

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi digital yang berkembang pesat di Indonesia telah menciptakan Pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang pesat telah menciptakan banyak jenis pekerjaan baru, salah satunya adalah kreator konten. Di antara berbagai jenis konten, kreator konten kuliner merupakan yang tumbuh paling cepat karena terkait langsung dengan industri makanan dan minuman (UMKM). Menurut data yang disampaikan oleh Menteri Ekonomi Kreatif, Teuku Riefky Harsya pada Desember 2024, jumlah kreator konten di Indonesia telah mencapai 17 juta orang. Dari jumlah tersebut, 8 juta orang telah menjadikannya sebagai profesi utama dan yang lebih mengejutkan lagi, 63% di antaranya memperoleh penghasilan di atas Upah Minimum Regional (UMR). Angka ini menempatkan kreator konten sebagai salah satu profesi informal dengan dampak ekonomi terbesar di Indonesia saat ini.



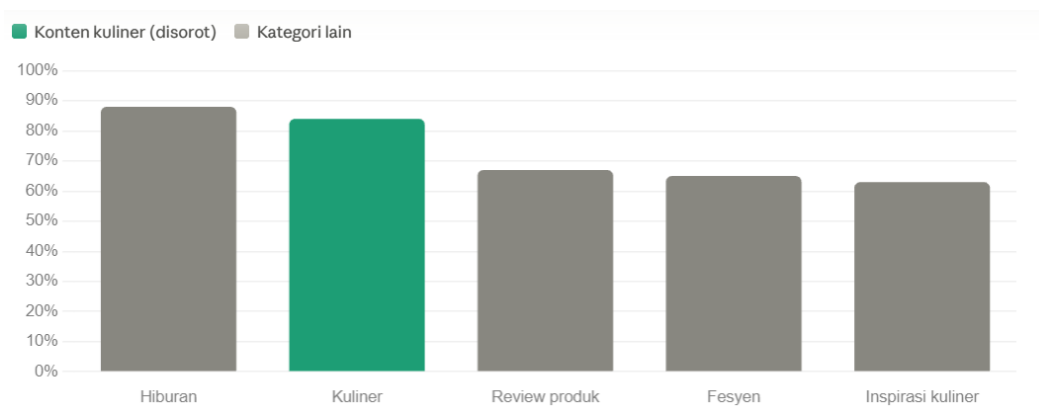
Gambar 1. 1 Ekosistem Content Creator di Indonesia

Sumber: Kemenekraf (2024); Statista (2024); Invinyx & Jakpat (2024)

Di antara semua jenis konten, konten kuliner menempati posisi yang sangat dominan dan strategis. Menurut laporan tahun 2024 berjudul “*Mapping Influencer Strategies on Social Media*” yang disusun oleh Invinyx dan Jakpat, sebagaimana dikutip (Humasindonesia, 2024), konten kuliner merupakan jenis konten terpopuler kedua di media sosial dengan persentase 84% responden mengonsumsinya, setelah konten hiburan (88%). Selain itu, produk kuliner termasuk dalam kategori produk yang paling sering dibeli oleh masyarakat melalui platform digital.

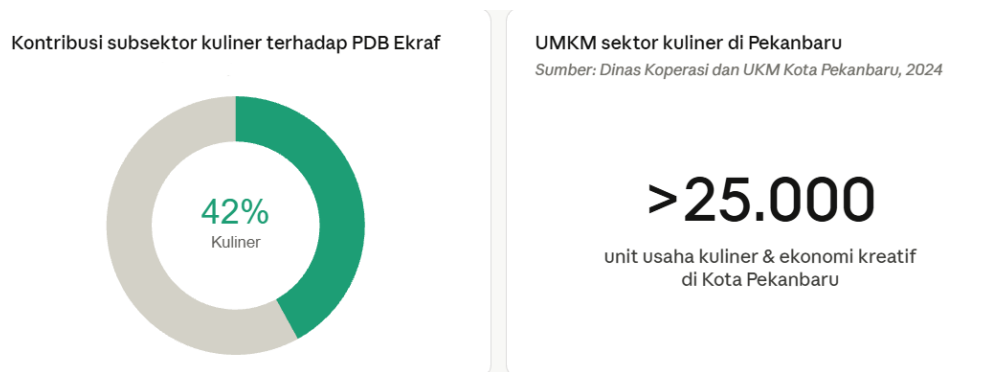
Hal ini sejalan dengan data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2024 yang menunjukkan bahwa subsektor kuliner menyumbang 42% dari total kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Di Kota Pekanbaru sendiri, menurut pernyataan Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Pekanbaru, pertumbuhan UMKM didominasi oleh sektor kuliner dan ekonomi kreatif dengan jumlah unit usaha yang meningkat dibandingkan tahun sebelumnya yang tercatat sebanyak 25.074 unit (PPid Riau, 2024). Kondisi ini secara langsung memicu munculnya ekosistem *content creator* kuliner lokal yang berkembang pesat, di mana para kreator memperoleh penghasilan dari berbagai sumber, mulai dari *adsense* platform, skema *endorsement*, kerja sama *brand*, hingga fasilitas *free meals* dari restoran yang bekerja sama dengan mereka.



Gambar 1. 2 Grafik kategori content creator di media sosial

Sumber: Invinyx & Jakpat (2024)

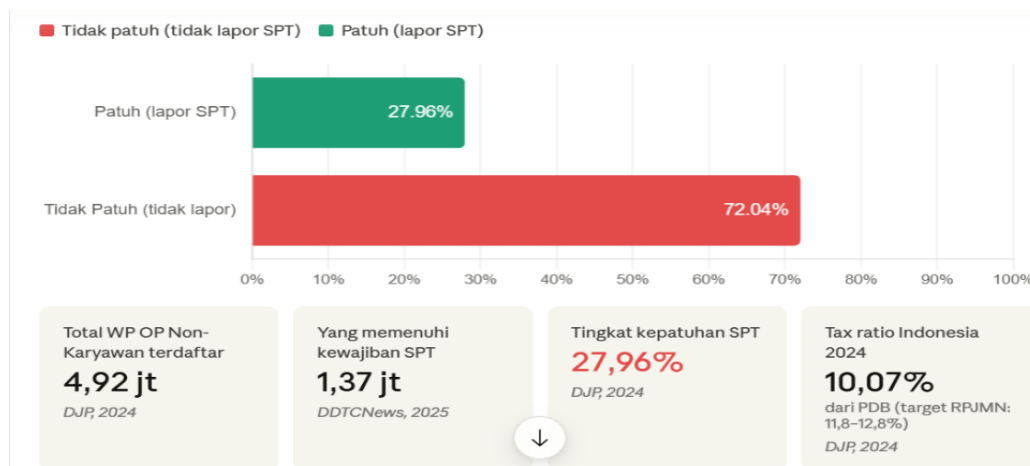


Gambar 1. 3 Kontribusi ekonomi kreatif dan UMKM kuliner

Sumber: Katadata (2024); Dinas Koperasi UKM Kota Pekanbaru (2024)

Namun, pertumbuhan ekonomi yang pesat ini tidak selalu diiringi dengan kesadaran hukum, terutama di bidang perpajakan. Fenomena rendahnya kepatuhan pajak di kalangan pelaku pekerjaan bebas, termasuk *content creator* merupakan masalah yang telah lama menjadi perhatian Direktorat Jenderal Pajak (DJP).

Berdasarkan Laporan Tahunan DJP (Direktorat Jenderal Pajak, 2024), tingkat kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Non Karyawan kategori yang mencakup semua pelaku pekerjaan bebas termasuk *content creator* dalam menyampaikan SPT Tahunan hanya sebesar 27,96%. Artinya, dari total 4,92 juta Wajib Pajak Orang Pribadi Non-Karyawan yang terdaftar wajib SPT pada tahun 2024, hanya 1,37 juta yang memenuhi kewajibannya (DDTCNews, 2025). Angka ini sebenarnya mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, ketika tingkat kepatuhan pajak pernah melampaui angka 60%. Data ini dengan jelas menggambarkan betapa rendahnya kesadaran dan pemahaman perpajakan di kalangan pelaku pekerjaan bebas di Indonesia.



Gambar 1. 4 Kepatuhan SPT Tahunan WP Orang Pribadi Non-Karyawan DJP 2024
Sumber: Direktorat Jenderal Pajak (2024); DDTCNews (2025)

Fenomena ini sangat umum terjadi di kalangan *influencer* dan *content creator*. Yon Arsal, seorang staf ahli bidang kepatuhan pajak di Direktorat Jenderal Pajak mengakui dalam sebuah diskusi publik pada Mei 2025 bahwa lembaganya memang telah melakukan pemantauan dan audit terhadap para *influencer* terkait pelaporan perpajakan mereka, namun ia juga mencatat bahwa keterbatasan dalam klasifikasi data dan struktural sektoral yang menimbulkan tantangan tersendiri dalam pengumpulan data mengenai pendapatan para *influencer*. Penelitian dari (Kajamati et al., 2025) yang mengkaji strategi DJP di Kota Parepare menemukan bahwa rata-rata *content creator* tidak membayar pajak karena tidak mencantumkan NPWP saat mendaftar di platform dan tidak memahami prosedur pelaporan. Penelitian tersebut menekankan bahwa meskipun kewajiban perpajakan *content*

creator telah diatur secara hukum, dalam praktiknya mereka masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan data, rendahnya pemahaman pajak dan kompleksitas dalam mencatat penghasilan yang diperoleh dari berbagai *platform* secara bersamaan.

Menanggapi kenyataan ini, pemerintah mengambil langkah tegas dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 20 Tahun 2026 (Zuama, 2021) tentang Perubahan atas PP Nomor 55 Tahun 2022 tentang Penyesuaian Pengaturan di Bidang Pajak Penghasilan. Melalui Pasal 56 ayat (3) huruf a ini, pemerintah secara eksplisit mengklasifikasikan pembuat konten pada media daring (*influencer*, *selebgram*, *blogger*, *vlogger*) sebagai bagian dari kategori “Pekerjaan Bebas”. Klasifikasi hukum ini secara otomatis menutup celah yang sebelumnya dimanfaatkan para *content creator* kini secara resmi dilarang menggunakan tarif pajak penghasilan final sebesar 0,5% untuk UMKM dan diwajibkan beralih ke mekanisme Pajak Penghasilan (PPh) Orang Pribadi dengan menggunakan skema Norma Penghitungan Penghasilan Neto (NPPN) atau pembukuan penuh. Selain itu, seluruh penghasilan yang diterima dalam bentuk natura atau kenikmatan termasuk fasilitas *free meals* yang diterima *food vlogger* dari restoran kini dianggap sebagai tambahan atas penghasilan bruto yang wajib dilaporkan mandiri dalam SPT Tahunan.

Namun, penerapan regulasi baru yang bersifat *top-down* ini menghadapi tantangan besar berupa kesenjangan literasi pajak yang signifikan di lapangan. Berdasarkan hasil pra-penelitian (*pre-survey*) yang dilakukan peneliti di kalangan komunitas *content creator* kuliner di Kota Pekanbaru pada April 2026, terdapat indikasi kebingungan teknis dan administratif yang cukup luas. Transisi dari skema PPh Final 0,5% yang relatif sederhana ke mekanisme PPh Pekerjaan Bebas berbasis pembukuan atau pencatatan NPPN dinilai membingungkan oleh sebagian besar kreator. Mereka menghadapi kesulitan dalam melakukan pencatatan mandiri (*self-assessment*), terutama dalam memisahkan pengeluaran pribadi dari biaya operasional untuk produksi konten seperti perangkat, akomodasi, dan *bill* restoran yang dapat diakui sebagai pengurang penghasilan bruto.

Transisi ini menimbulkan tantangan administratif tersendiri bagi wajib pajak orang pribadi yang sebelumnya terbiasa dengan mekanisme PPh Final yang

seederhana, yang hanya sekadar mengalikan omzet bruto dengan tarif tetap tanpa perlu memisahkan biaya usaha (Santi, 2025). Kompleksitas ini semakin jelas jika dilihat berdasarkan temuan (Gunawan & Sari, 2023) yang menegaskan bahwa penghasilan *content creator*, termasuk TikToker tergolong sebagai pekerjaan bebas yang penghitungannya harus dilakukan melalui pencatatan norma (NPPN) maupun pembukuan, serta tunduk pada sistem *self-assessment* yang mewajibkan wajib pajak secara mandiri menghitung, membayar dan melaporkan kewajibannya, berbeda dari skema PPh Final yang sebelumnya bersifat sederhana dan minim keterlibatan aktif wajib pajak.

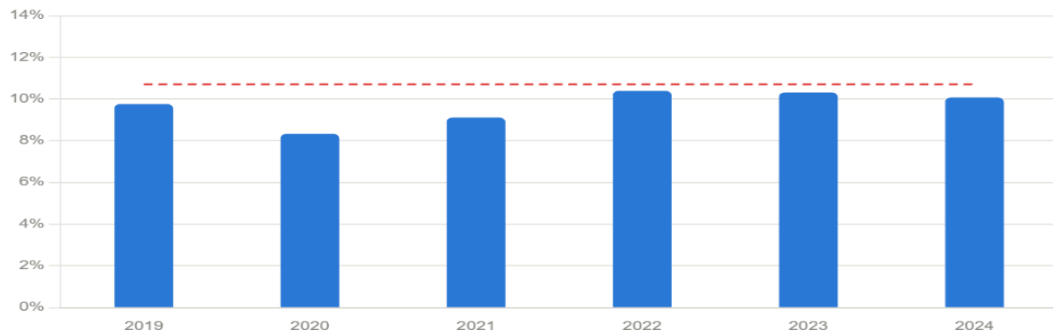
Dalam praktiknya, sistem *self-assessments* ini sering kali menyebabkan kesenjangan pemahaman di kalangan pelaku ekonomi digital. Penelitian oleh (Falya & Dirkareshza, 2021) menemukan bahwa sistem *self-assessment* tersebut berkontribusi terhadap rendahnya kesadaran dan kepatuhan influencer dalam memenuhi kewajiban perpajakan mereka, karena sebagian besar influencer belum sepenuhnya memahami kewajiban perpajakan yang terkait dengan kegiatan endorsement maupun kerja sama dengan merek. Temuan ini memperkuat indikasi bahwa kebingungan yang dialami kreator konten kuliner di Kota Pekanbaru bukanlah fenomena yang terisolasi, melainkan bagian dari pola yang lebih luas di kalangan pelaku ekonomi kreatif berbasis digital di Indonesia.

Kesulitan teknis dalam mencatat dan memisahkan biaya operasional dari pengeluaran pribadi juga telah banyak didokumentasikan dalam berbagai studi mengenai kepatuhan pajak UMKM secara umum. Sebuah studi kualitatif yang dilakukan di Kabupaten Sumenep, misalnya mengungkapkan bahwa mayoritas pelaku UMKM menganggap penyusunan laporan keuangan sebagai hal yang rumit dan lebih memilih pencatatan sederhana, karena skema tarif pajak final dipandang memberikan kemudahan administratif yang telah lama berfungsi sebagai langkah kompensasi atas rendahnya literasi akuntansi mereka (Octaviani et al., 2025). Sejalan dengan hal ini, beberapa penelitian menegaskan bahwa meskipun kepatuhan pajak UMKM meningkat sejak penerapan tarif pajak final, sebagian besar pemilik usaha masih menghadapi tantangan dalam menjaga pembukuan yang tepat setelah mereka keluar dari skema tersebut (Setiawan et al., 2023).

Masalah pemisahan antara pengeluaran pribadi dan biaya operasional bisnis menghadirkan tantangan tersendiri, terutama bagi pemilik bisnis berbasis daring seperti *content creator*. Kurangnya pemisahan antara keuangan pribadi dan keuangan bisnis online dapat menyulitkan pemilik bisnis untuk menilai kesehatan keuangan bisnis mereka secara objektif dan berpotensi menyebabkan kesalahan dalam menentukan profitabilitas dan pelaporan pajak secara akurat (D. K. Dewi et al., 2025). Dalam konteks *content creator* kuliner, kompleksitas ini semakin meningkat mengingat pengeluaran untuk peralatan produksi konten, akomodasi dan tagihan restoran memiliki dua fungsi yaitu pengeluaran tersebut dapat dianggap sebagai pengeluaran pribadi sekaligus biaya yang secara langsung terkait dengan proses produksi konten yang menghasilkan pendapatan.

Sebuah studi mengenai literasi keuangan dan perpajakan pelaku UMKM di Kota Pekanbaru sendiri dilakukan oleh (Farwitawati, 2018) sebagai bagian dari penelitiannya mengenai manajemen keuangan UMKM di Kelurahan Airputih, Kecamatan Tampan. Namun, penelitian tersebut belum menyentuh secara spesifik pelaku ekonomi kreatif digital berbasis konten, khususnya di sektor kuliner, yang memiliki karakteristik penghasilan dan pola transaksi yang berbeda dari UMKM konvensional. Dengan demikian, hasil pra-penelitian yang menunjukkan adanya kebingungan teknis dan administratif di kalangan komunitas *content creator* kuliner di Pekanbaru memiliki relevansi akademis yang kuat dan menyoroti *research gap* yang perlu diisi melalui penelitian ini.

Situasi ini semakin diperparah oleh rendahnya rasio pajak secara keseluruhan di Indonesia. Pada tahun 2024, rasio pajak Indonesia hanya sebesar 10,07% dari PDB jauh di bawah rata-rata negara-negara ASEAN dan target yang ditetapkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020-2024 yang menargetkan rasio pajak sebesar 11,8-12,8%. Angka yang rendah ini disebabkan antara lain oleh tingkat kepatuhan yang masih rendah di kalangan wajib pajak pribadi, terutama mereka yang berada di sektor informal dan pekerja mandiri, termasuk *content creator* kuliner.



Gambar 1.5 Realisasi Tax Rasio

Sumber: Direktorat Jenderal Pajak (2020); IKPI (2025)

Grafik di atas menunjukkan tren rasio penerimaan pajak terhadap PDB Indonesia untuk periode 2019-2024, yang berfluktuasi antara 8% dan 10%. Secara umum, angka aktual secara konsisten berada di bawah target minimum yang ditetapkan dalam RPJMN. Pada tahun 2019, rasio pajak terhadap PDB berada di angka 9,76%, kemudian turun tajam menjadi 8,33% pada tahun 2020 akibat dampak pandemi COVID-19. Tren tersebut kembali membaik pada tahun 2021 (9,11%) dan mencapai level tertinggi sejak tahun 2015 pada tahun 2022 (10,39%), sebelum akhirnya mengalami sedikit penurunan pada tahun 2023 (10,31%) dan 2024 (10,07%).

Kesenjangan yang lebar antara kompleksitas peraturan baru dalam Peraturan Pemerintah Nomor 20 Tahun 2026 dan kemampuan pemahaman teknis wajib pajak di tingkat lokal menimbulkan risiko tinggi terjadinya ketidakpatuhan sukarela. Faktor-faktor sosial dan lingkungan (norma subjektif) di dalam masyarakat juga memengaruhi perilaku perpajakan mereka, jika lingkaran sesama kreator di wilayah tersebut mengabaikan perubahan besar yang dibawa oleh peraturan tahun 2026, kecenderungan ketidakpatuhan formal akan semakin meluas.

Risiko sanksi pajak yang dihadapi oleh para *content creator* di bidang kuliner menjadi sangat tinggi jika mereka terus mengabaikan kewajiban perpajakan mereka akibat kurangnya pengetahuan. Oleh karena itu, mengkaji aspek pemahaman terhadap kewajiban pajak penghasilan sangatlah relevan untuk menentukan apakah program-program pendidikan perpajakan saat ini cukup efektif dalam menjangkau para praktisi di profesi yang sedang berkembang ini.

Penelitian ini secara khusus hanya dilakukan kepada para *content creator* yang bergerak di bidang kuliner yang berdomisili atau melakukan aktivitas

produksinya di wilayah Kota Pekanbaru yang memenuhi kriteria profesional, yaitu memiliki minimal 5.000 pengikut (*followers*), angka ini merupakan batas umum kategori *micro-influencer* yang sudah mulai aktif menerima kerja sama komersial secara profesional di Pekanbaru dan aktif menerima kompensasi komersial (seperti *endorsement*, *paid promote*, atau *adsense*) dalam satu tahun terakhir. Pembatasan geografis ini dipilih karena Pekanbaru memiliki pertumbuhan industri UMKM makanan dan minuman yang sangat pesat, sehingga melahirkan komunitas kreator konten lokal yang signifikan namun memiliki tantangan unik terkait literasi pajak daerah. Dengan memfokuskan pada wilayah Pekanbaru, peneliti berharap dapat melihat fenomena kepatuhan pajak secara lebih spesifik dan akurat sesuai dengan dinamika ekonomi digital di lingkungan tersebut. Penggolongan seorang *content creator* sebagai subjek kuliner dalam penelitian ini mengacu pada klasifikasi kategori konten yang tercantum secara resmi pada platform *influencer marketplace* (SociaBuzz) dalam kategori *Food & Beverage/Food-Culinary* yaitu akun yang secara konsisten memproduksi konten dengan tema dominan makanan dan minuman (ulasan kuliner, promosi restoran, maupun konten resep) pada media sosial utamanya, sehingga terdapat batasan yang jelas dan terukur untuk membedakan subjek penelitian ini dari *content creator* kategori lain seperti *fashion*, kecantikan atau perjalanan. Berdasarkan hasil pemetaan awal yang dilakukan peneliti melalui penelusuran direktori platform tersebut teridentifikasi sebanyak 58 *content creator* kuliner di Kota Pekanbaru yang memenuhi seluruh kriteria tersebut, untuk rincian proses pemetaan dan penentuan populasi ini dijelaskan lebih lanjut pada bagian Populasi dan Sampel di bab 3.

Berdasarkan uraian di atas, terdapat kesenjangan yang nyata antara pesatnya pertumbuhan profesi *content creator* kuliner yang secara hukum telah memiliki kewajiban perpajakan berdasarkan PP Nomor 20 Tahun 2026 dengan rendahnya tingkat pemahaman dan kepatuhan pajak kelompok ini dalam konteks lokal Kota Pekanbaru. Penelitian ini secara khusus membatasi subjek pada *content creator* kuliner yang berdomisili di Pekanbaru, yang memiliki minimal 5.000 pengikut (*followers*) dan aktif menerima kompensasi komersial dalam satu tahun terakhir. Mengingat pentingnya peran pemahaman perpajakan dalam mendorong kepatuhan sukarela terutama pasca berlakunya PP Nomor 20 Tahun 2026 yang memperketat

pengawasan pekerja bebas digital maka evaluasi empiris di tingkat lokal ini menjadi sangat relevan, penelitian ini penting dilakukan saat ini (tahun 2026) karena aturan pelarangan PPh Final 0,5% bagi *content creator* baru saja berlaku sehingga potensi ketidakpatuhan akibat kebingungan transisi aturan di tingkat daerah sangat tinggi. Oleh karena itu, penulis membuat laporan Proyek Akhir dengan judul “PENGARUH PEMAHAMAN KEWAJIBAN PAJAK PENGHASILAN (PPh) TERHADAP KEPATUHAN PAJAK *CONTENT CREATOR* KULINER DI PEKANBARU”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

Apakah pemahaman kewajiban Pajak Penghasilan (PPh) berpengaruh secara signifikan terhadap kepatuhan pajak *content creator* kuliner?

1.3 Batasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas, batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut:

Penelitian berfokus pada *content creator* kuliner yang berdomisili atau melakukan aktivitas produksi kontennya di Kota Pekanbaru, dengan kriteria memiliki minimal 5.000 pengikut dan aktif menerima kompensasi komersial (*endorsement*, *paid promote*, atau *adsense*) dalam satu tahun terakhir. Mengingat pola penghasilan mereka yang bersifat *multi-stream income*, aspek yang diteliti dibatasi pada sejauh mana tingkat pemahaman terhadap kewajiban Pajak Penghasilan (PPh) berpengaruh terhadap kepatuhan perpajakan mereka, khususnya dalam konteks regulasi PP Nomor 20 Tahun 2026 yang mewajibkan *content creator* menggunakan mekanisme PPh Pekerjaan Bebas.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Untuk menganalisis dan membuktikan secara empiris pengaruh pemahaman kewajiban Pajak Penghasilan terhadap kepatuhan pajak *content creator* kuliner di Kota Pekanbaru, khususnya dalam menghadapi era ekonomi digital dan berlakunya PP Nomor 20 Tahun 2026.

1.4.2 Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti, menambah wawasan mengenai implementasi pajak pada sektor ekonomi digital yang spesifik, khususnya komunitas *content creator* kuliner di Pekanbaru dalam konteks regulasi perpajakan terbaru.
2. Bagi Akademisi, menjadi referensi tambahan dan bahan kajian literatur bagi penelitian selanjutnya di bidang akuntansi perpajakan, khususnya yang berkaitan dengan kepatuhan pajak pelaku ekonomi digital dan regulasi perpajakan pekerjaan bebas.
3. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, menjadi masukan berbasis data empiris dalam menyusun strategi edukasi dan sosialisasi pajak yang lebih tepat sasaran bagi pelaku pekerjaan bebas digital, khususnya di kota-kota berkembang seperti Pekanbaru.
4. Bagi Kreator, memberikan kesadaran akan pentingnya tertib administrasi pajak dan pemahaman terhadap PP Nomor 20 Tahun 2026 guna menghindari risiko sanksi administrasi maupun sanksi pidana di masa mendatang.