

Penggalian Potensi Pajak Para Youtuber Menggunakan metode *Web scrapping*

Muhammad Taufiq Budiarto

Pusdiklat Pajak, jalan Sakti Raya No.1 kemanggisan, jakarta Barat
topx.tb@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia in the digital era has the potential to become a powerhouse for the world's digital economy. The interesting thing from various types of the most popular social media data is seeing YouTube. Content creators earn money based on the number of viewers who view or access advertisements in their video uploads. In several training sessions there were many questions from participants, how to quickly get data on YouTuber's income. One of the methods of finding data is the web scrapping method and analyzing the data with socialblade. This writing aims to determine the technique of searching for data through web scrapping from a YouTuber account by analyzing further with socialblade data. Furthermore, you can calculate the potential tax on income received from YouTubers. This writing uses a descriptive exploratory approach. The expected concrete result is to compare internal data in the form of income reported by Tax Return (SPT) with estimated Youtuber's income. These results can be followed up with persuasive appeals to make corrections to the Tax Return (SPT) or register a new Taxpayer Identification Number (NPWP).

Keywords: Potential Mining, web scrapping, social blade, youtube

ABSTRAK

Indonesia di era digital telah berpotensi untuk menjadi *powerhouse* bagi ekonomi digital dunia. Hal yang menarik ternyata jenis data sosial media terpopuler adalah melihat youtube . Para *content creator* mendapatkan uang berdasarkan seberapa jumlah penonton yang melihat atau mengakses iklan di unggahan videonya. Dalam beberapa kali diklat banyak pertanyaan dari peserta, bagaimana cara mendapatkan data dengan cepat penghasilan youtuber. Salah satu metode mencari data adalah dengan metode *web scrapping* dan menganalisa data dengan socialblade. Penulisan ini bertujuan mengetahui teknik pencarian data melalui *web scrapping* dari akun youtuber dengan menganalisa lebih lanjut dengan data socialblade. Selanjutnya bisa menghitung potensi pajak atas penghasilan yang diterima dari para youtuber. Penulisan ini menggunakan metode pendekatan deskriptif eksploratif . Hasil konkrit yang diharapkan adalah dengan membandingkan data internal berupa penghasilan yang dilaporkan SPT dengan estimasi penghasilan Youtuber. Hasil tersebut dapat ditindaklanjuti dengan himbauan secara persuasif untuk melakukan pembetulan SPT atau pendaftaran NPWP baru.

Kata kunci : Penggalian Potensi, *web scrapping*, *social blade*, youtube

1.PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi seperti sekarang ini, teknologi berkembang dengan sangat pesat. Pertukaran informasi yang terjadi di dunia pun semakin terasa tanpa batas. Pertukaran informasi tersebut didukung juga dengan berkembangnya internet sebagai sumber informasi yang tidak terbatas. Perkembangan bisnis teknologi, pertukaran informasi, serta internet ini menciptakan banyak sekali potensi bisnis baru yang juga sangat menjanjikan. Ada saja hal baru yang diperbincangkan setiap orang tentang inovasi serta tren terbarunya. Fenomena itu bisa ditinjau dari sisi *hardware* seperti *smartphone* atau media sosial yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi sangat cepat.

Youtube sebagai salah satu media berbagi video di internet sudah merajai industri ini semenjak beberapa tahun silam. Kebijakan yang telah dibuat sedemikian rupa memberikan peluang kepada para *content creator* bakal mendapatkan uang berdasarkan seberapa banyak jumlah penonton yang melihat atau mengakses iklan di unggahan videonya. Jadi intinya semakin banyak jumlah penonton yang melihat iklan maupun mengklik iklannya, akan semakin banyak juga pendapatan yang diberikan Youtube kepada para pemilik akun.

Berbagai jenis video bisa kita temukan di YouTube, mulai dari video tutorial, video musik, video berita, video humor, video tentang sains dan teknologi, video dokumentasi seseorang

ketika berlibur, video cuplikan film, dan banyak video lainnya. Jika kita membuka situs YouTube, maka kemungkinan besar kita akan melihat iklan di sana, baik itu di bagian videonya ataupun di bagian side bar. Iklan tersebut biasanya tampil pada video-video yang jumlah view-nya banyak. Penghasilan yang diperoleh pemilik video ini berasal dari klik iklan atau jumlah *views* iklan yang muncul di video tersebut.

Dengan demikian, youtuber telah menjadi sebuah pekerjaan yang dipertimbangan tidak hanya oleh orang dewasa, bahkan pekerjaan ini dicita-citakan menjadi karir masa depan oleh anak-anak kecil zaman sekarang. Seperti anak bernama Fadila di Pekanbaru, Riau tentang apa cita-citanya, dia menyampaikan bahwa cita-citanya ingin menjadi Youtuber dan bila *subscriber*-nya banyak dia akan dapat menghasilkan uang (detikNews, 2017). Bahkan ada seorang simbah minto yang “mendadak jadi Youtuber: setelah video tentang gagal mudik dan Teh Ha Er menjadi viral menjelang lebaran 1441H. Penghasilan mereka selain dari bertambah jumlah *subscriber* dan *viewer* juga dari jumlah pemasangan iklan langsung melalui konten yang diparodikan mulai dari perbankan BUMN, maupun toko dan resto sekitar Klaten Solo dan Jogja.

Baru-baru ini The Sun merilis 10 Youtuber dengan penghasilan tertinggi di dunia. Yang mengejutkan, Atta Halilintar, Youtuber asal Indonesia berada dalam rangking ke-8 dalam daftar itu. Selanjutnya Kompas.com merangkum lima YouTuber Indonesia berpenghasilan tertinggi saat ini. Urutan tersebut ditentukan oleh situs penghitung perkiraan pendapatan akun YouTube, Nox Influencer, per 7 Oktober 2019. Dengan mengalikan rata-rata estimasi Cost Per Mile (CPM) terendah dan CPM tertinggi suatu akun, dengan jumlah *viewer* yang didapatkan YouTuber per hari ini adalah lima Youtuber Indonesia yang memiliki penghasilan tertinggi dengan urutan sebagai berikut : Rans Entertainment, Atta Halilintar, Arif Muhammad, Ria Ricis, dan Raditya dhika.

Banyak media yang mengulas peringkat peringkat penghasilan berdasarkan jumlah *subscriber* maupun jumlah *viewer* sehingga bisa diketahui estimasi penghasilan yang diterima setiap bulan atau kuartal. Peringkat ini selalu berubah-ubah. Berikut salah satu data peringkat penghasilan youtuber tertinggi akhir 2019 antara lain:

Tabel 1. Daftar Peringkat 10 Besar Penghasilan Youtuber Tertinggi Akhir 2019

Sumber : (<https://gaya.tempo.co/read/1289071/10-youtuber-indonesia-dengan-penghasilan-paling-tinggi-di-2019/full&view=ok> doakses tanggal 23 Juni 2020

Nama Youtuber	Estimasi Penghasilan	Nama Youtuber	Estimasi Penghasilan
1. Zuni and Fam	193,2 M	6. Praya Brother	58,8M
2. DeHakims	84 M	7. Ria Ricis	47.7M
3. Rans Entertn'	84 M	8. Arif Muhammad	46 M
4. Baim Paula	71 M	9. Atta halilintar	44 M
5. Gen Halilintar	63 M	10. Deddy Corbuzier	43 M

Peringkat 10 besar Youtuber papan atas tersebut, sangat fluktuatis tergantung materi atau konten yang diupload sehingga menjadi viral. Misalnya seorang Deddy Corbuzier baru bulan april menjelang lebaran mewancarai mantan Menkes yang masih dalam proses asimilasi, karena materi terkait kebijakan Covid-19 dan ada unsur politisasi sehingga jumlah *viewer* melonjak tajam. Bagi youtuber papan tengah misalnya didi kempot pasca meninggal juga meningkat drastis jumlah *viewer*.

Sumber Penghasilan bisa dihitung dari jumlah *viewer* yang didapatkan YouTuber . Selain itu berdasarkan nilai *cost per click* (CPC) dan *revenue per mille impression* (RPM), pendapatan AdSense itu juga tergantung negara, kategori video, jumlah penayangan, dan asal traffic. Kita memperkirakan pendapatan YouTuber karena bisa menghitungnya lewat kalkulator estimasi pendapatan channel Youtube. Salah satunya adalah *Socialblade*. Lewat aplikasi ini, sebuah channel bisa dilihat potensi pendapatannya. Akan tetapi, *Socialblade* hanya menghitung estimasi, bukan pendapatan secara real. YouTuber memang mendapat penghasilan dari Google AdSense, sebuah sistem iklan yang dimiliki Google. Iklan akan tayang pada video-video yang layak *dimonetasi*. Namun soal hitungan berapa pendapatan iklan, Google punya algoritma sendiri, yang sayangnya tidak sama bagi semua *channel*.

Salah satu metode mencari data adalah dengan metode *web scrapping* dan menganalisa data dengan *socialblade*. Untuk itu dalam penelitian ini akan dibahas dari *socialblade* yang hasilnya dapat digunakan untuk menggali potensi perpajakan. *Web scrapping* adalah proses pengambilan sebuah dokumen semi-terstruktur dari internet, umumnya berupa halaman-halaman web dalam bahasa HTML atau XHTML, dan menganalisis dokumen tersebut untuk diambil data tertentu saja dari halaman tersebut (Turland, 2010).

Web scrapping dan penghasilan pajak telah menarik minat peneliti untuk mengkajinya secara lebih mendalam dengan mengangkat berbagai topik penelitian. Topik-topik yang sudah banyak dikaji antara lain terkait dengan teknik pengambilan data secara *ra* (Suwiyanto, 2018); Tulisan lain adalah skripsi Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Persepsi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta ,2018) oleh Ulfa Dwi Solikhah, poin poin yang diteliti adalah sumber penghasilan dari para youtuber dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan. Juga terdapat jurnal Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber, oleh Suparna Wijaya dan Eka Abid Mahatma, Politeknik Keuangan STAN (2017). Tulisan lain adalah Menelisik Potensi Perpajakan Social Media Influencer yang dimuat dalam pajak.go.id oleh Inas Aulia Rifai Ramadhani, pegawai Direktorat Jenderal Pajak. . Selanjutnya tulisan Pengenaan Pajak Penghasilan Bagi Youtuber Di Indonesia ,Irvan Dermawan Penulis adalah mahasiswa aktif fakultas hukum universitas sriwijaya (2019) Akan tetapi dari lima tulisan tersebut belum terdapat penelitian yang menerapkan teknik *web scrapping* dan *socialblade* untuk tujuan penggalan potensi pajak dari para Youtuber.

Dari uraian tersebut dapat dirumuskan permasalahan bahwa beberapa Kantor Pelayanan Pajak tempat para Youtuber tersebut terdaftar sebagai Wajib Pajak, petugas pajak masih banyak yang kesulitan untuk menggali informasi pendapatan mereka secara cepat dan efisien. Kebanyakan masih mengandalkan cara konvensional atau manual mengambil data melalui situs dengan browsing dan copy paste. Hal ini antara lain teridentifikasi dari banyaknya pertanyaan peserta diklat baik Diklat Manajemen pengawasan dan konsultasi, maupun Diklat teknis substantive Account representative, bahkan dalam lokakarya perpajakan tentang bagaimana cara mendapatkan data dengan cepat tentang penghasilan mereka dari Video yang diupload di youtube. Pertanyaan tersebut erat kaitannya dengan berapa jumlah penghasilan yang diterima para youtuber dari jumlah scribe, jumlah view, jumlah like, dan mengetahui kapan youtube tersebut diupload. Jika mereka mencari data tersebut secara manual, maka akan tenaga ekstra dan waktu yang lama. Atau menunggu data yang diberikan dari kantor Pusat maupun dari kanwil.

Melihat betapa besarnya penghasilan yang mereka dapatkan dengan menjadi social media influencer, Direktorat Jenderal Pajak sebaiknya tidak luput untuk mengawasi aspek perpajakan para social media influencer ini, karena sekarang semua orang bisa menjadi social media influencer dengan bermodalkan smartphone dan jaringan internet. Direktorat Jenderal

Pajak memang telah memiliki sistem yang digunakan untuk memantau sosial media wajib pajak, yang dikenal dengan nama SONETA atau *Social Networks Analytics*.

Dengan SONETA, Ditjen Pajak dapat menyandingkan data PPh atau PPN dengan media sosial yang ada. Namun, pegawai pajak harus tetap waspada untuk mengawasi perkembangan social media influencer di tiap tiap platform media sosial. Selain itu, karena semakin populer nya media sosial di segala kalangan, terutama anak-anak dan remaja, semakin banyak pula anak-anak dan remaja yang ingin menjadikan social media influencer sebagai mata pencaharian, dan akan semakin banyak pula orang dengan profesi sebagai selebgram atau youtuber.

Masalah diuraikan diatas dapat dirumuskan menggunakan pertanyaan berikut: bagaimana metode *web scrapping* ini dapat digunakan dalam penarikan data para Yotuber dari Youtube dengan membandingkan hasil analisis data dari socialblade untuk tujuan penggalan potensi pajak.

Penulisan ini bertujuan menjelaskan teknik pencarian data melalui *web scrapping* bagi para youtuber dengan menganalisa lebih lanjut dengan data *socialblade*, sehingga dapat diolah oleh para Account Representative menjadi potensi pajak atas penghasilan yang diterima dari para youtuber, *influencer* maupun selebgram.

Dengan demikian penulisan tentang pencarian data dengan metode *web scrapping* dengan menganalisis data membandingkan data *social blade* ini akan bermanfaat bagi DJP dalam penggalan potensi pajak para Youtuber dan memberi kontribusi secara akademis berupa cara penggunaan *web scrapping* dalam penagambilan data dalam situs web Youtube.

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam memungut pajak, institusi pemungut pajak dalam hal ini DJP hendaknya memerhatikan berbagai faktor yang selanjutnya dikenal sebagai asas pemungutan pajak. Pada uraian di bawah ini disajikan berbagai asas pemungutan pajak menurut para ahli ekonomi. Adam Smith (1723-1790) dalam bukunya *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (terkenal dengan nama *Wealth of Nations*) mengemukakan empat asas pemungutan pajak yang lazim disebut "*The Four Cannons Maxims Taxation*".

Dalam teori yang disampaikan Adam Smith :

1. Asas *Equality*, pemungutan pajak yang dilakukan oleh negara harus sesuai dengan kemampuan dan penghasilan wajib pajak. Negara tidak boleh bertindak diskriminatif terhadap wajib pajak.
2. Asas *Certainty*, semua pungutan pajak harus berdasarkan UU, sehingga bagi yang melanggar akan dapat dikenai sanksi hukum.
3. Asas *Convinience of Payment*, pajak harus dipungut pada saat yang tepat bagi wajib pajak (saat yang paling baik), misalnya disaat wajib pajak baru menerima penghasilannya atau disaat wajib pajak menerima hadiah.
4. Asas *Efficiency*, biaya pemungutan pajak diusahakan sehemat mungkin, jangan sampai terjadi biaya pemungutan pajak lebih besar dari hasil pemungutan pajak.

Dalam Asas kesamaan (*equality*) dan keadilan (*equity*) dalam The Four Maxim tidak memperbolehkan suatu negara mengadakan diskriminasi di antara sesama wajib pajak. Dalam keadaan yang sama, para wajib pajak harus dikenakan pajak yang sama pula.

Berdasarkan teori tersebut penulis sangat tertarik melakukan kajian bahwa penghasilan yang diterima setiap warga Negara baik para youtuber, influencer dan selebgram harus dikenakan pajak, tanpa kecuali, dan diskriminatif. Oleh sebab itu untuk menggali penghasilannya, maka diperlukan sebuah metode pencarian data yang lebih efektif dengan menggunakan webscrapping dan *social blade* untuk dianalisa lebih lanjut dengan data internal sehingga. Menjadi potensi pajak.

Dari keempat asas tersebut yang lebih relevan adalah *Asas Efficiency*, yaitu biaya pemungutan pajak diusahakan sehemat mungkin, jangan sampai terjadi biaya pemungutan pajak lebih besar dari hasil pemungutan pajak. Hal ini terkait bahwa teknik penarikan data estimasi penghasilan para Yotuber dari situs Youtube dengan membandingkan hasil analisis data dari socialblade akan lebih hemat biaya, dan data lebih cepat perolehan daripada menunggu data yang diberikan (*internal given*) dari KPDJP atau Kanwil DJP. Selain itu seorang AR atau fungsional pemeriksa tidak perlu terjun verifikasi atau pemeriksaan lapangan.

Apabila data diperoleh sangat kongkrit maka bisa ditindaklanjuti dengan pengiriman Surat Permintaan Penjelasan Data dan Keterangan (SP2DK) atau himbauan pembetulan SPT, bahkan bisa ditindaklanjuti dengan pemeriksaan. Akan tetapi apabila Yotuber belum berNPWP maka dapat dihimbau untuk mendaftarkan sebagai Wajib Pajak.

2.1 .1. Youtube dan Mekanisme untuk Menghasilkan Pendapatan

Youtube adalah situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa 'gambar bergerak' dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Youtube merupakan perusahaan yang mengumpulkan koleksi *user generated content* yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Memuat ribuan film pendek, episode televisi, dan ratusan film *full-length*.

Dengan banyaknya pengguna youtube di Indonesia menimbulkan hobi baru yang dapat menciptakan penghasilan baru bagi para pengguna youtube tersebut. Youtube merupakan suatu wadah untuk menciptakan suatu popularitas baru dengan bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan. Tidak sedikit para artis televisi berpindah haluan menjadi artis youtube dikarenakan youtube lebih diminati oleh masyarakat daripada televisi, hal ini sesuai dengan slogan dari youtube itu sendiri yaitu "youtube lebih dari sekedar TV".

Yotuber merupakan sebutan bagi para pemilik akun youtube yang aktif mengunggah video di youtube tersebut. Yotuber dapat berbentuk orang pribadi atau individu, kelompok ataupun perusahaan besar yang menggunakan youtube sebagai media untuk memperkenalkan dirinya baik barang atau jasa yang diperjualbelikan. Tidak sedikit yotuber yang menyebut dirinya sebagai influencer marketing yang bekerja pada bidang memasarkan suatu barang atau jasa di media sosial khususnya youtube. Dikarenakan hal ini membuat popularitas youtube menjadi lebih meningkat karena menambah variasi di setiap tampilannya.

AdSense merupakan program kerjasama periklanan melalui media internet yang diselenggarakan oleh Google. Dengan AdSense, pemilik situs dapat memasang iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka apabila sudah mendaftar dan disetujui keanggotaannya. Pemilik situs web atau blog mendapatkan pemasukan yang berasal dari pembagian keuntungan setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal sebagai sistem *Pay Per Click* (PPC) atau bayar per klik. Iklan yang muncul bermacam-macam jenisnya, bisa berupa teks, gambar, bahkan video (Rusdianto, 2010). Google AdSense menyediakan cara bagi pemilik situs web untuk mendapatkan uang dari konten online mereka. Iklan tersebut dibuat dan dibayar oleh pengiklan yang ingin mempromosikan produk mereka. Karena para pengiklan membayar iklan yang berbeda dengan harga berbeda, maka jumlah yang peroleh tidak akan sama

2.2.1.a. Pembayaran dari Youtube

Ada beberapa tipe cara pembayaran jenis iklan yang ditayangkan dalam video. Perincian pembayaran berdasarkan ketentuan yang telah diberlakukan oleh pihak AdSense Youtube sebagai berikut (support.google.com/adsense):

1. *Cost Per View* (CPV)

Pembayaran untuk iklan sepanjang 15-30 detik yang sering dilihat sebelum video dimulai. Iklan ini bisa dilewati (*Skip to add*), namun ada juga yang tidak bisa dilewati. Apabila dilewati, pihak pengiklan tidak membayar dan pihak pengunggah video tidak mendapat bayaran.

2. *Cost Per Impression (CPI)*

Pembayaran untuk iklan yang ditampilkan dalam bentuk banner yang disematkan dalam video seperti iklan bergambar, iklan hamparan dan kartu sponsor. Pihak pengiklan akan membayar sesuai dengan jumlah pengunjung yang melihat iklan tersebut. Iklan CPI sering digunakan sebagai pengenalan branding produk baru. Tujuannya adalah agar produk sering dilihat dan dikenal secara luas.

3. *Cost Per Click (CPC)*

CPC adalah cara *Youtube* membayar pihak pengunggah video sebagai penayang iklan yang paling umum. CPC dihitung berdasarkan jumlah klik pengunjung pada iklan. Apabila pengunjung tidak mengklik iklan, maka pihak pengiklan tidak membayar dan pengunggah video juga tidak menerima pembayaran.

istem monetisasi dan cara *Youtube* membayar akan berjalan secara otomatis. Dalam hal ini secara otomatis pula pihak pengunggah sudah bisa melihat dan memantau penghasilan melalui *Dashboard Youtube Analytic*. Dalam *dashboard analytic* pengunggah dapat langsung melihat penghasilan serta jumlah pengunjung setiap harinya (support.google.com/youtube). Hal tersebut dapat dilihat seperti pada lampiran gambar 1

Salah satu unsur yang paling penting dari pajak adalah penghasilan yang dimiliki Wajib Pajak. Seorang Wajib Pajak yang memiliki penghasilan lebih dari PTKP yang telah diatur oleh undang-undang perpajakan di Indonesia tentu akan dikenakan pajak. Penghasilan dari Wajib Pajak ini perlu dilakukan analisis sehingga dapat diperoleh informasi yang valid guna memilih metode atau peraturan perpajakan yang sesuai dengan jenis penghasilan yang diperoleh oleh Wajib Pajak tersebut.

2.2.1.b. Penempatan Iklan Pada Video

Penghasilan utama dari Youtuber adalah bersumber dari Iklan yang berada pada video yang telah mereka unggah di Youtuber. Iklan ini biasa bertempat pada sisi kanan, dibawah ataupun skipable iklan yang muncul sebelum video yang akan kita putar dimulai. Iklan tersebut akan terlihat ketika para pengguna Youtube memutar video yang diunggah oleh Youtuber yang telah melakukan pemasangan iklan melalui Google Adsense Youtube. Berikut adalah beberapa contoh penempatan iklan pada video Youtube yang diunggah Youtubers: Hal tersebut dapat dilihat di lampran gambar 2.

Harga dari iklan yang terpasang tersebut juga bervariasi. “Mulai tingkat yang paling murah adalah iklan yang berada pada sisi kanan video, kemudian harga akan semakin mahal jika iklan tersebut ditempatkan pada bawah video dan yang paling mahal adalah *skipable* iklan atau video iklan yang berada pada awal atau disela-sela pemutaran video tersebut (Hapsah, 2015)”. Hadirnya iklan-iklan tersebut menandakan bahwa kita telah menjalin kerjasama dengan Youtube yang dinamakan Youtube Partner. Melalui pemasangan iklan-iklan inilah para Youtuber penghasilan dari Youtube.

Youtube Partner adalah cara dari Youtube agar dapat menempatkan iklan pada video yang telah diunggah oleh Youtuber dan melalui proses tersebut, seorang pengunggah video pada platform Youtube dapat dikatakan sebagai Youtuber (Aprianto, 2016)”. Langkah berikutnya setelah menjadi Youtube Partner, seorang Youtuber akan diberikan pilihan untuk dapat menghasilkan uang dari iklan yang akan ditempelkan pada video mereka. Penghasilan yang akan didapatkan Youtuber tersebut tentu bervariasi sesuai dengan letak iklan yang berada pada video

mereka. Letak iklan pada video Youtuber tersebut memiliki harga yang berbeda yang dalam dunia Youtube disebut dengan CPM (*Cost Per Thousand*).

CPM adalah besaran dolar yang akan didapatkan oleh Youtuber dari pengiklan yang telah difasilitasi google ketika iklan tersebut telah dilihat sebanyak 1.000 kali, namun dolar tersebut akan dibagi hasil sebesar 45% untuk Youtube dan sisa 55% yang ada akan diberikan pada Youtuber (Dahlan, 2015)". Seorang Youtuber hanya akan mendapatkan penghasilan apabila pada video yang mereka unggah terdapat iklan, dan iklan tersebut telah dilihat sebanyak 1.000 kali oleh penonton video mereka. Besaran CPM yang diunggah Youtuber tersebut. CPM tersebut ditentukan oleh pengiklan yang telah memasukkan iklan mereka dan menjalin kerja sama dengan Google AdSense. Platform tersebut yang sejatinya memberikan uang pada Youtube

2.2.2 Teknik *Web scrapping*

Dalam menjalankan bisnis online, pastinya kita pernah mendata kompetitor-kompetitor kita beserta informasi penting mengenai produk atau layanan mereka. Kemudian, kita menyimpan data tersebut di dalam sebuah *spreadsheet* — baik itu menggunakan Microsoft Excel, *Google Sheet* atau aplikasi sejenisnya. Proses inilah yang disebut sebagai *web scrapping*. Dengan kata lain, *web scrapping* dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan data dari sebuah website.

Secara umum, ada dua cara yang bisa bisadi gunakan untuk melakukannya:

- a. Manual — metode di mana Kita menyalin data dengan cara *copy paste* dari sebuah website
- b. Otomatis — metode yang menggunakan koding, aplikasi, atau *extension browser*.

Sebagian orang saat ini mungkin masih mengumpulkan data secara manual yaitu dengan menyalin satu persatu data yang ada di website. Namun jika website yang kita kelola adalah situs berukuran besar dengan jumlah ribuan data, tentu pekerjaan tersebut akan memakan waktu yang sangat lama. Untungnya, saat ini ada teknologi bernama *web scrapping* yang dapat menyederhanakan proses tersebut.

Web scrapping atau yang biasa disebut sebagai *Ekstraksi Web* adalah teknik pengambilan informasi dari internet, yang umumnya informasi tersebut diambil dari halaman-halaman web, selanjutnya dokumen tersebut di analisis dan kemudian data yang dibutuhkan diambil dari halaman tersebut untuk kebutuhan tertentu (Turnland, 2010).

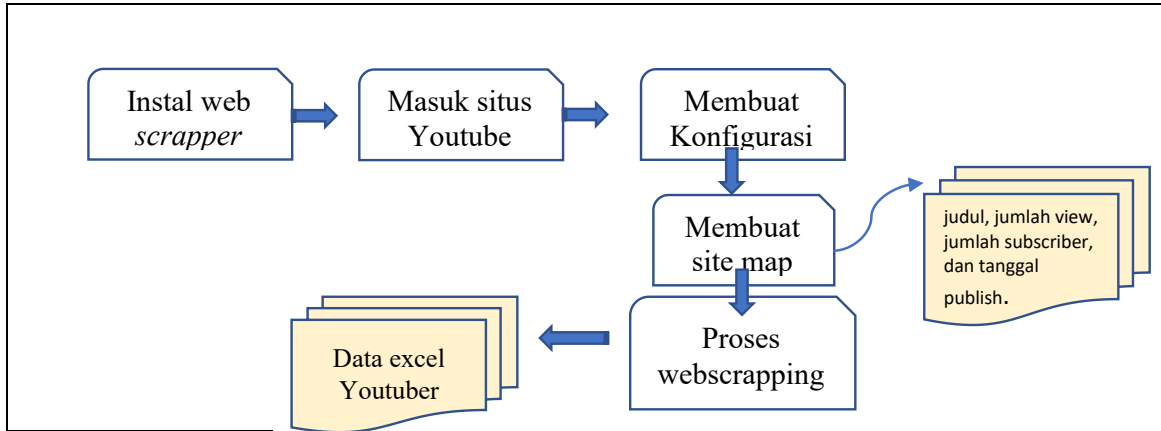
Dalam penerapannya, dalam penerapan *Web scrapping* terdapat 4 langkah yang harus dilakukan yang akan dijelaskan sebagai berikut (Ahmad, 2014):

- 1) Membuat template *scraping*: proses ini melakukan observasi terhadap dokumen HTML website yang akan diambil informasinya atau dikenai *scraping*, dengan cara melakukan tag HTML untuk mengapit informasi yang akan diambil.
- 2) *Eksplorasi Navigasi Situs*: dalam membuat aplikasi *web scraper*, programmer perlu mempelajari teknik navigasi pada website yang data/informasinya akan diambil untuk ditirukan.
- 3) *Automate Navigation and Extraction*: pada tahap ini aplikasi dibangun untuk mengotomatisasi pengambilan data/informasi dari website yang telah ditentukan berdasarkan informasi yang didapatkan dari 2 tahap sebelumnya.
- 4) Ekstraksi Data dan Menyimpan *History*: informasi-informasi yang telah didapatkan dari otomatisasi pengambilan data pada langkah 3 kemudian informasi tersebut disimpan ke dalam tabel database.

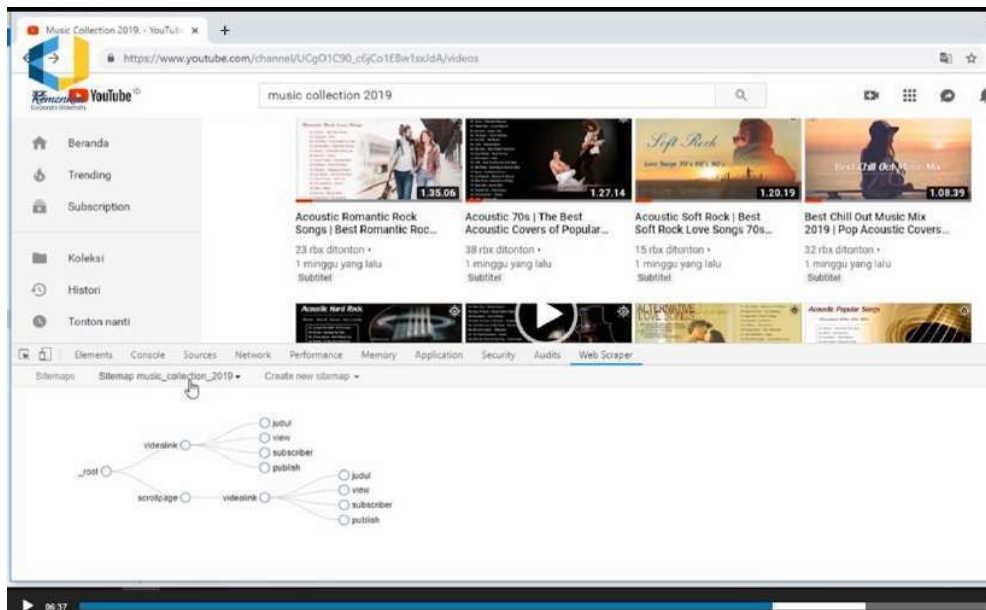
Hal tersebut dapat dilihat lampiran gambar 3

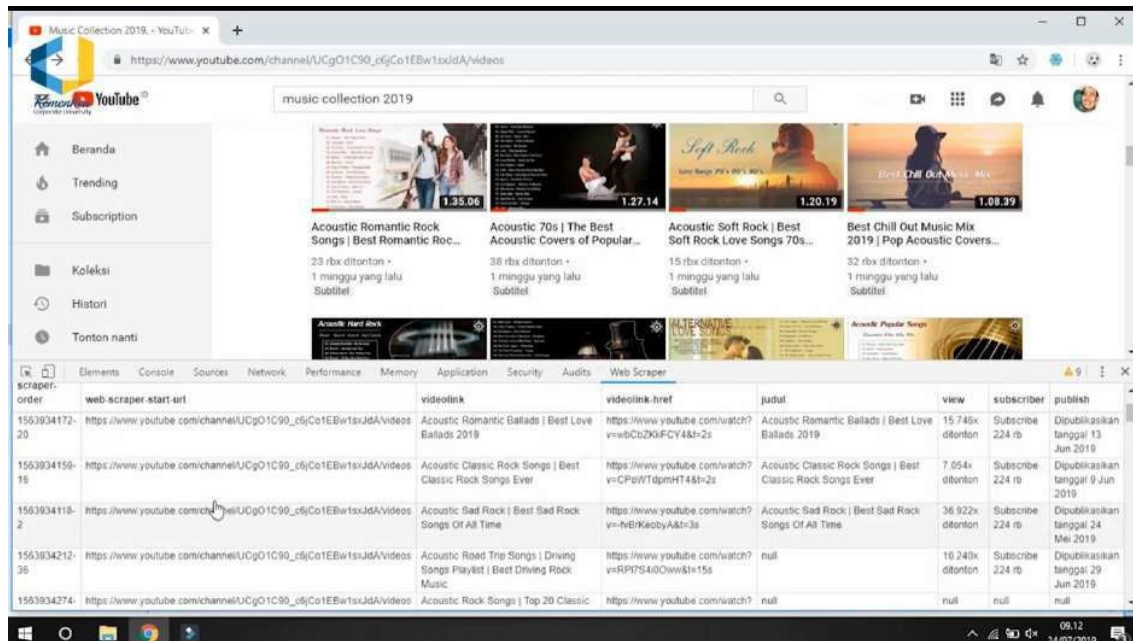
2.1.2. Cara melakukan *Web scrapping* di Youtube

Secara bagan maka alur melakukan *web scrapping* pada situs Youtube adalah sebagai berikut:

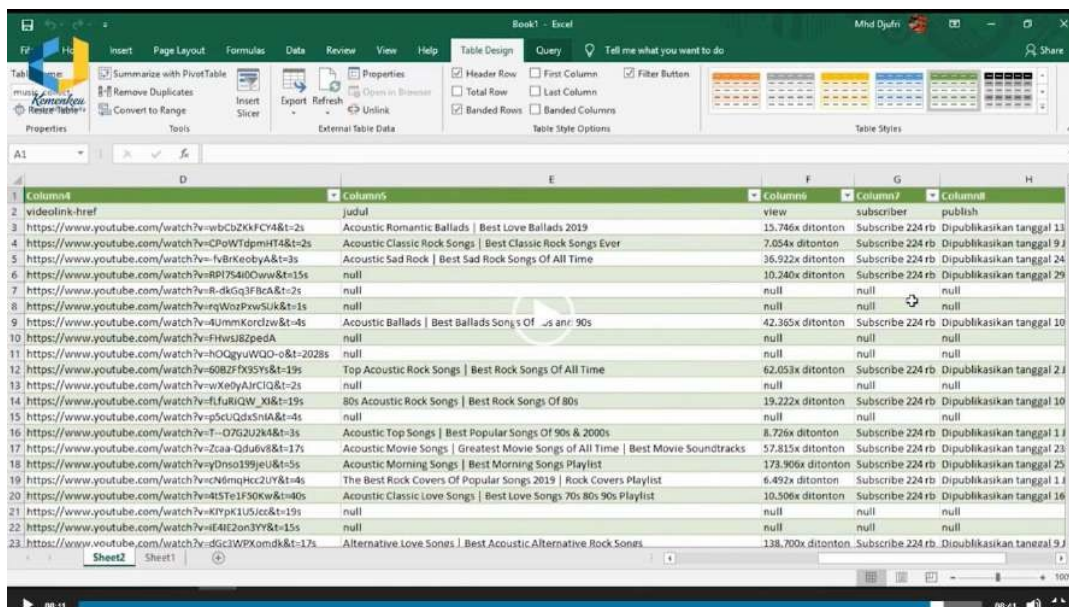
Diagram 1 : Alur proses *web scrapping* youtube

Setelah melakukan install aplikasi *web scrapper*, maka langkah selanjutnya adalah memilih youtuber pengunggah video. Selajutnya kita lihat konfigurasi pengambilan data yang kita inginkan. Kemudian kita buat site map. Misalnya kita akan mengambil data berupa judul, jumlah view, jumlah *subscriber*, dan tanggal publish. Jadi dengan *web scrapping* akan diperoleh data sesuai yang kita inginkan secara detail dibandingkan *social blade*. Selanjutnya kita buat site map. Berikut contoh hasil proses *web scrapping* dari awal pembuatan site map sampai hasil akhir :

Gambar 4. Site map *web scrapping*



Gambar 4. Proses web scrapping



Gambar 5. Hasil web scrapping dalam format excel

2.1.3 Teknik Social Blade

Social Blade adalah sebuah situs web yang memberikan informasi tentang channel youtube secara lengkap, bahkan berapa penghasilannya. Di situs ini kita akan melihat semua informasi tentang *channel* youtube yang kita inginkan mulai dari jumlah subscriber, perkembangan subscriber, dan sampai penghasilan dari youtuber tersebut. Terdapat sebuah kolom bertuliskan *Estimated Monthly Earnings* yang berarti Estimasi Penghasilan Perbulan dan *Estimated Yearly Earnings* yang berarti Estimasi Penghasilan Pertahun.

Cara untuk mengetahui berapa jumlah penghasilan yang diterima perbulan atau pertahun dari Youtuber favorit:

- 1) browsing ke halaman ini : <https://socialblade.com>
- 2) Tulis nama dari akun Youtube yang ingin diketahui penghasilannya di kolom yang telah tertera.
- 3) Setelah menulis, akan tampil beberapa nama Youtuber, lalu pilih akun dengan benar, contohnya "ucup klaten".
- 4) estimasi penghasilan perbulan atau pertahunnya, selain itu kalian juga bisa melihat berapa total subscriber, jumlah penonton, dan lain-lain

(lihat lampiran gambar 7)

Penggunaan *social blade* ini sebagai second opinion atau data pembanding dari hasil webscraping, akan tetapi data *socialblade* sangat besar gap perkiraan penghasilan terendah dengan tertinggi. sehingga penulis menggunakan estimasi yg lebih mendekati dengan berdasarkan jumlah view uotuber dari hasil penngolahan data *web scraping*.

2.1.4. Strategi intensifikasi dan ekstensifikasi

Intensifikasi dan Ekstensifikasi Wajib Pajak adalah kegiatan yang berkaitan dengan penambahan jumlah wajib pajak terdaftar dan perluasan objek pajak dalam administrasi Direktorat Jendral Pajak (DJP). Ekstensifikasi pajak merupakan kegiatan pengawasan yang dilakukan oleh DJP terhadap wajib pajak yang telah memenuhi syarat subjektif dan objektif namun belum mendaftarkan diri untuk diberikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan. Yang melakukan pemeriksaan ini merupakan Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama melalui Seksi Ekstensifikasi dan Penyuluhan. Sedangkan intensifikasi pajak merupakan tahapan lanjutan, yang mana kegiatan tersebut mengoptimalkan penggalan penerimaan pajak terhadap subjek serta objek pajak yang telah tercatat atau terdaftar dalam administrasi DJP.

Secara sederhana, pada tahap ekstensifikasi pajak pemerintah dan DJP secara aktif di lapangan melakukan pencarian wajib pajak yang telah memenuhi syarat namun belum terdaftar. Dari sini diharapkan adanya peningkatan jumlah wajib pajak baru. Jika memenuhi persyaratan, maka akan diberikan NPWP dan/atau pengukuhan pengusaha kena pajak.

Setelah itu dilakukan tahap lanjutan melalui intensifikasi pajak, yang mana data-data yang ada diolah sedemikian rupa untuk mendapatkan temuan potensi kewajiban pajak yang dimiliki si wajib pajak. Jika dalam temuannya DJP mendapatkan aset yang belum dilaporkan, maka bisa menghasilkan pajak yang dapat menambah penerimaan negara.

2.1.5. Penggalan Potensi pajak

Kegiatan penggalan potensi dapat dilakukan dengan optimal apabila Account Representative (AR) melakukan perencanaan kegiatan terlebih dahulu. Dalam merencanakan kegiatan penggalan potensi, maka hal yang pertama dilakukan seorang Account Representative adalah melihat data master file Wajib Pajak. Perencanaan kerja dilanjutkan dengan melakukan perencanaan update profile Wajib Pajak. Kerja penggalan potensi oleh Account Representative tidak bisa optimal tanpa melakukan kerjasama dengan pihak internal contohnya dengan seksi pelayanan, seksi Pengolahan Data dan Informasi, seksi penagihan dan lainnya. Demikian pula kerja sama dilakukan dengan pihak – pihak eksternal seperti asosiasi, perkumpulan, instansi pemda dan sebagainya. Banyak data yang dapat diperoleh oleh Account Representative yang berasal dari internal dan eksternal.

2.1.6. Sumber Data Eksternal Penggalan Potensi Pajak

Data dan/ informasi Eksternal adalah data dan informasi yang diperoleh dan/atau dihimpun sesuai dengan ketentuan Pasal 35A UU KUP dalam bentuk hardcopy (dokumen fisik), softcopy (dokumen elektronik) dalam media elektronik, dan/atau transfer langsung melalui jaringan komputer (online) dari Instansi Pemerintah, Lembaga, Asosiasi, dan Pihak Lain (ILAP) maupun sumber lain di luar Unit Kerja DJP.

Data eksternal tersebut biasanya diperoleh dari KPDJP selanjutnya dikirim di Kanwil baru distribusikan ke KPP dan hanya bisa dilihat awal dengan kewenangan akses oleh orang tertentu. Bagaimana kalau seorang AR hanya menunggu data yang diberikan oleh atasannya. Maka diperlukan kreatifitas seorang AR untuk mencari data eksternal secara aktif baik melalui penysiran ke wilayah bisnis strategis, wawancara tersamar atau elisitasi, maupun pencarian data eksternal melalui web internet. Informasi data yang diperoleh melalui situs Online Market Place, LPSE lembaga pemerintah, maupun penghasilan para youtuber serta selebgram. Pencarian dan melalui web ini bisa kita lakukan dengan aplikasi webscrapping.

2.2 Review Hasil Penelitian Sebelumnya

Dari penelitian yang telah dilakukan terdahulu, *web scrapping* telah diterapkan dalam berbagai bidang sebagai teknik pengambilan data untuk produksi data e-commerce (Suwiyanto, 2018). Poin poin yang telah dibahas adalah tentang teknik pengambilan data secara *web scrapping* dari web Online Market Place.

Tulisan lain adalah skripsi Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan (Persepsi Pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2018) oleh Ulfa Dwi Solikhah, poin poin yang diteliti adalah sumber penghasilan dari para youtuber dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan.

Juga terdapat jurnal Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber, oleh Suparna Wijaya dan Eka Abid Mahatma, Politeknik Keuangan STAN (2017). Poin poin yang diteliti adalah sumber penghasilan youtuber dan cara menghitung Pajak Penghasilan terhutang dengan menggunakan Norma Perhitungan. Penghasilan yang diterima bukan hanya dari YouTube saja. Ada beberapa macam penghasilan yang diperoleh dari sumber lain seperti brandeals, penjualan merchandise dan pembicara profesional.

Juga terdapat tulisan Pengenaan Pajak Penghasilan Bagi Youtuber di Indonesia Disusun Oleh: Irvan Dermawan mahasiswa universitas Sriwijaya, Poin poin yang diteliti adalah sumber penghasilan youtuber dan cara menghitung Pajak Penghasilan terhutang dengan menggunakan Norma Perhitungan.

Tulisan lain yang sangat menarik adalah Menelisik Potensi Perpajakan Social Media Influencer yang dimuat dalam pajak.go.id oleh Inas Aulia Rifai Ramadhani, pegawai Direktorat Jenderal Pajak. Poin yang dibahas bahwa Direktorat Jenderal Pajak memang telah memiliki sistem yang digunakan untuk memantau sosial media wajib pajak, yang dikenal dengan nama SONEta atau Social Networks Analytics. Dengan SONEta, Ditjen Pajak dapat menyandingkan data PPh atau PPN dengan media sosial yang ada.

Akan tetapi kelima tulisan tersebut belum terdapat penelitian yang menerapkan teknik *web scrapping* dan *socialblade* untuk tujuan penggalan potensi pajak dari para Youtuber.

3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan pendekatan penelitian

Metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh dan menganalisis data yang dapat mendukung penulisan Seminar Nasional Keuangan Negara ini menggunakan jenis

penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memahami sesuatu secara mendalam. “Penelitian kualitatif akan memungkinkan peneliti untuk mempelajari sesuatu secara mendetail dan lebih menekankan pada proses dibandingkan hasilnya (Creswell, 1994)

3.2. Data, Sumber, dan Teknik Pengumpulannya

Penelitian ini menggunakan data yang tersaji di Youtube antara lain Jumlah video yang diupload, tanggal upload, jumlah view, dan jumlah subscribe. Sedangkan data analisis yang diperoleh dari *social blade* adalah analisis estimasi penerimaan penghasilan terendah dalam kurun waktu tertentu. estimasi penghasilan perbulan.

Berikut ini adalah cara untuk mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini.

- a. Pengumpulan data adalah proses awal sebelum peneliti melakukan analisis data yang dimiliki. Dalam proses ini peneliti menggunakan teknik pengambilan data dengan metode webscrapping dengan membandingkan analisa website Socialblade guna memperoleh data besarnya penghasilan yang didapatkan oleh Youtuber yang ada di Indonesia. Penulis mengambil contoh 10 Youtuber Indonesia berpenghasilan terbesar.
- b. Perhitungan potensi Perpajakan Youtuber dengan membandingkan data analisis hasil *web scrapping* serta *social blade* dengan data penghasilan yang sudah dilaporkan dalam SPT.
- c. Jika memungkinkan bisa mendapat akses data dari DJP, dapat dilakukan dengan membandingkan dengan SNETA atau Social Networks Analytics. Dengan SNETA, Ditjen Pajak dapat menyandingkan data PPh atau PPN dengan media sosial yang

Selain itu juga akan dikumpulkan sejumlah literatur untuk memperoleh dasar-dasar teori mengenai permasalahan yang akan dibahas dengan menggunakan metode studi kepustakaan.

3.3. Teknik Analisis Data

Pengukuran data yang telah dikumpulkan sangat diperlukan agar data dapat disajikan dengan baik dan memudahkan pembaca dalam memahami hasil dari penelitian. “Analisis data adalah proses penyusunan data agar dapat ditafsirkan (Nasution, 2002)”.

Metode yang digunakan untuk menganalisis dan menghitung estimasi penghasilan yang diterima Youtuber dan potensi Pajak Penghasilan adalah metode atau pendekatan deskriptif eksploratif. Pendekatan deskriptif eksploratif (Philip, Kotler & Kevin L. Keller, 2006) adalah metode penelitian yang bertujuan menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan pemecahan masalahnya.

Sedangkan pendekatan deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan memaparkan (mendeskripsikan) berbagai hal. Jadi pendekatan ini bertujuan untuk mendalami, mengevaluasi dan menganalisis mengumpulkan data dengan metode *web scrapping* pada youtuber dan menganalisa penghasilan yang diterima dengan *socialblade* sehingga bisa diketahui potensi pajak penghasilan yang diterima.

Subjek dalam penelitian ini adalah Youtuber orang pribadi yang telah memiliki penghasilan. Subjek ini dipilih karena fenomena berkembangnya jumlah Youtuber yang ada di Indonesia. Seorang Youtuber juga telah memperoleh penghasilan dari Google Adsense Youtube dengan nominal yang besar, bahkan telah melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP)

Objek pada penelitian ini adalah metode *web scrapping* sebagai salah satu metode pengambilan data. selain itu obyek penelitian adalah penghasilan utama dari Youtuber yang berasal dari Google Adsense. Hal ini dipilih karena, penghasilan yang berasal dari Google Adsense tentu memiliki karakteristik cara mendapatkan yang berbeda dengan penghasilan lain.

Secara bagan alur analisis data pada situs Youtube adalah sebagai berikut:

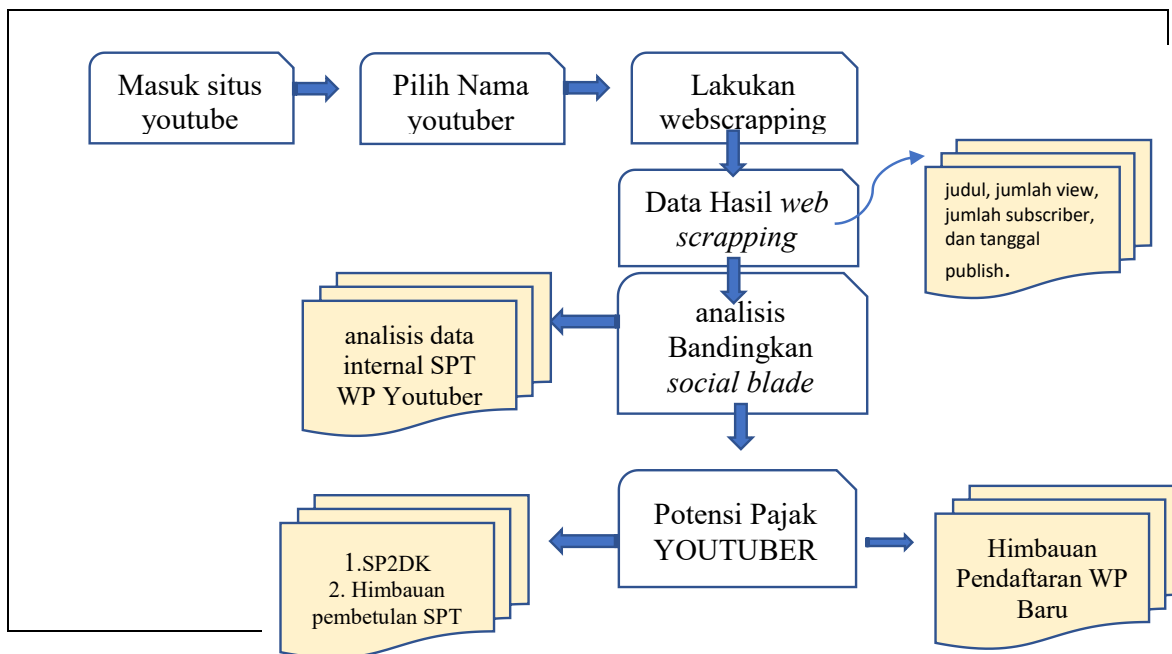


Diagram 2. Proses analisis data Potensi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Indonesia di era digital tidak hanya berpotensi menjadi konsumen yang besar di pasar dunia, tetapi juga berpotensi untuk menjadi *powerhouse* bagi ekonomi digital dunia. Indonesia salah satu negara pengakses internet tertinggi dunia. Sebagai negara yang terletak di wilayah Asia Pasifik, Indonesia menjadi bagian dari 4,3 milyar total penduduk di wilayah ini. Separuh lebih dari populasi tersebut, sekitar 56% atau 2,42 milyar di antaranya sudah mendapatkan akses internet. Dan tepat separuhnya, yakni sekitar 2,14 milyar penduduk telah menggunakan sosial media.

Berdasarkan data Wearesocial januari 2020, maka Indonesia berada di peringkat tiga dengan pertumbuhan populasi yang mengakses internet sebesar 17 persen dalam satu tahun terakhir. Angka ini sama dengan 25,3 juta pengakses internet baru dalam setahun. Hal yang menarik dari data sosial media terpopuler ini adalah melihat bagaimana sosial media yang digunakan di Indonesia sangat beragam jenisnya. Beberapa sosial media di peringkat bawah bahkan menunjukkan kalau sosial media alternatif juga masih mendapatkan tempat di keseharian netizen Indonesia. Berikut urutan social media yang diakses ternyata youtube peringkat pertama.



Gambar 8. urutan social media yang diakses

Posisi Youtube yang memuncaki daftar ini pun menggambarkan bagaimana audiens Indonesia ternyata memang sangat gemar menonton video. Tapi apa yang paling banyak dicari di Youtube oleh penonton Indonesia? Jawabannya adalah musik. Hal ini terungkap berdasarkan data informasi yang paling banyak dicari melalui Youtube adalah konten-konten terkait dengan musik dan lagu.

seiring data tersebut diatas maka berikut kita bahas peringkat youtuber yang akan kita olah penarikan data menggunakan webscrapping dan socialblade . peringkat para youtuber sangat fluktuatif sekali tergantung dr mana kita melihat katagori jumlah *viewer* atau *subscriber* maupun sebagai endorse iklan.

Fluktuasi peringkat Youtuber dari berbagai media

Tabel 1 : peringkat youtuber sd. Juli 2020

Sumber : diolah penulis

Peringkat	sumber Media				
	Tempo, des 2019	Kontan, Juni 2020	Idntimes, April 2020	Kompas/Tribun, mei 2020	id.noxinfluencer, Juli 2020
1	Zuni and Fam	Baim Wong dan Paula	Rafi ahmad (Rans Entertn')	Baim Wong dan Paula	Atta halilintar
2	DeHakims	Rafi ahmad (Rans Entertn')	MlawAug	Rafi ahmad (Rans Entertn')	Gen Halilintar punya
3	Rafi ahmad (Rans Entertn')	Deddy Corbuzier	Frost Diamond	Deddy Corbuzier	Rafi ahmad (Rans Entertn')
4	Baim Paula	Andre Taulany	Baim Wong dan Paula	Andre Taulany	Ria Ricis
5	Gen Halilintar	Atta halilintar	Jess No Limit	Atta halilintar	Gen Halilintar
6	Praya Brother	Ria Ricis	Gen Halilintar punya	Ria Ricis	Jess No Limit
7	Ria Ricis	Gen Halilintar	Atta Halilintar	Gen Halilintar	Baim Wong dan Paula
8	Arif Muhammad	Arif Muhammad	Deddy Corbuzier	Arif Muhammad	Frost Diamond
9	Atta halilintar	entis Sutisna SULE	Naisa Alifia Yuriza	entis Sutisna SULE	Naisa Alifia Yuriza
10	Deddy Corbuzier	Anang dan Ashanty (A6)	Tanboy kun	Anang dan Ashanty (A6)	Tanboy kun
data link	(https://gaya.tempo.co/read/	https://lifestyle.kontan.co.id/	https://sulsel.idntimes.com/hype/entertainment/dai	https://id.noxinfluencer.co	

Dari peringkat tersebut diatas penulis memilih peringkat secara rata rata yang sering masuk 10 besar yang akan dianalisa lebih lanjut dengan *web scrapping* sehingga menjadi sebagai berikut :

Tabel 2 : peringkat 5 besar youtuber sd. Juli 2020
Sumber : diolah penulis

Peringkat	Tempo, des 2019	subscribers	Video diupload	JUMLAH Penonton akumulatif (juta)	estimasi income terendah bulan	estimasi tertinggi / bulan
1	Baim Wong dan Paula	14.44	733	1.88	830	13.29 M
2	Rafi ahmad (Rans Entertn')	16.33	1403	2.73	679	10.8M
3	Daddy Corbuzier	10.1	613	1.34	484	7.7 M
4	Atta halilintar	23.8	894	2.5	385	6.16M
5	Ria Ricis	21.1	962	2.86	347	5.5 M

Peringkat tersebut bila disajikan dalam chart sebagai berikut

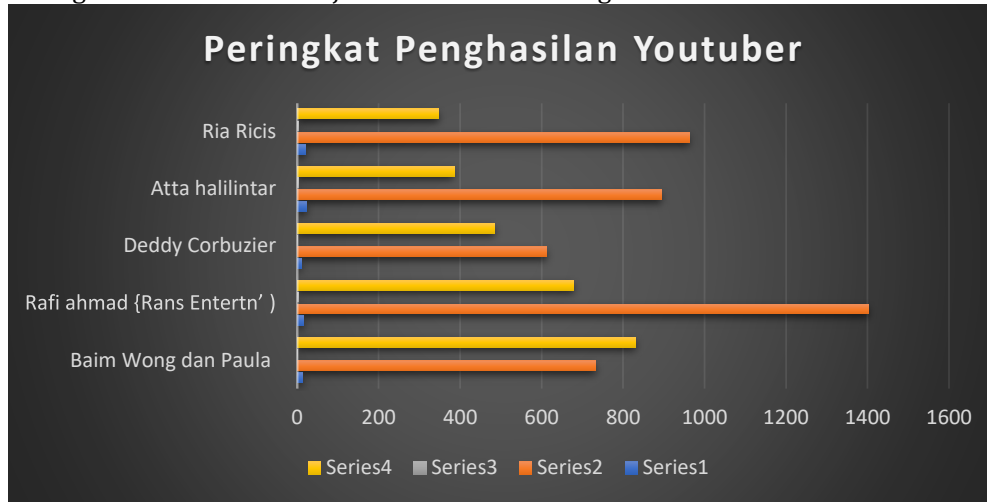


Diagram. Peringkat youtuber

Dari penolahan data menggunakan *web scrapping* diperoleh informasi sebagai berikut :

J1	A	B	C	D	E	G	H	I
1	style-scope src	style-scope hidden	style-scope style-scope	style-scope style-scope	style-scope 5	style-scope 6	style-scope 7	
2	https://yt3.ggpht.com/a/Baim Paula	Baim Paula	Verified 14.9M sub	778 videos	BAPAU	Subscribe		
3	https://lytimg.com/vi/2rLatest from	Baim Paula	Now playi PREMIERE Now playi	1.4M views	1 day ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
4	https://lytimg.com/vi/PN24:25	Baim Paula	Now playi KETUA MF	3.3M views	23 hours ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
5	https://lytimg.com/vi/W20:22	Baim Paula	Now playi PAULA SEI	730K views	3 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
6	https://lytimg.com/vi/u13:49	RTCT - INFOTAINMENT	Now playi SILET - Ho	292K views	6 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
7	https://lytimg.com/vi/m10:06	RTCT - INFOTAINMENT	Now playi SILET - Tar	17:25 Now playi	2.6M views	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
8	https://lytimg.com/vi/Eg15:52	Baim Paula	Now playi DIKASIH U	1M views	1 day ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
9	https://lytimg.com/vi/3g18:49	Baim Paula	Now playi DIKASIH U	1.8M views	2 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
10	https://lytimg.com/vi/RE8:32	Netmediatama	Now playi Kang Sule	1.4M views	1 year ago	SUBSCRIBE Netmediatama Official Youtube Channel: htt		
11	https://lytimg.com/vi/yc12:46	Cinta	Now playi AKHIRNYA	1.3M views	1 week ago	akhirmya... berhasil Business Inquiry /Contact Person Bas		
12	https://lytimg.com/vi/EK17:50	Baim Paula	Now playi DIKASIH U	1.9M views	3 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
13	https://lytimg.com/vi/7l19:42	Baim Paula	Now playi INILAH BA	5.3M views	1 week ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
14	https://lytimg.com/vi/gP3:55	Sitora TV	Now playi Kejadian P	313K views	2 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
15	https://lytimg.com/vi/Pf11:48	Surya Citra Televisi (SC	Now playi Pemakam	140K views	3 months ago	Tonton full episode program SCTV klik http://bit.ly/full		
16	https://lytimg.com/vi/TV8:56	Sahabat Humaira	Now playi KLARIFIK	84K views	3 days ago	#paula #baimpaula #bapau #kiano #kianotigerwong #ba		
17	https://lytimg.com/vi/p83:58	Sitora TV	Now playi TAK MAIN	143K views	2 days ago	Blak Blakan ~ Nikita Mirzani Bela Karyawan		
18	https://lytimg.com/vi/kc7:17	GAES	Now playi IAM Mant	1.1M views	3 days ago	IAM Mantan Staf BAIM WONG Akhirnya Jelaskan NIKITA		
19	https://lytimg.com/vi/3i:Searches re	Nikita Mirzani	Klarifikasi	Berbagi Rezeki	Slamet Baim W	Baim Rafathar		
20	https://lytimg.com/vi/b25:37	Baim Paula	Now playi ANYA GER	7.3M views	4 months ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
21	https://lytimg.com/vi/1C21:45	Baim Paula	Now playi SELAMAT	4.2M views	1 week ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
22	https://lytimg.com/vi/m13:28	Baim Paula	Now playi TUKANG P	4.3M views	2 months ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
23	https://lytimg.com/vi/K410:11	dunia MANJI	Now playi FRAMING	1.1M views	1 year ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
24	https://lytimg.com/vi/Kr29:44	Baim Paula	Now playi SILET 2	477K views	1 hour ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
25	https://lytimg.com/vi/s9:34	Ricis Official	Now playi LIAT ISI RL	7.2M views	1 year ago	SELAMAT DATANG DI #RicisKepo wahhhhh, keren bange		
26	https://lytimg.com/vi/2y29:05	Baim Paula	Now playi JANGAN S	409K views	earned 22 hours	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
27	https://lytimg.com/vi/LB13:12	Baim Paula	Now playi CITA-CITA	1.7M views	4 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
28	https://lytimg.com/vi/hc18:02	Baim Paula	Now playi RUMAH AI	2.9M views	1 week ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
29	https://lytimg.com/vi/K45:13	Aztec Fote	Now playi MEMANA	84K views	1 week ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
30	https://lytimg.com/vi/W17:03	Baim Paula	Now playi LAGI JADI	2.2M views	5 months ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
31	https://lytimg.com/vi/hk14:14	Boy William	Now playi Baim Won	3.2M views	1 year ago	Kali ini gue ngajak		
32	https://lytimg.com/vi/At17:25	Baim Paula	Now playi DEMI KETI	2.6M views	5 days ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
33	https://lytimg.com/vi/Ak10:02	TRANS7 OFFICIAL	Now playi Baim Won	1.8M views	2 months ago	SIYAP BOS Senin, 13 April 2020 PART 1 : https://youtu.bi		
34	https://lytimg.com/vi/Si:5:21	Aztec Fote	Now playi MAKULEBE	549K views	5 days ago	Update kabar terkini artis		
35	https://lytimg.com/vi/EC17:09	Baim Paula	Now playi SEBELUM	4.9M views	3 weeks ago	Social Media : INSTAGRAM : https://www.instagram.com		
36	https://lytimg.com/vi/r17:13	Hiburan Populer	Now playi Paula Past	10K views	10 hours ago	Di masa lajangnya,		

Tabel 3: contoh hasil *web scrapping* akun youtube baim Paula

Selain menganalisa peringkat Youtuber 5 besar papan atas, penulis juga akan menganalisa potensi pajak Youtuber An*** Ca*** yang berhasil dilakkan penggalan

potensi pajak oleh KPP Pratama Pasar Rebo setelah mengirim Surat Himbauan kepada youtuber dan telah direspon oleh youtuber tersebut mau membayar hampir Rp 507 juta, respon yang baik dari youtuber akan dielaborasi di pembahasan. Selain itu penulis juga menganalisa penghasilan yang diterima youtuber *the rising star* yaitu youtuber yang melejit dan viral selama masa Covid 19 dan lebaran 2020 yaitu youtuber Ucup klaten dengan partner mbah minto.

4.2. Pembahasan

Youtuber mempunyai berbagai macam sumber penghasilan yang menjajikan apalagi bila *channel* YouTube-nya sudah mempunyai banyak subscriber maka akan banyak pula fans setia yang menggandrungi youtuber tersebut, sumber penghasilan tersebut dapat berupa:

4.2.1 Penghasilan dari *Monetized View* YouTube

Seperti yang telah dibahas sebelumnya, bahwa sekitar 55% dari uang yang didapat dari video yang dimonetisasi merupakan hak youtuber yang tergantung pula pada CPM (*cost per thousand*) youtuber tersebut. Dari hal di atas dapat disimpulkan bahwa semakin banyak yang menonton video tersebut maka akan semakin banyak pula jumlah uang yang akan didapat terlebih lagi hal tersebut berlaku bagi semua video yang telah dimonetisasi, jika permisalannya youtuber mempunyai *subscriber* jutaan dan CPM 5 dollar maka setiap video yang dimonetisasi akan menghasilkan 687,5 dollar lalu dengan perhitungan matematis singkat 10 video akan menghasilkan 6.875 dollar padahal fakta dilapangan youtuber memiliki lebih dari 10 video terlebih lagi yang setiap minggunya atau bahkan setiap hari mengunggah *daily vlog*.

Sebenarnya berapakah penghasilan atau uang yang bisa didapatkan melalui YouTube, pertanyaan tersebut seolah-olah menjadi sebuah misteri yang sulit untuk dijawab. Mengapa demikian karena penghasilan dari YouTube diperoleh dari iklan adsense. Iklan Adsense sendiri merupakan produk *advertising network* dari Google yang nilai keuntungannya ditentukan oleh banyak faktor.

Faktor penentu pendapatan dari Youtube melalui iklan Adsense itu ada banyak. Penghasilan dari Youtube tidak hanya berdasarkan jumlah view dan jumlah klik pada iklan yang tampil pada video youtube, melainkan juga berdasarkan negara, topik / niche dan harga iklan itu sendiri. Dalam tulisan ini kita akan dibahas jumlah rata – rata penghasilan dari YouTube

Berdasarkan uraian beberapa literatur penghasilan dari YouTube secara kasar 1 USD per 1000 views, namun ternyata angka tersebut tidak bisa kita jadikan patokan karena jika kita membuat sebuah video dan tidak ada yang melakukan klik pada iklan meski jumlah views sudah mencapai 1000, maka angka 1 USD pun rasanya mustahil. Apalagi jika konten video kita tidak relevan maka jarang bahkan tidak ada satu iklanpun yang muncul di video yang kita upload, sehingga iklan yang muncul kurang menarik bagi *viewers* dan memiliki harga lelang yang rendah. Penulis telah mengupload 3 konten video tentang PPN dan ceramah Romadhon

Di Indonesia sendiri, biasanya para youtuber jarang mendapat 1 USD per 1000 views. Biasanya pendapatan per 1000 views bagi youtuber di Indonesia berada diantara 0.3 hingga 0.8 USD atau jika dirata-ratakan maka uang yang bisa dihasilkan dari setiap 1000 views pada sebuah video youtube di Indonesia hanya mendapatkan 0.55 USD

4.2.2 Perhitungan perkiraan penghasilan Youtuber

Berdasarkan data yang diperoleh dari youtuber, semua penghasilan tersebut belum dikenai pajak dari pemberi penghasilan yaitu Google Asia Pasific maka hal ini merupakan

potensi pajak yang harus kita hitung dari penghasilan youtuber. Berikut cara penghitungan *estimasi* penghasilan youtuber berdasarkan jumlah video yang di tonton atau views dengan rumus CPM (*cost per thousand*) rata rata bagi youtuber di Indonesia berada diantara 0.3 hingga 0.8 USD.

TABEL 4 : perhitungan perkiraan penghasilan yang diterima youtuber
Sumber : diolah penulis

No	Nama	Jumlah subscriber	Jumlah Video	Jumlah Total Views	Potensi Penghasilan per Tahun dengan Penghitungan			Potensi Penghasilan per Bulan dengan Penghitungan		
					\$0,3 per 1.000 views	\$0,5 per 1.000 views	\$0,8 per 1.000 views	\$0,3 per 1.000 views	\$0,5 per 1.000 views	\$0,8 per 1.000 views
		(dalam juta)	(1)	(2)	$3)-(2) \times (1.000) \times (0,3 \times 15.000)$	$4)-(2) \times (1.000) \times (0,5 \times 15.000)$	$5)-(2) \times (1.000) \times (0,8 \times 15.000)$	$6)-(3) \times 12$	$7)-(4) \times 12$	$8)-(5) \times 12$
1	Baim Wong dan Paula	15,04	865	2.170.639.307	9.767.876.882	16.279.794.803	26.047.671.684	813.989.740	1.356.649.567	2.170.639.307
2	Rafli Ahmad (Bans enter	17,33	1503	2.938.738.330	13.224.322.485	21.040.537.475	35.264.859.960	1.302.026.874	1.835.711.456	2.938.738.330
3	Dedy Corbuzier	10,71	657	1.509.011.105	6.790.549.973	11.317.583.288	18.108.133.260	565.879.164	943.131.941	1.509.011.105
4	Ala Hattintar	25,21	969	2.734.196.993	12.363.886.469	20.556.477.448	32.810.163.516	1.025.321.872	1.708.873.121	2.734.196.993
5	Ria Ricis	22,05	1018	3.045.730.042	13.705.785.189	22.842.975.315	36.548.760.504	1.142.148.766	1.903.581.276	3.045.730.042
6	An*** Ca***	21,04	150	616.442.000	2.773.989.000	4.623.315.000	7.397.304.000	231.165.750	393.276.250	616.442.000
7	Ucup Klaten	1,08	182	74.099.398	333.447.291	555.745.485	889.192.776	27.787.274	46.312.124	74.099.398

4.2.3 Perkiraan potensi pajak penghasilan para Youtuber

Sebagai contoh Baim Wong adalah seorang artis YouTube terkenal di Indonesia, berstatus Menikah (K/1) dengan penghasilan yang didapat dari YouTube sebagai artis kurang lebih dengan perhitungan menengah bukan terendah atau tertinggi sebesar Rp. 16.279.794.803 pertahun (perhitungan dari diambil perkiraan potensi dari jumlah rata total view dikalikan 0,3 atau 0,5 atau 0,8 per 1000 view dikalikan asumsi rata rata USD 15,000

Berdasarkan PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto , lampiran 1 diperoleh gambaran norma penghasilan netto untuk para youtuber. Peneliti menghitung dengan asumsi norma perhitungan sebagai jasa professional dengan Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU 74909) sebagai pembuat konten film atau hasil seni dan music dengan norma 32% , maupun norma sebagai kegiatan berjiwa seni dengan norma 50%, diperoleh norma sebagai berikut:

Tabel 5 : Klasifikasi Lapangan Usaha (KLU)
Sumber PER-17/PJ/2015

61929	Jasa Multimedia Lainnya	Kelompok ini mencakup kegiatan jasa multimedia lainnya yang belum tercakup dalam kelompok 61921 sampai dengan 61924.	50%	50%	50%
74909	Jasa Profesional, Ilmiah Dan Teknis Lainnya Yang Tidak Dapat Diklasifikasikan Di Tempat Lain	Kelompok ini mencakup usaha jasa profesional, ilmiah dan teknik lainnya yang tidak diklasifikasikan di tempat lain, seperti jasa konsultasi ilmu pertanian (agronomist), konsultasi lingkungan, konsultasi teknik lain dan kegiatan konsultan selain konsultan arsitek, teknik dan manajemen. perorangan yang biasa terlibat dalam pembuatan gambar bergerak, produksi teater	32	31%	29%

		atau hiburan lainnya atau atraksi olahraga dan penempatan buku, permainan (sandiwara, musik dan lain-lain), hasil seni, fotografi dan lain-lain, dengan publisir, produser			
90002	(Kegiatan Pekerja Seni	Kelompok ini mencakup kegiatan pekerja seni, seperti novelis, penulis cerita dan pengarang lainnya, aktor, penyanyi, penari sandiwara, penari dan seniman panggung lainnya yang sejenis. Termasuk pula usaha kegiatan produser radio, televisi, dan film, pelukis, kartunis dan pemahat patung.	50%	50%	50%

Selanjutnya dari wawancara dengan beberapa narsum baik dari Direktorat Ekstensifikasi Perpajakan maupun dari kasi Eksten di KPP Pratama Pasar Rebo (untuk rahasia jabatan peneliti menggunakan inisial youtuber yang berhasil dilakukan himbauan dan membayar pajak), ternyata belum ada kesepakatan tentang besarnya norma Penghasilan. Disinilah perlunya penegasan dari Direktorat Jenderal Pajak untuk menentukan besarnya norma penghasilan Youtuber.

tanya peneliti menghitung potensi Pajak terhutang atas 5 besar Youtuber juga hasil salah satu youtuber yang berhasil dihimbau untuk mebayar di KPP Pratama Pasar Rebo , diperoleh perhitungan sebagai berikut :

- a. Perhitungan Pajak terhutang dengan norma Youtuber dengan KLU 90002 sebagai pekerja seni dengan norma penghasilan netto sebesar 50% :

Tabel 6 : perhitungan pajak terhutang norma 50%
Sumber : diolah penulis

URAIAN	Asumsi penghasilan tengah							
	Baim Wong dan Paula PTKP K/L	Ahmad (Rans enterta PTKP K/L	Dedy Corbuzer PTKP K/L	Ata Halilintar PTKP TK/0	Ria Ricis PTKP TK/0	Ap*** Ca*** PTKP TK/0	Ucup Klaten PTKP TK/0	
Penghasilan Bruto	16.279.794.803	26.047.671.684	11.317.583.288	20.506.477.448	22.842.975.315	4.623.315.000	555.745.485	
Tarif NPPN jasa seni 50%	50% (x)	50% (x)	50% (x)	50% (x)	50% (x)	50% (x)	50% (x)	
Penghasilan Neto	8.139.897.401	13.023.835.842	5.658.791.644	10.253.238.724	11.421.487.658	2.311.657.500	277.872.743	
PTKP (K/0)	63.000.000	63.000.000	63.000.000	54.000.000	54.000.000	54.000.000	54.000.000	
Penghasilan Kena Pajak (PKP)	6.076.897.401	12.960.835.842	5.595.791.644	10.199.238.724	11.367.487.658	2.257.657.500	223.872.743	
PPh terutang tahun 2020:								
5% x 50.000.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	
15% x 250.000.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	26.080.911
25% x 500.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	
30% x	2.273.069.220	2.273.069.220	3.738.250.753	1.528.737.493	2.909.771.617	3.260.246.297	527.297.250	
Jumlah PPh Terutang	2.438.069.220	2.438.069.220	3.903.250.753	1.693.737.493	3.074.771.617	3.425.246.297	28.580.911	

- b. Perhitungan Pajak terhutang dengan norma Youtuber dengan KLU 74909 sebagai Jasa Profesional, Ilmiah Dan Teknis Lainnya Yang Tidak Dapat Diklasifikasikan Di Tempat Lain (yang biasa melibatkan dalam pembuatan gambar bergerak, produksi teater atau hiburan lainnya atau atraksi olahraga dan penempatan buku, permainan (sandiwara, musik dan lain-lain), hasil seni, fotografi dan lain-lain, dengan publisir, produser) dengan norma penghasilan netto sebesar 32

Tabel 7 : perhitungan pajak terhutang norma 32%
Sumber : diolah penulis

Asumsi penghasilan tengah							
URAIAN	Baim Wong dan Paula	Ahmad (Rans enteria	Dedy Corbuzer	Ata Halintar	Ria Rici	An*** Ca****	Ucup Klaten
	PTKP K/1	PTKP K/1	PTKP K/1	PTKP TK/D	PTKP TK/D	PTKP TK/D	PTKP TK/D
Penghasilan Bruto	16.279.794.803	26.047.671.684	11.317.583.288	20.506.477.448	22.842.975.315	4.623.315.000	555.745.485
Tarif NPWP jasa creator konten 32%	32% (x)	32% (x)	32% (x)	32% (x)	32% (x)	32% (x)	32% (x)
Penghasilan Neto	5.209.534.337	8.335.254.939	3.621.626.652	6.562.072.783	7.309.752.101	1.479.460.800	177.838.555
PTKP (K/D)	63.000.000	63.000.000	63.000.000	54.000.000	54.000.000	54.000.000	54.000.000
Penghasilan Kena Pajak (PKP)	5.146.534.337	8.272.254.939	3.558.626.652	6.508.072.783	7.255.752.101	1.425.460.800	123.838.555
PPh terutang tahun 2020:							
5% x 50.000.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000	2.500.000
15% x 250.000.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	37.500.000	11.075.783
25% x 500.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	125.000.000	
30% x	1.393.960.301	1.393.960.301	2.331.676.482	917.587.996	1.802.421.835	2.026.725.630	277.638.240
Jumlah PPh Terutang	1.558.960.301	1.558.960.301	2.496.676.482	1.082.587.996	1.967.421.835	2.191.725.630	13.575.783

Dari hasil perhitungan diatas ternyata potensi pajak para youtuber sangat besar bahkan rata rata diatas 1milyar. Dari Potensi Pajak tersebut selanjutnya sebaiknya seorang Account Representative segera menelusuri perbandingan potensi pajak dengan Surat Pemberitahuan (SPT) PPh OP yang telah disampaikan para youtuber tersebut ke kantor Pelayanan Pajak (KPP) terdaftar. Dari hasil penelitian data SPT Orang Pribadi maka:

- 1) Jumlah penghasilan yang dilaporkan di SPT lebih besar potensi yang ada, maka hal ini bukan prioritas untuk diitindaklanjuti.
- 2) Jumlah penghasilan yang dilaporkan di SPT tidak lebih besar dari potensi yang ada, maka hal ini menjadi prioritas untuk diitindaklanjuti dengan diterbitkan Surat Permintaan Penjelasan data dan Keterangan (SP2DK)
- 3) Apabila Youtuber belum terdaftar dalam administrasi Direktorat Jenderal Pajak atau tidak memiliki NPWP, sehingga tidak ada data SPTnya, maka hal ini menjadi prioritas untuk diitindaklanjuti untuk dikukuhkan sebagai Wajib Pajak.

Dari langkah tersebut ternyata ada keberhasilan penggalan potensi pajak yang dilakukan oleh KPP Pratama Pasar Rebo. Info ini diperoleh saat peneliti mengajar Diklat Pengawasan dan Konsultasi Kewilayahan Angkatan I bulan juli 2020. Saat menghadirkan narasumber tentang penggalan potensi pajak sebagai succes story telah disampaikan oleh Bapak Hamdi Kepala Seksi Ekstensifikasi . yang dilakukan oleh AR di KPP tersebut melakukan himbuan kepada Youtuber An*** Ca****. Surat SP2DK yang di sampaikan ditanggapi oleh youtuber tersebut, awalnya agak kaget berasumsi bahwa separo (50%) penghasilannya akan di ambil DJP. Youtuber tersebut datang dan merespon menjelaskan bahwa penghasilan yang diterima tidak rutin setiap bulan. Sehingga tdk bisa di pukul rata setiap bulan sekian. Dari pihak KPP memberikan pandangan dan pendapat tentang jenis penghasilan yang diterima apakah sebagi pembuat konten atau tunjangan penghasilan dari iklan atau bonus lainnya, hal in akan mebedakan norma penghasilan netto yang akan menjadi dasar perhitungan pajak apakah 50% atau 32% atau dikenakan tarif UMKM 0,5 dari total penghasilan yang diterima. Bahkan pihak petugas eksten dan kepala seksi ekstensifikasi KPP Pasar Rebo mempersilahkan Youtuber tersebut membuat Laporan Rugi laba atau pencatatan pembukuan berapa penghasilan yang diuterima dan total biaya pengeluaran. Setelah mendapatkan penjelasan dan perhitungan estimasi dengan asumsi-asumsi perhitungan yang wajar, maka youtuber tersebut sepakat bersedia membayar pajak tahun 2019 dan cicilan angsuran PPh pasal 25 tahun 2020 sebesar Rp.507 juta rupiah secara bertahap (surat kesanggupan bayar terlampir). Semoga keberhasilan ini menjadi langkah yang akan dilakukan oleh Kantor Pelayanan pajak lainnya agar segera menggali potensi penghasilan para Youtuber.

Sebagai contoh perhitungan dari youtuber diatas jika ada yang belum ber NPWP misalnya pendatang baru seorang youtuber Ucup Klaten yang viral berduet dengan mbah Minto, jika penghasilannya sudah melebihi PTKP maka seandainya belum berNPWP diwajibkan mendaftarkan NPWP di KPP Pratama Klaten sesuai domisilinya. Jika sudah

memiliki NPWP segera di teliti apakah penghasilan tersebut sudah sesuai dengan SPT OP. bila melihat perkembangan kesuksesan seorang Ucup Klaten yang melejit sejak bulan puasa sampai dengan bulan ini dengan perikraan penghasilan per bulan rata rata Rp.46 juta atau Rp. 555 juta . Maka sebagai youtuber pendatang bisa dihitung potensi angsuran PPh pasal 25 berjalan dengan perkiraan PPh terutang setahun sebesar 13 atau 28 juta sehingga perkiraan angsuran 1 sd 2,3 juta perbulan

Para Youtuber tentunya selain mendapatkan penghasilan dari konten video yang di upload tergantung dari jumlah subscriber, *viewer*, maupun jumlah video yang diupload , tetapi juga mendapat penghasilan dari iklan atau endorse beberapa produk atau intansi. Semakin populer youtuber maka semakin banyak penghasilan dari iklan atau endorse. Maka atas semua penghasilan yang diterima seharusnya dilaporkan di SPT OP youtuber yang bersangkutan. Hal ini sesuai dengan asas *equality* Adam Smith, maka para Youtuber tersebut harus membayar pajak atas penghasilan yang diperolehnya,

Selain asas *equality*, maka terdapat asas *Efficiency*, yaitu biaya pemungutan pajak diusahakan sehemat mungkin, jangan sampai terjadi biaya pemungutan pajak lebih besar dari hasil pemungutan pajak. Hal ini terkait bahwa teknik penarikan data estimasi penghasilan para Yotuber dari situs Youtube dengan membandingkan hasil analisis data dari socialblade akan lebih hemat biaya, dan data lebih cepat perolehan daripada menunggu data yang diberikan (*internal given*) dari KPDJP atau Kanwil DJP. Selain itu seorang AR atau fungsional pemeriksa tidak perlu melakukan verifikasi atau pemeriksaan lapangan.

5.KESIMPULAN

Di beberapa Kantor Pelayanan Pajak tempat para Youtuber terdaftar sebagai Wajib Pajak, petugas pajak masih banyak yang kesulitan untuk menggali informasi pendapatan mereka secara cepat dan efisien. Kebanyakan masih mengandalkan cara konvensional atau manual mengambil data melalui situs dengan browsing dan copy paste. *Web scrapping* atau yang biasa disebut sebagai Ekstraksi Web adalah teknik pengambilan informasi dari internet, dalam kasus ini mengambil data dari youtube atas jumlah subscriber, jumlah video yang diunggah dan jumlah penonton atau *viewer* dari video yang diunggah.

Dari hasil perhitungan estimasi penghasilan yang diterima diatas ternyata potensi pajak para youtuber sangat besar bahkan rata rata diatas 1milyar. Penghitungan estimasi penghasilan youtuber berdasarkan jumlah video yang di tonton atau *views* dengan rumus CPM (*cost per thousand*) rata rata bagi youtuber di Indonesia berada diantara 0.3 hingga 0.8 USD. Berdasarkan keberhasilan salah KPP Pratama Pasar Rebo melakukan penggalan Potensi Pajak dari youtuber berhasil menbah penyetorann pajak Rp.507 juta rupiah dengan mebandingkan data yang sudah dilaporkan di Surat Pemberitahuan Tahunan (SPT) PPh, ternyata cukup banyak data yang bisa diperoleh dari para youtuber baik dari penghasilan CPM maupun dari iklan atau endorse suatu produk. Inilah keberhasilan tugas dan fungsi seorang AR dalam melaksanakan intensifikasi dan ekstensifikasi. jika menemukan Youtuber ternyata belum ber NPWP kemudian mau mendaftar menjadi Wajib Pajak baru dan mau memenuhi kewajiban perpajakan maka proses ekstensifikasi telah terjadi.

Sesuai dengan asas *equality* maka setiap tambahan kemampuan ekonomis dari penghasilan yang diterima para Youtuber merupakan obyek pajak, seperti profesi lainya. Selanjutnya Direktorat Penderal Pajak perlu memberikan penegasan terkait KLU profesi Youtuber karena berdasarkan PER-17/PJ/2015 tentang Norma Penghitungan Penghasilan Neto terdapat gap norma penghasilan dari 32% dengan 50% dalm menentukan penghasilan netto.

6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini dilakukan pada 5 besar peringkat Youtuber di Indonesia, serta seorang youtuber yang telah memenuhi surat himbauan di KPP Pratama Pasar Rebo, serta seorang Youtuber pemula seandainya belum ber NPWP agar mendaftar ke KPP sesuai domisili. Hal ini bertujuan agar diikuti KPP Lainnya sehingga bisa menjadi contoh yang sukses melakukan penggalan potensi pajak. Selain alasan tersebut semata-mata karena data yang ditarik cukup sebagai data penelitian dan tidak terlalu besar.

Penelitian menggunakan tools yang sederhana yaitu Web Scraper atau *isntan srapper* data sebagai ekstensi dari Chrome, selanjutnya membandingkan dengan data *social blade* dalam mengolah data potensi pajak youtuber.

DAFTAR PUSTAKA

- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-10/PJ/2015 tentang *Pedoman Administrasi Pembangunan, Pemanfaatan, dan Pengawasan Data* ;
- Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak NOMOR SE - 07/PJ/2020 Tentang *Kebijakan Pengawasan Dan Pemeriksaan Wajib Pajak Dalam Rangka Perluasan Basis Pajak*;
- Christantio Utama/Gaji & Karier/30 Mei 2019 ,*Berapa sih Gaji Youtuber dan Gimana Cara Menghitungnya?* <https://lifepal.co.id/media/berapa-gaji-youtuber/> (diakses 2020-06-20)
- Junaedi Purnomo , Pusdiklat Pajak 2017, Modul "*Penerapan Pelayanan, Pengawasan dan Penggalan Potensi Wajib Pajak* "
- Fathianto, Rifqi. (2016) "*Menelisik Fenomena YouTuber di Indonesia.*" Jurnal, Universitas Indonesia
- Jordan, Ray. (2017, Juli 23). "*Di Depan Jokowi, Anak SD Ini Mengaku Bercita-cita Jadi YouTuber.*" detikNews <https://news.detik.com/berita/d-3570033/di-depan-jokowi- anak-sd-ini-mengaku-bercita-cita-jadi-youtube>
- Josi, A., Abdillah L.A., Suryayusra, 2014, *Penerapan Teknik Web scrapping pada Mesin Pencari Artikel Ilmiah*, dalam laman https://www.researchgate.net/publication/267214300_Penerapan_teknik_web_scrapin_g_pada_mesin_pencari_artikel_ilmiah diakses tanggal 29 Januari 2020
- Google. "*Cara Kerja AdSense.*"Support.google.com. <https://support.google.com/adsense/answer/6242051?hl=id> (diakses 2020-06-20)
- Google. "*Format periklanan YouTube.*"Support.google.com. <https://support.google.com/youtube/answer/2467968?hl=id> (diakses 2020-06-20)
- Majalahpajak, *Berapa jumlah pajak youtuber* (september, 2019) <https://majalahpajak.net/berapa-sih-pajak-youtuber-dan-selebgram/>
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Putra, Didit. (2015, September 17) "*Dari Mana Asal Duit Para Youtuber?*" Kompas.com <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/09/17/060700726/Dari.Mana.Asal.Duit.Para.Youtuber>
- Sonya, Izatul Putri dan Prihandoko, 2016, *Analisis Web scrapping Untuk Data Bencana Alam Dengan Menggunakan Teknik Breadth-First Search Terhadap 3 Media Online*, Jurnal Informatika dan Komputer Volume 21 No. 3, Desember 2016.
- Statista, Retail E-Commerce Revenue Forecast from 2017 to 2024 (in billion U.S. dollars). In Statista – The Statistics Portal. Dari laman <https://www.statista.com/statistics/280925/e-commerce-revenue-forecast-in-indonesia/> diakses tanggal 30 Januari 2020
- Turland, M. (2010). *php| architect's Guide to Web scrapping*, Marco Tabini & Associates, Inc, USA..
- Permana, R., & Yusmawati. (2019). *Komodifikasi Pesan Dan Viralitas Informasi Dengan Metode "Like, Share, Comment, And Subscribe" Pada Youtube. Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 25(2), 1-6.
- Web scrapping : Pengertian dan Teknik-teknik yang Digunakan* <https://www.logique.co.id/blog/2019/09/19/pengertian-web-scraping/>

LAMPIRAN

1. Surat dari WP youtuber sebagai respon himbauan dari KPP Pratama Pasar Rebo, berupa kesanggupan bayar pajak

Jakarta, 14 Januari 2020
No surat : 001/jan-aci/20

Kepada Yth,
Kepala Kantor Pelayanan Pajak Jakarta [REDACTED]
[REDACTED]
Jakarta Timur

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama
NPWP
Alamat

mengajukan permohonan pembayaran termin dari perhitungan SPT PPh PRIBADI tahun pajak 2019 dan
Pajak Terhutang SPT PPh tahun 2019 sebesar Rp. 338.046.352

perincian termin yang akan kami bayar kan

	SPT PPH 2019	PPH 25 2020	TOTAL PEMRAYARAN
Jan-20	100.000.000	14.085.265	114.085.265
Feb-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Mar-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Apr-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Mei-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Jun-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Jul-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Agu-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Sep-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Okt-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Nov-20	21.650.000	14.085.265	35.735.265
Des-20	21.546.352	14.085.265	35.631.617
TOTAL	338.046.352	169.023.176	507.069.528

Kami melakukan perhitungan pph 25 tidak didesari pajak terhutang tahun 2019 dikarenakan penghasilan yang tidak menentu sehingga kami tidak berani melakukan pembayaran pph 25 atas dasar SPT PPh ta

Demikian surat permohonan ini agar dapat disetujui

[REDACTED]