melainkan dapat berupa endorsement, iklan digital, kerja sama promosi, affiliate marketing, hadiah dari platform, paid content, hingga natura atau fasilitas tertentu yang memiliki nilai ekonomis. Berbagai macam bentuk inilah yang membuat kita mesti lebih memahami mengenai konsep pajak dalam hukum pajak Indonesia, yaitu termasuk semua yang menambahkan kemampuan ekonomis yang

dapat menambahkan kekayaan wajib pajak. Dengan begitu, suatu perkembangan teknologi tidak menghapus kewajiban pajak, melainkan memaksa untuk meningkatkan pemahaman mengenai penambahan kemampuan ekonomis yang telah muncul berbagai bentuk

Akan tetapi, pelaksanaan pemajakan kepada baik content creator maupun influencer ini masih terdapat berbagai permasalahan. Salah satu tantangannya adalah ada pada pengawasan dan identifikasi wajib pajak, melihat banyak nya jumlah pegiat ekonomi digital yang menggunakan identitas digital yang tidak selalu sama dengan identitas administrasi perpajakan. Lalu dengan adanya sistem self assessment yang digunakan Indonesia juga memaksa kepada wajib pajak untuk kesadaran dan kepatuhan yang tinggi, akan tetapi banyak pelaku masih belum memahami mengenai kewajiban pajaknya secara tepat. Tantangan lain pun datang sebab transaksi digital yang ada berkarakter lintas negara, sehingga datanya pun berada di luar jangkauan otoritas langsung pajak nasional.

Oleh sebab itu, mesti adanya penguatan kepastian hukum dengan regulasi yang lebih adaptif kepada perkembangan ekonomi digital. Pemerintah pun perlu mengatur mengenai teknis mengenai klasifikasi penghasilan content creator dan influencer supaya tidak menimbulkan multitafsir. Selain itu juga Kerjasama antara Direktorat Jenderal Pajak dan platform digital juga perlu ditingkatkan untuk mendukung transparansi data penghasilan. Dengan adanya kepastian hukum, pengawasan yang lebih efektif, dan literasi mengenai sistem perpajakan Indonesia dapat tetap berjalan secara adil, efektif, dan relevan dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital yang semakin pesat.

REFERENCES

- Darussalam, and Danny Septriadi, 'Tantangan Pemajakan Ekonomi Digital Di Indonesia', *DDTC Fiscal Research Journal*, 5.1 (2021), pp. 1–25
- Darussalam, Danny Septriadi, and B Bawono Kristiaji, *Konsep Dan Aplikasi Pajak Penghasilan (DDTC)*, (2022)
- Diantha, I M P, and M S Sh, *Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum* (Prenada Media, 2016)
- Gunadi, *Panduan Komprehensif Pajak Penghasilan* (Bee Media Indonesia, 2020)
- Hadjon, Philipus M, and Tatiek Sri Djatmiati, *Argumentasi Hukum* (Gadjah Mada University Press, 2018)
- Kajamati, I, and others, 'Program DJP Dalam Mengoptimalkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator Di Era Ekonomi Digital', *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5.3 (2025), pp. 4955–64
- Marzuki, Peter Mahmud, *Penelitian Hukum: Edisi Revisi* (Prenada Media, 2017)
- Nonet, Philippe, and Philip Selznick, *Law and Society in Transition: Toward Responsive Law* (Harper & Row, 1978)
- Peraturan Menteri Keuangan Nomor 66 Tahun 2023 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan Atas Penggantian Atau Imbalan Dalam Bentuk Natura Dan/Atau Kenikmatan, 2023
- Rahayu, Siti Kurnia, *Perpajakan Indonesia: Konsep Dan Aspek Formal* (Graha Ilmu, 2021)
- Soekanto, Soerjono, *Penelitian Hukum Normatif: Suatu Tinjauan Singkat*, 2007
- Sutedi, Adrian, *Hukum Pajak* (Sinar Grafika, 2020)
- Syirat, N M, Waluyo, and S Hermawan, 'Implementasi Pemungutan Pajak Penghasilan Pada Content Creator Di Bawah Umur', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10.14 (2024), pp. 788–99
- Tjandra, Riawan, 'Pengenalan Pajak Atas Aktivitas Ekonomi Digital Dalam Perspektif Hukum Pajak Indonesia', *Jurnal RechtsVinding*, 11.2 (2022), pp. 205–23
- Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan Sebagaimana Telah Diubah Terakhir Dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, 2021