



Program Djp dalam Mengoptimalkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Era Ekonomi Digital

INFO PENULIS

Indriyani Kajamati
Universitas Negeri Gorontalo
indriyanikajamati05@gmail.com
+6287855721849

Angga satrio
Universitas Negeri Gorontalo
Anggasatrio160@gmail.com
+6281288736191

Hasnia
Universitas Negeri Gorontalo
Hasnia.mangun@ung.ac.id

Ilham A Matawang
Universitas Negeri Gorontalo
matawang888@gmail.com

Rizky Isnanto Lahay
Universitas Negeri Gorontalo
antholahay30@gmail.com

Rinaldi Pratama Musa
Universitas Negeri Gorontalo
musaaldy77@gmail.com

Elsa Turani
Universitas Negeri Gorontalo
elsaturani435@gmail.com

Ajeng Herfiana
Universitas Negeri Gorontalo
ajengherfiana28@gmail.com

Delviana H Abas
Universitas Negeri Gorontalo
delvianaabas04@gmail.com

Moh. Adrian Mantu
Universitas Negeri Gorontalo
rianmantu757@gmail.com

INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307
Vol. 5, No. 3, Desember 2025
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

Saran Penulisan Referensi:

Kajamati, I., satri, A., Hasnia., Matawang, I. A., Lahay, R. I., Musa, R. P., Turani, E., Herfiana, A., Abas, D. H., & Mantu, M. A. (2025). Program Djp dalam Mengoptimalkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Era Ekonomi Digital *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(3),4955-4964.

Abstrak

Perkembangan ekonomi digital telah melahirkan profesi baru, salah satunya content creator, yang memiliki potensi penghasilan signifikan namun masih menghadapi permasalahan kepatuhan pajak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepatuhan pajak para content creator dalam ekosistem ekonomi digital serta mengkaji program Direktorat Jenderal Pajak dalam mengoptimalkan kepatuhan pajak sektor tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian hukum yuridis normatif dengan pendekatan peraturan perundang-undangan dan pendekatan konseptual. Bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan, sedangkan bahan hukum sekunder meliputi buku, jurnal ilmiah, dan publikasi resmi Direktorat Jenderal Pajak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara normatif kewajiban perpajakan content creator telah diatur dalam peraturan perpajakan, namun dalam praktiknya masih menghadapi kendala berupa keterbatasan data, rendahnya pemahaman pajak, serta kompleksitas pengawasan aktivitas ekonomi digital. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak menerapkan berbagai program seperti reformasi kebijakan, modernisasi administrasi perpajakan, integrasi NIK sebagai NPWP, edukasi berbasis digital, serta pengawasan berbasis teknologi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan peningkatan kepatuhan pajak content creator memerlukan pendekatan yang komprehensif, berkelanjutan, dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital.

Kata Kunci: Kepatuhan Pajak, Content Creator, Ekonomi Digital, Direktorat Jenderal Pajak.

Abstract

The development of the digital economy has given rise to new professions, one of which is content creator, which has significant income potential but still faces issues with tax compliance. This study aims to analyze the level of tax compliance among content creators within the digital economy ecosystem and to examine the programs of the Directorate General of Taxes in optimizing tax compliance in this sector. The research method used is normative juridical legal research with a statutory approach and a conceptual approach. The primary legal materials consist of tax laws and regulations, while the secondary legal materials include books, scientific journals, and official publications of the Directorate General of Taxes. The results of the study indicate that, normatively, the tax obligations of content creators are regulated under tax regulations, but in practice, they still face challenges such as limited data, low tax understanding, and complexity.

Keywords: Tax Compliance, Content Creator, Digital Economy, Directorate General of Taxes.

A. Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, pemerintah Indonesia telah mengutamakan pertumbuhan ekonomi. Lanskap ekonomi secara keseluruhan telah diubah secara signifikan oleh kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya di era digital. Tidak hanya mengubah cara orang berinteraksi dan berbicara satu sama lain, tetapi revolusi digital juga mengubah bagaimana ekonomi dan sistem politik sebuah negara berjalan (Abdillah, 2024). Di dunia, termasuk di Indonesia, sektor pekerjaan lepas telah berkembang pesat karena perkembangan. Pekerjaan lepas (freelancer), yang menawarkan fleksibilitas dan inovasi, kini menjadi bagian penting dari lapangan kerja modern. Pekerjaan lepas ini mencakup berbagai pekerjaan seperti pencipta konten. Meskipun dampak ekonominya semakin besar, kreator konten menghadapi tantangan khusus dalam memenuhi kewajiban pajak mereka. Ini karena sifat pekerjaan yang tidak terikat dan variabilitas pendapatan mereka (Nurlela & Zulkarnain, 2025).

Pajak merupakan satu diantara komponen penting dari pendapatan negara yang memiliki peran penting untuk pembangunan serta penyediaan layanan publik. Oleh karena itu, sangat penting bagi seluruh wajib pajak, termasuk freelancer seperti content creator untuk mematuhi undang-undang pajak. Sejauh mana wajib pajak memenuhi kewajiban pajak mereka, baik secara sukarela maupun dipaksa, selaras dengan ketentuan hukum yang berlaku, dikenal sebagai epatuhan pajak (Nurlela & Zulkarnain, 2025). Content creator dapat dipahami sebagai sebuah brand yang menyampaikan data atau informasi yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk foto, video, dan tulisan yang kemudian disebut sebagai konten. Dengan membuat konten di media digital, pembuat konten menyampaikan pesan kepada pengguna. bentuk media digital adalah media sosial yang mengutamakan konten, seperti YouTube, Spotify, Snack Video, Instagram, Joox, Tiktok, Likeit, Likee, dan Twitter, antara lain (Maeskina & Hidayat, 2022).

Di Indonesia, konten kreator banyak berbicara tentang kecantikan, makanan, kesehatan, teknologi, keuangan, serta topik lainnya. Mereka juga membuat konten yang baik untuk hiburan maupun pendidikan yang dapat disesuaikan dengan minat atau preferensi audiens (Tiara, 2021). Dengan satu miliar jam tontonan setiap hari dan 69% tontonan bulanan dari pengguna internet, YouTube adalah platform berbagi video terbesar luas dan sangat populer di seluruh dunia. Lebih dari 100.000 pembuat konten profesional mendapatkan uang dari unggahannya. Sejak 2006, Google AdSense digunakan oleh pembuat konten untuk membayar iklan yang dipasang pada video mereka. Selain AdSense, mereka juga memperoleh keuntungan dari donasi platform, layanan berlangganan, penjualan barang, dan penawaran mereka (Saptono et al., 2021). Tiktok adalah salah satu dari platform online yang paling berpengaruh dalam mendorong usaha kreatif di Indonesia. Tiktok creator mendapatkan uang dari banyak sumber, seperti endorsement, iklan afiliasi, live streaming, dan kerja sama pemasaran digital. Konsistensi unggahan, kreativitas konten, dan kemampuan untuk memanfaatkan fitur monetisasi adalah semua faktor yang menentukan pendapatan kreator (Ambarwati, 2025).

Dengan demikian, jelas bahwa para kreator konten digital sangat memungkinkan untuk mendapatkan penghasilan dari platform-platform tersebut. Mereka dapat memperoleh

penghasilan yang tidak sedikit, bahkan dapat dikatakan sangat besar, dalam jangka waktu yang singkat dan dengan usaha yang tidak terlalu sulit. Akibatnya, peluang untuk meningkatkan harus dimanfaatkan segera oleh pemerintah Indonesia untuk pendapatan negara menggunakan penerapan PPH, khususnya untuk kreator digital yang menghasilkan uang melalui platform tersebut (Tiara et al., n.d.). Jumlah besar pendapatan ini seharusnya sesuai dengan potensi penerimaan pajak. Namun, ketentuan umum UU Pajak Penghasilan masih diterapkan dalam undang-undang pajak saat ini, yang berarti bahwa bisnis sosial media akan diperlakukan sama dengan bisnis biasa. Terdapat pula area abu-abu dalam perlakuan pajak terhadap profesi content creator, karena belum ada definisi khusus dalam regulasi perpajakan yang menjelaskan profesi ini (Saptono et al., 2021).

Dalam penelitian ini, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menggunakan pendekatan multidisipliner untuk mengoptimalkan kepatuhan pajak content creator. Pendekatan ini menggabungkan pandangan hukum, administrasi pajak, perkembangan global, dan perilaku wajib pajak. Penelitian ini secara khusus berfokus pada profesi content creator, yang belum banyak dibahas dalam literatur perpajakan Indonesia meskipun memiliki potensi penerimaan negara yang besar. Ini berbeda dari penelitian sebelumnya yang biasanya melihat kepatuhan pajak wajib pajak orang pribadi secara keseluruhan atau ekonomi digital pada level makro. Kebaruan lain adalah analisis fungsi Sistem Administrasi Pajak Pusat (CTAS) dan penerapan NIK sebagai NPWP sebagai alat modernisasi administrasi pajak yang belum banyak dibahas.

Secara yuridis, kewajiban perpajakan bagi content creator sebagai wajib pajak individu pada dasarnya telah diatur pada Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan menggantikan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Selain itu, pendapatan yang diterima oleh content creator dari berbagai aktivitas digital, seperti endorsement, iklan digital, dan monetisasi platform, termasuk dalam kategori subjek pajak penghasilan seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang pajak penghasilan. Dalam konteks administrasi perpajakan modern Selain itu, Direktorat Jenderal Pajak telah menetapkan aturan untuk menggunakan NIK sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP). serta pengembangan Sistem Administrasi Pajak Terpadu (Core Tax Administration System/CTAS) sebagai instrumen pengawasan dan peningkatan kepatuhan wajib pajak di era ekonomi digital. Namun demikian, meskipun kerangka hukum tersebut telah tersedia, implementasinya terhadap profesi content creator masih menghadapi berbagai kendala, sehingga memerlukan kajian hukum yang komprehensif.

Oleh karena itu, dua hal utama fokus penelitian ini adalah pertama, penelitian ini menguraikan bagaimana tingkat kepatuhan pajak para content creator dalam ekosistem ekonomi digital saat ini dan mengidentifikasi berbagai hambatan yang dihadapi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam pengawasan dan penegakan kepatuhan sektor ini. Kedua, penelitian ini menganalisis berbagai pendekatan yang telah dan dapat diterapkan oleh DJP untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak content creator di tengah dinamika perkembangan. Isu ini dinilai penting karena sektor ekonomi digital menunjukkan pertumbuhan yang sangat cepat dan menjadi sumber penghasilan baru bagi jutaan warga negara, sehingga berpotensi meningkatkan penerimaan negara secara signifikan apabila kepatuhan pajaknya dapat dioptimalkan. Kepatuhan pajak content creator juga berkaitan dengan keadilan fiskal, kesetaraan beban pajak, dan kredibilitas otoritas pajak. Oleh karena itu, penelitian tentang strategi DJP untuk meningkatkan kepatuhan pajak content creator sangat penting secara akademis dan penting untuk kemajuan nasional.

B. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara menelaah serta menganalisis norma-norma hukum positif yang mengatur kewajiban perpajakan bagi content creator sebagai wajib pajak orang pribadi. Fokus penelitian diarahkan pada pengaturan hukum mengenai Pajak Penghasilan, administrasi perpajakan, serta program Direktorat Jenderal Pajak dalam mengoptimalkan kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital.

Bahan hukum primer dalam penelitian ini meliputi Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, serta peraturan pelaksana terkait kebijakan penggunaan Nomor Induk Kependudukan sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak dan penerapan Core Tax Administration System (CTAS). Bahan hukum sekunder berupa buku teks hukum pajak, artikel jurnal ilmiah, serta publikasi resmi Direktorat Jenderal Pajak yang relevan dengan kepatuhan pajak di era digital.

Pendekatan dalam penelitian menggunakan pendekatan peraturan perundang-undangan (statute approach) untuk menganalisis substansi norma hukum yang berlaku, serta pendekatan konseptual (conceptual approach) untuk mengkaji konsep kepatuhan pajak dan modernisasi administrasi perpajakan. Seluruh bahan hukum dianalisis secara kualitatif dengan teknik deskriptif-analitis guna menilai kesesuaian antara pengaturan normatif dan implementasinya dalam meningkatkan kepatuhan pajak content creator.

C. Hasil dan Pembahasan

Tingkat Kepatuhan Pajak Para Content Creator Dalam Ekosistem Ekonomi Digital di Pengaruhi Oleh Berbagai Kendala yang Dihadapi Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Secara hukum, kewajiban pajak bagi pembuat konten sebagai wajib pajak individu didasarkan pada ketentuan yang kuat dalam Pasal 23A Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, yang menegaskan bahwa pajak dan pungutan wajib lainnya harus diatur melalui undang-undang. Aturan ini kemudian diperinci lebih dalam melalui Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, yang terakhir diubah oleh Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan. UU tersebut mengharuskan setiap individu yang Memenuhi persyaratan objektif dan subjektif untuk menjadi wajib pajak, serta menghitung, membayar, lalu melaporkan pajaknya.

Selanjutnya, pendapatan yang diperoleh pembuat konten dari kegiatan ekonomi digital, seperti dari iklan daring, dukungan merek, dan pemanfaatan platform, termasuk dalam objek Pajak Penghasilan sesuai dengan Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan. Oleh karena itu, secara hukum tidak ada dispensasi bagi profesi pembuat konten dari tanggung jawab perpajakan, walaupun sifat pendapatannya tidak stabil dan berasal dari berbagai platform online. Meskipun demikian, dalam penerapannya, aturan hukum ini masih dihadapkan pada hambatan praktis, khususnya terkait pengawasan dan tingkat kepatuhan pajak di bidang ekonomi digital.

Kepatuhan wajib pajak menjadi masalah utama dalam sistem perpajakan yang efisien, sebab ia berfungsi sebagai tolok ukur keberhasilan pemerintah dalam menghimpun dana untuk mendanai kebutuhan masyarakat. Sementara itu, ketidakpatuhan terhadap pajak bisa memicu bahaya keuangan negara dan mengganggu kemajuan pembangunan di tingkat nasional (Ratnasari & Andriani, 2025). Kepatuhan terhadap pajak tidak semata-mata ditentukan oleh pemahaman aturan fiskal, melainkan juga oleh nilai-nilai sosial dan pandangan yang muncul di kalangan masyarakat online. Ini menggarisbawahi bahwa norma sosial serta persepsi wajib pajak memiliki peran krusial dalam membentuk pola perilaku kepatuhan, khususnya di era digitalisasi perpajakan. Digitalisasi bukan hanya mengubah pelayanan administrasi pajak, tetapi juga secara fundamental mengubah bagaimana wajib pajak, terutama generasi yang tumbuh di era digital, melihat, memahami, dan melaksanakan kewajiban perpajakannya. Kondisi ini sangat berhubungan dengan pembuat konten kreatif di platform seperti Instagram dan TikTok, yang tidak hanya mendapat informasi dari saluran resmi, tetapi juga dari jejaring sosial yang mereka akses rutin. Di dalam ekosistem tersebut, pandangan bersama dan norma yang berkembang di komunitas online bisa memperkuat atau malah mengurangi tingkat kepatuhan terhadap aturan perpajakan (Ratnasari & Andriani, 2025).

Hingga kini, belum tersedia data atau kajian spesifik yang mengungkap tingkat kepatuhan pajak pembuat konten dalam lingkungan ekonomi digital, meskipun isu ini telah banyak diperdebatkan di ruang publik dan dianggap masih kabur. ada banyak alasan untuk hal ini, salah satunya adalah pendapatan yang bukan stabil dan pendapatan yang berasal dari berbagai platform seringkali tidak dianggap sebagai objek pajak yang harus dilaporkan. Dalam kultur ekonomi gig, orang percaya bahwa semua keuntungan berasal dari kerja keras individu, tanpa mempertimbangkan ekosistem negara. Meskipun infrastruktur digital, keamanan siber, dan stabilitas ekonomi yang mereka gunakan merupakan prasyarat yang disediakan oleh pemerintah, yang dibiayai melalui dana pajak (Apriandi, 2025). Kedua, minimnya pendekatan edukasi perpajakan yang efisien. Strategi perpajakan yang baik, khususnya yang memanfaatkan teknologi digital, dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pajak. Edukasi yang disajikan secara kontekstual melalui platform yang familiar bagi pembuat konten, seperti video singkat, materi interaktif, atau kampanye pajak lewat influencer, memiliki potensi besar untuk membangun kesadaran dan sikap taat. Dengan mempertimbangkan teknologi serta nilai-nilai sosial yang berkembang di dunia maya, metode pendidikan bagi kreator konten menjadi lebih sesuai dan efektif (Ratnasari & Andriani, 2025).

Meskipun Direktorat Jenderal Pajak terus berupaya meningkatkan kepatuhan pajak melalui edukasi dan pemanfaatan teknologi digital, berbagai kendala masih ditemui dalam pelaksanaannya. Salah satu tantangan utama dalam pengenaan pajak terhadap content creator adalah kesulitan dalam menentukan objek dan subjek pajak. Pekerja pajak kerap mendapati hambatan dalam menentukan content creator, seperti TikToker, karena belum tersedianya perangkat atau teknologi yang mumpuni. Oleh sebab itu, banyak TikToker belum mempunyai Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan banyak di antaranya tidak menggunakan identitas asli pada akun TikTok. Hingga saat ini, belum tersedia sarana atau teknologi pengenalan wajah yang dapat diintegrasikan dengan data kependudukan untuk memastikan subjek pajak. Kesulitan juga muncul dalam mengidentifikasi objek pajak, khususnya terkait penghasilan TikToker yang berasal dari kerja sama endorsement, karena transaksi telah diselesaikan melalui pihak ketiga yang tidak terlibat dengan tiktok. Oleh karena itu, upaya yang dilakukan saat ini masih bersifat meyakinkan dan komunikatif, dengan memberi imbauan kepada TikToker agar menyampaikan kewajiban pajaknya dengan jujur dan benar.

Keterbatasan data yang dipegang oleh DJP, ditambah dengan model organisasi content creator menghasilkan pendapatan dalam ranah *shadow economy*, menyebabkan kebanyakan transaksi tidak tercatat dalam sistem perpajakan. Sejalan dengan hambatan pada poin sebelumnya, DJP masih menghadapi kesulitan dalam mengidentifikasi para pelaku di sektor digital akibat terbatasnya akses terhadap data yang mampu menggambarkan kondisi aktual serta potensi penerimaan pajak yang seharusnya dapat direalisasikan. Untuk mengatasi hal tersebut, DJP saat ini menempuh pendekatan alternatif dengan mengidentifikasi subjek pajak dan melakukan pencocokan melalui data pembanding yang diperoleh dari pihak ketiga (Kurniawan & Melani, 2022).

Penerapan Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) di lokasi belum berjalan secara seragam. Ada dua kemungkinan menyebabkan perbedaan penerapan KLU tersebut. Pertama, pada saat registrasi sebagai wajib pajak, yang bersangkutan belum berprofesi sebagai content creator, sehingga KLU yang tercantum belum diperbarui karena belum dilakukan pembaruan data oleh wajib pajak. Kedua, adanya perbedaan perlakuan antar Kantor Pelayanan Pajak, mengingat aktivitas content creator masih dalam tahap pengkajian dan pendalaman oleh DJP, serta keterbatasan jumlah pekerja pajak dibandingkan dengan jumlah wajib pajak. Dalam praktiknya, perbedaan penafsiran dapat terjadi, namun hal tersebut tidak serta-merta mencerminkan ketidakadilan, karena perlu dievaluasi proses identifikasi telah dilakukan dengan cara yang Idealnya untuk jenis penghasilan yang sama, KLU yang digunakan juga harus sama. Oleh karena itu, perbedaan penerapan KLU belum tentu menimbulkan ketidakadilan sebelum dilakukan identifikasi dan penelaahan lebih lanjut.

Masih terdapat keterbatasan kesadaran dan pemahaman para TikToker terhadap kewajiban perpajakan. Meskipun sebagian wajib pajak telah menyadari adanya kewajiban pajak, banyak di antaranya yang belum memahami tata cara pemenuhan kewajiban tersebut. Oleh karena itu, Direktorat Jenderal Pajak terus melakukan berbagai upaya edukasi melalui media penyiaran nasional, kanal resmi DJP, Kementerian Keuangan, serta platform media sosial guna meningkatkan literasi perpajakan masyarakat (Kurniawan & Melani, 2022).

Penerapan program DJP untuk mengoptimalkan kepatuhan wajib pajak content creator di era ekonomi digital

Melihat berbagai kendala yang dihadapi direktorat jenderal pajak, mulai dari keterbatasan data, perbedaan klasifikasi usaha, hingga rendahnya pemahaman para content creator mengenai kewajiban perpajakan, diperlukan suatu pendekatan yang lebih terarah dan inovatif untuk menjawab tantangan tersebut. Kompleksitas aktivitas ekonomi digital yang berkembang pesat menuntut DJP untuk menyesuaikan strategi pemungutan pajak agar mampu menjangkau para pelaku ekonomi baru tanpa mengabaikan prinsip keadilan dan kepastian hukum. Oleh karena itu, dibutuhkan penerapan strategi yang tidak hanya mengedepankan aspek penegakan regulasi, tetapi juga mengintegrasikan edukasi, teknologi informasi, serta kolaborasi lintas lembaga agar kepatuhan wajib pajak content creator dapat meningkat secara signifikan.

Salah satu Strategi yang dapat diterapkan oleh DJP terhadap wajib pajak adalah Reformasi kebijakan pajak. Reformasi kebijakan pajak dinilai sederhana dan tarif relatif adil, tetapi masih terkendala kesenjangan pemahaman, isu pajak ganda, serta minimnya sosialisasi. Oleh karena itu, strategi komunikasi dan edukasi perlu diperkuat, sesuai teori kepatuhan pajak yang menekankan kejelasan aturan dan keadilan tarif sebagai faktor utama. Selain itu modernisasi administrasi pajak berdampak positif bagi petugas pajak, terutama pada aspek kemudahan akses. Modernisasi administrasi berhasil meningkatkan kemudahan dan efisiensi, tetapi keberhasilannya sangat dipengaruhi oleh literasi digital wajib pajak. Efektivitas sistem digital

tidak hanya bergantung pada fitur, melainkan juga kemudahan dipahami. Oleh karena itu, modernisasi perlu ditopang oleh program edukasi dan sosialisasi agar kepatuhan pajak dapat meningkat secara berkelanjutan. Kemudian sanksi pajak berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak. Mayoritas kreator menilai sanksi cukup efektif, sejalan dengan pandangan petugas pajak, yang menegaskan perannya sebagai instrumen penting dalam menekan ketidakpatuhan. Rasa takut dapat mendorong kepatuhan, tetapi berlebihan justru kontraproduktif. Oleh karena itu, sanksi perlu diimbangi dengan edukasi dan sosialisasi agar berfungsi tidak hanya represif, tetapi juga preventif dalam membangun kepatuhan berkelanjutan (Trisna & Nurbaiti, 2025).

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah melahirkan model usaha baru yang berbasis kreativitas dan distribusi konten melalui platform digital seperti YouTube, TikTok. Model ekonomi ini menghasilkan pendapatan yang signifikan. Namun, perkembangan tersebut belum sepenuhnya diikuti oleh tingginya kepatuhan pajak para content creator karena masih ada beberapa hambatan yang mempengaruhi kepatuhan pajak content creator tersebut. Salah satu hambatan terbesar dalam penerapan pajak content creator adalah minimnya pengetahuan mereka mengenai status sebagai wajib pajak. Banyak kreator tidak memahami bahwa penghasilan dari endorsement, iklan Google AdSense, gift TikTok, dan kerja sama komersial lainnya merupakan objek Pajak Penghasilan (PPh). Peningkatan kepatuhan pajak terbukti dipengaruhi oleh edukasi yang efektif, terutama yang disampaikan melalui media digital yang sering diakses para kreator. Sehingga strategi DJP yang ditawarkan tidak hanya kepada wajib pajak secara umum namun lebih spesifik terhadap content creator.

DJP perlu menerapkan berberapa program untuk mengoptimalkan kepatuhan wajib pajak untuk content creator di era ekonomi digital sekarang, beberapa strategi antara lain yaitu:

- a. DJP perlu memperluas jangkauan edukasi melalui media sosial, video pendek, webinar, dan kolaborasi dengan influencer besar untuk menyampaikan informasi perpajakan dengan bahasa yang lebih sederhana dan mudah dipahami.
- b. Program selanjutnya DJP adalah memperkuat digitalisasi administrasi perpajakan. Sistem seperti e-Registration, e-Filing, e-Billing, dan e-Bupot memberikan kemudahan administrasi bagi wajib pajak untuk mengurus kewajiban perpajakan tanpa harus datang ke kantor pajak. modernisasi administrasi perpajakan secara signifikan mengoptimalkan kepatuhan wajib pajak UMKM digital dan kreator konten, karena proses perpajakan menjadi lebih cepat, efisien, dan tidak menimbulkan beban administratif bagi wajib pajak. Digitalisasi juga memungkinkan DJP memantau aktivitas ekonomi kreator melalui analisis data secara langsung.
- c. DJP juga harus menerapkan program kolaborasi lintas lembaga dan integrasi data. Kerja sama antara DJP, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), Otoritas Jasa Keuangan (OJK), serta platform digital diperlukan untuk memetakan aktivitas ekonomi digital kreator konten. Beberapa negara seperti Korea Selatan dan Filipina telah lebih maju dalam menerapkan sistem integrasi data antara platform digital dan otoritas pajak untuk memastikan pendapatan kreator terlapor dengan baik. Indonesia mulai mengarah ke arah tersebut, meskipun masih menghadapi tantangan regulasi, privasi data, dan kemampuan platform asing untuk menyediakan data pengguna.
- d. Pengawasan dan penegakan hukum berbasis teknologi. Dalam ekosistem digital, jejak digital (digital footprint) menjadi instrumen penting untuk memantau potensi penghasilan dan transaksi kreator konten. DJP dapat mengidentifikasi kreator yang memiliki pendapatan tinggi melalui data tayangan, jumlah subscriber, kerja sama komersial, maupun analisis transaksi keuangan. Teknologi memungkinkan otoritas pajak untuk memperluas jangkauan pengawasan dan mengidentifikasi potensi kepatuhan dengan lebih akurat dibanding metode tradisional. DJP juga menggunakan mekanisme risk-based audit untuk menilai risiko ketidakpatuhan, mengirimkan surat imbauan, dan melakukan pemeriksaan apabila ditemukan indikasi aktivitas ekonomi signifikan yang tidak dilaporkan.

Selain beberapa program yang sudah di uraikan penting untuk menerapkan modernisasi administrasi pajak dengan menjadikan NIK sebagai NPWP. Kebijakan ini menjadi solusi atas masalah utama yang dihadapi DJP, yaitu sulitnya mengidentifikasi wajib pajak content creator karena banyak yang menggunakan nama panggung, identitas akun yang berbeda, serta penghasilan yang berasal dari berbagai platform digital. Dengan disatukannya identitas kependudukan dan perpajakan, DJP dapat mengetahui siapa saja wajib pajak yang memiliki aktivitas ekonomi digital, bahkan meskipun mereka tidak pernah mendaftarkan diri secara manual.

Penerapan kebijakan penggunaan NIK sebagai Nomor Pokok Wajib Pajak, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 112/PMK.03/2022, merupakan langkah hukum yang bagus untuk Direktorat Jenderal Pajak dalam mengoptimalkan kepatuhan wajib pajak di sektor ekonomi digital. Kebijakan ini merupakan bentuk modernisasi administrasi perpajakan yang sejalan dengan prinsip kemudahan administrasi dan kepastian hukum sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. Integrasi NIK sebagai NPWP memberikan dasar hukum yang lebih kuat bagi DJP untuk mengidentifikasi, memantau, dan mengawasi aktivitas ekonomi digital para content creator yang selama ini sulit dijangkau melalui mekanisme perpajakan konvensional.

Penerapan NIK sebagai NPWP juga membantu DJP mengurangi ruang abu-abu dalam ekonomi digital. Selama ini, pendapatan kreator datang dari banyak sumber, mulai dari AdSense, endorse, hingga kerja sama komersial yang dilakukan langsung dengan pihak ketiga. Transaksi seperti ini sering terjadi di luar sistem pajak, sehingga pendapatan kreator tidak selalu tercatat. Melalui integrasi NIK, data dari berbagai lembaga, termasuk perbankan, platform pembayaran digital, Kominfo, hingga platform media sosial, dapat disesuaikan dengan identitas tunggal wajib pajak. Hasilnya, pemetaan potensi pajak jadi jauh lebih akurat dan cepat.

Dengan adanya integrasi identitas, proses analisis data menjadi lebih efektif karena DJP bisa mengolah jejak digital, data transaksi, dan aliran pendapatan secara otomatis. Bagi content creator, penggunaan NIK sebagai NPWP mempermudah seluruh proses pajak, mulai dari pendaftaran, pelaporan SPT, hingga pembayaran. Mereka tidak perlu mengurus banyak dokumen atau datang ke kantor pajak, karena semua layanan cukup diakses dengan satu identitas saja. Upaya ini membuat proses pajak tidak lagi dianggap rumit, sehingga meningkatkan peluang kepatuhan secara sukarela. Selain untuk mempermudah wajib pajak, integrasi NIK NPWP juga mendukung pengawasan berbasis risiko. DJP dapat mengirimkan notifikasi otomatis, imbauan, atau bahkan pemeriksaan apabila ditemukan adanya perbedaan antara potensi penghasilan digital dengan pelaporan pajak. Dengan kemampuan ini, DJP tidak lagi bergantung sepenuhnya pada laporan manual dari kreator, tetapi dapat mengawasi secara proaktif lewat data yang sudah terhubung lintas sistem.

Melalui langkah ini, DJP tidak hanya berfokus pada penegakan hukum, tetapi juga membangun sistem yang lebih sederhana dan transparan bagi para kreator digital. Integrasi NIK sebagai NPWP menjadi fondasi penting untuk memperluas basis pajak, meningkatkan efektivitas pengawasan, serta mendorong perilaku patuh tanpa harus menimbulkan tekanan berlebihan. Jika dijalankan konsisten, strategi ini akan membuat ekosistem perpajakan di era digital menjadi lebih tertata dan inklusif. Dengan demikian jika strategi ini dilakukan secara berkesinambungan, maka DJP akan mampu meningkatkan kepatuhan pajak content creator sekaligus memperluas basis pajak nasional di era digital.

D. Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kepatuhan pajak para content creator dalam ekosistem ekonomi digital masih menghadapi berbagai kendala, meskipun secara yuridis kewajiban perpajakan mereka telah diatur secara eksplisit dalam ketentuan regulasi perpajakan. Kendala tersebut meliputi karakteristik penghasilan yang tidak tetap dan berasal dari berbagai platform, rendahnya pemahaman dan kesadaran perpajakan, keterbatasan data yang dimiliki Direktorat Jenderal Pajak, serta kesulitan dalam mengidentifikasi subjek dan objek pajak akibat penggunaan identitas digital dan nama samaran. Kondisi ini menyebabkan potensi penerimaan pajak dari sektor ekonomi digital, khususnya profesi content creator, belum dapat dioptimalkan secara maksimal.
2. Selanjutnya, program Direktorat Jenderal Pajak dalam mengoptimalkan kepatuhan pajak content creator di era ekonomi digital menunjukkan arah yang positif, terutama melalui reformasi kebijakan perpajakan, modernisasi administrasi perpajakan berbasis teknologi, penguatan edukasi pajak, serta integrasi NIK sebagai NPWP. Penerapan strategi tersebut berperan penting dalam memperluas basis pajak, meningkatkan efektivitas pengawasan, serta memberikan kemudahan administrasi bagi wajib pajak. Namun demikian, efektivitas program tersebut masih sangat bergantung pada konsistensi pelaksanaan, kualitas edukasi perpajakan, serta kemampuan adaptasi Direktorat Jenderal Pajak terhadap dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

Saran

1. Direktorat Jenderal Pajak perlu meningkatkan upaya pembentukan kesadaran dan pemahaman perpajakan di kalangan content creator dengan pendekatan yang lebih adaptif terhadap karakteristik ekonomi digital. Rendahnya kepatuhan pajak content creator tidak semata-mata disebabkan oleh keengganan untuk membayar pajak, melainkan juga oleh kurangnya pemahaman mengenai status penghasilan digital sebagai objek pajak, ketidakpastian administratif, serta kesulitan identifikasi subjek dan objek pajak. Oleh karena itu, DJP disarankan untuk memperjelas pengaturan teknis terkait profesi content creator, termasuk penyeragaman penerapan Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) dan peningkatan kualitas edukasi perpajakan berbasis digital. Edukasi yang disampaikan melalui media sosial, konten interaktif, dan kanal yang akrab dengan keseharian content creator diharapkan mampu membentuk kesadaran hukum pajak secara bertahap, sehingga kepatuhan tidak hanya bersifat formal, tetapi juga tumbuh sebagai kesadaran sukarela.
2. Dalam rangka meningkatkan kepatuhan pajak content creator di era ekonomi digital, Direktorat Jenderal Pajak disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi modernisasi administrasi perpajakan yang terintegrasi dengan teknologi informasi. Penerapan NIK sebagai NPWP perlu dijalankan secara konsisten dan didukung oleh integrasi data lintas lembaga serta kerja sama dengan platform digital untuk memperkuat pengawasan berbasis risiko. Selain itu, strategi penegakan hukum sebaiknya dilaksanakan secara proporsional dengan mengedepankan pendekatan persuasif dan preventif, agar sanksi pajak tidak hanya berfungsi sebagai alat represif, tetapi juga sebagai sarana pembinaan kepatuhan jangka panjang. Dengan menggabungkan digitalisasi sistem, edukasi yang berkelanjutan, serta pengawasan berbasis data, DJP diharapkan mampu menciptakan sistem perpajakan yang adil, efektif, dan mampu menjangkau potensi penerimaan negara dari sektor ekonomi digital secara optimal.

E. Referensi

- Abdillah, F. (2024). Dampak Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *BENEFIT: Journal Of Business, Economics, And Finance*, 2(1), 27–35.
- Ambarwati, R. (2025). Pengaruh Ekonomi Kreator Digital Terhadap Pendapatan Generasi Z Di Perkotaan: Studi Di Tiktok Dan Youtube Indonesia. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(3), 1–13.
- Apriandi. (2025, September 8). *Selain jadi content creator, ini “side hustle” wajib Gen Z demi Indonesia emas*. Direktorat Jenderal Pajak. <https://www.pajak.go.id/id/artikel/selain-jadi-content-creator-ini-side-hustle-wajib-gen-z-demi-indonesia-emas>
- Kurniawan, K. H., & Melani, R. A. (2022). Pelaksanaan Pengenaan Pajak Terhadap Tiktokers Serta Hambatannya Di Indonesia. *Jurnal Paradigma Hukum Pembangunan* 7(2), 69–86.
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital. *Jurnal Commuio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20-30.
- Nurlela, S., & Zulkarnain, Z. (2025). Tingkat Kepatuhan Pajak Freelancer : Studi Deskriptif pada Pekerja Kreatif di Sukabumi. *Cakrawala Repositori IMWI*, 8(4), 1658-1668.
- Ratnasari, T., & Andriani, S. (2025). Pengaruh Program Edukasi Pajak terhadap Kepatuhan Pajak Konten Kreator di Era Ekonomi Digital pada Kreator Instagram dan TikTok , Studi : Bibliometrik Berbasis VOSviewer. *Jurnal Cakrawala Akademika*, 2(1), 1034–1043.
- Republik Indonesia. (1945). *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*.
- Republik Indonesia. (1983). *Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*.
- Republik Indonesia. (1983). *Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan*.
- Republik Indonesia. (2007). *Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan*.
- Republik Indonesia, Kementerian Keuangan. (2022). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 112/PMK.03/2022 tentang Nomor Pokok Wajib Pajak bagi Wajib Pajak Orang Pribadi, Wajib Pajak Badan, dan Wajib Pajak Instansi Pemerintah*.
- Republik Indonesia, Kementerian Keuangan. (2024). *Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 81/PMK.03/2024 tentang Ketentuan Pelaksanaan Hak dan Kewajiban*.
- Saptono, P. B., Ayudia, C., & Khozen, I. (2021). Regulating Income Tax : Case of Indonesian YouTubers. *VariaJusticia*, 17(2), 199–215.
- Tiara, G. (2021). Dramaturgi pengelolaan kesan konten kreator di media sosial Instagram. *Akrab*

Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial, 6(3), 14–24.

Tiara, I., Huzaifah, Z., Novikasari, S. R., & Huda, N. (n.d.). Pemungutan Pajak Penghasilan terhadap Jasa Endorsement Konten Kreator Digital. *Prosiding Nasional Hukum Aktual Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia*, 2(4), 198–213.

Trisna, & Nurbaiti, A. S. (2025). Analisis Dampak Reformasi Kebijakan Pajak , Modernisasi Administrasi , Dan Sanksi Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Digital Content Creator. *Jurnal Economic Resource*, 8(2), 175–182.