

ANALISIS KUALITATIF ATAS POTENSI DAN HAMBATAN PEMUNGUTAN PAJAK PENGHASILAN *CONTENT CREATOR FACEBOOK PROFESSIONAL* DI KOTA KUPANG

Oleh

Hortensia Ade Sonya¹, Cicilia A. Tungga², Aldarine Molidya³

^{1,2,3}Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Nusa Cendana

E-mail: ¹sonyapiter25@gmail.com

Article History:

Received: 13-11-2025

Revised: 20-11-2025

Accepted: 16-12-2025

Keywords: Tax Potential,
Obstacles, Content Creator,
Facebook Professional,
Income Tax

Abstract: This research aims to analyze the potential and obstacles of Income Tax collection as well as the level of compliance of professional Facebook content creators in reporting and paying Income Tax (PPh) in Kupang City using a qualitative approach. The data sources in this study are primary and secondary data sources. Data were collected through in-depth interviews with content creators, tax consultants, and analysis of related documents. The data was then analyzed using the Miles & Huberman model, which includes data reduction, data presentation, and conclusion drawing/verification. The results of the study show that the potential for tax collection from content creators is quite high in line with the increase in the number of creators and the amount of income. However, the main obstacles faced are low tax awareness, the absence of a specific business classification (KLU) for content creators, and a lack of transparency in the tax deduction mechanism. The level of compliance among content creators in reporting and paying taxes also varies.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi digital merupakan salah satu transformasi struktural paling signifikan dalam perekonomian global pada era Revolusi Industri 4.0. Integrasi teknologi digital seperti Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI), big data, cloud computing, serta konektivitas internet yang semakin masif telah mengubah secara fundamental cara individu bekerja, berbisnis, dan berinteraksi. Perubahan ini tidak hanya menciptakan efisiensi dan inovasi dalam sektor formal, tetapi juga melahirkan bentuk-bentuk aktivitas ekonomi baru yang sebelumnya tidak terklasifikasikan secara konvensional. Internet tidak lagi sekadar berfungsi sebagai media komunikasi, melainkan juga sebagai sumber data ekonomi yang merefleksikan dinamika pasar dan perilaku konsumen secara real time.

Dalam konteks tersebut, ekonomi digital telah berkembang menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi global dengan karakteristik pertumbuhan yang eksponensial. Inovasi teknologi yang berkelanjutan, disertai perubahan perilaku konsumen menuju platform

digital, membuka peluang kerja dan sumber pendapatan baru bagi individu. Berbagai profesi berbasis digital seperti content creator, YouTuber, penulis konten web, pengembang aplikasi, hingga digital marketer muncul sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital. Profesi-profesi ini menawarkan fleksibilitas kerja yang tinggi, memungkinkan individu untuk bekerja lintas ruang dan waktu hanya dengan memanfaatkan perangkat digital dan koneksi internet.

Di Indonesia, perkembangan ekonomi digital menunjukkan tren yang sangat signifikan. Nilai ekonomi digital nasional pada tahun 2022 tercatat sebesar USD 77 miliar dan tumbuh sebesar 22 persen (year-on-year), serta diproyeksikan meningkat hingga USD 130 miliar pada tahun 2025 (Limanseto, 2023). Pertumbuhan ini didukung oleh tingginya penetrasi internet dan adopsi media sosial di berbagai lapisan masyarakat. Pada awal tahun 2024, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221,5 juta jiwa, menempatkan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna internet terbesar keempat di dunia. Dengan jumlah penduduk sekitar 281 juta jiwa, tingkat penetrasi internet Indonesia mencapai sekitar 78 persen, yang menunjukkan potensi besar bagi pengembangan aktivitas ekonomi digital, termasuk di luar pusat-pusat ekonomi utama.

Salah satu fenomena penting dalam ekonomi digital adalah meningkatnya peran media sosial sebagai sarana produksi ekonomi. Platform seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan dan komunikasi, tetapi juga sebagai ruang ekonomi yang memungkinkan individu menghasilkan pendapatan melalui monetisasi konten, iklan, sponsorship, dan kolaborasi merek. Content creator, sebagai aktor utama dalam ekosistem ini, didefinisikan sebagai individu yang menciptakan, memproduksi, dan mendistribusikan konten digital kepada audiens melalui platform daring. Profesi ini kini diminati oleh berbagai kelompok usia dan latar belakang sosial, bahkan oleh generasi muda yang menjadikannya sebagai sumber pendapatan utama.

Perkembangan content creator sebagai bagian dari ekonomi digital membawa implikasi fiskal yang signifikan. Pajak merupakan sumber utama penerimaan negara dan berperan strategis dalam membiayai pembangunan serta mengatur stabilitas ekonomi dan sosial. Berdasarkan Undang-Undang Pajak Penghasilan, setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima wajib pajak, dalam bentuk dan nama apa pun, merupakan objek pajak. Dengan demikian, penghasilan yang diperoleh content creator dari aktivitas digital secara yuridis termasuk dalam objek Pajak Penghasilan (PPh). Direktorat Jenderal Pajak (DJP) mengklasifikasikan kewajiban perpajakan content creator berdasarkan skema kerja, baik sebagai individu independen yang dikenai PPh Pasal 21 maupun sebagai pihak yang berada di bawah naungan agensi yang dikenai PPh Pasal 23 (Simbolon & Sari, 2024).

Namun demikian, seiring dengan pesatnya pertumbuhan profesi content creator, muncul tantangan serius terkait tingkat kesadaran dan kepatuhan pajak. Banyak content creator belum memahami secara memadai kewajiban perpajakannya, mekanisme pemotongan pajak, maupun dampak pajak terhadap pendapatan bersih yang mereka terima. Meskipun pemerintah telah melakukan penyesuaian regulasi perpajakan untuk menjangkau sektor ekonomi digital, implementasi di tingkat pelaku lapangan masih menghadapi berbagai kendala, terutama terkait literasi pajak, sistem pendataan, dan transparansi platform digital.

Permasalahan ini menjadi semakin kompleks di wilayah luar Pulau Jawa, seperti Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). NTT memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi digital yang berbasis pada kekayaan budaya dan pariwisata lokal. Di Kota Kupang

sebagai ibu kota provinsi, pertumbuhan akses internet dan kepemilikan perangkat digital di kalangan penduduk usia produktif mencapai 73,8 persen (BPS Kota Kupang, 2023). Kondisi ini mendorong meningkatnya jumlah content creator lokal yang memanfaatkan Facebook Professional sebagai media untuk menghasilkan pendapatan melalui konten hiburan, edukasi, dan promosi usaha. Akan tetapi, hingga saat ini belum tersedia data spesifik mengenai kontribusi Pajak Penghasilan dari content creator di wilayah tersebut, yang menunjukkan adanya kesenjangan dalam pencatatan, pengawasan, dan pemungutan pajak digital di tingkat daerah.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa rendahnya kepatuhan pajak content creator disebabkan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi rendahnya literasi pajak, kesalahpahaman terhadap mekanisme pemotongan pajak, serta rendahnya kesadaran hukum. Sementara itu, faktor eksternal mencakup keterbatasan data yang dimiliki otoritas pajak, kesulitan mengidentifikasi pelaku ekonomi digital, serta kurangnya transparansi dari platform digital tempat penghasilan diperoleh (Jamilah, 2024; Sari, 2024; Tiara et al., 2024). Temuan-temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi penerimaan pajak dari sektor digital dan realisasi yang terjadi di lapangan.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian sebelumnya masih didominasi oleh konteks wilayah perkotaan besar dan belum secara spesifik mengkaji profesi content creator Facebook Professional di daerah dengan karakteristik ekonomi dan literasi digital yang berbeda, seperti Kota Kupang. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih kontekstual dan mendalam untuk memahami potensi, hambatan, serta praktik pemungutan Pajak Penghasilan terhadap content creator di wilayah ini. Penelitian ini menjadi penting tidak hanya untuk mengisi kekosongan literatur, tetapi juga untuk memberikan rekomendasi kebijakan yang aplikatif bagi DJP dan pemerintah daerah dalam upaya optimalisasi penerimaan pajak dari sektor ekonomi digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengangkat judul “Analisis Kualitatif atas Potensi dan Hambatan Pemungutan Pajak Penghasilan Content Creator Facebook Professional di Kota Kupang”, dengan tujuan mengidentifikasi peluang penerimaan negara sekaligus hambatan struktural dan perilaku yang memengaruhi kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital lokal.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dalam konteks alamiah dengan menekankan pada makna, proses, dan perspektif subjek penelitian (Fadli, 2021). Metode ini dipilih karena mampu menggali secara komprehensif potensi serta hambatan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) pada content creator Facebook Professional, yang tidak dapat dijelaskan secara memadai melalui pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan informan kunci yang memiliki pengalaman langsung terkait aktivitas ekonomi digital dan kewajiban perpajakan.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual

kondisi empiris yang terjadi di lapangan terkait praktik, pemahaman, serta hambatan pemungutan Pajak Penghasilan pada content creator di Kota Kupang. Penelitian dilakukan sebagai penelitian lapangan (field research) dengan pengumpulan data secara langsung melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi guna memperoleh gambaran yang utuh mengenai fenomena yang diteliti.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah potensi dan hambatan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh) pada content creator Facebook Professional di Kota Kupang, yang mencakup aspek pemahaman perpajakan, kesadaran dan kepatuhan pajak, serta tantangan yang dihadapi baik dari sisi wajib pajak maupun otoritas pajak.

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah **data kualitatif**, yaitu data yang berbentuk narasi, pernyataan, dan dokumen tertulis. Data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, serta analisis dokumen yang relevan. Data tersebut dituangkan dalam bentuk transkrip wawancara, catatan lapangan, dan ringkasan dokumen yang berkaitan dengan pajak penghasilan dan ekonomi digital.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara mendalam dengan content creator Facebook Professional di Kota Kupang serta konsultan pajak yang memiliki pengalaman menangani wajib pajak sektor digital. Data ini digunakan untuk menggali pemahaman, sikap, serta pengalaman informan terkait pajak penghasilan dan dampaknya terhadap pendapatan mereka.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber pendukung, antara lain regulasi perpajakan, laporan resmi pemerintah, data Badan Pusat Statistik (BPS), kebijakan Direktorat Jenderal Pajak, serta dokumen dari Meta/Facebook terkait sistem monetisasi dan kebijakan pembayaran bagi content creator. Data ini digunakan untuk memperkuat analisis dan memberikan konteks normatif terhadap temuan lapangan.

3. Informan Penelitian

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti.

Kriteria informan penelitian meliputi:

- Berdomisili di wilayah penelitian (Kota Kupang);
- Memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait aktivitas content creator atau perpajakan digital;
- Mampu menyampaikan informasi secara jelas dan argumentatif;
- Mengalami secara langsung dampak dari kebijakan atau praktik perpajakan;
- Terlibat langsung dalam aktivitas ekonomi digital.

Tabel 1. Informan Penelitian

No	Informan	Jumlah	Keterangan
1	Content Creator Facebook Professional	6	Monetisasi aktif dan belum pernah membayar pajak
2	Konsultan Pajak	1	Berpengalaman menangani wajib pajak digital

Sumber: Penulis, 2025

4. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara dilakukan secara **mendalam (in-depth interview)** dengan menggunakan pedoman wawancara (interview guide). Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai pemahaman, sikap, dan pengalaman informan terkait kewajiban Pajak Penghasilan. Wawancara dilakukan secara tatap muka maupun daring, dengan peneliti berperan sebagai pengendali proses wawancara (Yusra et al., 2021).

b. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder berupa arsip, regulasi perpajakan, laporan resmi, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan pajak penghasilan content creator. Dokumentasi juga mencakup hasil rekaman dan transkrip wawancara yang digunakan sebagai bahan analisis.

c. Observasi

Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai aktivitas content creator Facebook Professional di Kota Kupang serta untuk mengidentifikasi calon informan penelitian. Observasi juga dilakukan terhadap konteks sosial dan institusional yang berkaitan dengan pemungutan pajak di wilayah penelitian.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono & Lestari, 2021).

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan cara merangkum, memilih, dan memfokuskan data pada hal-hal yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang tidak berkaitan langsung dengan tujuan penelitian disisihkan, sedangkan data penting dikelompokkan berdasarkan tema dan pola tertentu.

b. Penyajian Data

Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel, dan visualisasi tematik untuk memudahkan pemahaman terhadap temuan penelitian.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap sejak awal pengumpulan data hingga tahap akhir analisis. Kesimpulan diverifikasi melalui pengecekan ulang data dan triangulasi sumber untuk memastikan validitas temuan penelitian.

6. Penggunaan Perangkat Lunak NVivo

Penelitian ini menggunakan **perangkat lunak NVivo 12 Plus** untuk membantu pengelolaan dan analisis data kualitatif. Data yang diolah meliputi transkrip wawancara, dokumen kebijakan perpajakan, serta catatan hasil observasi. Tahapan analisis menggunakan NVivo meliputi:

1. *Import data* ke dalam proyek NVivo;
2. *Coding* berdasarkan tema penelitian, seperti potensi penerimaan PPh, kesadaran wajib pajak, dan hambatan pemungutan pajak;
3. Analisis tematik dan *query* untuk mengidentifikasi pola dan frekuensi tema;
4. Visualisasi data berupa *word cloud*, grafik coding, dan model tematik untuk mendukung interpretasi hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Gambaran Umum Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan bantuan perangkat lunak NVivo 12 Plus. Proses analisis mengikuti tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data bersumber dari transkrip wawancara terhadap tujuh informan yang terdiri atas enam content creator Facebook Professional di Kota Kupang dan satu konsultan pajak. Seluruh data kemudian dikodekan berdasarkan fokus penelitian, yaitu tingkat kepatuhan pajak, prosedur pengisian pajak digital, potensi penerimaan pajak, dan hambatan pemungutan Pajak Penghasilan (PPh).

Hasil analisis disajikan secara tematik untuk menggambarkan kondisi empiris kepatuhan pajak dan potensi pemungutan PPh pada content creator Facebook Professional di Kota Kupang.

2. Tingkat Kepatuhan Content Creator Facebook Professional di Kota Kupang

Kepatuhan pajak dalam penelitian ini dianalisis melalui dua dimensi utama, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal berkaitan dengan kepemilikan NPWP dan pelaporan Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan, sedangkan kepatuhan material mencakup kewajiban menghitung, menyetor, dan melaporkan Pajak Penghasilan sesuai ketentuan perundang-undangan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak content creator Facebook Professional di Kota Kupang masih tergolong rendah, baik secara formal maupun material. Sebagian besar informan belum memiliki NPWP dan belum pernah melaporkan SPT Tahunan. Rendahnya kepatuhan formal ini tidak sepenuhnya disebabkan oleh sikap menghindari pajak, melainkan dipengaruhi oleh hambatan struktural, seperti belum adanya Kode Lapangan Usaha (KLU) khusus bagi profesi content creator serta minimnya sosialisasi dari otoritas pajak.

Dari sisi kepatuhan material, sebagian besar informan mengaku menerima pendapatan dari Facebook dalam bentuk pembayaran bersih tanpa disertai bukti potong pajak. Ketidakjelasan informasi mengenai jenis dan besaran potongan yang dilakukan oleh platform menyebabkan para content creator tidak mengetahui apakah kewajiban perpajakan mereka telah dipenuhi atau masih harus dilaporkan kembali kepada Direktorat Jenderal Pajak. Kondisi ini mengakibatkan pelaporan pajak tidak dilakukan

secara optimal.

Hasil pengkodean NVivo yang divisualisasikan dalam bentuk *mind map* dan *word cloud* memperlihatkan bahwa isu pajak, pendapatan, dan status “belum” (memiliki NPWP atau melaporkan pajak) menjadi tema dominan dalam wawancara. Temuan ini menegaskan bahwa rendahnya kepatuhan pajak tidak hanya berkaitan dengan kemauan individu, tetapi juga dipengaruhi oleh rendahnya literasi pajak, ketidakjelasan sistem administrasi, dan lemahnya integrasi antara platform digital dan otoritas pajak.

3. Prosedur Pengisian Pajak pada Platform Facebook Professional

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pengisian pajak pada Facebook Professional turut memengaruhi tingkat kepatuhan content creator. Platform Facebook telah menerapkan sistem pengumpulan data pajak melalui pengaturan akun pembayaran, termasuk pengisian identitas, kategori usaha, serta formulir pajak internasional. Hal ini menunjukkan bahwa secara sistem, Facebook telah berupaya menyesuaikan diri dengan regulasi perpajakan global.

Namun demikian, implementasi prosedur tersebut di tingkat pengguna masih menghadapi kendala. Informan mengungkapkan bahwa sistem sering menolak input data tanpa penjelasan yang memadai, sehingga menimbulkan kebingungan dan persepsi bahwa administrasi pajak digital bersifat rumit. Ketidakjelasan mekanisme pemotongan dan ketiadaan bukti potong resmi semakin memperkuat anggapan bahwa kewajiban pajak telah selesai ketika pendapatan diterima.

Visualisasi *word cloud* pada tema prosedur pengisian pajak menunjukkan dominasi kata “pajak”, “pendapatan”, “pembayaran”, dan “sistem”, yang menandakan bahwa proses monetisasi konten digital tidak dapat dipisahkan dari aspek perpajakan. Namun, integrasi sistem tersebut belum sepenuhnya memberikan kejelasan hukum dan administratif bagi content creator di tingkat lokal.

4. Potensi Pemungutan Pajak Penghasilan Content Creator Facebook Professional

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa potensi penerimaan Pajak Penghasilan dari content creator Facebook Professional di Kota Kupang **sangat signifikan**. Sebagian besar informan mengaku memperoleh pendapatan rutin setiap bulan dari program monetisasi Facebook, baik dari iklan, fitur bintang (*Facebook Stars*), maupun kerja sama endorsement. Nilai pendapatan yang diterima bervariasi dan bersifat fluktuatif, namun dalam beberapa periode dapat mencapai puluhan juta rupiah per bulan.

Dari perspektif konsultan pajak, profesi content creator memiliki potensi pajak yang setara dengan selebgram atau pelaku industri kreatif lainnya, terutama bagi kreator dengan jangkauan audiens yang besar. Hasil pengkodean NVivo menunjukkan bahwa kata-kata seperti “pajak”, “pendapatan”, “monetisasi”, dan “pembayaran” muncul dengan frekuensi tinggi, yang menegaskan bahwa aktivitas ekonomi digital ini memiliki basis pendapatan yang jelas dan berkelanjutan.

Temuan ini menunjukkan bahwa apabila dilakukan pendataan dan pembinaan secara sistematis, sektor content creator dapat menjadi sumber penerimaan pajak baru yang potensial, khususnya di daerah seperti Kota Kupang yang tengah mengalami pertumbuhan ekonomi digital.

5. Hambatan Pemungutan Pajak Penghasilan Content Creator Facebook Professional

Meskipun memiliki potensi yang besar, penelitian ini menemukan berbagai hambatan utama dalam pemungutan Pajak Penghasilan terhadap content creator Facebook Professional di Kota Kupang. Hambatan tersebut meliputi aspek internal dan eksternal.

Hambatan internal mencakup rendahnya literasi pajak, ketidakpahaman terhadap kewajiban formal dan material, serta persepsi bahwa penghasilan digital bersifat tidak tetap sehingga pajak dianggap tidak prioritas. Sementara itu, hambatan eksternal meliputi belum adanya KLU khusus untuk profesi content creator, ketiadaan bukti potong pajak dari platform digital, serta minimnya sosialisasi dan edukasi perpajakan dari otoritas pajak.

Visualisasi *hierarchy chart* dan *word cloud* menunjukkan bahwa isu KLU, NPWP, transparansi pemotongan, dan edukasi pajak merupakan hambatan yang paling sering disampaikan oleh informan. Hambatan struktural ini menyebabkan sistem administrasi perpajakan belum sepenuhnya adaptif terhadap perkembangan profesi digital. Akibatnya, potensi penerimaan pajak yang besar belum dapat dimanfaatkan secara optimal.

Pembahasan

1. Kepatuhan Pajak Content Creator Facebook Professional dalam Perspektif Teori dan Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan pajak content creator Facebook Professional di Kota Kupang masih belum optimal, baik dari sisi kepatuhan formal maupun kepatuhan material. Temuan ini menguatkan teori kepatuhan pajak yang dikemukakan oleh Abdul Rahman dan Nurmantu (2019) yang menyatakan bahwa kepatuhan pajak tidak hanya diukur dari pemenuhan kewajiban administratif, tetapi juga dari kesesuaian perhitungan, pembayaran, dan pelaporan pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Pada aspek kepatuhan formal, sebagian content creator telah memiliki NPWP dan pernah melaporkan SPT Tahunan. Namun, kepatuhan tersebut bersifat tidak konsisten dan belum didukung oleh pemahaman prosedural yang memadai. Kondisi ini menunjukkan bahwa kepatuhan formal yang muncul masih bersifat administratif dan reaktif, bukan didorong oleh kesadaran hukum yang kuat. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Savitri (2022) yang menemukan bahwa kepatuhan pajak pelaku ekonomi digital cenderung terbatas pada pemenuhan persyaratan minimum, tanpa disertai pemahaman komprehensif terhadap kewajiban perpajakan.

Visualisasi *word cloud* NVivo yang menampilkan kata “belum”, “langsung”, dan “pasti” memperkuat temuan tersebut. Kata-kata ini merefleksikan ketidakpastian dan kebingungan informan terkait kewajiban administratif seperti kepemilikan NPWP, pelaporan SPT, serta pengisian formulir pajak. Dengan demikian, rendahnya kepatuhan formal bukan semata-mata disebabkan oleh keengganan wajib pajak, melainkan akibat dari rendahnya literasi pajak dan ketidakjelasan sistem administrasi pajak digital.

Sementara itu, pada aspek kepatuhan material, tingkat kepatuhan ditemukan lebih rendah dibandingkan kepatuhan formal. Banyak content creator tidak menghitung, menyeter, dan melaporkan Pajak Penghasilan sesuai dengan penghasilan sebenarnya. Sebagian besar informan beranggapan bahwa potongan otomatis yang dilakukan oleh

Meta/Facebook telah memenuhi kewajiban pajak di Indonesia. Persepsi ini menunjukkan adanya miskonsepsi terhadap prinsip self-assessment, di mana kewajiban utama untuk menghitung dan melaporkan pajak tetap berada pada wajib pajak.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Intan Tiara et al. (2024) yang menegaskan bahwa content creator digital secara hukum telah memenuhi syarat subjektif dan objektif sebagai wajib pajak, namun dalam praktiknya masih banyak yang belum memenuhi kepatuhan material karena ketidaktahuan dan kesalahan persepsi terhadap mekanisme pemotongan pajak digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini menguatkan argumentasi bahwa rendahnya kepatuhan material merupakan masalah struktural dalam sistem perpajakan digital, bukan semata persoalan individu.

2. Faktor Internal dan Eksternal yang Memengaruhi Kepatuhan Pajak Content Creator

Pembahasan selanjutnya menunjukkan bahwa rendahnya kepatuhan pajak content creator Facebook Professional di Kota Kupang dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan faktor eksternal, sebagaimana dijelaskan dalam teori kepatuhan pajak.

Dari sisi faktor internal, rendahnya pemahaman pajak menjadi penghambat utama. Banyak informan tidak memahami perbedaan antara potongan platform dan Pajak Penghasilan di Indonesia, tidak mengetahui tarif yang berlaku, serta belum memahami kewajiban menghitung dan melaporkan pajak secara mandiri. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Nurmantu (2019) yang menyatakan bahwa literasi pajak merupakan determinan utama kepatuhan wajib pajak. Wajib pajak dengan pemahaman yang rendah cenderung menunda atau mengabaikan kewajibannya, meskipun memiliki penghasilan yang cukup signifikan.

Selain itu, persepsi bahwa pajak bersifat membebani dan pendapatan digital bersifat fluktuatif juga memengaruhi kesadaran wajib pajak. Beberapa content creator menganggap bahwa penghasilan yang tidak tetap tidak layak dikenakan pajak secara penuh. Persepsi ini menunjukkan bahwa kesadaran kontribusi pajak sebagai bentuk partisipasi pembangunan belum terbentuk secara optimal.

Dari sisi faktor eksternal, penelitian ini menemukan bahwa minimnya regulasi spesifik, keterbatasan sosialisasi, serta belum adanya Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU) khusus bagi content creator menjadi hambatan signifikan. Ketidadaan KLU menimbulkan ketidakpastian hukum dan kebingungan administratif, baik bagi wajib pajak maupun petugas pajak. Temuan ini konsisten dengan penelitian Jamilah (2024) di Kota Parepare yang menyebutkan bahwa kesulitan identifikasi wajib pajak digital dan keterbatasan basis data menjadi kendala utama dalam pemungutan pajak content creator.

Selain itu, minimnya edukasi dan sosialisasi pajak digital dari Direktorat Jenderal Pajak menyebabkan content creator tidak memperoleh informasi yang memadai dan mudah dipahami. Ketidakhadiran kata-kata seperti “DJP” atau “sosialisasi” dalam *word cloud* NVivo menunjukkan rendahnya eksposur informan terhadap informasi resmi perpajakan. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa faktor eksternal memiliki peran penting dalam membentuk kepatuhan wajib pajak digital.

3. Peran Prosedur Pengisian Pajak Facebook Professional terhadap Kepatuhan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prosedur pengisian pajak pada platform Facebook Professional turut memengaruhi pola kepatuhan content creator. Sistem

pemotongan otomatis yang diterapkan oleh Meta cenderung mendorong terbentuknya kepatuhan formal secara teknis, karena pendapatan diterima setelah potongan tertentu dilakukan. Namun, mekanisme ini tidak diikuti dengan penyediaan bukti potong yang jelas dan mudah dipahami sesuai ketentuan perpajakan Indonesia.

Dominasi kata “langsung” dan “otomatis” dalam hasil koding NVivo menunjukkan bahwa kepatuhan yang muncul lebih bersifat sistem-driven compliance, bukan voluntary compliance. Kondisi ini berpotensi melemahkan kepatuhan material karena wajib pajak tidak memahami proses perhitungan pajak yang sebenarnya. Temuan ini sejalan dengan Savitri (2022) yang menyatakan bahwa teknologi perpajakan tanpa disertai edukasi yang memadai dapat menciptakan kepatuhan semu, di mana wajib pajak patuh secara administratif tetapi tidak secara substansial.

4. Potensi dan Hambatan Pemungutan Pajak dalam Konteks Ekonomi Digital Daerah

Pembahasan potensi pemungutan pajak menunjukkan bahwa content creator Facebook Professional di Kota Kupang memiliki potensi penerimaan pajak yang besar. Tingginya pendapatan, sifat penghasilan yang rutin, serta keberagaman sumber monetisasi memperkuat posisi content creator sebagai basis pajak baru dalam ekonomi digital daerah. Perspektif konsultan pajak yang menyatakan bahwa pendapatan kreator dapat setara dengan pekerja profesional nasional memberikan validasi empiris terhadap potensi tersebut.

Namun, potensi tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal karena berbagai hambatan, baik struktural maupun individual. Hambatan seperti ketidakjelasan potongan pajak, tarif yang dianggap tidak adil, kurangnya transparansi platform, serta keterbatasan pembinaan dan regulasi spesifik memperlemah efektivitas pemungutan pajak. Temuan ini sejalan dengan laporan Kementerian Komunikasi dan Informatika (2023) yang menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi digital harus diimbangi dengan adaptasi kebijakan fiskal agar potensi penerimaan negara dapat dimaksimalkan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi pemungutan pajak content creator Facebook Professional di Kota Kupang memerlukan pendekatan yang komprehensif, mencakup peningkatan literasi pajak, penguatan regulasi, penyederhanaan administrasi, serta sinergi antara otoritas pajak dan platform digital. Tanpa upaya tersebut, potensi besar sektor ekonomi kreatif digital akan terus berada di luar sistem perpajakan formal.

KESIMPULAN

1. Tingkat kepatuhan *content creator* masih bervariasi, baik dari aspek kepatuhan formal maupun material. Pada kepatuhan formal, sebagian sudah memiliki NPWP dan melaporkan SPT, meskipun tidak konsisten. Sedangkan pada kepatuhan material, sebagian besar hanya mengandalkan potongan otomatis dari *platform* dan belum melaporkan seluruh penghasilannya. Faktor literasi pajak, kerumitan administrasi, serta sikap negatif terhadap pajak menjadi penentu utama rendahnya kepatuhan. Aspek teknis dalam prosedur pengisian pajak menunjukkan bahwa *platform facebook professional* turut memberikan pengaruh terhadap tingkat kepatuhan para *content creator*. Tingkat kepatuhan *content creator facebook professional* di Kota Kupang masih rendah, dipengaruhi oleh faktor internal (minimnya pemahaman dan kesadaran pajak) dan

- faktor eksternal (kurangnya regulasi yang sesuai serta terbatasnya edukasi pajak). Ketidajelasan informasi dari platform digital juga memperburuk kondisi kepatuhan.
2. Ada beberapa potensi penerimaan pajak dari *content creator facebook professional* di Kota Kupang cukup signifikan, antara lain: tingginya pendapatan para kreator, bertambahnya jumlah kreator digital, sifat pendapatan yang rutin atau berulang, pendapatan yang bersumber dari berbagai jenis monetisasi dan potensi berdasarkan pandangan ahli. Namun, potensi ini belum tergarap optimal karena sebagian besar belum sepenuhnya masuk dalam sistem administrasi perpajakan. Rendahnya kepemilikan NPWP dan pelaporan SPT tahunan menjadi indikator masih terbatasnya partisipasi wajib pajak digital dalam sistem formal perpajakan. Hambatan pemungutan pajak terutama disebabkan oleh potongan pajak, tarif pajak, kurangnya literasi pajak di kalangan *content creator*, belum adanya klasifikasi usaha (KLU) yang khusus mengakomodasi profesi digital, belum adanya NPWP serta rendahnya transparansi mekanisme pemotongan pajak dari pihak *platform*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik Kota Kupang. (2023). *Statistik kesejahteraan rakyat Kota Kupang 2023*. BPS Kota Kupang.
- [2] Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- [3] Jamilah. (2024). Tantangan pemungutan pajak penghasilan pada content creator di era ekonomi digital. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Daerah*, 9(1), 45–58.
- [4] Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Peta jalan pengembangan ekonomi digital Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- [5] Limanseto, H. (2023). Perkembangan dan prospek ekonomi digital Indonesia. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia.
- [6] Nurmantu, S. (2019). *Pengantar perpajakan* (Edisi revisi). Granit.
- [7] Rahman, A. (2019). *Perpajakan: Konsep, aplikasi, dan kebijakan*. Salemba Empat.
- [8] Sari, R. P. (2024). Kepatuhan pajak pelaku ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Perpajakan Indonesia*, 18(2), 101–114.
- [9] Savitri, E. (2022). Kepatuhan wajib pajak pada sektor ekonomi digital: Perspektif self-assessment system. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(3), 560–575. <https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2022.13.3.40>
- [10] Simbolon, R., & Sari, D. P. (2024). Perlakuan pajak penghasilan terhadap content creator media sosial di Indonesia. *Jurnal Ilmu Akuntansi*, 17(1), 89–104.
- [11] Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- [12] Tiara, I., Pradipta, A., & Wicaksono, R. (2024). Pajak penghasilan content creator digital: Tantangan dan peluang optimalisasi penerimaan negara. *Jurnal Pajak dan Keuangan Negara*, 6(1), 15–30.
- [13] Wahyuddin, & Ismayanti. (2020). Analisis data kualitatif dengan bantuan software NVivo. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 4(2), 87–98.
- [14] Yusra, A., Putri, R. N., & Hadi, S. (2021). Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Penelitian Sosial*, 10(1), 22–35.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN