

### BAB III

## KEDUDUKAN HUKUM BAGI *ENDORSER* DAN PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN BAGI *ENDORSER*

### A. Definisi *Endorser*

Pada era yang sudah serba digital ini, banyak cara yang dilakukan oleh produsen untuk mempromosikan produknya, salah satunya adalah dengan memakai jasa *endorser*. Pengertian *endorser* dibagi oleh Shimp ke dalam 2 (dua) jenis, yaitu *typical person endorser* dan *celebrity endorser*. Kedua jenis *endorser* di atas memiliki atribut dan karakteristik yang sama tetapi dibedakan hanya dalam penggunaan orang sebagai pendukungnya, penggunaan dalam kegiatan *endorse* tokoh yang digunakan para pebisnis adalah seorang tokoh terkenal atau tidak. *Celebrity endorser* lebih dipilih dan sukai untuk mengiklankan suatu barang atau produk oleh para agen periklanan. Hal tersebut terjadi karena para selebriti yang menjadi *endorser* memiliki daya tarik tertentu. Daya tarik selebriti tersebut tidak hanya berkaitan dengan daya tarik fisik tetapi juga termasuk karakter yang luhur yang dipersepsikan oleh konsumen dalam diri *endorser* seperti kemampuan intelektual, kepribadian, karakteristik, dan gaya hidup.<sup>36</sup>

Adapun *typical person endorser* yaitu memanfaatkan beberapa orang bukan selebritis untuk menyampaikan pesan mengenai suatu

---

<sup>36</sup> Terence A. Shimp, *Loc.Cit.*

produk. Konsumen yang berpengalaman menggunakan produk akan dituruti pendapatnya oleh calon konsumen.<sup>37</sup>

*Endorser* yang dimaksud adalah promosi yang dilakukan seseorang atau kelompok melalui media sosial, seperti *Instagram*, yang dilakukan dengan memberikan testimoni terhadap suatu produk barang ataupun jasa. Dalam beberapa tahun terakhir, jasa *endorser* marak digunakan. Jasa *endorser* biasanya diberikan oleh selebriti dan juga pengguna akun media sosial *Instagram* yang terkenal, yang biasa disebut *selebgram*.

Menjadi *endorser* saat ini adalah pekerjaan yang banyak orang idamkan karena imbalannya yang fantastis. Namun untuk menjadi *endorser*, tingkat kesulitannya tinggi, karena dituntut kreatifitasnya serta jumlah orang yang melihat *endorser* itu sendiri. *Endorser* adalah salah satu profesi yang jika sukses menjadi hartawan. Salah satu contoh sukses misalnya adalah Ria Ricis, *Endorser* kelahiran tahun 1995 salah satu *influencer* dengan jumlah pengikut dan pelanggan terbanyak di Indonesia saat ini bisa mendapatkan pendapatan per bulan pada kisaran 7 ribu hingga 124 ribu dolar AS atau setara Rp.98 juta hingga Rp1,7 miliar. Sementara per tahun, dari perhitungan otomatis di kanal *YouTube*, Ria Ricis bisa mengantongi 93 ribu hingga 1,5 juta dolar AS atau setara Rp1,3 miliar hingga Rp21 miliar.

*Influencer* adalah orang-orang yang punya *followers* atau *audience* yang cukup banyak di *social media* dan mereka punya pengaruh yang kuat terhadap

---

<sup>37</sup> Wiryawan Driya, *Loc. Cit.*

*followers* mereka, seperti artis, *selebgram*, *blogger*, *youtuber*, dan lain sebagainya.

Dengan pendapatan yang bisa mencapai angka fantastis tersebut, kegiatan *endorser* memang sangat menjanjikan. Dilihat dari sudut pandang perpajakan, hal ini menjadi perhatian tersendiri karena dengan angka pendapatan yang tinggi, tentu potensi perpajakannya juga tinggi. Pemajakan atas artis menjadi fokus Direktorat Jenderal Pajak saat ini.

## **B. Kedudukan Hukum *Endorser* Dalam Hukum Pajak**

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tidak memberikan definisi yang detail mengenai profesi *endorse* . Penjelasan Pasal 21 ayat (1) huruf a Undang-Undang PPh hanya menggunakan artis sebagai salah satu contoh umum penerima penghasilan yang termasuk kategori bukan pegawai dan wajib dipotong pajak penghasilan atas imbalan yang diberikan oleh pemberi kerja. Kutipan lengkap dari penjelasan tersebut adalah sebagai berikut:

Pemberi kerja yang wajib melakukan pemotongan pajak adalah orang pribadi ataupun badan yang merupakan induk, cabang, perwakilan, atau unit perusahaan yang membayar atau terutang gaji, upah, tunjangan, honorarium, dan pembayaran lain dengan nama apa pun kepada pengurus, pegawai atau bukan pegawai sebagai imbalan sehubungan dengan pekerjaan, jasa, atau

kegiatan yang dilakukan. Dalam pengertian pemberi kerja termasuk juga organisasi internasional yang tidak dikecualikan dari kewajiban memotong pajak. Yang dimaksud dengan "pembayaran lain" adalah pembayaran dengan nama apa pun selain gaji, upah, tunjangan, honorarium, dan pembayaran lain, seperti bonus, gratifikasi, dan tantiem. Yang dimaksud dengan "bukan pegawai" adalah orang pribadi yang menerima atau memperoleh penghasilan dari pemberi kerja sehubungan dengan ikatan kerja tidak tetap, misalnya artis yang menerima atau memperoleh honorarium dari pemberi kerja.<sup>38</sup>

Lebih lanjut dalam dijelaskan dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-16/PJ/2016 tentang Pedoman Teknis Tata Cara Pemotongan, Penyetoran dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21 dan/atau Pajak Penghasilan Pasal 26 Sehubungan dengan Pekerjaan, Jasa, dan Kegiatan Orang Pribadi, Pemerintah cenderung membatasi definisi *endorser* ke dalam kategori bukan pegawai yang menerima atau memperoleh penghasilan sehubungan dengan pekerjaan, jasa, atau kegiatan meliputi pemain musik, pembawa acara, penyanyi, pelawak, bintang film, bintang sinetron, bintang iklan, sutradara, kru film, foto model, peragawan/peragawati, pemain drama, penari, pemahat, pelukis, dan seniman lainnya. Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa ketentuan yang mengatur aspek perpajakan untuk endorser dalam peraturan perpajakan Indonesia masih minim. Dapat dikatakan bahwa sistem perpajakan Indonesia tidak memberikan perlakuan secara khusus untuk

---

<sup>38</sup> [www.Ortax.com](http://www.Ortax.com), *Loc.Cit.*

*endorser*. Seperti profesi lainnya, penghasilan yang diterima oleh *endorser* merupakan objek PPh Pasal 21 yang wajib dipotong oleh pemberi kerja apabila pekerjaan dilakukan oleh artis sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi dan objek PPh Pasal 23 apabila pekerjaan dilakukan melalui Wajib Pajak Badan seperti perusahaan *agency*, *artist management* atau *event organizer*. Sehubungan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018 tentang Pajak Penghasilan yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu, yang menyebutkan bahwa jasa sehubungan dengan pekerjaan bebas meliputi:

1. tenaga ahli yang melakukan pekerjaan bebas, yang terdiri dari pengacara, akuntan, arsitek, dokter, konsultan, notaris, penilai, dan aktuaris;
2. pemain musik, pembawa acara, penyanyi, pelawak, bintang film, bintang sinetron, bintang iklan, sutradara, kru film, foto model, peragawan/peragawati, pemain drama, dan penari;
3. olahragawan;
4. penasihat, pengajar, pelatih, penceramah, penyuluh, dan moderator;
5. pengarang, peneliti, dan penerjemah;
6. agen iklan;
7. pengawas atau pengelola proyek;
8. perantara;
9. petugas penjaja barang dagangan;
10. agen asuransi; dan

11. distributor perusahaan pemasaran berjenjang (multilevel marketing) atau penjualan langsung (direct selling) dan kegiatan sejenis lainnya.

### C. Hasil *Interview* Pajak Penghasilan Terhadap *Endorser*

Mengacu kepada hasil *interview* yang dilakukan dengan Yon Arsal Direktur Potensi Kepatuhan dan Penerimaan Pajak, Direktorat Jendral Pajak. *Interview* membahas mengenai seputar Pajak atas *Selebgram* dan Aktivitas *Endorsement* yang akhir-akhir ini menjadi banyak perbincangan di berbagai media.

Pada prinsipnya sebenarnya pemungutan pajak penghasilan terhadap *endorser* sebenarnya kembali kepada pemungutan pajak penghasilan pada umumnya. Tidak dibedakan secara spesifik sebagai suatu pajak atas *selebgram*. Pemungutan pajak penghasilan terhadap *endorser* pada prinsipnya sama saja dengan prinsip pajak PPh di PPh Pasal 4 bahwa segala macam penghasilan, penghasilan itu adalah segala macam tambahan kemampuan ekonomis dengan cara dan bentuk apapun, dalam nama dan bentuk apapun.

Hal ini dimaksudkan agar perkembangan teknologi terakhir yang menyebabkan banyaknya perubahan media orang memperoleh penghasilan, tetapi pada prinsipnya tetap penghasilan. Sehingga dengan demikian bukan suatu hal yang baru pemungutan pajak penghasilan terhadap *endorser*, tetapi ini hanya sebagai model baru saja dari cara memperoleh penghasilan. Hampir sama sepanjang para *endorser* tetap memperoleh penghasilan, maka akan tentu

berlaku pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Kemudian para *endorser* ini juga, Direktorat Jendral Pajak sebenarnya sudah melakukan banyak kajian terkait, khusus dengan *endorser* sebenarnya. Terdapat tim khusus juga di Direktorat Jendral Pajak sejak tahun 2013 yang dibentuk untuk melakukan kajian dan penelitian mendalam terkait dengan perpajakan secara online. Tim yang sudah jalan sejak 2013, 2014, 2015, sudah banyak yang Direktorat Jendral Pajak lakukan.

Memang bahwa 2018 ini *endorser* itu menjadi marak. Seperti ada sesuatu yang baru. Sebelumnya kita hanya mengenal transaksi online yang sekarang sudah keliatan menjadi internasional. Seperti *online marketplace*, kemudian *classified ads*, kemudian *daily coupon* dan sebagainya itu malah menjadi biasa sekarang. Setahun ini ada tiba-tiba muncul para *endorser*. Nah ini menjadi *issue* yang memang Direktorat Jendral Pajak kaji terus, mereka petakan terus pemain-pemainnya, untuk memastikan bahwa apakah mereka sudah membayar pajaknya sesuai dengan ketentuan yang berlaku atau tidak.

Pada dasarnya karena ini kembali kepada penghasilan setiap orang yang mempunyai tambahan kemampuan ekonomis dapat berarti wajib membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Sepanjang yang memperoleh penghasilan sudah memenuhi kriteria ada objeknya dan di atas PTKP tentu dia harus bayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku itu sebenarnya prinsip pajak penghasilan. Karena media orang bertransaksinya sekarang baru sehingga kita tentu harus mengikutinya dengan ide-ide pengawasan yang baru.

Direktorat Jendral Pajak tidak bisa mengandalkan strategi yang lama. Karena para *endorser* memakai metode atau media yang berbeda dan kita coba bandingkan sebenarnya *endorser* ini sebagai contoh kalau Direktorat Jenderal Pajak memandangnya apakah baru atau tidak sama dengan *online marketplace*. Kalau menurut Direktorat Jendral Pajak tidak ada perbedaan antara orang yang berdagang di tanah abang, buka toko secara fisik dengan orang yang berdagang di *online marketplace*, buka toko tapi di secara *online*. Bedanya yang satu punya toko, yang satu tidak punya toko. Tetapi pada prinsipnya perdagangan dilakukan dengan cara yang sama, dia mentransaksikan barang sehingga perlakuan pajaknya sama. Sehingga pada dasarnya sama dengan *endorser* sebenarnya. Direktorat Jendral Pajak menyatakan bahwa *endorser* itu sebenarnya memiliki fungsi membantu pemasaran produk, sehingga sebenarnya kalau kita dalam konteks bisnis biasa tenaga *marketing* sebenarnya. Jadi objek pajak seperti yang didapat oleh *endorser* sudah dikenal sejak lama, itu dilakukan baik oleh badan, dilakukan baik oleh orang pribadi. Jadi sebenarnya kalau menurut perspektifnya Direktorat Jenderal Pajak memang bukan sesuatu hal yang baru. Memang pengawasannya baru, ya pengawasannya modelnya harus baru karena memakai media yang berbeda.

Berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh tim Direktorat Jendral Pajak, sekarang mulai memahami kembali aktivitas bisnis yang baru modelnya. Ternyata dalam konteks *endorser* yang kami pahami bahwa ini melibatkan banyak pihak sebenarnya. Yang pertama tentu pihak yang mempunyai produk.



Dalam pihak yang mempunyai produk ini ternyata dalam hasil kajian kami dia bisa menghubungi *endorser* bisa secara langsung kepada *endorser* yang bersangkutan, bisa juga melewati agen, agen atau seperti manajemen artis saja seperti biasa. Biasanya bagi *celebrity endorser* dalam manajemen artis nanti manajemen artisnya yang meng-*contact* selebgram yang bersangkutan. Nah dalam konteks ini tentu perlakuan perpajakan sebenarnya standar saja, kalau misalnya *endorser* lewat agen yang merupakan *corporate* pada dasarnya *endorser* tentu dipotong PPh pasal 23. Tapi kalau misalnya *endorser* lewat artis langsung, ini juga kita petakan ada yang disebut dengan *paid endorsement* ada yang disebut *paid promote*.

Dalam praktik *endorser* terdapat *celebrity endorser* atau *endorser* yang bersangkutan memakai produk yang bersangkutan, adapula yang cuma sekedar memberikan promosi karena sepemahaman kita. Sehingga, dengan demikian perlakuan perpajakannya juga sama, pada akhirnya akan dipotong Pph. Jika pemberi penghasilan dalam hal ini perusahaan itu adalah merupakan berkewajiban memotong PPh Pasal 21 ya dia harus potong PPh Pasal 21 jika tidak, maka berarti para *endorser* yang bersangkutan tentu harus melaporkan penghasilan yang diterima di SPT-nya di akhir tahun,. Dan sangat menarik sebenarnya jika dilihat dari beberapa yang sudah Direktorat Jendral Pajak gali penghasilannya memang luar biasa. Baik itu *selebgram*, *youtubers*, serta *endorser* yang sudah terima, memperoleh penghasilan seperti yang sudah Direktorat Jendral Pajak lakukan penggalian. Terdapat beberapa orang yang

mungkin *selebgram* juga, *youtubers*, serta *endorser* juga, ada yang artis. Hal ini memang sebenarnya justru menghimbau juga, artinya jangan sampai lupa bahwa mereka walaupun penghasilannya sudah dipotong oleh pemberi kerja ataupun baik itu perusahaan langsung ataupun manajemen artis, itu jika digabungkan penghasilan di akhir tahun kan tidak tentu, kemungkinan masih terdapat kurang bayar pajak. Jadi Direktorat Jendral Pajak mengingatkan juga kepada para *selebgram* bahwa kewajibannya tidak hanya dipotong PPh, tetapi juga harus melaporkan dan harus dihitung kembali seluruh penghasilannya di akhir tahun. Jika ada kurang bayar maka harus dibayarkan, kalau memang ternyata lebih bayar ya bisa dimintakan restitusi.

Dalam konteks ini tentunya yang paling menjadi krusial sebagaimana juga di dalam konteks perpajakan kita secara umum, *self assessment system*, tentu perlu data pembanding. Hal ini menjadi satu hal yang krusial, untuk data *endorser* atau aktivitas *endorsement* ini sebagian besar data pembandingnya bisa kita peroleh internet sebenarnya. Setidaknya kita bisa tahu *endorser* ini mempromosikan barang apa. Setelah itu akan kita coba cek kalau memang sudah ada informasi tinggal dibandingkan dengan kewajiban. Kalau *endorser* lewat manajemen artis misalnya, kita cek saja di laporannya manajemen artis apakah sudah melakukan pemotongan atas penghasilan yang diterima oleh *selebgram* bersangkutan atau kalau dia memperoleh pekerjaan ini, *project* ini, langsung dari perusahaan kita akan coba cek juga di perusahaan yang

bersangkutan apakah dia juga sudah dilakukan pemotongan, apakah perusahaan yang bersangkutan sudah melakukan pemotongan atau tidak.

Memang hal ini menjadi *issue* jika seandainya *endorser* memperoleh penghasilan ini terus berasal dari atau tidak dilakukan pemotongan oleh si pihak yang memberikan penghasilan. Tetapi Direktorat Jendral Pajak saat ini sedang melakukan tahapan melakukan *profiling*, memetakan kurang lebih siapa saja yang terlibat atau siapa saja yang ikut dalam aktivitas *endorsement* atau *selebgram* ini dan jika tidak salah di tim Direktorat Jendral Pajak telah menemukan ratusan yang sudah berhasil kita petakan *endorser* dan *youtubers*-nya. Dipetakan juga kemungkinan berapa potensi penghasilan yang mereka peroleh. Dengan demikian nanti tentu tinggal dicarikan data pembandingnya saja. Hal ini mungkin tidak bisa dilakukan sekarang juga karena aktivitas ini baru dilakukan mulai tahun 2016. Kita tentu harus menunggu dulu sampai dengan setidaknya SPT-nya masuk. Setelah itu baru dilakukan pengecekan, data kita dengan SPT-nya Wajib Pajak yang bersangkutan cocok atau tidak. Kalau tidak cocok nanti akan dilakukan tahapan yang berlaku secara umum. Hal ini dilakukan himbauan atau kita konseling lebih dulu, kemudian baru ke tahapan-tahapan selanjutnya. Jadi jika prosedurnya sekarang memang yang dilakukan masih dalam tahap kajian, pemetaan pemain atau pelaku-pelaku yang ada di *endorsement* dan *selebgram*, nanti akan kita bandingkan dengan data kita yang ada dengan SPT yang mereka laporkan.

Sehingga, Yon Arsal menjelaskan saat ini ketentuan pajak bagi para penggiat media sosial masih memakai ketentuan yang sama, yakni Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Merujuk kepada hasil *interview* dengan Ahmad Taufiq dari Direktorat Jendral Pajak, menjelaskan mengenai perhitungan pajak penghasilan bagi *endorser*. Beliau menyebutkan, penerapan Pph terhadap *endorser* saat ini dapat menggunakan akuntansi atau dengan menggunakan jasa konsultan pajak dan menghitungnya dengan norma. Saat ini para *endorser* lebih memilih menggunakan norma.

Jika merujuk pada Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto, Ria Ricis dan Kevin Hendrawan serta *influencer* dan *endorser* lain bisa masuk ke dalam dua opsi tergantung Kantor Pelayanan Pajak menilai profesi mereka sebagai apa. Opsi pertama adalah "kegiatan hiburan, seni, dan kreativitas lainnya" dengan besaran norma 35% dan opsi kedua adalah "kegiatan pekerja seni" dengan norma 50%. Sebagaimana tercantum dalam Lampiran I nomor urut 1341 sampai 1346 Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto.

Ahmad Taufik memberikan contoh secara umum, Ria Ricis misalnya, yang memiliki penghasilan hingga Rp21 miliar per tahun menurut Socialblade.com, jika memakai norma PPh 35%, pajak yang harus disetorkan per tahun bisa mencapai Rp2 miliar. Sementara jika menggunakan norma PPh

pekerja seni konvensional sebesar 50 persen, negara bisa mengantongi pajak dari sang *endorser* itu sebesar Rp3 miliar per tahun.

Kevin Hendrawan memiliki lebih dari 746 ribu *follower* atau *audience* menurut [socialblade.com](http://socialblade.com). Estimasi pendapatannya dapat mencapai Rp3 miliar per tahun. Jika dihitung dengan norma PPh 35 persen, pajak yang harus dibayarkan Kevin sebesar Rp172,350 juta per tahun atau Rp14,362 juta per bulan.

Sementara jika berdasarkan pengakuan Kevin yang digolongkan artis oleh pihak Dirjen Pajak, norma PPh yang berlaku baginya lebih besar, yakni 50 persen. Artinya, bisa saja harus membayar hingga Rp25 juta per bulan atau Rp300 juta per tahun.