

Pengaruh Kebijakan dan Implementasi Perpajakan Terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta

Yulia Komala · Amanda Stefani · Dewi Widiarti

Accepted: 10 Mei 2025 / Published online: 30 Juni 2025

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kebijakan perpajakan dan implementasi perpajakan terhadap *content creator*.

Metodologi/Pendekatan: Peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampling jenuh untuk pengambilan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah 60 *content creator* yang terlacak di Kabupaten Purwakarta. Uji hipotesis menggunakan model regresi linear sederhana dan berganda.

Hasil: Penelitian mengungkapkan kebijakan perpajakan yang ada tidak berpengaruh terhadap *content creator*, implementasi perpajakan juga tidak berpengaruh terhadap *content creator*. Kemudian kebijakan dan implementasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap *content creator*.

Implikasi Praktis: Penelitian ini memberikan rujukan kepada pemerintah agar segera membuat kebijakan khusus untuk seorang *content creator*.

Kebaruan: Penggunaan analisis SPSS versi 26.

Kata Kunci: *Content Creator*; Kebijakan Perpajakan; Implementasi Perpajakan

Komunikasi dilakukan oleh Yulia Komala

✉ Yulia Komala

yulia@stieb-perdanamandiri.ac.id

Program Studi Akuntansi, STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

Amanda Stefani

stefaniamanda61@gmail.com

Program Studi Akuntansi, STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

Dewi Widiarti

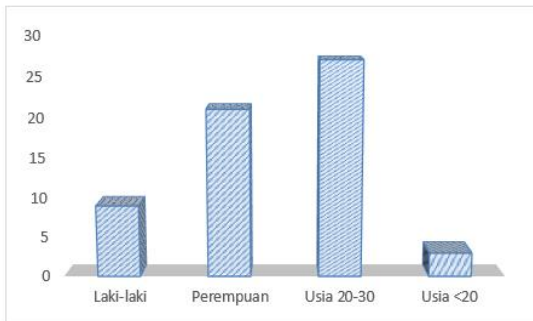
dewi.widiarti@gmail.com

Program Studi Akuntansi, STIEB Perdana Mandiri, Purwakarta, Indonesia

Pendahuluan

Perkembangan dalam sektor teknologi tidak dapat disangkal, khususnya internet yang berkembang seiring perkembangan zaman seperti di era modern saat ini (Wijaya & Mahatma, 2017). Perkembangan teknologi ini telah sangat memengaruhi kehidupan manusia, terutama dalam kehidupan sehari-hari (Lestari dkk., 2019). Media sosial memungkinkan sebagian orang untuk saling berbagi informasi dan hiburan. Seringkali, informasi tentang peristiwa terkini yang belum muncul di media *mainstream* tersedia disana. Informasi tersebut dapat dibagikan dalam bentuk infografis, gambar, atau video, namun yang paling populer saat ini adalah video dan gambar. Banyak orang Indonesia menggunakan media sosial sebagai cara untuk mendapatkan penghasilan dengan membuat konten (Jamilah, 2024).

Setiap pembuat konten memiliki berbagai jenis konten yang berbeda satu sama lain. Tentu saja, konten yang dipilih harus unik dan kreatif (*Personal branding*). Kondisi saat ini menunjukkan bahwa generasi milenial dan Gen Z sangat menyukai media sosial, yang juga digunakan dalam perkembangan ekonomi kreatif di era digital seperti sekarang ini.



Gambar 1 Grafik *Content Creator* Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa profesi *content creator* didominasi oleh perempuan yang berusia 20-30 tahun. Kelompok usia ini sudah termasuk dalam kategori generasi milenial dan generasi Z, yang melek teknologi dan memiliki kreativitas untuk menciptakan konten digital yang menarik bagi audiens, serta wadah untuk berekspresi sekaligus mendapat penghasilan. Karena menjadi pekerjaan yang sangat menjanjikan dengan penghasilan yang fantastis, semakin banyak orang yang tertarik untuk menjadi *content creator* belakangan ini (Nazulfa dkk., 2021). Direktorat Jenderal Pajak harus segera memanfaatkan peluang dengan menerapkan Pajak Penghasilan (PPh) terhadap pengguna media sosial yang mendapatkan penghasilan dari aktivitas *content creator* (Jamilah, 2024).

Direktorat Jendral Pajak (DJP) memberlakukan pengenaan pajak bagi *content creator* sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan atau UU PPh. Untuk kegiatan seni, *content creator* dianggap sebagai pekerjaan lepas berdasarkan kode 90002 dalam Kelompok Bidang Usaha (KLU), maka dalam UU PPh ada 2 kategori pengenaan pajak penghasilan atas *content creator*, yakni PPh pasal 21 (jika *content creator* langsung berhubungan dengan pengguna jasanya) dan PPh pasal 23 (jika pengguna jasa endorse tersebut melalui jasa agen atau pihak ketiga) (Fitriya, 2023). Secara umum, orang yang dikenakan pajak adalah mereka dengan penghasilan yang melebihi PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak). Artinya, *content creator* yang memiliki penghasilan dibawah PTKP perbulan tidak perlu dikenakan pajak penghasilan (Nazulfa dkk., 2021).

Direktorat Jenderal Pajak juga menerapkan sistem *Self-assessment* yang diberlakukan untuk semua wajib pajak termasuk *content creator*, dengan adanya sistem tersebut menuntut kesadaran penuh dari setiap orang untuk memenuhi kewajiban perpajakannya. Mulai 1 Juli 2024 adanya peraturan baru dalam harmonisasi perpajakan yaitu memberlakukan NIK sebagai NPWP, dengan tujuan untuk memperjelas struktur keluarga wajib pajak, sehingga memudahkan pihak pegawai pajak.

Penelitian ini mengukur pengaruh kebijakan dan implementasi perpajakan terhadap *content creator* di kabupaten Purwakarta. Setelah dilakukan riset, semakin banyak yang berprofesi sebagai *content creator* di kabupaten Purwakarta. Oleh karena itu di lakukanlah pra penelitian dengan hasil berikut ini.

Tabel 1 Data Informan *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta

No	Usia	Media Sosial	NPWP	Penghasilan
1	< 20 Tahun	Instagram	Tidak Memiliki NPWP	≥ Rp. 4.500.000/bulan
2	20 -30 Tahun	Tiktok	Tidak Memiliki NPWP	≥ Rp. 4.500.000/bulan

Dari hasil pra penelitian menunjukkan bahwa di Kabupaten Purwakarta terdapat *content creator* yang bahkan berusia < 20 tahun tetapi sudah memiliki penghasilan ≥ Rp. 4.500.000/bulan melalui aktivitas di media sosial, yang secara kasar sudah melebihi batas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) bulanan, namun tidak memiliki NPWP (Nomor Pokok Wajib Pajak). Hal tersebut menunjukkan bahwa mereka layak sebagai wajib pajak, tetapi belum terlibat dalam sistem perpajakan. Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, adapun rumus masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh Kebijakan Perpajakan terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta, bagaimana pengaruh Implementasi

Perpajakan terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta, serta bagaimana pengaruh Kebijakan dan Implementasi perpajakan terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta.

Teori Kepatuhan (*Compliance Theory*)

Teori kepatuhan diperkenalkan oleh Stanley Milgram pada tahun 1963 dalam (Wijayanti dkk., 2022). Dalam teori ini, dijelaskan tentang keadaan di mana seseorang mengikuti perintah atau peraturan yang telah ditentukan. Ada dua cara pandang dalam analisis sosiologi tentang kepatuhan terhadap hukum, yaitu perspektif instrumental dan normatif. Perspektif instrumental percaya bahwa individu didorong sepenuhnya oleh kepentingan pribadi serta cara mereka melihat perubahan yang berkaitan dengan tindakan. Perspektif normatif berhubungan dengan anggapan bahwa orang bertindak sesuai dengan nilai moral dan bertentangan dengan kepentingan pribadi mereka. Seseorang yang cenderung mematuhi hukum dianggap selaras dan konsisten dengan norma-norma internal yang sudah ada.

Faktor-faktor yang dapat memengaruhi tindakan wajib pajak untuk mematuhi Undang-Undang Pajak yaitu, adanya faktor internal yang berasal dari wajib pajak sendiri, seperti pengetahuan dan kesadaran wajib pajak tentang pajak, dan faktor eksternal yang berasal dari luar wajib pajak, seperti seluruh tindakan DJP atau petugas pajak dalam mendorong wajib pajak untuk mengubah sikap dalam kasus ini khususnya seorang *content creator* (Jamilah, 2024).

Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

Kebijakan perpajakan mencakup mengenai prosedur dan mekanisme yang harus diikuti untuk memastikan kepatuhan *content creator*, karena *content creator* mempunyai kewajiban untuk melaporkan dan membayar pajak atas penghasilan yang mereka terima dari aktivitas digital. Dengan pemahaman dan kesadaran atas kewajiban perpajakan, maka dapat membantu meningkatkan pendapatan negara secara signifikan. Implementasi mencakup kegiatan pemerintah dan Direktorat Jenderal Pajak (DJP) atau pegawai pajak yang memastikan bahwa *content creator* telah melakukan kewajiban pajak mereka, seperti pendaftaran sebagai wajib pajak, pelaporan penghasilan dari aktivitas digitalnya serta edukasi perpajakan sebagai upaya meningkatkan kesadaran dan kewajibannya sebagai wajib pajak. Dengan begitu implementasi akan berjalan dengan baik apabila *content creator* memahami dan patuh terhadap aturan atau kebijakan yang berlaku.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

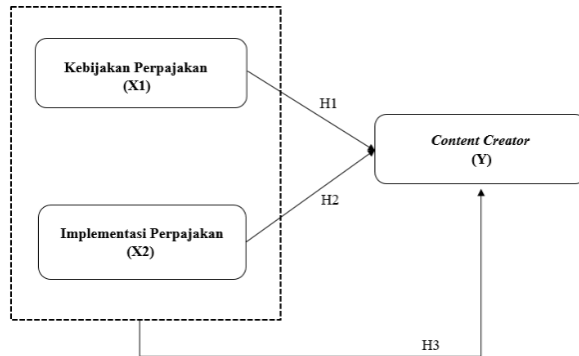
H₁: Kebijakan Perpajakan berpengaruh terhadap *Content Creator* di Kabupaten

Purwakarta.

H₂: Implementasi Perpajakan berpengaruh terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta.

H₃: Kebijakan dan Implementasi Perpajakan berpengaruh terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta.

Berdasarkan pengembangan hipotesis di atas, berikut ini kerangka pemikiran yang menunjukkan model penelitian.



Gambar 2 Kerangka Pemikiran

Metode Penelitian

Subjek dalam penelitian adalah *content creator* yang tercatat di Kabupaten Purwakarta. Objek penelitian adalah kebijakan dan implementasi perpajakan. Sampel yang digunakan dalam penelitian berjumlah 60 responden. Penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan sampling jenuh. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebar kepada *content creator*, kuesioner tersebut berisi pernyataan untuk mengukur indikator. Seluruh pernyataan diukur dengan menggunakan skala likert (1-5). Setelah data terkumpul, dilakukan uji kualitas data dan teknik analisis data bantuan alat uji statistik berupa SPSS 26. Uji kualitas data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data berupa statistik deskriptif, analisis korelasi, analisis regresi linear, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Definisi Operasionalisasi Variabel

Content Creator (Y)

Menurut Eva Kusumaningtyas dan Rumyeni (2022), *Content creator* adalah

seorang yang menghasilkan konten untuk media, terutama media online seperti Instagram dan Tiktok. Indikator dari *content creator* sebagai berikut: kredibilitas kreator, daya tarik kreator, kekuasaan kreator, dan isi konten.

Kebijakan Perpajakan (X_1)

Menurut Subiakta (2018), Kebijakan perpajakan adalah alternatif yang wajib pajak dapat gunakan untuk tujuan tertentu. Indikator kebijakan perpajakan sebagai berikut: pengetahuan *self-assessment*, pengetahuan tentang *withholding tax*, dan perlakuan perpajakan atas objek pajak.

Implementasi Perpajakan (X_2)

Menurut Van Meter dan Van Horn dalam Budi (Winarmo, 2016), Implementasi adalah apa yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk mencapai tujuan yang telah diputuskan sebelumnya (dalam Winda Wulandari, 2024). Indikator dari implementasi perpajakan sebagai berikut: Standar Kebijakan, Kepatuhan Wajib Pajak, Kualitas Pelayanan, dan Sosialisasi Kebijakan.

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Hasil dari uji validitas variabel Kebijakan Perpajakan pada Tabel 2, terdapat 9 pernyataan dengan $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,334 sehingga dapat disimpulkan seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2 Uji Validitas Kebijakan Perpajakan (X_1)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,618	0,334	Valid
2	0,530	0,334	Valid
3	0,683	0,334	Valid
4	0,609	0,334	Valid
5	0,513	0,334	Valid
6	0,704	0,334	Valid
7	0,624	0,334	Valid
8	0,631	0,334	Valid
9	0,651	0,334	Valid

Hasil dari uji instrumen validitas variabel Implementasi Perpajakan pada Tabel 3, terdapat 12 pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,334 sehingga dapat disimpulkan seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 3 Uji Validitas Implementasi Perpajakan (X_2)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,417	0,334	Valid
2	0,600	0,334	Valid
3	0,547	0,334	Valid
4	0,644	0,334	Valid
5	0,602	0,334	Valid
6	0,718	0,334	Valid
7	0,590	0,334	Valid
8	0,619	0,334	Valid
9	0,764	0,334	Valid
10	0,657	0,334	Valid
11	0,461	0,334	Valid
12	0,514	0,334	Valid

Hasil uji instrumen validitas variabel *Content Creator* pada Tabel 4, terdapat 12 pernyataan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,334 sehingga dapat disimpulkan seluruh pernyataan valid.

Tabel 4 Uji Validitas *Content Creator* (Y)

No Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,821	0,334	Valid
2	0,783	0,334	Valid
3	0,774	0,334	Valid
4	0,729	0,334	Valid
5	0,475	0,334	Valid
6	0,688	0,334	Valid
7	0,760	0,334	Valid
8	0,658	0,334	Valid
9	0,760	0,334	Valid
10	0,855	0,334	Valid
11	0,749	0,334	Valid
12	0,664	0,334	Valid

Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa seluruh uji dari keempat variabel data dapat dikatakan reliabel karena seluruhnya memperoleh nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kebijakan Perpajakan	0,794	Reliabel
Implementasi Perpajakan	0,830	Reliabel

Content Creator

0,909

Reliabel

Tabel 6 menunjukkan nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebesar 0,158, maka dapat disimpulkan seluruh variabel dalam penelitian ini data berdistribusi normal karena memiliki nilai sig. > 0,05.

Tabel 6 Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

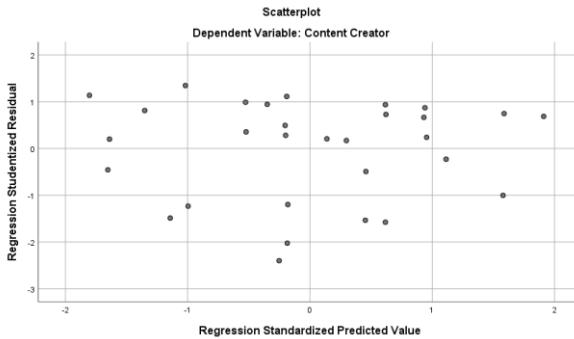
			Unstandardized Residual
N			30
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		4,71905092
<i>Most Extremen Differences</i>	Absolute		0,202
	Positive		0,119
	Negative		-0,202
<i>Test Statistic</i>			0,202
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>			0,003 ^c
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	Sig.		0,158 ^d
	95% Confidence Interval	Lower Bound	0,150
		Upper Bound	0,165

Tabel 7 menunjukkan nilai *tolerance* 0,490, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas karena memiliki nilai tolerance > 0,10. Dan untuk nilai VIF memiliki nilai sebesar 2,040, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinearitas karena memiliki nilai VIF < 10,00. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas baik berdasarkan nilai Tolerance maupun nilai VIF.

Tabel 7 Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kebijakan Perpajakan	0,490	2,040
	Implementasi Perpajakan	0,490	2,040

Berdasarkan hasil uji *Scatterplot* (Lihat Gambar 3), titik-titik data tersebar di sekitar angka nol tanpa terkumpul di area tertentu, baik di atas maupun di bawahnya, dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 8 nilai korelasi sig. *F Change* sebesar 0,504, jika dikonfirmasi dengan tabel interpretasi koefisien korelasi nilai *r*, maka variabel kebijakan perpajakan, implementasi perpajakan, dan *content creator* sebesar 0,223, maka berada di antara interval koefisien 0,20 – 0,399 dan berada pada tingkat korelasi “rendah”.

Tabel 8 Analisis Korelasi

					Change Statistics			
	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df	df	Sig. F Change
1	0,223 ^a	-0,021	4,891	0,050	0,703	2	2	0,504
							7	

Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana dari variabel kebijakan perpajakan (X_1) sebagai berikut.

$$Y = 49,244 + 0,167X_1$$

Nilai koefisien untuk variabel Kebijakan Perpajakan (X_1) adalah 0,167 merupakan nilai koefisien positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 poin pada

Kebijakan Perpajakan (X_1) maka akan mengalami peningkatan pada *Content Creator* (Y) sebesar 0,167.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, maka diperoleh hasil persamaan regresi linear sederhana dari variabel implementasi perpajakan (X_2) sebagai berikut.

$$Y = 46,979 + 0,175X_2$$

Nilai koefisien untuk variabel Implementasi Perpajakan (X_2) adalah 0,175 merupakan nilai koefisien positif, yang berarti bahwa setiap peningkatan 1 poin pada Implementasi Perpajakan (X_2) maka akan mengalami peningkatan pada *Content Creator* (Y) sebesar 0,175.

Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 9, hasil perhitungan menggunakan SPSS 26, maka diperoleh nilai persamaan regresi linear berganda sebagai berikut.

$$Y = 46,935 + 0,005X_1 + 0,172X_2$$

Nilai Konstanta 46,935, menunjukkan bahwa jika nilai Kebijakan Perpajakan (X_1) dan Implementasi Perpajakan (X_2) sama dengan nol (0), maka nilai *Content Creator* (Y) sebesar 46,935.

Nilai koefisien regresi Kebijakan Perpajakan adalah 0,005, menunjukkan variabel Kebijakan Perpajakan (X_1) mempunyai nilai koefisien yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Kebijakan Perpajakan (X_1) maka *Content Creator* (Y) akan meningkat sebesar 0,005.

Nilai koefisien regresi Implementasi Perpajakan adalah 0,172, menunjukkan variabel Implementasi Perpajakan (X_2) mempunyai nilai koefisien yang positif, hal tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Implementasi perpajakan (X_2) maka *Content Creator* (Y) akan meningkat sebesar 0,172.

Tabel 9 Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	46,935	7,185		6,533	0,000
1 Kebijakan Perpajakan	0,005	0,278	0,005	0,017	0,986
Implementasi Perpajakan	0,172	0,210	0,219	0,818	0,421

Uji Hipotesis

Berdasarkan Tabel 10. Hasil Kebijakan Perpajakan (X_1) memiliki nilai Sig. sebesar 0,395 > 0,05. Dengan nilai t_{hitung} 0,864 < 2,05553, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, H_1 ditolak, menunjukkan bahwa Kebijakan Perpajakan (X_1) tidak berpengaruh terhadap *Content Creator* (Y) secara parsial.

Tabel 10 Uji t Kebijakan Perpajakan (X_1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	49,244	6,568		7,498	0,000
	Kebijakan Perpajakan	0,167	0,193	0,161	0,864	0,395

Berdasarkan Tabel 11. Hasil Implementasi Perpajakan (X_2) memiliki nilai Sig. sebesar 0,237 > 0,05. Dengan nilai t_{hitung} 1,208 < 2,05553, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian, H_2 ditolak, menunjukkan bahwa Implementasi Perpajakan (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Content Creator* (Y) secara parsial.

Tabel 11 Uji t Implementasi Perpajakan (X_2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	46,97	6,59		7,12	0,00
	Implementasi Perpajakan	9	0		9	0
			0,14		1,20	0,23
		0,175	4	0,223	8	7

Berdasarkan Tabel 12. Nilai Sig. 0,504 > 0,05. Sedangkan nilai F_{hitung} 0,703 < 3,35, maka dapat disimpulkan hasil dari uji F bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya H_3 ditolak. Dengan demikian, Kebijakan Perpajakan (X_1) dan Implementasi Perpajakan (X_2) tidak berpengaruh terhadap *Content Creator* (Y) secara simultan (bersama-sama).

Tabel 12 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33,653	2	16,826	0,703	0,504 ^b
	Residual	645,814	27	23,919		
	Total	679,467	29			

Berdasarkan Tabel 13. Mengindikasikan nilai koefisien *R Square* sebesar 0,050 atau 5%, artinya variabel Kebijakan perpajakan dan Implementasi Perpajakan dapat menjelaskan variabel *Content Creator* sebesar 5%, sisanya sebanyak 95% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Tabel 13 Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,223 ^a	0,050	-0,021	4,891

Pembahasan

Kebijakan Perpajakan Terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta

Kebijakan Perpajakan tidak berpengaruh terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta. Hasil dari Uji Parsial (Uji-t) nilai signifikansi sebesar $0,395 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $0,864 < 2,05553$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kebijakan perpajakan belum cukup memengaruhi perilaku atau karakteristik *content creator*. Karena sebagian besar *content creator* di Kabupaten Purwakarta belum memiliki penghasilan di atas PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak), maka mereka tidak merasa perlu untuk menyesuaikan diri dengan kebijakan pajak yang berlaku. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ningsih (2022) yang menunjukkan bahwa Kebijakan Perpajakan tidak berpengaruh terhadap *Content Creator*.

Implementasi Perpajakan Terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta

Implementasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta. Hasil dari Uji Parsial (Uji-t) nilai sebesar $0,237 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $1,208 < 2,05553$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa meskipun implementasi perpajakan seperti *self-assessment sytem*, NPWP digital, sosialisasi dan edukasi melalui media sosial yang telah dilakukan oleh otoritas pajak (DJP), upaya tersebut belum cukup berdampak terhadap karakteristik *content creator*, karena masih banyak *content creator* yang tidak mengetahui prosedur perpajakan dan belum memiliki NPWP. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syirat dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa Implementasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap *Content Creator*.

Kebijakan Perpajakan dan Implementasi Perpajakan Terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta

Kebijakan Perpajakan dan Implementasi Perpajakan tidak berpengaruh secara

simultan terhadap *Content Creator* di Kabupaten Purwakarta. Hasil penelitian menggunakan Uji Simultan (Uji-F) untuk pengaruh Kebijakan Perpajakan dan Implementasi Perpajakan terhadap *Content Creator* diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,504 > 0,05$ dan nilai F_{hitung} sebesar $0,703 < 3,35$. Untuk hasil koefisien determinasi diperoleh nilai $R Square$ 0,050 atau 5%, menunjukan Kebijakan Perpajakan dan Implementasi Perpajakan memberikan pengaruh terhadap *Content Creator* sebesar 5%. Sedangkan sisanya 95% dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil tersebut menunjukan bahwa kebijakan dan implementasi perpajakan yang telah dilakukan oleh pemerintah belum cukup untuk memengaruhi perilaku atau kesadaran perpajakan para *content creator*, terutama yang berada pada level mikro atau menengah. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman dan literasi perpajakan, penghasilan yang belum memenuhi batas Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) dan masih kurangnya pengawasan langsung dari pihak otoritas pajak (DJP) kepada pelaku digital. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bana (2023) yang menunjukan bahwa Kebijakan Perpajakan dan Implementasi Perpajakan tidak berpengaruh terhadap *Content Creator*.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh kebijakan perpajakan dan implementasi perpajakan terhadap *content creator* di Kabupaten Purwakarta. Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel kebijakan perpajakan tidak berpengaruh terhadap *content creator*. Dengan adanya kebijakan perpajakan yang ada saat ini, belum cukup memengaruhi perilaku atau karakteristik *content creator*. Karena *content creator* di Kabupaten Purwakarta belum memiliki penghasilan di atas PTKP (Penghasilan Tidak Kena Pajak). Hasil uji hipotesis variabel implementasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap *content creator*. Meskipun implementasi perpajakan telah dilakukan oleh otoritas pajak (DJP), upaya tersebut belum cukup berdampak terhadap karakteristik *content creator*, karena masih banyak *content creator* yang tidak mengetahui prosedur perpajakan dan belum memiliki NPWP. Hasil uji hipotesis dari variabel kebijakan dan implementasi perpajakan tidak berpengaruh terhadap *content creator*. Meskipun kebijakan dan implementasi perpajakan telah dilakukan oleh pemerintah, hal tersebut belum cukup untuk memengaruhi perilaku atau kesadaran perpajakan para *content creator*, terutama yang berada pada level mikro atau menengah.

Beberapa saran yang dapat diberikan, diantaranya peneliti selanjutnya melanjutkan penelitian ini dengan mengkaji lebih dalam variabel-variabel lain yang masih berhubungan, Peneliti juga dapat memperluas wilayah penelitian ke luar Kabupaten Purwakarta guna memperoleh data yang lebih bervariasi dan representatif, sehingga hasilnya dapat digeneralisasi dalam skala yang lebih luas.

Daftar Pustaka

- Bana, P. A. (2023). *Analisis Potensi Pajak Penghasilan Orang Pribadi pada Content Creator Kota Kupang* [Universitas Nusa Cendana].
http://skripsi.undana.ac.id/index.php?p=show_detail&id=18546
- Eva Kusumaningtyas, R., & Rumenyeni. (2022). Pengaruh Content Creator TikTok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja Di Kalangan Followers. *KOLONI: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 1(3), 2828–6863.
- Fitriya. (2023). *Pajak Influencer : Cara Menghitung, Bayar dan Laporan Pajaknya*. Mekari Klik Pajak. <https://klikpajak.id/blog/cara-menghitung-pajak-influencer/>
- Jamilah. (2024). *Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak Content Creator di Kota Parepare*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) PAREPARE.
- Larasati dkk. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1.
<https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>
- Lestari, Nurmantu, & Resista. (2019). Analisis Pelaksanaan Pengawasan Pengenaan Pajak Penghasilan Atas Penghasilan Youtubers Pada Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2018. *Jurnal Reformasi Administrasi*, 6(2), 144–162. <https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/5486>
- Nadila, A., & Silalahi, A. D. (2022). Determinan Motivasi Manajemen Perusahaan Dalam Melakukan Tax Planning. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 3(2), 134–145.
<https://doi.org/10.47065/jbe.v3i2.1728>
- Nazulfa, I., Wulandari, S. D., Masitoh, S., Lorenza, S. D., Hidayat, A., & Pamulang, U. (2021). Tinjauan Pengenaan Pajak Penghasilan atas Aktivitas Endorsement oleh Influencer di Indonesia. *PROSDING PIM (Pekan Ilmiah Mahasiswa)*, 2(1).
- Ningsih, L. T. (2022). *Pengaruh Pengetahuan Perpajakan, Modernisasi Administrasi Pajak, Tarif Pajak, dan Sanksi Perpajakan terhadap Kepatuhan Pajak Adsense (Studi Kasus Para Youtubers di Jawa Tengah)*. IAIN Kudus.
- Subiakta, D. S. (2018). Determinan Motivasi Wajib Pajak Melakukan Perencanaan Pajak (Studi padaWajib Pajak Yang Terdaftar Di Kantor Pelayanan Pajak Madya Denpasar). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.
- Syirat, N. M., Waluyo, & Hermawan, S. (2024). Implementasi Pemungutan Pajak Penghasilan pada Content Creator di Bawah Umur. *Ilmiah*,

Jurnal Pendidikan, Wahana, 10(14), 788–799.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana yang telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Pub. L. No. SK No I15503 A.

Wijaya, S., & Mahatma, E. A. (2017). Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber. *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, 1(2), 125–130. <https://doi.org/10.31092/jmkp.v1i2.145>

Wijayanti, L. E., Kristianto, P., Damar, P., & Wawan, S. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepatuhan Terhadap Pengendalian Intern. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing*, 9(3), 15–28. <https://doi.org/10.55963/jraa.v9i3.485>

Winda Wulandari, Fira Yulianti. (2024). Implementasi Kebijakan Pengenaan Pajak atas Penghasilan Youtuber dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak di Kantor Pusat Direktorat Jenderal PAjak Tahun 2020 s.d 2022. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik Vol*, 4(4), 320–328.