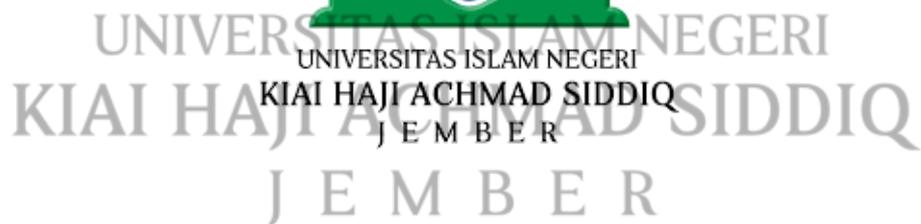


**ANALISIS PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN
PASAL 21 (PPH 21) PADA PENDAPATAN
KREATOR SHOPEE *AFFILIATE***

SKRIPSI



Oleh:
Sherly Handayani Safitri
NIM: 214105030009

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2025**

**ANALISIS PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN
PASAL 21 (PPH 21) PADA PENDAPATAN
KREATOR SHOPEE *AFFILIATE***

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah



Oleh:

Sherly Handayani Safitri

NIM: 214105030009

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2025**

**ANALISIS PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN
PASAL 21 (PPH 21) PADA PENDAPATAN
KREATOR SHOPEE AFFILIATE**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Oleh:

Sherly Handayani Safitri
NIM: 214105030009

Disetujui Pembimbing



Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.
NIP. 196905231998032001

**ANALISIS PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN
PASAL 21 (PPH 21) PADA PENDAPATAN
KREATOR SHOPEE AFFILIATE**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Akuntansi Syariah

Hari: Rabu
Tanggal: 18 Juni 2025

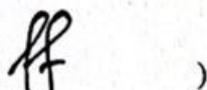
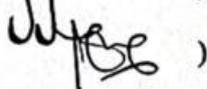
Tim Penguji

Ketua Sekretaris
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Siti Indah Purwaning Yuwana, S.Si., M.M.
NIP. 198509152019032005

Toton Fanshurna, M.E.I.
NIP. 198112242011011008

Anggota:

1. Dr. Siti Masrohatin, S.E., M.M. ()
2. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. ()

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



MOTTO

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اطِيعُوْا اللّٰهَ وَاَطِيعُوْا الرَّسُوْلَ وَاُوْلٰى الْاَمْرِ مِنْكُمْ فَاِنْ
تَنَزَعْتُمْ فِيْ شَيْءٍ فَرُدُّوْهُ اِلَى اللّٰهِ وَالرَّسُوْلِ اِنْ كُنْتُمْ تُوْمِنُوْنَ بِاللّٰهِ وَالْيَوْمِ
الْاٰخِرِ ۗ ذٰلِكَ خَيْرٌ وَّاَحْسَنُ تَاْوِيْلًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul (Nabi Muhammad) serta ululamri (pemegang kekuasaan) di antara kamu. Jika kamu berbeda pendapat tentang sesuatu, kembalikanlah kepada Allah (Al-Qur’an) dan Rasul (sunahnya) jika kamu beriman kepada Allah dan hari Akhir. Yang demikian itu lebih baik (bagimu) dan lebih bagus akibatnya (di dunia dan di akhirat)” (QS. An-Nisa: 59).¹

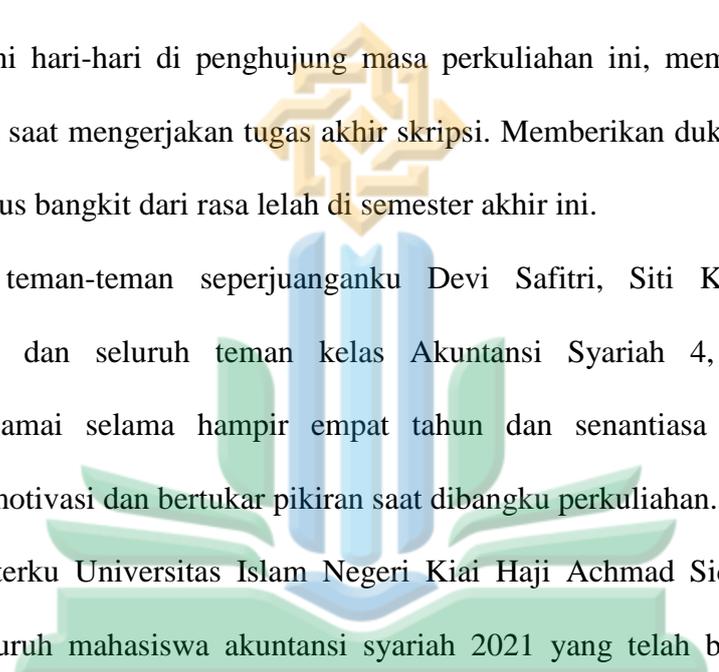
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹ Al-Qur’an dan Terjemah, Surah An-Nisa: (59), Nu Online.

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala nikmat, berkah dan limpahan rahmat-Nya yang selalu memberikan kemudahan dalam setiap langkah menjalani kehidupan, sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi saya. Sholawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW. Oleh karena itu, dengan rasa syukur dan bahagia saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Misraji dan Ibu Nuraini, sumber cinta dan kasih tanpa syarat, yang memberikan dukungan tiada henti. Kepada mereka yang senyumnya menjadi penyemangat di setiap langkah perjuangan ini, dan doanya selalu menjadi alasan di balik setiap keberhasilan.
2. Kakak tersayang Edy Novian Jaya Saputra yang telah membiayai perjalanan menempuh pendidikan dan impian adiknya ini, tidak menuntut apapun, selalu mendoakan dan memberikan dukungan untuk setiap pilihannya. Terimakasih telah menjadi kakak yang selalu mengusahakan yang terbaik.
3. Adik perempuanku Iza Nur Attaqiah yang mendukung dengan cara yang mungkin tak terlihat, tetapi begitu berarti.
4. Kepada seluruh keluarga besar tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungannya selama masa perkuliahan.
5. Pengasuh dan para guru pondok pesantren Zainul Hasan Genggong Probolinggo, terimakasih atas ilmu, motivasi dan doanya sehingga menjadi bekal yang berguna dalam proses perkuliahan.

- 
6. Teman terdekatku Monica Adelia Putri dan Devi Lusiani, terimakasih telah menemani hari-hari di penghujung masa perkuliahan ini, membantu setiap kesulitan saat mengerjakan tugas akhir skripsi. Memberikan dukungan penuh untuk terus bangkit dari rasa lelah di semester akhir ini.
 7. Kepada teman-teman seperjuanganku Devi Safitri, Siti Kholifa, Riza Agustina dan seluruh teman kelas Akuntansi Syariah 4, yang telah kebersamai selama hampir empat tahun dan senantiasa memberikan arahan, motivasi dan bertukar pikiran saat dibangku perkuliahan.
 8. Almamaterku Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, serta seluruh mahasiswa akuntansi syariah 2021 yang telah bersama-sama menyelesaikan pendidikan ini.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih Maha Penyayang, seiring dengan rasa puji syukur kepada-Nya yang telah memberikan rahmat, taufiq, serta hidayah, salah satu diantaranya adalah telah terselesaikannya skripsi ini walaupun masih jauh dari kata sempurna. Sholawat serta salam senantiasa tercurah limpahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman yang terang benderang yakni agama islam.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Akuntansi Syariah (S.Akun) pada Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember.

Dengan terselesaikannya skripsi ini, terdapat beberapa pihak yang memberikan dukungan dari awal hingga akhir. Oleh karenanya, ungkapan terimakasih saya haturkan sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di universitas ini.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses perkuliahan.

- 
3. Dr. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S.Sos., M.Si. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 4. Dr. MF. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 5. Dr. Nur Ika Mauliyah, S.E., M.Ak. selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
 6. Dr. Nurul Setianingrum, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa sabar dalam memberikan arahan, motivasi dan bimbingan sampai penulisan proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
 7. Nadia Azalia Putri, M.M. selaku Dosen Penasihat Akademik.
 8. Seluruh Dosen Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah banyak memberikan ilmu selama dibangku kuliah.
 9. Seluruh informan penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mendukung penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya.

Jember, 25 April 2025

Penulis

ABSTRAK

Sherly Handayani, Nurul Setianingrum, 2025: Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPH 21) Pada Pendapatan Kreator Shopee Affiliate

Kata Kunci: pajak penghasilan, pendapatan, Shopee Affiliate

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah membuka peluang pendapatan baru melalui program afiliasi, salah satunya adalah Shopee Affiliate Program. Kreator yang tergabung dalam program ini mendapatkan komisi dari hasil promosi produk melalui media sosial. Seiring meningkatnya jumlah kreator dan pendapatan yang dihasilkan, pemerintah menerapkan pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPH 21) atas komisi yang diperoleh.

Fokus masalah yang diteliti skripsi ini adalah: 1) bagaimana mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee Affiliate? 2) bagaimana dampak penerapan Pajak Penghasilan pasal 21 (PPH 21) pada pendapatan kreator Shopee Affiliate?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee Affiliate. 2) untuk mengetahui dampak penerapan Pajak Penghasilan pasal 21 (PPH 21) pada pendapatan kreator Shopee Affiliate.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap empat kreator aktif yang memenuhi kriteria. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa 1) mekanisme pemotongan PPh 21 pada pendapatan kreator Shopee Affiliate dilakukan secara otomatis oleh Shopee sebagai pihak pemotong sebelum komisi ditransfer kepada kreator. 2) Dampaknya, potongan pajak dianggap wajar oleh sebagian kreator. Sebagian merasa keberatan karena kurangnya transparansi dan karena pendapatan mereka tergolong kecil. Pemotongan otomatis mendorong munculnya kesadaran pajak, namun tingkat kepatuhan pelaporan SPT masih rendah karena kurangnya pemahaman bahwa penghasilan yang telah dipotong tetap harus dilaporkan.

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Kajian Teori	22
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34

B. Subjek Penelitian	34
C. Teknik Pengumpulan Data.....	35
D. Analisis Data.....	39
E. Keabsahan Data	42
F. Tahap – tahap Penelitian.....	43
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	44
A. Gambaran Objek Penelitian	44
B. Penyajian data dan Analisis	47
C. Pembahasan Temuan	61
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
Lampiran-Lampiran	

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal.
1.1	Perbandingan data kunjungan <i>e-commerce</i>	4
2.1	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu.....	19
3.1	Data Informan	35



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah kunjungan <i>e-commerce</i> di Indonesia (Jan-Feb 2025).	3
Gambar 2.1 Mekanisme Pemotongan Pajak PPh 21 di Shopee.....	29
Gambar 4.1 Logo <i>Marketplace</i> Shopee.....	46



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Sumber penerimaan utama negara saat ini berasal dari pajak. Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa sesuai undang-undang yang digunakan untuk keperluan negara demi kemakmuran rakyat.² Pajak memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Pentingnya pemahaman dan kepatuhan pajak bagi setiap individu dan pelaku usaha agar program pemerintah dapat tersalurkan dengan baik. Salah satu jenis pajak di dunia usaha yang ditetapkan oleh pemerintah yaitu Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21). Pajak Penghasilan Pasal 21 merupakan elemen penting dalam perpajakan. Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima oleh wajib pajak orang pribadi dalam negeri, termasuk imbalan dari pekerjaan jasa atau kegiatan lainnya. PPh 21 juga mencakup imbalan seperti gaji, honorarium, dan komisi.³ Sejak tanggal 1 Mei 2024, tarif pemotongan PPh 21 menggunakan skema tarif efektif sesuai peraturan yang baru.⁴ Pemahaman yang baik mengenai PPh 21 dapat membantu individu dalam merencanakan strategi keuangan, mengatur anggaran, serta memaksimalkan penghasilan bersih yang diterima.

² Dianing Ratna Wijayani Nita Andriyani Budiman, Sri Mulyani, *Perpajakan, Sustainability* (Switzerland), vol. 11, 2019.

³ Muhammad Adithya Ramdhany Hartono, Harijanto Sabijono, and I Gede Suwetja, "Analisis Penerapan Perhitungan Pajak Penghasilan Pasal 21 Terhadap Pegawai Kontrak Waktu Tertentu Pada Sintesa Peninsula Hotel Manado", *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*, vol. x, 2022.

⁴ PP No. 58 Tahun 2023- Peraturan BPK.

Namun, masih terdapat tantangan dalam penerapan pajak ini, terutama kurangnya sosialisasi dan edukasi yang memadai kepada masyarakat mengenai pajak. Hal ini dapat mengakibatkan ketidakpatuhan pajak yang berdampak pada sanksi administrasi bagi individu, sementara bagi negara dapat menyebabkan kehilangan potensi pendapatan dari pajak yang berujung pada terhambatnya pembangunan dan pelayanan publik.⁵

Seiring berkembangnya teknologi, saat ini pelaku usaha dan konsumen semakin tidak terpisahkan dari dunia digital. Indonesia termasuk dalam salah satu negara pengguna internet terbanyak di Asia.⁶ Dalam dunia digital, banyak individu yang memperoleh penghasilan melalui berbagai metode, salah satunya adalah *Affiliate* marketing. Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia.⁷ Adanya Shopee memudahkan transaksi jual beli *online* yang dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Shopee bukan hanya menjadi tempat berbelanja *online* yang populer bagi konsumen, tetapi juga menjadi peluang bisnis *online* bagi individu maupun entitas yang ingin memanfaatkan potensi internet untuk menghasilkan pendapatan tambahan. Di tengah ketatnya persaingan industri saat ini, perusahaan perlu merancang strategi yang tepat guna mempertahankan atau bahkan meningkatkan posisinya di pasar. Berbagai metode dapat dilakukan untuk

⁵ Dini Vientiany Mutiara Dewi, Rizkika Zalzabila Utami, Siti Aisyah, Analisis Perhitungan Dan Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Serta Pelaporannya, *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, vol. 1, 2024.

⁶ Nur Ika Mauliyah M.F Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id," *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 10, No. 1 (2023):12633, [Http://Www.Karyailmiah.Trisakti.Ac.Id/Uploads/Kilmiah/Dosen/2_Ebook_Digital_Marketing.Pdf#Page=7](http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_Ebook_Digital_Marketing.Pdf#Page=7).

⁷TMO Group, "11 in Indonesia for Businesses Selling Online," 2025, <https://www.tmogroup.asia/insights/top-online-marketplaces-indonesia/>.

mencari penghasilan secara *online*, namun *Affiliate* marketing dianggap sebagai salah satu pendekatan yang paling efektif untuk dilakukan.⁸



Gambar 1.1
Jumlah kunjungan *e-commerce* di Indonesia (Jan-Feb 2025)

Diagram batang di atas menunjukkan jumlah kunjungan ke situs *e-commerce* utama di Indonesia pada bulan Januari dan Februari 2025. Empat platform yang dibandingkan adalah Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli. Berikut perbandingan disajikan dalam tabel 1.1 dibawah:

⁸ Muchamad Loby Lukman and Sri Andayani, Peran Shopee Affiliate Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Di Era Generasi Z, Profit: *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, vol. 3, 2023, <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1693>.

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Kunjungan E-Commerce
di Indonesia (Januari–Februari 2025)

No	platform <i>e-commerce</i>	Januari 2025 (juta kunjungan)	Februari 2025 (juta kunjungan)	Perubahan (%)
1.	Shopee	157,4	152,6	-3,07%
2.	Tokopedia	64,0	61,6	-3,88%
3.	Lazada	43,4	51,5	+18,64%
4.	Blibli	21,4	19,5	-8,65%

Sumber: Diolah dari data kunjungan e-commerce Januari–Februari 2025

Shopee menempati posisi pertama sebagai platform *e-commerce* dengan jumlah kunjungan tertinggi, yakni 157,4 juta kunjungan pada Januari dan 152,6 juta pada Februari 2025. Meskipun terjadi penurunan sebesar 3,07%, Shopee tetap mendominasi pasar *e-commerce* Indonesia. Tokopedia berada di posisi kedua dengan 64 juta kunjungan pada Januari dan 61,6 juta pada Februari 2025. Penurunan sebesar 3,88% juga tercatat di platform ini. Lazada mengalami peningkatan signifikan dari 43,4 juta kunjungan di Januari menjadi 51,5 juta pada Februari 2025, menunjukkan pertumbuhan sebesar 18,64%. Blibli mencatatkan penurunan dari 21,4 juta menjadi 19,5 juta kunjungan, dengan penurunan sebesar 8,65%.⁹

Shopee secara konsisten menjadi platform *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi oleh pengguna di Indonesia. Dominasi ini menjadi alasan kuat mengapa penelitian tentang penerapan PPh 21 difokuskan pada Shopee *Affiliate* program, karena potensi penerimaan pajaknya juga lebih besar

⁹ <https://www.tmgroupp.com/insights/top-online-marketplaces-indonesia/>

dibandingkan platform lain. Visualisasi ini memperkuat latar belakang dan urgensi penelitian yang dilakukan.

Shopee *Affiliate* program adalah salah satu program Shopee bagi para content creator untuk mendapatkan penghasilan tambahan berupa komisi dengan cara mempromosikan produk-produk di shopee melalui media sosial. Platform yang dapat digunakan diantaranya yaitu, Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook dan Twitter.¹⁰ Program ini dapat diikuti dari berbagai kalangan masyarakat, dari anak-anak hingga dewasa maupun lansia. Kreator dapat menjalankan program ini dengan berbagai cara. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membagikan tautan tertentu suatu produk dari sebuah toko yang tersedia di Shopee. Tautan tersebut bisa dibagikan melalui beberapa platform seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Youtube. Ketika orang lain membeli menggunakan link tautan yang dibagikan, maka kreator akan memperoleh komisi sesuai ketentuan yang berlaku.

Kreator Shopee *Affiliate* bukanlah karyawan Shopee, melainkan mitra independen yang berperan penting dalam memperluas jangkauan pemasaran Shopee secara digital. Mereka menggunakan kreativitas dan pengaruh di media sosial untuk mempromosikan produk secara efektif, yang menjadikan mereka bagian integral dari ekosistem *e-commerce*. Dengan semakin banyaknya kreator yang tergabung dalam program ini, penghasilan yang mereka peroleh pun semakin signifikan dan relevan untuk dikenai pajak penghasilan.¹¹

¹⁰ accessed December 15, 2024, <https://s.shopee.co.id/6AVLjEc2wY>.

¹¹ Bintang Asto Nugroho, Devan Nathaniel Pattiata, and Aprilia Hellyani, Pengaruh *Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia)*, *Prosiding Senam: Ekonomi dan Bisnis* vol. 4, 2024.

Dalam konteks perpajakan, penerapan PPh 21 atas komisi yang diterima oleh kreator *Affiliate* menimbulkan kewajiban perpajakan yang harus dipatuhi. Kreator yang ingin mengikuti program Shopee *Affiliate* diharuskan memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) yang digunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya. Komisi yang diterima akan dikenakan pemotongan pajak secara otomatis oleh Shopee sebelum dibayarkan kepada kreator sesuai dengan ketentuan PPh 21.¹²

Affiliate marketing tidak hanya berlaku pada platform *marketplace* Shopee. Terdapat beberapa platform yang menyediakan program afiliasi bagi para kreator termasuk diantaranya Tokopedia, Lazada dan Blibli. Namun pada penelitian ini hanya berfokus pada platform shopee. Dibandingkan dengan platform lainnya, Shopee *Affiliate* memiliki potensi pajak penghasilan yang besar karena banyaknya pengguna yang terlibat dalam program ini. Peneliti tertarik untuk mengkaji seberapa besar potensi pajak penghasilan dari kegiatan ini, terutama karena banyak pengguna yang mungkin tidak menyadari kewajiban perpajakannya.

Penelitian ini akan mengkaji mekanisme penerapan PPh 21 terhadap pendapatan kreator Shopee *Affiliate*, serta menilai bagaimana pemotongan pajak dilakukan, apa saja ketentuan yang berlaku, dan bagaimana dampaknya terhadap para kreator. Mengingat pentingnya pajak dalam pembangunan

¹²Accessed 12 Mei 2025, <https://help.shopee.co.id/portal/4/article/73621>

nasional dan tantangan yang dihadapi oleh kreator dalam memahami kewajiban perpajakan mereka, penelitian ini menjadi sangat relevan.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penerapan PPh 21 pada penghasilan kreator Shopee *Affiliate* serta diharapkan hasil dari analisis ini dapat menjadi acuan bagi pihak – pihak terkait dalam meningkatkan pemahaman dan kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee *Affiliate* ?
2. Bagaimana dampak penerapan Pajak Penghasilan pasal 21 (PPh 21) pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mencapai hasil dari permasalahan yang diteliti, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee *Affiliate*.
2. Untuk mengetahui dampak penerapan Pajak Penghasilan pasal 21 (PPh 21) pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate*.

D. Manfaat Penelitian

Peneliti berharap adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap beberapa pihak, untuk itu manfaat penelitian ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan ilmu pengetahuan tentang pajak terkhususnya Pajak Penghasilan pasal 21 (PPH 21). Dan juga membantu menambah pengetahuan tentang pajak di era digital dalam konteks ekonomi digital dan platform berbasis teknologi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih luas dan pemahaman kepatuhan pajak tentang penerapan Pajak Penghasilan pasal 21 terhadap pendapatan kreator Shopee *Affiliate*.

b. Bagi Kreator

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam bentuk efisiensi pengelolaan keuangan, kepatuhan pajak, dan peluang optimalisasi penghasilan. Selain itu, hal ini juga memperkuat ekosistem ekonomi digital yang lebih tertib dan berkelanjutan.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah adalah penjelasan dari makna masing – masing kata kunci atau istilah penting yang terdapat pada judul dan fokus penelitian. Beberapa definisi istilah dalam pembahasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pajak

Pajak adalah pengeluaran wajib yang dikeluarkan oleh orang pribadi atau badan usaha yang sifatnya memaksa berdasarkan undang – undang, tanpa mendapatkan imbalan secara langsung, digunakan untuk keperluan negara demi kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat.¹³ Pajak bersifat memaksa dan digunakan untuk kepentingan publik, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan dan keamanan.

2. Pajak Penghasilan

Pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan kepada orang pribadi atau badan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam suatu Tahun Pajak. Pajak penghasilan yaitu pajak yang dikenakan atas penghasilan atau pendapatan yang diperoleh dari suatu pekerjaan, jasa, atau kegiatan ekonomi tertentu yang menjadi objek pajak.¹⁴ Yang dimaksud penghasilan yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh seseorang atau badan, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, yang dapat digunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan. Penghasilan dapat berupa, gaji, honorarium, keuntungan usaha, dan lain-lain. Pajak ini bersifat progresif, yang artinya semakin besar penghasilan seseorang, semakin tinggi tarif pajaknya.

¹³Kementrerian keuangan Direktorat Jenderal Pajak, accessed 10 Mei 2025, <https://pajak.go.id/id/istilahumperpajakan#:~:text=Pajak%20adalah%20kontribusi%20wajib%20kepada,bagi%20sebesar%2Dbesarnya%20kemakmuran%20rakyat>

¹⁴Kementrerian keuangan Direktorat Jenderal Pajak, accessed 10 Mei 2025, <https://pajak.go.id/id/jenis-pajak-pusat>

3. Pajak Penghasilan Pasal 21

Pajak Penghasilan Pasal 21 adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima oleh Wajib Pajak Orang Pribadi dalam negeri sehubungan dengan pekerjaan, jasa, atau kegiatan, termasuk komisi yang diterima dari kerja sama promosi seperti program afiliasi.¹⁵

4. Pendapatan

Pendapatan adalah seluruh jumlah penghasilan yang diterima oleh seseorang dalam periode tertentu, baik berupa gaji, honorarium, maupun komisi.¹⁶ Dalam konteks ini, pendapatan merujuk pada komisi yang diterima kreator dari Shopee melalui program afiliasi.

5. Kreator

Kreator adalah seseorang atau kelompok yang menciptakan, menghasilkan, atau mengembangkan sesuatu, baik dalam bentuk ide, karya seni, konten digital, produk, atau inovasi lainnya. Kreator dalam konteks digital adalah orang yang membuat konten, seperti video, music, atau seni, yang kemudian dibagikan di platform online seperti youtube, tiktok, dan instagram, biasa disebut sebagai *content creators*.¹⁷ Seorang kreator biasanya memiliki ciri khas dalam karyanya dan sering menggunakan kreativitas serta keahlian khusus untuk menghasilkan sesuatu yang orisinal dan bernilai.

¹⁵Kementrian keuangan Direktorat Jenderal Pajak, accessed 10 Mei 2025 [https://pajak.go.id/id/pphpasal2126#:~:text=Pajak%20Penghasilan%20\(PPh\)%20Pasal%2021,dana%20pensiun%2C%20badan%2C%20perusahaan%2C](https://pajak.go.id/id/pphpasal2126#:~:text=Pajak%20Penghasilan%20(PPh)%20Pasal%2021,dana%20pensiun%2C%20badan%2C%20perusahaan%2C)

¹⁶ Kementerian Keuangan Republik Indonesia, accessed 10 Mei 2025, <https://jdih.kemenkeu.go.id/kamushukum/pendapatan?id=04d8b4744f98dcead2f2a5c6c58f010d>

¹⁷ Irene Didy, "Content Creator: Arti, Tugas, Skill, Jenjang Karier, & Cara Menjadinya", Glints.Com, 24 April 2024, diakses 25 Juni 2024

6. *Affiliate*

Affiliate adalah individu atau perusahaan yang bekerja sama dengan bisnis lain untuk mempromosikan produk atau layanan dan mendapatkan komisi berdasarkan penjualan, klik atau tindakan tertentu yang dihasilkan dari promosi tersebut.¹⁸ Dalam konteks pemasaran digital, *Affiliate* adalah sebuah sistem kerja sama yang dilakukan oleh creator dengan sebuah perusahaan atau individu untuk mempromosikan suatu produk yang kemudian menghasilkan komisi untuk setiap penjualan saat mengklik tautan link yang dibagikan.

Judul penelitian ini adalah “Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) pada Pendapatan Kreator Shopee *Affiliate*”. Judul tersebut mengandung beberapa kata kunci penting yang perlu ditegaskan maknanya agar fokus penelitian menjadi lebih jelas dan terarah.

1. Analisis

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis, yaitu mengkaji secara mendalam bagaimana proses penerapan atau pelaksanaan ketentuan perpajakan (khususnya PPh 21) terhadap pendapatan yang diterima oleh kreator Shopee *Affiliate*. Analisis ini mencakup mekanisme pemotongan, pemahaman wajib pajak, serta dampak terhadap kepatuhan dan persepsi kreator.

¹⁸ Michelle Sutandi et al., Analisis Peran Affiliate Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 5, 2024.

2. Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21)

Yang dimaksud penerapan dalam konteks ini adalah bagaimana ketentuan perpajakan mengenai PPh Pasal 21 dilaksanakan oleh pihak Shopee, termasuk mekanisme pemotongan pajak atas penghasilan berupa komisi yang diterima oleh kreator. Penelitian ini menelusuri apakah pelaksanaannya telah sesuai dengan peraturan yang berlaku, serta bagaimana pengaruhnya terhadap pihak yang dikenai pajak.

3. Pendapatan Kreator Shopee *Affiliate*

Pendapatan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komisi yang diperoleh kreator dari program Shopee *Affiliate* atas hasil promosi produk menggunakan tautan afiliasi. Kreator bukan pegawai tetap Shopee, melainkan mitra independen yang memperoleh penghasilan dari aktivitas digital, sehingga masuk dalam kategori penerima penghasilan tidak tetap dan menjadi objek PPh 21.

Dengan demikian, yang ingin diteliti dari judul ini adalah bagaimana mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan oleh Shopee kepada kreator *Affiliate*, serta bagaimana dampaknya terhadap pemahaman, kepatuhan pajak, dan persepsi keadilan para kreator sebagai Wajib Pajak Orang Pribadi. Penelitian ini juga ingin mengungkap sejauh mana transparansi dan edukasi perpajakan dari pihak Shopee dalam mendukung sistem pemotongan pajak tersebut.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematis pembahasan disusun untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh dan teratur sesuai dengan topik yang dibahas. Secara umum, sistematika pembahasan ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi pembahasan mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan tentang kajian kepustakaan yang meliputi penelitian terdahulu dan kajian teori, hal ini digunakan untuk menganalisa masalah yang sedang diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai metode yang digunakan peneliti saat melakukan penelitian yang didalamnya mencakup jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini mengulas gambaran objek penelitian, penyajian data dan analisis, serta pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan terkait jawaban dari rumusan masalah yang telah ditentukan pada bab pertama, dan saran diberikan sebagai masukan bagi peneliti selanjutnya, dan bab ini berfungsi sebagai bentuk penyampaian hasil yang ditemukan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini penulis mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian analisis penerapan pajak penghasilan pasal 21 (PPh 21) pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate*. Kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang telah dipublikasikan maupun belum dipublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, jurnal dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, akan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan. Berikut beberapa penelitian terdahulu terkait penelitian ini adalah:

1. Muchamad Loby Lukman dan Sri Andayani (2024) dalam jurnal yang berjudul “Peran Shopee *Affiliate* Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital di Era Generasi Z “. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai peran shopee *Affiliate* sebagai media komunikasi pemasaran digital di era generasi z. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran digital melalui media program shopee *Affiliate* memiliki peran penting di era generasi Z ini dalam memberikan informasi dan meningkatkan penjualan produk serta memberikan manfaat besar bagi para pengguna, konsumen dan platform shopee itu sendiri.¹⁹

¹⁹ Muchamad Loby Lukman and Sri Andayani, "Peran Shopee Affiliate Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Di Era Generasi Z", *Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 2023.

2. Asia Dwi .S., Puji Rahayu, dan Muhammad Alfa .N (2024) dalam jurnal yang berjudul “Implementasi Pajak Penghasilan *Endorsement Influencer* Media Sosial”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi pajak penghasilan *endorsement* oleh *influencer* di media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penghasilan yang diperoleh dari *endorsement* sama dengan penghasilan lain pada umumnya yang dapat dikenakan pajak. Hanya saja media yang digunakan dalam memperoleh penghasilan itu berbeda. Penghasilan rata-rata dalam waktu setahun dapat melebihi Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP) atau bisa disebut penghasilan yang diterimanya dapat dikenakan pajak. *Influencer* juga memiliki kewajiban untuk mendaftar, menghitung, menyetor, dan melaporkan pajaknya.²⁰
3. Mayla Humaira, Natasyah, dan M Sahlan (2024) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Program Afiliasi Shopee Di Media Sosial”. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan pengetahuan yang berharga tentang cara meningkatkan dan mengoptimalkan program afiliasi serta memberikan rekomendasi bagi pemangku kepentingan dalam industri *e-commerce*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa cara yang dapat digunakan adalah dengan mempromosikan produk melalui media sosial.²¹

²⁰ Muhammad Alfa N., Aisa Dwi , dan Puji Rahayu, "Implementasi Pajak Penghasilan Endorsement Influencer Media Sosial", *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Universitas Jambi* vol. 8, 2024, <https://doi.org/10.22437/jaku.v8i4.32122>.

²¹ Nurbaiti. Mayla Humaira As-syiva, Natasyah, Adrian Niken Lubis, M Sahlan, "Analisis Program Afiliasi Shopee di Media Sosial", *Jurnal Multidisiplin Saintek*, vol. 5, 2024, <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>.

4. M. Sutandi, A. Fauzi, L. Caesar, Putri, dan Rhamadina (2024) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Peran *Affiliate* Marketing dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menggali lebih dalam dampak dan efektivitas *Affiliate* marketing dalam membentuk kepercayaan pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi, komunikasi, dan etika dalam praktik *Affiliate* marketing berkontribusi signifikan terhadap pembentukan kepercayaan pelanggan. Kunci dalam membangun landasan kepercayaan yang kuat yaitu transparansi, penyedia konten yang bernilai, dan integritas *Affiliate* dalam mengungkapkan hubungan dengan merek.²²
5. Bintang Asto Nugroho, Pattiata, dan A. Hellyani (2024) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh *Affiliate* Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Tokopedia)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh *Affiliate* marketing terhadap keputusan pembelian mahasiswa di platform *online*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel *Affiliate* marketing berpengaruh pada keputusan pembelian produk di *e-commerce* maupun media sosial.²³
6. Erwin Permana, Ryan Akbar, dan Sherly Ayu (2024) dalam jurnal yang berjudul “ Analisis Efektivitas Program Shopee *Affiliate* Dalam

²² Michelle Sutandi et al., "Analisis Peran *Affiliate* Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan", *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, vol. 5, 2024, <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>.

²³ Nugroho, Pattiata, and Hellyani, Pengaruh *Affiliate* Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia) *Prosiding Senam: Ekonomi dan Bisnis* vol. 4, 2024.

Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Industri *Fashion*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis terhadap efektivitas program shopee *Affiliate* dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan pada industri *fashion*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa shopee telah sukses dalam memanfaatkan penggunaan program afiliasi untuk mempromosikan produk-produknya melalui berbagai platform *online*. Dukungan dari mitra afiliasi, seperti *blogger*, *influencer*, dan penggunaan media sosial telah membantu shopee memperluas pangsa pasar mereka dalam industri *e-commerce*, terutama dalam kategori *fashion*.²⁴

7. Enok Nurhasanah (2023) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Penggunaan *E-Commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2022)”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan *e-commerce* shopee sebagai sarana belajar *online* bagi mahasiswa pendidikan ekonomi, dan untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi dalam berbelanja melalui *e-commerce* shopee. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa selaku konsumen memanfaatkan shopee sebagai sarana belanja *online* yang memberikan kemudahan bagi para konsumen serta penawaran menarik yang membuat konsumen merasa puas dan diuntungkan dan mahasiswa pendidikan

²⁴ Albertus Prasetyo Widi Erwin Permana, Ryan Akbar, Sherly Ayu Regita, Analisis Efektivitas Program Shopee Affiliate Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Industri Fashion, *Jurnal Kajian Ilmiah Multidisipliner*, vol. 8, 2024.

ekonomi berperilaku konsumtif akibat penggunaan shopee untuk belanja *online* dengan intensitas cukup tinggi.²⁵

8. M. Adithya Ramdhany Hartono, Sabijono, dan Gede Suwetja (2022) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Penerapan Perhitungan Pajak Penghasilan Pasal 21 Terhadap Pegawai Kontrak Waktu Tertentu Pada Sintesa Peninsula Hotel Manado”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode perhitungan dalam perhitungan pajak penghasilan pasal 21 untuk pegawai kontrak waktu tertentu pada sintesa peninsula hotel manado sesuai UU No. 36 tahun 2008. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pada besaran biaya jabatan terhadap perhitungan pajak penghasilan pasal 21 karyawan yang berpengaruh timbulnya lebih bayar atas pajak penghasilan Pasal 21.²⁶
9. Winda Wulandari dan Fira Yulianti dalam jurnal yang berjudul “Implementasi Kebijakan Pengenaan Pajak Atas Penghasilan Youtuber Dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak Di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020 s.d 2022”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis implementasi kebijakan perpajakan atas penghasilan youtuber dalam upaya mengoptimalkan penerimaan pajak. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode

²⁵ Enok Nurhasanah, Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2022), *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, vol. 8, 2023, <https://doi.org/10.32493/pekobis.v8i1.p47-59.30254>.

²⁶ Muhamad Iqbal, “Analisis Pengenaan Pajak Penghasilan Dalam Program *Affiliate Marketing* Orang Pribadi Pada Online Marketplace” (Skripsi Universitas Indonesia, 2022)

kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengenaan pajak atas penghasilan youtuber belum berjalan optimal karena belum adanya regulasi khusus mengenai pengenaan pajak penghasilan youtuber.²⁷

10. Jamilah dalam skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak *Content Creator* Di Kota Parepare”. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meningkatkan kepatuhan wajib pajak *content creator* di kota Parepare. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) telah menerapkan sistem *self assessment* dan menekankan pentingnya sosialisasi serta edukasi perpajakan melalui berbagai media.²⁸

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Muchamad Loby Lukman dan Sri Andayani (2024) “Peran Shopee <i>Affiliate</i> Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Di Era Generasi Z”	Persamaannya adalah membahas shopee <i>Affiliate</i> .	Penelitian ini berfokus pada peran shopee <i>Affiliate</i> di era generasi z, sedangkan peneliti berfokus pada penerapan pajak pada pendapatan kreator Shopee <i>Affiliate</i> .
2.	Asia Dwi .S., Puji Rahayu, dan Muhammad Alfa .N (2024) “Implementasi Pajak Penghasilan <i>Endorsement Influencer</i> Media Sosial”	Persamaannya adalah membahas pajak penghasilan.	Penelitian ini berfokus pada pajak penghasilan dari <i>endorsement</i> , sedangkan peneliti fokus pada pajak penghasilan kreator Shopee <i>Affiliate</i> .

²⁷ Adithya Ramdhany Hartono, Sabijono, and Gede Suwetja, "Analisis Penerapan Perhitungan Pajak Penghasilan Pasal 21 Terhadap Pegawai Kontrak Waktu Tertentu Pada Sintesa Peninsula Hotel Manado" *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 2022.

²⁸ Fira Yulianti Winda Wulandari, “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* 4, no. 4 (2024): 320–28.

No.	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3.	Mayla Humaira, Natasyah, dan M Sahlan (2024) “Analisis Program Afiliasi Shopee Di Media Sosial”.	Persamaannya adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif.	Perbedaan penelitian ini tidak membahas tentang pajak penghasilan.
4.	M. Sutandi, A. Fauzi, L. Caesar, Putri, dan Rhamadina (2024) “Analisis Peran <i>Affiliate</i> Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan”	Persamaannya menggunakan metode pendekatan kualitatif	Perbedaannya penelitian ini berfokus pada peran <i>Affiliate</i> marketing bukan Shopee <i>Affiliate</i> .
5.	Bintang Asto Nugroho, Pattiata, dan A. Hellyani (2024) “Pengaruh <i>Affiliate</i> Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia)”.	Persamaannya adalah menggunakan metode pendekatan kualitatif	Perbedaannya terdapat pada studi kasus yang digunakan yaitu tokopedia.
6.	Erwin permana, Ryan Akbar, dan Sherly Ayu (2024) “Analisis Efektivitas Program Shopee <i>Affiliate</i> Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Industri <i>Fashion</i> ”.	Persamaannya adalah metode yang digunakan pendekatan kualitatif.	Perbedaannya tidak membahas pajak penghasilan pasal 21 PPh 21.
7.	Enok Nurhasanah (2023) “Analisis Penggunaan <i>E-Commerce</i> Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2022”.	Persamaannya adalah menggunakan metode kualitatif.	Perbedaannya adalah penelitian ini tidak membahas penerapan pajak penghasilan.
8.	M. Adithya Ramdhany Hartono, Sabijono, dan Gede Suwetja (2022) “Analisis Penerapan Perhitungan Pajak Penghasilan 21 Terhadap Pegawai Kontrak Waktu	Persamaannya menganalisis penerapan pajak penghasilan 21.	Perbedaannya objek penelitian itu adalah pegawai kontrak waktu tertentu.

No.	Nama, Tahun, dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Tertentu Pada Sintesa Peninsula Hotel Manado”.		
9.	Winda Wulandari dan Fira Yulianti “Implementasi Kebijakan Pengenaan Pajak Atas Penghasilan Youtuber Dalam Upaya Optimalisasi Penerimaan Pajak Di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Pajak Tahun 2020 s.d 2022”.	Persamaannya adalah membahas pengenaan pajak penghasilan.	Perbedaannya adalah penelitian ini fokus pada youtuber.
10.	Jamilah “Analisis Strategi Direktorat Jenderal Pajak Dalam Meningkatkan Kepatuhan Wajib Pajak <i>Content Creator</i> Di Desa Parepare”.	Persamaannya adalah metode penelitian kualitatif.	Perbedaannya yaitu penelitian ini lebih fokus terhadap strategi.

sumber: diolah oleh peneliti

Penelitian ini memiliki karakteristik yang membedakannya secara signifikan dari penelitian-penelitian sebelumnya, baik dari segi objek, fokus kajian, maupun pendekatan analisis yang digunakan. Sebagian besar penelitian terdahulu yang berkaitan dengan *Shopee Affiliate* (seperti yang dilakukan oleh Muchamad Loby Lukman & Sri Andayani, serta Mayla Humaira As-Syiva) lebih menitikberatkan pada peran program afiliasi dalam strategi pemasaran digital, efektivitas promosi, maupun peningkatan penjualan. Sementara itu, penelitian lain yang menyoroti aspek perpajakan (seperti penelitian oleh Asia Dwi, Winda Wulandari, dan Jamilah) berfokus pada pajak penghasilan yang dikenakan terhadap *influencer*, youtuber, atau pekerja dengan status kontrak, dan bukan pada kreator dalam program afiliasi.

Dengan pendekatan kualitatif dan menggali data langsung dari pengalaman para kreator aktif, penelitian ini memberikan kontribusi orisinal dalam mengisi kekosongan kajian antara sistem perpajakan formal dan praktik ekonomi digital yang dijalankan secara informal oleh individu melalui platform teknologi.

B. Kajian Teori

Kajian teori berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Adanya pembahasan teori secara luas akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang akan dipecahkan sesuai fokus dan tujuan penelitian. Kajian teori yang termasuk dalam penelitian ini yaitu:

1. Teori Kepatuhan Pajak (*Tax Compliance Theory*)

Teori yang digunakan dalam Riset ini merupakan teori kepatuhan atau disebut *compliance theory*. Menurut Sutinen dan Kuperan (2019) seperti yang dikutip Setiawan et al., (2022) teori kepatuhan merupakan teori yang menerangkan bahwasanya setiap perusahaan atau instansi harus memmanifestasikan ketentuan yang disusun oleh otoritas perancang hukum karena pemegang wewenang itu memiliki hak prerogatif untuk menata integritas perusahaan atau instansi.²⁹

Kepatuhan pajak merupakan suatu perilaku Wajib Pajak (WP) memenuhi semua hak perpajak dan sudah melaksanakan kewajiban perpajakannya dengan tepat waktu. Ada dua jenis kepatuhan, yaitu kepatuhan formal dan kepatuhan material. Kepatuhan formal adalah

²⁹ Mohammad Zain and Wijoyanti, *Manajemen Perpajakan* (Jakarta: Salemba Empat, 2019)

keadaan dimana seorang wajib pajak secara resmi memenuhi sepenuhnya kewajiban perpajakannya sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Misalnya ketentuan tentang batas waktu penyampaian SPT PPh tahunan adalah selambat-lambatnya 3 bulan setelah berakhirnya tahun pajak untuk wajib pajak orang pribadi dan 4 bulan untuk wajib pajak badan, yang pada umumnya adalah tanggal 31 Maret dan 30 April. Jika wajib pajak menyampaikan SPT PPh tersebut sebelum tanggal batas waktu tersebut maka dapat dikatakan bahwa wajib pajak tersebut telah memenuhi kepatuhan formal.³⁰

Kepatuhan material adalah tindakan di mana seorang wajib pajak secara substansial mematuhi semua peraturan perpajakan yang penting, khususnya sesuai dengan isi dan peraturan per Undang-Undang Pajak. Kepatuhan material dapat juga meliputi kepatuhan formal. Jadi wajib pajak yang memenuhi kepatuhan material dalam mengisi SPT PPh, adalah wajib pajak yang mengisi dengan jujur, baik dan benar atas SPT tersebut sehingga sesuai dengan ketentuan dalam undang-undang perpajakan dan menyampaikannya ke KPP sebelum batas waktu.

Kepatuhan wajib pajak adalah yang dimana seorang wajib pajak memenuhi seluruh hak dan kewajiban tanggung jawabnya mengenai perpajakannya. Kepatuhan ini dapat mencakup kewajiban wajib pajak untuk menyetorkan SPT dan kepatuhan dalam memperkirakan besarnya pajak balik yang terutang. Jika tingkat kepatuhan masyarakat sebagai wajib pajak

³⁰ Mustaqiem, *Perpajakan Dalam Konteks Teori Dan Hukum Pajak Di Indonesia*, Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2019.

dalam membayar pajak tinggi maka penerimaan pemerintah dari sektor pajak juga akan terus meningkat. Dalam artian wajib pajak yang patuh membayar pajaknya akan memberikan dampak positif bagi negara dan masyarakat. Misalnya pembangunan negara akan terlaksana dengan baik dan target pemungutan pajak akan tercapai.³¹

Teori kepatuhan (compliance theory) dapat digunakan untuk memperkirakan pengaruh dari masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu, self assessment system, kesadaran wajib pajak, dan sosialisasi perpajakan terhadap kepatuhan wajib pajak dengan pengetahuan perpajakan.³²

2. Pajak

Pajak adalah pungutan wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-undang dan digunakan untuk keperluan negara demi kemakmuran rakyat.³³ Pembayaran pajak tidak memberikan imbalan langsung kepada wajib pajak, tetapi digunakan oleh pemerintah untuk membiayai berbagai kebutuhan negara dan masyarakat, seperti pembangunan infrastruktur, pendidikan, kesehatan, dan pelayanan publik lainnya.³⁴

³¹ Agus Ismaya Hasanudin, Dadan Ramdhani, dan M. Deny Bagas Giyantoro, "Kepatuhan Wajib Pajak Online Shopping Di Jakarta: Urgensi Antara E-Commerce Dan Jumlah Pajak Yang Disetor", *Tirtayasa EKONOMIKA*, no.1(2020): 72-73.

³² khalimi, *Buku Teori Dan Hukum Pajak*, Yogyakarta: CV Fawwaz Mediacipta 2020.

³³ Alfani Dewi Kurniawati et al., "Kesadaran Wajib Pajak Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada Kpp Pratama Jember," *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus* 2, no. 1 (2024): 1–7, <http://jurnal.stittanggamus.ac.id/index.php/Khidmah>.

³⁴ Eka Satria Wibawa, *Dasar – Dasar Perpajakan*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2020.

a. Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21)

Pajak penghasilan (PPh) adalah pajak yang dikenakan terhadap penghasilan yang diterima oleh individu atau badan usaha, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar negeri. Pajak Penghasilan (PPh) sendiri terdiri dari beberapa pasal, yaitu pasal 21, pasal 22, pasal 23, dan pasal 25. Kandungan yang ada pada setiap pasal itu berbeda. Pasal 21 berisi tentang pemotongan pajak kepada wajib pajak orang pribadi dan penghasilannya. Pasal 22 berisi tentang pemotongan pajak penghasilan atas penyerahan barang atau kegiatan di bidang impor. Pasal 23 berisi tentang pemotongan pajak kepada wajib pajak badan atas penghasilannya. Sedangkan pasal 25 berisi adalah pajak yang dibayarkan secara berangsur, tujuannya untuk meringankan wajib pajak karena pajak yang dibayarkan / terutang harus dilunasi dalam jangka waktu satu tahun.³⁵

1) Objek pajak penghasilan pasal 21 meliputi:

- a) Penghasilan dari pekerjaan: gaji, honorarium, bonus, tunjangan, dan bentuk penghasilan lainnya.
- b) Penghasilan dari usaha atau kegiatan: keuntungan usaha atau pekerjaan bebas.
- c) Penghasilan dari investasi atau modal: dividen, bunga, royalti, dan sewa
- d) Keuntungan dari penjualan aset: properti, saham, dan aset lainnya.
- e) Penghasilan dari sumber lain: hadiah dan warisan.

³⁵ Ana Pratiwi and F A Rizky, "Mekanisme Pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 23 (PPh 23) Atas Perawatan Jasa Cuci Kereta Dan OTC (On Trip Cleaning) Pada PT. KAI Persero Daerah," *Academia.Edu23*, (2023):1–10, <https://www.academia.edu/download/102306495/diki.pdf>.

2) Subjek pajak penghasilan pasal 21 meliputi:

- a) Orang pribadi: orang pribadi yang bertempat tinggal di Indonesia atau tinggal lebih dari 183 hari dalam 12 bulan dan orang pribadi yang menerima penghasilan dari Indonesia namun tidak tinggal di Indonesia.
- b) Badan usaha: badan usaha yang didirikan atau berkedudukan di Indonesia dan badan usaha yang menerima penghasilan dari Indonesia tetapi tidak berdomisili di Indonesia.
- c) Warisan yang belum terbagi: termasuk dalam subjek pajak jika ada penghasilan yang diperoleh sebelum warisan tersebut dibagi.³⁶

3) Tarif pajak penghasilan pasal 21

Orang pribadi dalam negeri:

- a) 5% untuk penghasilan hingga 60 juta
- b) 15% untuk penghasilan 60 juta – 250 juta
- c) 25% untuk penghasilan 250 juta – 500 juta
- d) 30% untuk penghasilan 500 juta – 5 miliar
- e) 35% untuk penghasilan diatas 5 miliar

4) Cara menghitung pajak penghasilan orang pribadi:

- a) Hitung penghasilan bruto (seluruh penghasilan dalam satu tahun).
- b) Kurangi dengan biaya yang diperbolehkan (biaya jabatan, biaya usaha,dll)
- c) Kurangi lagi dengan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP)³⁷

³⁶ Adithya Ramdhany Hartono, Sabijono, and Gede Suwetja, "Analisis Penerapan Perhitungan Pajak Penghasilan Pasal 21 Terhadap Pegawai Kontrak Waktu Tertentu Pada Sintesa Peninsula Hotel Manado" *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum*, 2022.

5) Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak adalah mekanisme yang digunakan oleh pemerintah untuk mengumpulkan pajak dari wajib pajak. Sistem ini diatur dalam perundang-undangan dan dijalankan oleh lembaga atau otoritas pajak, seperti Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di Indonesia.³⁷ Terdapat tiga sistem pemungutan pajak yang umum digunakan, yaitu :

a) *Official Assessment System*

Official Assessment System adalah sistem pemungutan pajak yang digunakan oleh pemerintah, dimana kewajiban menghitung, menetapkan, dan membayar pajak sepenuhnya ditentukan oleh otoritas pajak atau fiskus. Dalam sistem ini, wajib pajak hanya menerima pemberitahuan (misalnya berupa surat ketetapan pajak) dari otoritas pajak mengenai jumlah pajak yang harus dibayar. Contohnya dalam pelunasan Pajak Bumi Bangunan (PBB).

b) *Self Assessment System*

Self Assessment System adalah sistem pemungutan pajak yang memberikan kepercayaan kepada wajib pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri jumlah pajak yang terutang sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dalam sistem ini pemerintah

³⁷ “Mekanisme Perhitungan Pajak Penghasilan Orang Pribadi,” accessed December 15, 2024, <https://www.pajak.go.id/id/mechanisme-penghitungan-pajak-penghasilan-orang-pribadi>.

³⁸ Bagus Rizki Prasetyo, Khusnul Khafidotul Jannah, and Abdul Wadud Nafis, “Peran Relawan Pajak Dalam Asistensi Spt Tahunan Dan Fungsi Kehumasan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak,” *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat)* 2, no. 2 (2024): 467–73.

berperan sebagai pengawas untuk memastikan kepatuhan wajib pajak.

Sistem ini diterapkan pada jenis pajak pusat.

c) *Withholding System*

Withholding System adalah mekanisme pemungutan pajak dimana pihak ketiga, seperti pemberi kerja atau lembaga tertentu, bertanggung jawab untuk memotong pajak dari penghasilan seseorang sebelum penghasilan tersebut dibayarkan. Pajak yang dipotong ini kemudian disetorkan ke otoritas pajak, seperti Direktorat Jenderal Pajak di Indonesia. Contohnya pada Pajak Penghasilan Pasal 21 dan PPN.³⁹

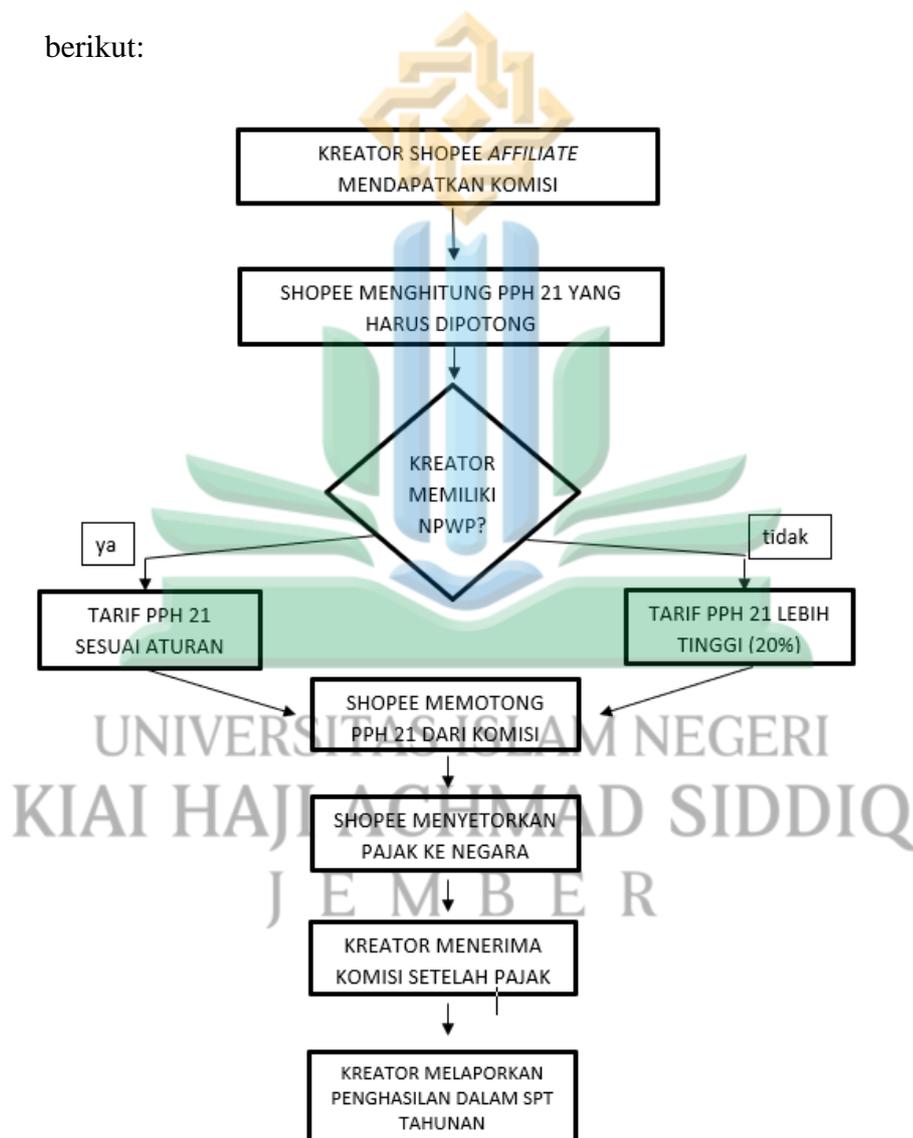
Sistem pemungutan pajak yang digunakan dalam pemotongan pajak penghasilan dari komisi Shopee *Affiliate* adalah sistem *Withholding Tax* yang mana pajak dipotong langsung oleh Shopee sebelum komisi dibayarkan kepada kreator. Jadi komisi bersih yang diterima oleh kreator telah otomatis dipotong pajak.

Mekanisme ini mencerminkan praktik umum dalam pemungutan pajak atas penghasilan tidak tetap atau penghasilan dari kegiatan jasa. Penghasilan yang diterima oleh individu sebagai imbalan atas jasa termasuk dalam objek PPh 21 dan dapat dipotong langsung oleh pemberi penghasilan.

Dalam konteks Shopee *Affiliate*, kreator berperan sebagai pemberi jasa pemasaran, sedangkan Shopee sebagai pihak pemberi penghasilan wajib melakukan pemotongan pajak tersebut. Adapun alur mekanisme

³⁹ Endang Winarsih, "Evaluasi Perhitungan, Pemotongan, Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21 Atas Karyawan Tetap (Studi Kasus Pada Kantor Wilayah VI PT. Pegadaian Makassar)", *Jurnal Riset Perpajakan*, vol. 1, 2022.

pemotongan pajak pada *Shopee Affiliate* dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Mekanisme Pemotongan Pajak PPh 21 di Shopee⁴⁰

Gambar diatas menjelaskan mekanisme pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) untuk kreator *Shopee Affiliate*, mulai dari penerimaan komisi hingga pelaporan pajak. Kreator yang terdaftar di *Shopee Affiliate* program akan menerima komisi berdasarkan penjualan atau aktivitas yang mereka hasilkan. Sebelum komisi dibayarkan, Shopee

⁴⁰ <https://pajak.go.id/id/artikel/affiliate-marketing-spill-pengenaan-pajaknya-dong>

akan menghitung pajak yang harus dipotong sesuai dengan ketentuan PPh 21. Jika kreator memiliki NPWP, maka tarif pajak yang digunakan adalah tarif normal sesuai ketentuan PPh 21. Jika kreator tidak memiliki NPWP, maka tarif PPh 21 yang dikenakan akan lebih tinggi, yaitu 20% lebih besar dari tarif normal. Setelah perhitungan pajak dilakukan, Shopee akan langsung memotong jumlah pajak tersebut dari komisi kreator. Pajak yang telah dipotong akan disetorkan oleh Shopee ke Direktorat Jenderal Pajak (DJP) sebagai bagian dari kewajiban pemotongan pajak oleh perusahaan. Kreator akan menerima komisi bersih yang telah dikurangi dengan pajak yang dipotong sebelumnya. Meskipun pajak sudah dipotong oleh Shopee, kreator tetap wajib melaporkan penghasilan yang diperoleh dalam Surat Pemberitahuan (SPT) Tahunan kepada DJP sebagai bagian dari kewajiban pajak mereka.

3. *Marketplace*

Marketplace merupakan jaringan global dari transaksi komersial dan hubungan ekonomi yang didukung oleh internet dan berbagai bentuk teknologi informasi dan telekomunikasi modern. *Marketplace* juga dapat diartikan sebagai platform atau tempat digital yang digunakan untuk mempertemukan penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi secara *online*. Contoh *marketplace* seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan Bukalapak.⁴¹

⁴¹ Oryz Agnu Dian Wulandari, Ujjiani Ujjiani, and Nita Riskiana Putri, "Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, vol. 6, 2020, <https://doi.org/10.37058/jem.v6i2.1978>.

a. *Affiliate Marketing*

Affiliate Marketing adalah strategi pemasaran berbasis kinerja, dimana tarif iklan bergantung pada seberapa baik iklan tersebut berkinerja. Sistem dan cara kerja dalam program afiliasi adalah sebuah sistem pemasaran oleh pihak ketiga yang mempromosikan produk melalui media sosial kepada pengguna media sosial dan mendapatkan komisi setiap kali ada penjualan melalui link afiliasi mereka.⁴² Model ini menguntungkan kedua pihak. Pemilik produk mendapatkan promosi tambahan, sementara afiliasi memperoleh penghasilan tanpa harus memiliki produk sendiri. Promosi penjualan dengan ini merupakan upaya pemasaran yang bersifat media, dapat dilakukan dengan mengirimkan sampel produk gratis kepada kreator untuk di promosikan.⁴³ Berikut cara kerja *Affiliate marketing*:

1) Bergabung dengan program afiliasi

Untuk bergabung dengan program ini dapat dilakukan dengan mendaftar di program afiliasi yang ditawarkan oleh perusahaan atau platform.

2) Mendapatkan link afiliasi

Setelah mendaftar, *Affiliate* akan mendapatkan link yang digunakan untuk melacak aktifitas pengguna yang datang dari promosi mereka.

⁴² Nugroho, Pattiata, and Hellyani, "Pengaruh *Affiliate Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia)" *Prosiding Senam: Ekonomi dan Bisnis* .

⁴³ Nurul Setyaningrum, H. Waluyo, and A. Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3, no. 1 (2016): 197–204.

3) Promosi produk

Mempromosikan produk atau layanan dapat dilakukan melalui media sosial ataupun iklan.

4) Konversi dan komisi

Komisi akan dicairkan ketika ada yang membeli produk atau mendaftar layanan melalui link yang telah dipromosikan.⁴⁴

b. Shopee *Affiliate* Program

Shopee *Affiliate* program adalah program yang ditawarkan oleh Shopee untuk memungkinkan pengguna mendapatkan penghasilan tambahan dengan mempromosikan produk-produk Shopee melalui link afiliasi yang tersedia di platform Shopee. Program ini memberikan kebebasan pemilihan produk dan platform yang akan digunakan kepada *content creator*. Selain itu, program ini terbuka untuk semua tanpa syarat minimum *followers*, dan tanpa kontrak yang mengikat satu sama lain.

Berikut cara kerja Shopee *Affiliate* program:

- a) Mendaftar program: pendaftaran dapat dilakukan melalui situs resmi Shopee. Setelah diterima, pendaftar akan diberikan akses ke dashboard afiliasi.
- b) Memilih produk: pilih-pilih produk di Shopee yang akan dipromosikan. Setiap produk memiliki komisi yang berbeda-beda, jadi kreator dapat memilih produk yang menghasilkan komisi lebih banyak.

⁴⁴ Sutandi et al., Analisis Peran Affiliate Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan.

- c) Promosi: promosi dapat dilakukan dengan membagikan tautan link produk di media sosial, atau membuat konten yang di *upload* di Shopee video atau *live streaming* kemudian mencantumkan produknya.
- d) Mendapatkan komisi: komisi akan didapatkan ketika ada yang membeli melalui tautan yang dibagikan. Besarnya komisi tergantung pada kategori produk dan kebijakan Shopee. Untuk mencairkan komisi, kreator diharuskan mencantumkan NPWP pada halaman pembayaran. Komisi yang didapatkan otomatis akan dipotong pajak.⁴⁵

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁴⁵ Windi Erfiana and Devi Purnamasari, Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram, *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, vol. 11, 2023, <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan judul di atas yaitu “Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) Terhadap Pendapatan kreator Shopee *Affiliate*” maka pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif yang berarti bertujuan untuk mendapatkan makna, pemahaman, dan pengertian lebih mendalam tentang fenomena, peristiwa, atau kejadian, serta kehidupan manusia yang terlihat secara langsung atau tidak langsung.⁴⁶ Jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif karena untuk memahami dan menganalisis bagaimana PPh 21 diterapkan pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate*.

B. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang menguasai informasi mengenai fokus pada penelitian. Informan yang dipilih harus sesuai dengan kriteria objek penelitian.⁴⁷ Penelitian ini menggunakan data primer melibatkan wawancara dengan kreator yang terdaftar dalam Shopee *Affiliate* program untuk mendapatkan data dan informasi terkait pendapatan yang diperoleh dari Shopee *Affiliate* tersebut. Penentuan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive*. *Purposive* adalah teknik pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.⁴⁸

⁴⁶Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 2021, 43, <https://repository.ung.ac.id/karyailmiah/show/8793/buku-metode-penelitian-kualitati.html>

⁴⁷ Amirul Wahid Abd. Muhith, Rachmad Baitulah, *Metodologi Penelitian*, 2020, 138 http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017Eng8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari.

⁴⁸ Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*.

Dalam konteks ini informan dipilih karena mereka sesuai dengan kriteria yang ditentukan peneliti yaitu, kreator di Indonesia yang aktif menjalankan program afiliasi menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Whatsapp untuk menyebarkan tautan afiliasi. Dan juga kreator yang telah bergabung dengan program *Affiliate* setidaknya dalam waktu 1 tahun atau lebih. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memilih informan yang dianggap lebih tahu dan relevan dengan topik yang diteliti, sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan sesuai dengan kebutuhan peneliti. Berdasarkan kriteria dan pemilihan subjek penelitian diatas, peneliti memilih empat kreator yang layak untuk dijadikan informan diantaranya:

Tabel 3.1
Data Informan

Nama	Bergabung selama
Nia	2 tahun
Aisyah	1 tahun
Safina	1 tahun
Nanda	2 tahun

Sumber: diolah oleh peneliti

C. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini diuraikan teknik pengumpulan data yang akan digunakan. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi yang alami.⁴⁹ Dan pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dapat dilakukan adalah dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

⁴⁹ Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2021), 48.

1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung aktivitas atau kondisi yang berkaitan dengan objek penelitian. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan secara non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas para informan, tetapi hanya mencatat dan mendokumentasikan temuan yang relevan.

Observasi difokuskan pada aktivitas kreator *Shopee Affiliate*, khususnya dalam hal interaksi mereka dengan sistem di aplikasi *Shopee* yang berkaitan dengan pendapatan dan informasi perpajakan. Hasil observasi ini menunjukkan:

- a. Tampilan halaman laporan pendapatan *Shopee Affiliate*
- b. Ada atau tidak adanya informasi pemotongan PPh 21 pada laporan tersebut
- c. Proses penarikan dana oleh kreator melalui aplikasi
- d. Bukti transfer atau rincian pendapatan yang dikirimkan kepada kreator

Observasi ini membantu peneliti memahami bagaimana mekanisme pemotongan pajak ditampilkan oleh platform, serta apakah informasi tersebut dapat dipahami dengan jelas oleh para creator.

2. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengambilan data yang digunakan untuk memperoleh informasi melalui tanya jawab kepada informan. Untuk memperoleh data yang bersifat objektif, peneliti membutuhkan informasi melalui penelitian dengan melakukan wawancara mendalam. Wawancara

yang berfokus pada eksplorasi pengalaman, pandangan, atau emosi responden secara mendalam.⁵⁰

Dalam penelitian ini, teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam dengan pendekatan semi-terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan menggunakan pedoman pertanyaan terbuka namun fleksibel, sehingga memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi lebih jauh jawaban dari informan. Tujuannya untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana informan dimintai pendapat dan ide-idenya. Terdapat langkah-langkah dalam penggunaan wawancara untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu:

- a. Menetapkan kepada siapa wawancara itu dilakukan
- b. Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan
- c. Menanyakan/ menentukan waktu dan tempat kepada informan untuk di wawancara
- d. Melaksanakan wawancara dengan pertanyaan pembuka yang santai untuk membangun rapport
- e. Rekam seluruh proses wawancara.

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kajian terhadap dokumen-dokumen yang relevan dengan objek penelitian. Dokumen ini dapat berupa

⁵⁰ Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, 143.

dokumen tertulis, gambar, atau rekaman, yang digunakan sebagai sumber informasi. Hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya kalau didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada.⁵¹ Teknik dokumentasi yang digunakan pada penelitian ini mencakup:

a. Dokumentasi Primer

Dokumentasi primer adalah dokumen asli dan langsung dari sumber utama yang memiliki keterkaitan langsung dengan objek penelitian. Dokumen ini diperoleh langsung dari kegiatan atau pelaku yang diteliti. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan terdiri dari tangkapan layar (*screenshot*) dari dashboard Shopee *Affiliate* kreator (khususnya bagian laporan komisi dan informasi potongan pajak), bukti transfer komisi yang diterima oleh kreator (misalnya dari ShopeePay atau rekening bank), tampilan kolom input NPWP di sistem Shopee, sebagai bukti bahwa sistem meminta data perpajakan dari kreator.

b. Dokumentasi Sekunder

Dokumentasi sekunder adalah dokumen pendukung atau pelengkap yang tidak diperoleh langsung dari informan utama, tetapi tetap relevan dengan topik penelitian. Biasanya berupa arsip, profil, atau literatur yang mendukung data primer. Dokumentasi sekunder

⁵¹ Abdussamad, 149-150.

dalam penelitian ini yaitu, foto kegiatan wawancara yang dilakukan secara langsung.

Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat validitas data dan memberikan bukti visual atas pengalaman dan pernyataan informan, serta mengilustrasikan proses pemotongan PPh 21 yang terjadi secara sistematis oleh Shopee.

D. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, menyusun ke dalam pola, memilah mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵² Beberapa alur analisis data dalam penelitian ini meliputi :

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data yaitu tahap awal dalam analisis data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dari berbagai sumber. Pengumpulan data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Proses pengumpulan data ini membutuhkan waktu sehari-hari, sehingga data yang dikumpulkan dapat relevan, akurat, dan berkualitas agar hasil analisis dapat dipercaya.

⁵² Abdussamad, 160-162.

Adapun data yang dapat peneliti kumpulkan adalah sebagai berikut:

- a. Pengalaman kreator terkait pemotongan pajak oleh shopee
- b. Pemahaman kreator terhadap aturan pajak
- c. Persepsi mengenai keadilan dan transparansi dalam pelaksanaannya

2. Reduksi data

Reduksi data adalah awalan peneliti dalam analisis data setelah peneliti memasuki lapangan. Reduksi data dapat diartikan sebagai rangkuman, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskannya pada suatu hal yang penting pada tema dan dengan polanya. Dengan begitu, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya saat dibutuhkan.

Setelah data diperoleh, langkah selanjutnya adalah mereduksi data dengan cara menyaring dan mengelompokkan informasi ke dalam tema-tema utama sesuai fokus penelitian. Tema-tema yang diidentifikasi antara lain:

- a. Pemahaman kreator terhadap PPh 21
- b. Mekanisme pemotongan PPh 21 oleh Shopee
- c. Dampak pemotongan terhadap penghasilan kreator
- d. Persepsi keadilan dan transparansi pemotongan
- e. Kepatuhan pajak kreator setelah pemotongan dilakukan

Informasi yang tidak relevan dengan fokus penelitian, seperti pengalaman kreator di luar konteks pajak atau data yang berulang, dieliminasi agar analisis lebih fokus dan tajam.

3. Penyajian data

Langkah kedua yaitu penyajian data yang dilakukan dalam bentuk uraian secara singkat, berdasarkan urutan teori yang disajikan. Penyajian data bisa dilakukan dengan teks yang bersifat naratif. Dengan penyajian data, maka akan mempermudah pembaca di dalam memahami data lapangan yang sudah diperoleh oleh peneliti. Penyajian dilakukan dengan menyusun hasil wawancara, menyertakan kutipan pernyataan informan, serta mengaitkannya dengan teori perpajakan. Penyajian ini bertujuan agar pembaca dapat memahami konteks permasalahan dan kondisi di lapangan secara menyeluruh.

4. Menarik kesimpulan atau verifikasi langkah

Yang terakhir yaitu menarik kesimpulan dengan tujuan peneliti mencari makna dari data yang sudah dikumpulkan, dan peneliti dapat menarik kesimpulan yang disesuaikan dengan teori yang sudah ada atau menemukan hal baru yang sebelumnya belum pernah ada. Penelitian yang berkompeten adalah yang akan menangani kesimpulan dengan longgar, tetap terbuka dan skeptis.⁵³

Adapun kesimpulan awal yang diperoleh dari hasil analisis data antara lain:

- a. Shopee telah menerapkan pemotongan PPh 21 atas penghasilan kreator melalui sistem otomatis
- b. Sebagian besar kreator belum sepenuhnya memahami dasar hukum dan mekanisme pemotongan tersebut

⁵³ Abdussamad, 163.

- c. Terdapat perbedaan pandangan dari kreator mengenai transparansi dan keadilan sistem pemotongan pajak oleh Shopee
- d. Pemotongan otomatis oleh Shopee mendorong peningkatan kepatuhan pajak dari kreator, meskipun edukasi sosialisasi masih di butuhkan
- e. Penelitian ini juga menemukan kebutuhan akan sistem pelaporan yang lebih transparan dan komunikatif dari pihak Shopee kepada kreator.

E. Keabsahan Data

Pada bagian ini memuat bagaimana usaha-usaha yang akan dilakukan peneliti untuk memperoleh keabsahan data. Untuk menjamin validitas dan keandalan hasil penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode utama dalam menguji keabsahan data. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu di luar data itu sendiri sebagai pembanding untuk mengecek atau mengevaluasi data tersebut.⁵⁴

Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber yaitu suatu teknik yang digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data dari beberapa sumber tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari tiga sumber data tersebut. Data yang telah dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan beberapa sumber data tersebut. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara

⁵⁴ Tim penyusun, pedoman penulisan karya ilmiah, 48.

membandingkan hasil data yang diperoleh dari berbagai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi.

F. Tahap – tahap Penelitian

Pada bagian ini menjelaskan langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan secara sistematis, terarah dan jelas. Tahap-tahap penelitian yang dilakukan sebagai berikut :

1. Tahap Pra- Lapangan

Tahap pra-lapangan terkait dengan penelitian ini yaitu:

- a. Menyusun rancangan penelitian
- b. Menentukan fokus penelitian
- c. Menentukan informan

2. Tahap Pekerjaan Lapangan

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dan sesuai dengan tujuan dari penelitian. Mengumpulkan data-data melalui wawancara dan dokumentasi.

3. Tahap penyusunan penelitian

Tahapan ini adalah bentuk akhir dalam proses sebuah penelitian. Dimana peneliti akan menyusun laporan hasil penelitiannya dengan menganalisis data-data yang sudah dikonsultasikan kepada dosen pembimbing.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Umum

Shopee Indonesia merupakan salah satu *marketplace* terbesar di Asia Tenggara yang berada di bawah naungan Sea Group di Singapura. Shopee merupakan *marketplace online* yang telah memiliki nama di Indonesia. Shopee terus melakukan perkembangan untuk menjadi *e-commerce* nomor satu di Indonesia. Shopee memberikan pengalaman bagi konsumen untuk merasakan mudahnya dalam berbelanja *online*, aman, dan cepat. Konsumen dapat mengakses Shopee melalui *website* maupun aplikasi yang di download pada *smartphone*, sehingga memudahkan konsumen dalam melakukan jual beli *online*. Shopee mewadahi kegiatan jual beli antara konsumen satu dengan konsumen lainnya, dan juga memberikan tempat bagi pengguna untuk menjual barangnya dengan cara membuka toko *online* mereka di Shopee. Pengguna *e-commerce* Shopee dapat dengan mudah menemukan barang yang ingin dibeli karena banyaknya pilihan kategori produk yang disediakan oleh Shopee. Kategori produk tersebut yaitu Elektronik, Perlengkapan Rumah, Perawatan & Kecantikan, Fashion Wanita, Fashion Pria, Kesehatan, hingga perlengkapan Olahraga.⁵⁵

⁵⁵ <https://careers.shopee.co.id/about>

Salah satu inovasi yang dikembangkan oleh Shopee dalam meningkatkan pemasaran produk adalah melalui *Shopee Affiliate* program, yaitu sebuah program kemitraan berbasis komisi yang ditujukan untuk individu yang mempromosikan produk Shopee melalui tautan afiliasi di media sosial atau platform lainnya. Para kreator yang tergabung dalam program ini akan menerima komisi dari setiap transaksi pembelian yang dilakukan melalui tautan afiliasi mereka.

Pendapatan kreator *Shopee Affiliate* bersumber dari komisi atas penjualan yang berhasil terjual. Besarnya komisi bervariasi tergantung pada jenis produk, kategori kampanye, serta ketentuan yang berlaku pada periode tertentu. Bagi sebagian besar kreator, pendapatan ini menjadi salah satu sumber penghasilan rutin, sehingga memiliki implikasi terhadap kewajiban perpajakan, khususnya dalam konteks pemotongan dan pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPH 21). Pemahaman transparansi dari pihak Shopee, serta dampaknya terhadap kepatuhan pajak para kreator menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

2. Logo Shopee

Logo merupakan suatu gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, organisasi, produk, negara, lembaga, dan hal lainnya yang membutuhkan sesuatu yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Berikut merupakan logo dari *marketplace* Shopee:



Gambar 4.1
Logo Marketplace Shopee

3. Visi dan Misi Shopee

Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan ataupun cita-cita yang ingin dicapai supaya eksistensi perusahaan terus terjaga di dalam dunia usaha. Pentingnya visi dan misi bagi suatu organisasi yaitu supaya terarah sehingga diharapkan dapat bertahan dalam waktu yang panjang, mengalami kemajuan, dan terus berkembang. Shopee merupakan perusahaan besar, dan memiliki visi dan misi. Visi dari Shopee yaitu :

“Menjadi *mobile marketplace* nomor 1 di Indonesia”.

Kemudian untuk mewujudkan visi tersebut, Shopee menetapkan misi sebagai tahapan yang dilakukan untuk mencapai visi perusahaan. Misi Shopee yaitu sebagai berikut :

“Mengembangkan jiwa kewirausahaan bagi para penjual di Indonesia”.

Objek utama dalam penelitian ini adalah pendapatan yang diterima oleh para kreator Shopee *Affiliate* dan kaitannya dengan

pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21). Berdasarkan regulasi perpajakan di Indonesia, pendapatan atas jasa pribadi dapat dikenakan PPh 21, termasuk penghasilan yang diperoleh dari kegiatan pemasaran atau *endorsement* secara digital.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data menjadi sebuah keharusan dalam penelitian. Penyajian data adalah bagian yang mengungkapkan data yang dihasilkan dalam penelitian yang disesuaikan dengan fokus masalah dan analisa data yang relevan. Peneliti berusaha memaparkan hasil temuan di lapangan dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mendapatkan data sebanyak mungkin terhadap berbagai masalah yang diteliti dan mendukung untuk mengeksplorasi dan mengumpulkan data dalam penelitian ini.

Perolehan data dalam penelitian ini adalah tentang mekanisme pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) diterapkan pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate* serta dampak yang dirasakan dari pemotongan pajak yang dilakukan, sebagaimana data yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap beberapa kreator yang mengikuti program *Affiliate* tentang apapun yang berkaitan dengan fokus masalah dalam penelitian ini. Adapun fokus penelitian, penyajian data, dan beberapa temuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mekanisme pemotongan pajak penghasilan pasal 21 (PPh 21) diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee *Affiliate*.

Shopee terlebih dahulu mengidentifikasi bahwa para kreator adalah wajib pajak orang pribadi dalam negeri yang memperoleh penghasilan dari kegiatan bukan sebagai pegawai tetap, melainkan sebagai pemberi jasa (pekerjaan bebas). Sesuai dengan ketentuan, pajak yang dikenakan adalah Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21. Besaran tarif pajak bervariasi tergantung pada jumlah penghasilan dan status perpajakan. Biasanya, pemotongan pajak dilakukan oleh Shopee sebagai pihak yang membayarkan pendapatan. Mereka akan memotong pajak dari pembayaran yang diterima oleh kreator.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai bagaimana mekanisme pemotongan pajak penghasilan pasal 21 pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate* kepada informan 1 (Nia) menunjukkan bahwa:

“Saat ada yang membeli dari promosi yang saya bagikan, komisi langsung masuk sesuai ketentuan toko, komisi yang saya terima sudah otomatis dipotong pajak dan masuk ke shopeepay jika penghasilannya dibawah 500 ribu, nanti ada keterangan berapa jumlah komisi yang didapatkan dan potongan pajaknya berapa, nanti tiap tahunnya pihak DJP menghubungi untuk melakukan laporan SPT tahunan”⁵⁶

Selanjutnya hasil wawancara informan 2 (Aisyah) menunjukkan bahwa:

⁵⁶ Nia, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 25 April 2025.

“Komisi masuk ke dashboard kalau ada yang beli lewat link saya, saat pertama kali cair komisi, saya lihat jumlahnya lebih kecil. Ternyata sudah dipotong pajak. Entah itu disetorkan kemana pajaknya, yang jelas komisi yang masuk ke shopeepay berbeda dengan total dari toko, dan itu karena potongan pajak. Saya pun baru tahu jika masih harus laporan SPT tiap tahunnya”⁵⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan 3 (Safina) yang menunjukkan bahwa:

“Komisi saya masuk setelah orang beli lewat link. Shopee langsung memotong pajaknya sebelum komisi ditransfer ke shopeepay. Di dashboard tercantum berapa jumlah komisi yang didapatkan dan total pajak dalam bentuk rupiah. Dan dari DJP menghubungi untuk melaporkan pajak”⁵⁸

Terakhir hasil wawancara dengan informan 4 (Nanda) menunjukkan:

“Komisinya masuk ke dashboard ketika pesanan selesai dikonfirmasi oleh pembeli. Komisinya langsung kepotong pajak sebelum cair ke shopeepay. Pajaknya itu kurang tau masuk nya nanti kemana. Tapi sudah tertera berapa jumlah yang dipotong pajak. Kalau tidak punya NPWP pajaknya bisa lebih besar, tapi sekarang sudah diwajibkan mengisi NPWP untuk mendapatkan komisi. Nanti juga akan ada chat dari DJP saat waktunya laporan pajak, biasanya setahun sekali”⁵⁹

Dari keempat jawaban informan, dapat disimpulkan bahwa pemotongan pajak dilakukan secara otomatis oleh Shopee sebelum komisi dicairkan. Tidak ada informan yang menerima bukti potong resmi, dan tidak tahu detail perhitungan tarifnya. Shopee sebagai pemotong bertindak sesuai mekanisme *withholding system*, tapi belum disertai transparansi dan edukasi secara optimal.

⁵⁷ Aisyah, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 3 Mei 2025.

⁵⁸ Safina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 April 2025.

⁵⁹ Nanda, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 30 April 2025.

Dalam proses wawancara yang dilaksanakan oleh peneliti mengenai cara menjadi kreator di Shopee *Affiliate* kepada informan 1 (Nia), menunjukkan bahwa:

“Saya daftar Shopee *Affiliate* sejak awal program ini dibuka, langsung dari situsnya. Setelah diterima, saya langsung mulai riset produk. Saya fokus ke produk *lifestyle* dan elektronik yang komisinya tinggi. Saya promosi di TikTok, Instagram, dan juga rutin live di Shopee. Semua link saya masukkan ke bio dan konten. Komisi otomatis masuk ke dashboard begitu ada yang beli lewat link saya. Untuk pencairan, dulu tidak perlu NPWP tapi sejak tahun kemarin diwajibkan mengisi NPWP. Tapi gak masalah karena saya punya NPWP pribadi dan bisnis, saya bisa lengkapi semuanya. Komisi yang saya terima sudah otomatis dipotong pajak dan masuk ke shopeepay kalo penghasilannya dibawah 500 ribu, tapi kalo diatas 500 ribu masuknya ke rekening.”⁶⁰

Selanjutnya hasil wawancara informan 2 (Aisyah) menyatakan bahwa:

“Saya daftar program Shopee *Affiliate* langsung dari situs resminya, karna saya aktif di *Affiliate* Tiktok terus pengen nyoba juga di Shopee. Waktu itu cuma isi data dan tautkan akun media sosial. Setelah disetujui, saya langsung dapat akses ke dashboard afiliasi. Di sana saya bisa cari produk untuk dipromosikan. Karna saya di Tiktok itu promisinya makanan, jadi saya lanjut tinggal upload di Shopee video konten yang saya upload di Tiktok juga. Biasanya juga saya pilih upload konten skincare karna sekarang lagi banyaknya macam-macam skincare. Setelah pilih, saya bagikan link-nya di Instagram dan TikTok. Kadang saya juga bikin video Shopee dan upload langsung ke aplikasinya. Komisi masuk ke dashboard kalau ada yang beli lewat link saya. Untuk cairin dananya, saya diminta isi NPWP dan setelah itu, dana yang masuk ke shopeepay saya sudah dipotong pajak otomatis.”⁶¹

Selanjutnya hasil wawancara informan 3 (Safina) menyatakan bahwa:

⁶⁰ Nia, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 25 April 2025.

⁶¹ Aisyah, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 3 Mei 2025.

“Awalnya saya coba-coba daftar Shopee *Affiliate* lewat link dari temen, ternyata gampang daftarnya. Setelah daftar dan akun disetujui, saya dikasih akses ke dashboard untuk ambil link produk. Saya suka pilih produk *fashion* kayak outfit-outif gitu yang sering saya pake sehari-hari. Saya share link-nya di Instagram dan Tiktok. Kalau ada yang klik dan beli, saya dapat komisi. Tapi pas mau tarik uangnya, saya disuruh isi NPWP. Waktu saya belum punya, potongannya lumayan besar. Setelah isi NPWP, potongannya jadi lebih kecil, dan uang yang saya terima sudah dipotong pajak dari Shopee.”⁶²

Yang terakhir wawancara dengan informan 4 (Nanda) yang menyatakan bahwa:

“Saya daftar *Affiliate* lewat halaman resmi Shopee. Prosesnya cepat, nggak sampai seminggu sudah aktif. Di dashboard, saya bisa lihat produk-produk yang bisa saya promosikan. Biasanya saya pilih perabotan rumahtangga yang relate sama followers saya. Link-nya saya sebar lewat bio Instagram dan Shopee video. Setiap kali ada pembelian lewat link saya, komisinya langsung tercatat. Untuk bisa cair, saya harus masukin NPWP di halaman pembayaran. Setelah itu, komisi saya terima bersih karena sudah dipotong pajak oleh sistem Shopee.”⁶³

Dari hasil wawancara terhadap keempat informan dapat disimpulkan bahwa, semua informan mendaftar program Shopee *Affiliate* melalui situs resmi Shopee. Proses pendaftaran yang mudah dan cepat, hanya memerlukan pengisian data serta menautkan media sosial, kemudian akun mereka akan disetujui dalam waktu singkat.

Setiap informan memiliki strategi yang berbeda, disesuaikan dengan minat dan target audiens mereka. Platform promosi yang digunakan umumnya mencakup Tiktok, Instagram, dan Shopee Video. Produk yang

⁶² Safina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 April 2025.

⁶³ Nanda, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 30 April 2025.

dipromosikan pun beragam, mulai dari *lifestyle*, elektronik, makanan, skincare, hingga fashion dan perabotan rumah tangga.

Komisi dari hasil promosi masuk secara otomatis ke dashboard afiliasi ketika ada pembelian melalui link yang dibagikan. Komisi tersebut bisa dicairkan ke ShopeePay atau rekening bank, tergantung jumlah penghasilan. Dan komisi yang dicairkan akan otomatis terpotong pajak. Semua informan menyampaikan bahwa pengisian NPWP menjadi syarat untuk pencairan komisi, terutama sejak kebijakan terbaru diberlakukan. Informan yang telah memiliki NPWP tidak mengalami kendala dalam proses ini. Namun, informan yang belum memiliki NPWP mengalami pemotongan pajak yang lebih besar, dan baru merasakan pengurangan potongan setelah melengkapi data NPWP.

Pemahaman mengenai kewajiban perpajakan dari hasil wawancara ini menghasilkan beberapa perbedaan. Secara umum kreator menyepakati bahwa pajak merupakan suatu bentuk pungutan wajib berupa uang yang harus dibayarkan oleh warga negara kepada pemerintah sebagai kewajiban dan kontribusi.

Hasil wawancara mengenai pemahaman kepada informan 1 (Nia) menyatakan bahwa:

“Iya tau, karena pajaknya dipotong langsung di aplikasi saat pencairan, itu pemotongannya bisa diliat langsung di saat komisi akan dicairkan.”⁶⁴

⁶⁴ Nia, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 25 April 2025.

Selanjutnya hasil wawancara kepada informan 2 (Aisyah) menyatakan bahwa:

“Awalnya saya ngga tau kalau dipotong pajak, soalnya saya cuma masukin link di Instagram dan Tiktok, saya tidak terlalu memperhatikan komisi yang saya dapatkan, setelah itu saya liat dana yang masuk ke shopeepay saya berbeda dengan komisi yang tertulis, dan ternyata itu sudah dipotong pajak, dan kemarin juga saya di hubungi pihak DJP buat laporan SPT tahunan, walaupun komisi saya dalam setahun masih dibawah 60 juta”⁶⁵

Selanjutnya hasil wawancara kepada informan 3 (Safina) menyatakan bahwa:

“Saya baru tahu setelah melihat adanya potongan di laporan komisi saya. Setelah itu saya mencari informasi lebih lanjut di pusat bantuan Shopee *Affiliate* dan ternyata memang disebutkan soal pajak penghasilan.”⁶⁶

Dan yang terakhir dari wawancara informan 4 (Nanda) menyatakan bahwa:

“Saya sudah tahu sejak awal karena saya baca syarat dan ketentuan saat mendaftar jadi *Affiliate*. Di sana tertulis bahwa pendapatan akan dikenakan pajak sesuai peraturan yang berlaku.”⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara terkait pemahaman mereka tentang pajak pada pendapatan Shopee *Affiliate*, dapat disimpulkan bahwa mereka menyadari adanya pemotongan pajak dari pendapatan setelah melihat komisi yang akan dicairkan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai kewajiban pajak belum sepenuhnya diketahui di awal mereka bergabung sebagai *Affiliate*. Sementara itu hanya satu informan yang menyatakan sudah mengetahui sejak awal bahwa pendapatannya akan dikenakan pajak, karena membaca syarat dan ketentuan saat pendaftaran.

⁶⁵ Aisyah, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 3 Mei 2025.

⁶⁶ Safina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 April 2025.

⁶⁷ Nanda, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 30 April 2025.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa informasi mengenai pemotongan PPh 21 belum merata dipahami oleh para kreator, dan sebagian besar mengetahuinya setelah melihat potongan komisi atau melalui pengalaman langsung. Hal ini menandakan perlunya transparansi dan edukasi yang lebih efektif dari pihak Shopee maupun otoritas perpajakan.

Tidak satu pun informan menyebut pernah menerima sosialisasi atau edukasi formal dari Shopee atau pemerintah mengenai status mereka sebagai Wajib Pajak, cara pelaporan, atau manfaat dari melaksanakan kewajiban pajak secara benar. Hal ini diketahui dari hasil wawancara kepada informan 1 (Nia) yang menyatakan bahwa:

“Menurut saya proses pemotongan pajaknya cukup jelas karena langsung terlihat di aplikasi saat pencairan. Tapi untuk penjelasan detailnya, Shopee nggak terlalu memberi informasi. Saya juga belum pernah dapat bukti potong resmi dari Shopee.”⁶⁸

Selanjutnya hasil wawancara kepada informan 2 (Aisyah) yang menyatakan bahwa:

“Kalau menurut saya, kurang transparan ya. Soalnya saya nggak tahu awalnya kalau komisi saya dipotong pajak. Penjelasan juga nggak ada di awal, jadi saya bingung. Saya juga belum pernah dapat bukti potong atau laporan pajaknya.”⁶⁹

Selanjutnya hasil wawancara kepada informan 3 (Safina) menyatakan bahwa:

“Setelah saya cari tahu di pusat bantuan, baru saya ngerti soal potongannya. Tapi awalnya saya juga bingung karena nggak ada pemberitahuan khusus. Menurut saya masih kurang transparan, dan

⁶⁸ Nia, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 25 April 2025.

⁶⁹ Aisyah, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 3 Mei 2025.

saya juga belum pernah dapat bukti potong pajak secara resmi dari Shopee.”⁷⁰

Dan terakhir hasil wawancara dengan informan 4 (Nanda) yaitu:

“Menurut saya proses pemotongan pajaknya sudah jelas karena saya memang sudah baca ketentuannya. Tapi memang Shopee seharusnya memberikan bukti potong agar kami bisa melaporkan ke SPT. Selama ini saya belum pernah menerima bukti potong resmi dari Shopee.”⁷¹

Berdasarkan tanggapan keempat informan, dapat disimpulkan bahwa proses pemotongan pajak oleh Shopee dinilai masih kurang transparan dan belum sepenuhnya mudah dipahami oleh para kreator *Affiliate*. Sebagian informan (1 dan 3) menyatakan bahwa potongan pajak memang terlihat secara langsung di aplikasi atau setelah mencari informasi di pusat bantuan, namun mereka tetap merasa kurang mendapatkan penjelasan secara menyeluruh dari pihak Shopee.

Informan 2 secara tegas menyebutkan bahwa pemotongan tidak transparan dan tidak ada penjelasan awal, sehingga menimbulkan kebingungan, terutama ketika pertama kali menyadari adanya selisih antara komisi dan dana yang diterima. Informan 4 yang sudah mengetahui adanya potongan sejak awal pun menyatakan bahwa Shopee seharusnya memberikan bukti potong resmi, yang bisa digunakan untuk pelaporan pajak (SPT Tahunan).

⁷⁰ Safina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 April 2025.

⁷¹ Nanda, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 30 April 2025.

Seluruh informan juga menyampaikan bahwa mereka belum pernah menerima bukti potong pajak resmi dari Shopee, meskipun hal tersebut penting sebagai dokumentasi kewajiban perpajakan mereka.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun pemotongan pajak sudah berjalan secara otomatis, prosesnya belum sepenuhnya transparan, dan kurang didukung dengan penjelasan atau dokumen resmi seperti bukti potong pajak dari pihak Shopee. Hal ini menjadi catatan penting terkait kebutuhan akan edukasi dan pelaporan yang lebih baik bagi para kreator.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap empat kreator aktif program Shopee *Affiliate*, diketahui bahwa mekanisme pemotongan pajak dilakukan secara otomatis oleh pihak Shopee setiap kali pencairan komisi. Semua informan menyatakan bahwa mereka tidak perlu mengisi atau mengajukan laporan pajak sendiri terkait penghasilan dari Shopee. Namun demikian, tidak ada satu pun informan yang menerima bukti potong PPh 21 dari Shopee. Mereka hanya bisa melihat total penghasilan dan nominal bersih yang sudah dipotong dalam dashboard Shopee *Affiliate*.

2. Dampak Penerapan PPh Pasal 21 Terhadap Pendapatan Kreator Shopee *Affiliate*

Para informan memiliki pandangan yang cukup beragam mengenai dampak pemotongan PPh 21 terhadap pendapatan mereka. Sebagian besar menyatakan bahwa potongan pajak yang diterapkan cukup terasa, terutama bagi kreator kecil, namun tidak secara langsung menurunkan semangat

mereka untuk terus berkarya. Berikut hasil wawancara kepada informan 1 (Nia) yang menyatakan bahwa:

“Kalau saya pribadi sih masih tetap semangat, karena memang sudah jadi aturan. Awalnya waktu penghasilan masih kecil itu agak ngerasa berat, tapi setelah dapat penghasilan yang besar itu bukan menjadi masalah.”⁷²

Selanjutnya wawancara dengan informan 2 (Aisyah) yaitu:

“Sejujurnya, saya jadi agak kurang semangat, apalagi waktu pertama tahu kalau ada potongan pajak. Penghasilannya kan nggak besar, tapi tetap dipotong. Rasanya kurang adil, apalagi saya belum pernah dapat penjelasan yang jelas soal hitungan potongannya.”⁷³

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan 3 (Safina) yaitu:

“Awalnya kaget dan sempat agak kecewa, karena nggak dikasih tahu dari awal. Tapi sekarang saya sudah lebih menerima, walaupun saya masih belum tahu pasti rumus atau perhitungan potongannya. Kalau soal adil atau nggak, ya tergantung, karena kalau penghasilannya kecil tapi tetap dipotong, agak berat juga.”⁷⁴

Dan terakhir hasil wawancara kepada informan 4 (Nanda) yaitu:

“Menurut saya nggak terlalu berpengaruh ke semangat, karena saya tahu semua penghasilan memang seharusnya kena pajak. Tapi tetap harus ada transparansi. Soal adil atau tidak, kalau sesuai aturan ya saya terima, tapi idealnya ada kategori untuk penghasilan kecil supaya tidak terlalu memberatkan.”⁷⁵

Dari keempat jawaban informan, dapat disimpulkan bahwa pemotongan pajak terhadap pendapatan *Shopee Affiliate* memberikan dampak yang beragam terhadap semangat dan motivasi para kreator. Sebagian besar informan menyatakan bahwa motivasi mereka tetap ada meskipun ada potongan pajak, karena mereka menyadari bahwa pajak

⁷² Nia, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 25 April 2025.

⁷³ Aisyah, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 3 Mei 2025.

⁷⁴ Safina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 April 2025.

⁷⁵ Nanda, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 30 April 2025.

adalah kewajiban. Namun, mereka tetap menyoroti kurangnya transparansi mengenai perhitungan besaran pajak yang dipotong.

Informan 2 menunjukkan penurunan semangat, terutama karena merasa penghasilan yang relatif kecil tetap dipotong tanpa penjelasan yang memadai, yang menimbulkan kesan ketidakadilan. Dari sisi keadilan besaran pajak, semua informan pada dasarnya merasa potongan pajak bisa terasa tidak adil bila tidak disesuaikan dengan jumlah penghasilan yang tergolong kecil, dan mereka berharap ada perlakuan berbeda untuk penghasilan kecil agar tidak terlalu memberatkan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa meskipun pemotongan pajak tidak sepenuhnya mematikan semangat para kreator, transparansi perhitungan dan kebijakan yang lebih adil bagi penghasilan kecil sangat dibutuhkan untuk menjaga kepercayaan dan motivasi mereka.

Terkait pelaporan pajak, hanya satu informan yang rutin melaporkan penghasilannya dari *Shopee Affiliate* dalam SPT tahunan. Hal ini berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1(Nia) yang menyatakan bahwa:

“Saya tidak pernah laporan pajak karena kan pajaknya sudah dipotong otomatis, saya rasa nggak perlu laporan lagi, nanti dipotong lagi dong”⁷⁶

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan 2 (Aisyah) yaitu:

“Waktu dihubungi pihak pajak, saya baru tahu kalau tetap harus dilaporkan. Padahal saya pikir karena sudah dipotong, ya nggak usah

⁷⁶ Nia, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 25 April 2025.

lapor lagi. Tapi sekarang saya jadi tahu kalau tetap wajib dilaporkan di SPT.’⁷⁷

Selanjutnya hasil wawancara dengan informan 3 (Safina) yaitu:

“Saya belum pernah lapor, karena memang belum tahu caranya. Lagipula saya juga belum yakin penghasilan saya sudah wajib lapor. Tapi sekarang saya lagi cari tahu, karena katanya semua penghasilan tetap harus masuk SPT.’⁷⁸

Dan yang terakhir hasil wawancara dengan informan 4 (Nanda) yaitu:

“Iya, saya laporkan di SPT tahunan. Meskipun belum ada bukti potong dari Shopee, saya tetap catat pendapatan saya dan masukkan secara manual sebagai penghasilan lainnya.’⁷⁹

Dari keempat jawaban informan, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepatuhan dalam melaporkan penghasilan dari *Shopee Affiliate* ke dalam SPT Tahunan masih rendah dan dipengaruhi oleh minimnya pemahaman mengenai kewajiban pelaporan. Sebagian besar informan belum melaporkan penghasilan mereka dalam SPT Tahunan. Alasan yang muncul antara lain karena mengira pemotongan otomatis oleh Shopee sudah cukup dan tidak perlu dilaporkan lagi, serta belum mengetahui cara melaporkan dan merasa penghasilan masih kecil.

Hanya informan 4 yang secara sadar dan rutin melaporkan penghasilannya, meskipun tidak mendapatkan bukti potong dari Shopee. Ia memilih untuk mencatat penghasilan secara mandiri sebagai bentuk kepatuhan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masih banyak kreator yang belum memahami bahwa pemotongan pajak oleh pihak ketiga tidak

⁷⁷ Aisyah, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 3 Mei 2025.

⁷⁸ Safina, diwawancarai oleh peneliti, Jember, 20 April 2025.

⁷⁹ Nanda, diwawancarai oleh peneliti, Probolinggo, 30 April 2025.

menggugurkan kewajiban pelaporan dalam SPT Tahunan. Hal ini menunjukkan perlunya edukasi yang lebih kuat dari pihak DJP maupun platform seperti Shopee kepada para kreator digital.

Penerapan PPh 21 secara otomatis oleh Shopee memberikan kemudahan dari sisi praktis, tetapi juga membawa sejumlah dampak terhadap kreator, khususnya terkait penghasilan bersih, kepatuhan pajak, dan persepsi keadilan. Bagi kreator dengan penghasilan terbatas, potongan pajak terasa cukup signifikan. Dalam beberapa kasus, hal ini mempengaruhi perencanaan keuangan pribadi, meskipun tidak sampai menurunkan semangat berkarya. Yang menjadi perhatian lebih serius adalah rendahnya kepatuhan dalam pelaporan SPT Tahunan, yang disebabkan oleh tidak adanya bukti potong dan literasi pajak yang minim. Selain itu, sistem pemotongan yang bersifat seragam dianggap belum mencerminkan prinsip keadilan vertikal dalam perpajakan.

Ketiadaan edukasi dan pendampingan dari Shopee maupun otoritas pajak menambah kompleksitas masalah ini. Tanpa pembinaan dan informasi yang jelas, maka kepatuhan pajak dari kreator akan tetap rendah, meskipun pajak telah dipotong di awal.

C. Pembahasan Temuan

1. Mekanisme pemotongan pajak penghasilan pasal 21 (PPh 21) diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee Affiliate.

Berdasarkan kajian teori yang telah dijelaskan sebelumnya, temuan pertama menunjukkan bahwa Shopee menerapkan sistem pemotongan otomatis terhadap komisi yang diterima kreator. Mekanisme ini secara teknis sudah sejalan dengan konsep *withholding tax* dalam sistem PPh 21, di mana pihak pemberi penghasilan bertindak sebagai pemotong pajak. Namun demikian, ketiadaan bukti potong dan tidak adanya perincian tarif yang diterapkan menjadi persoalan utama. Hal ini membuat kreator tidak bisa memastikan jumlah pajak yang telah disetor atas nama mereka, sehingga kesulitan dalam pelaporan SPT Tahunan. Padahal, menurut regulasi, pemotong pajak wajib memberikan bukti potong sebagai dokumen resmi pelaporan SPT Tahunan oleh penerima penghasilan. Dengan demikian, meskipun dari sisi mekanisme pemotongan berjalan otomatis dan praktis, dari sisi administratif dan akuntabilitas masih belum optimal. Hal ini berpotensi menimbulkan ketidakpatuhan dalam pelaporan dan pengarsipan pajak di masa mendatang.

Temuan ini menunjukkan adanya kesenjangan antara praktik pemotongan dan prinsip akuntabilitas perpajakan, di mana pemotong pajak seharusnya juga bertanggung jawab memberikan dokumen resmi kepada penerima penghasilan.

Sebagian besar kreator mengaku tidak memahami secara mendalam bahwa pendapatan dari Shopee *Affiliate* merupakan objek pajak yang wajib dilaporkan. Banyak dari mereka tidak memiliki NPWP, tidak melaporkan SPT Tahunan, dan tidak mengetahui prosedur pelaporan. Minimnya pemahaman ini diperburuk oleh tidak adanya edukasi perpajakan dari pihak platform maupun otoritas pajak. Kreator umumnya memperoleh informasi dari sesama kreator atau grup diskusi, bukan dari sumber resmi. Hal ini menunjukkan lemahnya literasi perpajakan digital yang berdampak langsung terhadap tingkat kepatuhan pajak. Kondisi ini mencerminkan bahwa mekanisme pemotongan otomatis tidak cukup menjamin kepatuhan secara keseluruhan, khususnya dalam pelaporan dan pencatatan pajak pribadi oleh kreator.

Dari hasil wawancara dan analisis memberikan kesimpulan bahwa mekanisme pemotongan PPh 21 oleh Shopee sudah berjalan secara sistematis, namun belum diikuti oleh transparansi, edukasi, dan pemahaman yang memadai. Akibatnya, kreator cenderung pasif terhadap kewajiban perpajakan mereka, dan sistem yang berjalan belum mampu mendorong kepatuhan secara menyeluruh maupun rasa keadilan dalam pengenaan pajak.

2. Dampak Penerapan PPh Pasal 21 Terhadap Pendapatan *Creator Shopee Affiliate*

Kreator dengan penghasilan rendah merasakan beban dari potongan pajak, meskipun tidak sampai memengaruhi secara signifikan semangat

berkarya. Namun demikian, mereka menilai bahwa pemotongan ini belum memperhatikan tingkat penghasilan masing-masing kreator. Semua informan merasa bahwa sistem pajak saat ini masih bersifat seragam dan belum adil, karena kreator dengan penghasilan kecil dikenakan tarif yang sama dengan kreator berpenghasilan besar. Ini berpotensi mengganggu prinsip keadilan vertikal dalam perpajakan, di mana kemampuan membayar seharusnya menjadi pertimbangan utama dalam pengenaan pajak.

Tidak ada informan yang pernah menerima sosialisasi atau pelatihan dari pihak Shopee atau DJP mengenai kewajiban pajak mereka. Padahal, seiring berkembangnya ekonomi digital, edukasi dan pendampingan menjadi sangat penting, terutama bagi pelaku individu seperti kreator. Hal ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah dan platform digital masih sangat minim dalam membangun kepatuhan pajak di sektor ekonomi digital. Jika dibiarkan, hal ini dapat menimbulkan kesenjangan antara pemotongan pajak yang terjadi dan kesadaran hukum para pelaku usaha digital.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan pemotongan PPh Pasal 21 terhadap pendapatan kreator Shopee *Affiliate* memberikan dampak yang cukup beragam, baik dari segi motivasi berkarya maupun kepatuhan dalam pelaporan pajak. Sebagian besar informan menyatakan bahwa potongan pajak yang dikenakan cukup terasa, terutama bagi kreator dengan penghasilan yang masih tergolong kecil. Meskipun demikian, sebagian

besar dari mereka tetap melanjutkan aktivitas sebagai kreator karena menyadari bahwa membayar pajak merupakan kewajiban sebagai warga negara. Hal ini tercermin dari pernyataan informan 1 dan 4 yang menilai bahwa pemotongan pajak tidak terlalu memengaruhi semangat mereka dalam berkarya. Namun, terdapat pula informan yang merasa keberatan, seperti informan 2 dan 3, yang mengaku sempat merasa tidak adil dan kurang termotivasi akibat potongan pajak yang dikenakan secara langsung tanpa adanya penjelasan yang memadai mengenai perhitungan atau dasar pemotongannya.

Selain itu, temuan juga menunjukkan adanya persepsi bahwa skema pemotongan pajak yang diterapkan Shopee belum mencerminkan asas keadilan vertikal dalam perpajakan. Para kreator berharap adanya perlakuan yang lebih proporsional, terutama bagi penghasilan kecil, agar beban pajak tidak terasa memberatkan. Minimnya transparansi dari pihak platform terkait perhitungan pajak menjadi salah satu faktor yang memengaruhi persepsi negatif tersebut. Dengan demikian, meskipun pemotongan pajak tidak secara signifikan menurunkan semangat berkarya, kebutuhan akan informasi yang jelas dan kebijakan yang adil sangat penting untuk menjaga kepercayaan dan partisipasi para kreator dalam sistem perpajakan.

Dari sisi kepatuhan dalam pelaporan pajak, hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar informan belum melaporkan penghasilan dari Shopee *Affiliate* ke dalam SPT Tahunan. Alasan yang

muncul antara lain adalah karena mereka mengira bahwa pemotongan otomatis oleh Shopee sudah menggugurkan kewajiban pelaporan, serta ketidaktahuan mengenai cara pelaporan atau batas penghasilan yang wajib dilaporkan. Hanya satu informan yang secara rutin melaporkan penghasilannya dalam SPT, meskipun tanpa adanya bukti potong dari Shopee, ia tetap mencatat dan melaporkannya secara manual. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat literasi pajak di kalangan kreator digital masih rendah, dan pemahaman mengenai perbedaan antara pemotongan pajak dan pelaporan pajak belum merata.

Secara keseluruhan, penerapan PPh 21 secara otomatis oleh Shopee memang memberikan kemudahan dari sisi administratif, tetapi juga menimbulkan sejumlah tantangan, khususnya dalam hal transparansi, persepsi keadilan, dan kepatuhan pelaporan. Ketiadaan bukti potong dan edukasi yang memadai menyebabkan sebagian besar kreator tidak menyadari kewajiban pelaporan penghasilan mereka. Oleh karena itu, diperlukan upaya edukasi dan pendampingan yang lebih intensif dari Direktorat Jenderal Pajak (DJP) serta keterlibatan platform digital seperti Shopee untuk memberikan pemahaman yang komprehensif kepada para kreator mengenai hak dan kewajiban perpajakan mereka. Tanpa dukungan tersebut, kepatuhan pajak di kalangan kreator digital akan sulit ditingkatkan, meskipun sistem pemotongan pajak telah diterapkan sejak awal.

Temuan penelitian ini memperkuat teori kepatuhan pajak (Tax Compliance Theory), terutama dari sisi kepatuhan formal: kreator menjadi patuh secara sistem karena pemotongan dilakukan oleh pihak ketiga. Namun dari sisi kepatuhan material, masih rendah, karena kreator tidak mengetahui dasar hukum, tarif, dan tidak melaporkan penghasilan dalam SPT tahunan secara sadar.

Penelitian ini juga memperkuat temuan Jamilah (2023) bahwa edukasi dan sosialisasi perpajakan oleh DJP masih belum menjangkau pelaku ekonomi digital secara masif. Penelitian ini juga melengkapi gap dari penelitian Asia Dwi. dkk (2024) yang fokus pada influencer, namun belum menyoroti aspek pemotongan oleh platform seperti Shopee.

Dengan demikian, penelitian ini memperkuat teori dan penelitian sebelumnya, serta memberikan kontribusi baru berupa gambaran teknis tentang mekanisme pemotongan PPh 21 yang belum sepenuhnya transparan dan belum disertai bukti potong resmi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPh 21) Pada Pendapatan Kreator Shopee *Affiliate*, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Mekanisme Pemotongan PPh 21 pada Pendapatan Kreator Shopee *Affiliate*

Mekanisme pemotongan PPh 21 pada pendapatan kreator Shopee *Affiliate* dilakukan secara otomatis oleh Shopee sebagai pihak pemotong sebelum komisi ditransfer kepada kreator. Kreator diwajibkan mengisi NPWP untuk dapat mencairkan komisi mereka. Bagi kreator yang tidak memiliki NPWP, dikenakan tarif lebih tinggi. Namun, mekanisme ini belum disertai dengan penyampaian bukti potong resmi dan penjelasan yang memadai, sehingga banyak kreator belum sepenuhnya memahami detail proses dan dasar hukum pemotongan tersebut.

2. Dampak Penerapan PPh 21 terhadap Pendapatan Kreator Shopee *Affiliate*

Dampak penerapan PPh 21 terhadap pendapatan kreator Shopee *Affiliate* yang dirasakan kreator cukup beragam. Secara umum, potongan pajak dianggap wajar oleh sebagian kreator sebagai bentuk kewajiban negara, namun sebagian lainnya merasa keberatan karena kurangnya transparansi dan karena pendapatan mereka tergolong kecil. Pemotongan otomatis mendorong munculnya kesadaran pajak, namun tingkat kepatuhan pelaporan SPT masih rendah karena kurangnya pemahaman bahwa penghasilan yang telah dipotong tetap harus dilaporkan. Edukasi dan pendampingan dari Shopee maupun otoritas pajak sangat dibutuhkan untuk

meningkatkan kepatuhan dan pemahaman para kreator dalam menjalankan kewajiban perpajakan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, berikut beberapa saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu:

1. Diharapkan untuk Shopee dapat meningkatkan transparansi terkait mekanisme pemotongan PPh 21, menyediakan bukti potong resmi bagi para kreator, serta memberikan edukasi atau sosialisasi secara aktif tentang kewajiban perpajakan kepada mitra *Affiliate*-nya.
2. Untuk kreator Shopee *Affiliate* diharapkan lebih proaktif dalam mencari informasi terkait kewajiban perpajakan dan pentingnya pelaporan SPT tahunan, agar tidak hanya patuh secara pasif melalui pemotongan otomatis, tetapi juga aktif dalam pelaporan dan pencatatan keuangan pribadi. DJP harus lebih melakukan pendekatan edukatif melalui media digital maupun kerja sama dengan platform seperti Shopee guna menyampaikan kewajiban pelaporan SPT dan pentingnya memiliki NPWP bagi pelaku ekonomi digital, termasuk kreator *Affiliate*.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak informan dari berbagai platform *Affiliate*. Dapat membandingkan penerapan pajak di platform lain seperti Tokopedia *Affiliate* atau Tiktok Shop *Affiliate* untuk mengetahui konsistensi pemotongan pajak di industri ekonomi digital. Penelitian lanjutan juga dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur tingkat pemahaman, kepatuhan, dan persepsi kreator terhadap PPh 21 dalam skala lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Zuchri. *Metode Penelitian Kualitatif*, Syakir Media Press 2021.
- As-syiva, Mayla Humaira, Natasyah, Adrian Niken Lubis, M Sahlan, Nurbaiti. Analisis Program Afiliasi Shopee Di Media Sosial. Vol. 5, 2024. <https://doi.org/10.1201/9781032622408-13>.
- Budiman, Nita Andriyani, Sri Mulyani, Dianing Ratna Wijayani. *Perpajakan. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019.
- Dewi, Mutiara, Rizkika Zalzabila Utami, Siti Aisyah, Dini Vientiany. Analisis Perhitungan Dan Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 Serta Pelaporannya, *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*. Vol. 1, 2024.
- Dwi, Aisa, Puji Rahayu, Muhammad Alfa N., Implementasi Pajak Penghasilan Endorsement Influencer Media Sosial .Vol .8 ,2024 . <https://doi.org/10.22437/jaku.v8i4.32122>.
- Erfiana, Windi, and Devi Purnamasari. Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*. Vol. 11, 2023. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>.
- Group, TMO. "11 Marketplace in Indonesia for Businesses Selling Online," 2025. <https://www.tmogroup.asia/insights/top-online-marketplaces-indonesia/>.
- Hartono, Adithya Ramdhany, Muhammad, Harijanto Sabijono, and I Gede Suwetja. Analisis Penerapan Perhitungan Pajak Penghasilan Pasal 21 Terhadap Pegawai Kontrak Waktu Tertentu Pada Sintesa Peninsula Hotel Manado. *Jurnal LPPM Bidang EkoSosBudKum (Ekonomi, Sosial, Budaya, Dan Hukum)*. Vol. x, 2022.
- Hidayatullah, M.F, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, Nur Ika Mauliyah. "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id." *Human Falah: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 10, no. 1 (2023): 126–33. http://www.karyailmiah.trisakti.ac.id/uploads/kilmiah/dosen/2_E-Book_Digital_Marketing.pdf#page=7.
- Didy, Irene, "Content Creator: Arti, Tugas, Skill, Jenjang Karier, & Cara Menjadinya", Glints.Com, 24 April 2024, diakses 25 Juni 2024
- Kementrerian keuangan Direktorat Jenderal Pajak, accessed 10 Mei 2025, <https://pajak.go.id/id/istilahumperpajakan#:~:text=Pajak%20adalah%20kontribusi%20wajib%20kepada,bagi%20sebesar%20Dbesarnya%20kemakmuran%20rakyat>
- Kementrerian keuangan Direktorat Jenderal Pajak, accessed 10 Mei 2025, <https://pajak.go.id/id/jenis-pajak-pusat>
- Kementrerian keuangan Direktorat Jenderal Pajak, accessed 10 Mei 2025 [https://pajak.go.id/id/pphpasal2126#:~:text=Pajak%20Penghasilan%20\(PPh\)%20Pa](https://pajak.go.id/id/pphpasal2126#:~:text=Pajak%20Penghasilan%20(PPh)%20Pa)

sal%2021,dana%20pensiun%2C%20badan%2C%20perusahaan%2C

Kementerian Keuangan Republik Indonesia, accessed 10 Mei 2025, <https://jdih.kemenkeu.go.id/kamushukum/pendapatan?id=04d8b4744f98dcead2f2a5c6c58f010d>

Khalimi. *"Buku Teori Dan Hukum Pajak"*. Yogyakarta: CV Fawwaz Mediacipta, 2020.

Kurniawati, Alfani Dewi, Sofiatul Maghfiroh, Dias Yosi Ariyani, and Fatimatuzzahro. "Kesadaran Wajib Pajak Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam Pada Kpp Pratama Jember." *Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat STIT Tanggamus* 2, no. 1 (2024): 1–7. <http://jurnal.stittanggamus.ac.id/index.php/Khidmah>.

Lukman, Muchamad Loby, and Sri Andayani. Peran Shopee Affiliate Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Di Era Generasi Z. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. Vol. 3, 2023. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i1.1693>.

"Mekanisme Perhitungan Pajak Penghasilan Orang Pribadi." Accessed December 15, 2024. <https://www.pajak.go.id/id/mekanisme-penghitungan-pajak-penghasilan-orang-pribadi>.

Muhith, Abdul, Baitulah, Rachmad and Wahid, Amirul. *Metodologi Penelitian. Sustainability* (Switzerland). Vol. 11, 2020. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari.

Mustaqiem. *Perpajakan Dalam Konteks Teori Dan Hukum Pajak Di Indonesia*, Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta 2019.

"No." Accessed December 15, 2024. <https://s.shopee.co.id/6AVLjEc2wY>.

Nugroho, Bintang Asto, Devan Nathaniel Pattiata, and Aprilia Hellyani. Pengaruh Affiliate Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Tokopedia). Vol. 4, 2024.

Nurhasanah, Enok. Analisis Penggunaan E-Commerce Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang Angkatan 2022). *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*. Vol. 8, 2023. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v8i1.p47-59.30254>.

Permana, Erwin. Ryan Akbar, Sherly Ayu Regita, Albertus Prasetyo Widi. Analisis Efektivitas Program Shopee Affiliate Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Industri Fashion, *Jurnal Kajian Ilmiah*

Multidisipliner. Vol. 8, 2024.

- Prasetyo, Bagus Rizki, Khusnul Khafidotul Jannah, and Abdul Wadud Nafis. "Peran Relawan Pajak Dalam Asistensi Spt Tahunan Dan Fungsi Kehumasan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak." *Jurnal PEDAMAS (Pengabdian Kepada Masyarakat 2*, no. 2 (2024): 467–73.
- Pratiwi, A, and F A Rizky. "Mekanisme Pemotongan Pajak Penghasilan Pasal 23 (PPh 23) Atas Perawatan Jasa Cuci Kereta Dan OTC (On Trip Cleaning) Pada PT. KAI Persero Daerah" *Academia.Edu 23* (2023): 1–10. <https://www.academia.edu/download/102306495/diki.pdf>.
- Setyaningrum, N., H. Waluyo, and A. Wijayanto. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Promosi Penjualan Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis 3*, no. 1 (2016): 197–204.
- Sutandi, Michelle, Achmad Fauzi, Leo Caesar, Nabella Natasya Putri, Devina Shava Viola, Ocktaviany Rhamadina, Isma Putri, and Zahran Abrar. Analisis Peran Affiliate Marketing Dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*. Vol. 5, 2024.
- Wibawa, Eka Satria. *Dasar – Dasar Perpajakan*, Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2020.
- Winarsih, Endang. Evaluasi Perhitungan, Pemotongan, Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan (PPh) Pasal 21 Atas Karyawan Tetap (Studi Kasus Pada Kantor Wilayah VI PT. Pegadaian Makassar). *Jurnal Riset Perpajakan*. Vol. 1, 2022.
- Wulandari Winda, Fira Yulianti. "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 4*, no. 4 (2024): 320–28.
- Wulandari, Oryz Agnu Dian, Ujiani Ujiani, and Nita Riskiana Putri. Analisis Pemanfaatan Marketplace Dalam Meningkatkan Pendapatan Bagi Penjualan Produk Umkm Di Purbalingga. *Jurnal Ekonomi Manajemen*. Vol. 6, 2020. <https://doi.org/10.37058/jem.v6i2.1978>.

MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metodologi Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPH 21) Pada Pendapatan Kreator Shopee Affiliate	1. Pemahaman pajak oleh kreator	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengertian PPh pasal 21 2. Kewajiban pelaporan pajak 	Informan: <ol style="list-style-type: none"> a. Nia b. Aisyah c. Safina d. Nanda Kepustakaan: <ol style="list-style-type: none"> a. Buku b. Jurnal Dokumen: <ol style="list-style-type: none"> a. Foto-foto wawancara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan penelitian: Kualitatif 2. Jenis Penelitian: Deskriptif Kualitatif 3. Teknik pengambilan sampel: <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Purposive Sampling</i> b. <i>Snowball Sampling</i> 4. Teknik pengumpulan data: <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara mendalam c. Dokumentasi 5. Analisis data: <ol style="list-style-type: none"> a. Pengumpulan data b. Reduksi data c. Penyajian data d. Kesimpulan 6. Keabsahan data: Triangulasi sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator Shopee Affiliate ? 2. Bagaimana dampak penerapan Pajak Penghasilan pasal 21 (PPH 21) pada pendapatan kreator Shopee Affiliate?
	2. Pemotongan pajak oleh Shopee	<ol style="list-style-type: none"> 1. Shopee melakukan pemotongan pajak otomatis 			
	3. Kepatuhan pembayaran pajak	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelaporan SPT tahunan 2. Memiliki NPWP 			

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sherly Handayani Safitri
 Nim : 214105030009
 Program Studi : Akuntansi Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq
 Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

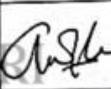
Jember, 26 Mei 2025
 Saya yang menyatakan



Sherly Handayani Safitri
 NIM. 214105030009



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No.	Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	15 April 2025	Menyerahkan surat izin penelitian	
2.	20 April 2025	Wawancara dengan informan (Safina)	
3.	25 April 2025	Wawancara dengan informan (Nia)	
4.	30 April 2025	Wawancara dengan informan (Nanda)	
5.	3 Mei 2025	Wawancara dengan informan (Aisyah)	
6.	05 Mei 2025	Merekap hasil wawancara	
7.	20 Mei 2025	Mengajukan surat selesai penelitian	



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-273 /Un.22/7.a/PP.00.9/04/2025
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

15 April 2025

Kepada Yth.

Ketua Jurusan Ekonomi Islam FEBI UIN KHAS Jember
 Jl. Mataram No. 01 Mangli Kaliwates Jember

Disampaikan dengan hormat, bahwa dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, mahasiswa berikut :

Nama : Sherly Handayani Safitri
 NIM : 214105030009
 Semester : VIII (Delapan)
 Prodi : Akuntansi Syariah
 Judul : Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21 (PPH 21) Pada Pendapatan *Creator Shopee Affiliate*

Mohon diizinkan untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 15 April - 15 Mei 2025 dengan mengambil data sekunder yang bersumber dari:

<https://apps.apple.com/app/id959841443>.

Demikian atas perkenannya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,

 Nurul Widyawati Islami Rahayu





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

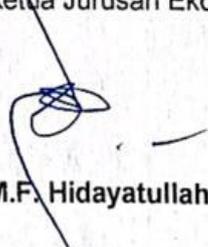
Nama : Sherly Handayani Safitri
 NIM : 214105030009
 Semester : VIII (Delapan)
 Prodi : Akuntansi Syariah
 Judul : Analisis Penerapan Pajak Penghasilan Pasal 21
 (PPh 21) Pada Pendapatan Kreator Shopee Affiliate

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 15 April – 15 Mei 2025 dengan mengambil data dari <https://apps.apple.com/app/id959841443>.

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 20 Mei 2025
 A.n. Dekan
 Ketua Jurusan Ekonomi Islam


 M.F. Hidayatullah

PEDOMAN WAWANCARA

Judul : ANALISIS PENERAPAN PAJAK PENGHASILAN PASAL 21 (PPH 21) PADA PENDAPATAN KREATOR SHOPEE AFFILIATE

Fokus Penelitian : 1) Bagaimana mekanisme pemotongan PPh 21 diterapkan pada pendapatan yang diperoleh oleh kreator *Shopee Affiliate* ?
2) Bagaimana dampak penerapan pajak penghasilan pasal 21 (PPh 21) pada pendapatan kreator *Shopee Affiliate*?

Informan : kreator *Shopee Affiliate*

A. Identitas Informan

1. Nama :
2. Usia :
3. Alamat :

B. Pertanyaan

1. Sejak kapan Anda mulai aktif di program *Shopee Affiliate*?
2. Bisa diceritakan sedikit tentang aktivitas Anda sebagai kreator *Shopee Affiliate*?
3. Apakah Anda mengetahui bahwa pendapatan dari *Shopee Affiliate* dikenakan pajak penghasilan Pasal 21?
4. Bagaimana proses pemotongan pajak dilakukan terhadap komisi yang Anda terima dari *Shopee Affiliate*?
5. Menurut Anda, apakah informasi tentang pemotongan PPh 21 sudah disampaikan dengan jelas oleh pihak *Shopee* kepada para kreator?
6. Apakah Anda pernah menghitung sendiri besarnya pajak yang dikenakan terhadap komisi yang Anda terima?
7. Apakah Anda telah mencantumkan NPWP pada akun *Shopee Affiliate* Anda? Jika ya, apa pengaruhnya terhadap besaran pajak yang dipotong?

8. Bagaimana Anda menilai sistem pemotongan pajak otomatis (*withholding system*) yang diterapkan oleh Shopee dalam konteks afiliasi ini?
9. Apakah Anda mencatat atau melaporkan pendapatan dari Shopee *Affiliate* dalam SPT tahunan Anda?
10. Apakah Shopee memberikan bukti potong PPh 21 atas pendapatan Anda?
11. Apakah pemotongan pajak ini memengaruhi semangat atau motivasi Anda dalam menjalankan aktivitas sebagai kreator di Shopee?
12. Apakah Anda merasa beban pajak yang dipotong dari penghasilan Anda sudah proporsional dengan pendapatan yang Anda hasilkan?
13. Apakah pemotongan PPh 21 ini berpengaruh terhadap perencanaan keuangan Anda sebagai seorang kreator?
14. Dalam pandangan Anda, apakah kebijakan pemotongan pajak terhadap pendapatan Shopee *Affiliate* ini adil bagi semua kalangan kreator, termasuk yang baru mulai dan pendapatannya belum besar?
15. Apakah menurut Anda, pemerintah atau Shopee perlu memberikan edukasi lebih lanjut kepada kreator tentang pajak dan kewajiban perpajakan?
16. Bagaimana pandangan Anda terhadap kewajiban membayar pajak, khususnya sebagai seorang kreator digital?
17. Menurut Anda, apakah pemotongan pajak dari pendapatan Shopee *Affiliate* sudah mencerminkan fungsi pajak sebagai alat redistribusi pendapatan atau peningkatan kesejahteraan masyarakat?
18. Apakah Anda merasa sistem ini membantu atau justru membingungkan dalam hal memahami berapa pajak yang Anda bayarkan?
19. Menurut Anda, lebih baik menghitung dan membayar pajak sendiri atau tetap dengan sistem pemotongan otomatis? Mengapa?
20. Bagaimana Anda melihat peran *marketplace* seperti Shopee dalam mendukung kreator digital untuk mendapatkan penghasilan tambahan melalui afiliasi?

DOKUMENTASI PENELITIAN

12.22

:ll Wi 37



16-04

Rp536.546

Dibayarkan

Pendapatan Komisi Affiliate	Rp536.546 ^
Komisi Shopee	Rp184.022
Komisi XTRA	Rp346.544
Komisi Tambahan ⓘ	Rp22.575
[ADD] Komisi Tambahan Leader	Rp22.575
Total Komisi yang Dihasilkan	Rp553.141
Biaya Layanan ⓘ	-Rp2.766
Total Potongan Pajak ⓘ	-Rp13.829
Komisi yang Dibayarkan	Rp536.546

[Lihat Rincian >](#)

Rincian Komisi	Lihat Semua >
Media Sosial	Rp26.872
Shopee Video	Rp509.674
Shopee Live	Rp0

Rincian Pembayaran

Metode Pembayaran ⓘ	Transfer Bank
Nama Bank	BRI

Contoh Pendapatan Komisi

STATUS LAPORAN KOMISI	DESKRIPSI
Perlu Lengkapi	Informasi pembayaran belum lengkap. Segera lengkapi informasi bank, KTP, NPWP agar pembayaran komisi dan bonus dapat diterima di periode pembayaran berikutnya.
Sedang Divalidasi	Validasi pembayaran sedang dalam proses.
Menunggu Dibayar	Komisi sudah tervalidasi dan sedang dalam proses pembayaran.
Tertunda	Pembayaran komisi belum berhasil karena beberapa alasan seperti: <ul style="list-style-type: none"> • Akun ShopeePay belum aktif. • Akun ShopeePay tidak memiliki limit yang cukup untuk menerima pembayaran. • Informasi pembayaran tidak sesuai. • Sistem pembayaran bank eror.
Dibayarkan	Pembayaran komisi dan bonus berhasil dibayarkan ke bank atau ShopeePay.
Ditolak	Pembayaran komisi ditolak karena alasan tertentu. Silahkan cek kembali platform Shopee Affiliate Program untuk alasannya.



METRIK	DEFINISI
Periode Laporan	Periode jumlah komisi yang sudah lolos validasi dan akan dibayarkan.
Rincian Komisi	Sumber yang menghasilkan komisi, terdiri dari Media Sosial (umum), Shopee Live, dan Shopee Video (pesanan yang berasal dari fitur Keranjang Oren).
Komisi Shopee	Perhitungan Komisi Shopee setelah validasi dengan batas maksimum sebelum dipotong pajak.
Komisi XTRA	Tambahan komisi yang didapat dari membagikan link affiliate produk bertanda komisi XTRA.
Total Komisi yang Dihasilkan	Total komisi dari Komisi XTRA dan Komisi Shopee yang sudah divalidasi, namun belum dipotong pajak.
Total Potongan Pajak	Pemotongan yang dihitung berdasarkan Total Komisi yang dihasilkan dikali tarif pajak.
Komisi yang Dibayarkan	Total komisi yang dibayarkan pada jadwal pembayaran setelah dipotong pajak.
No. Referensi	ID/kode unik untuk penghubungan ulang metode pembayaran.
No. Validasi	ID/kode unik untuk setiap proses validasi.

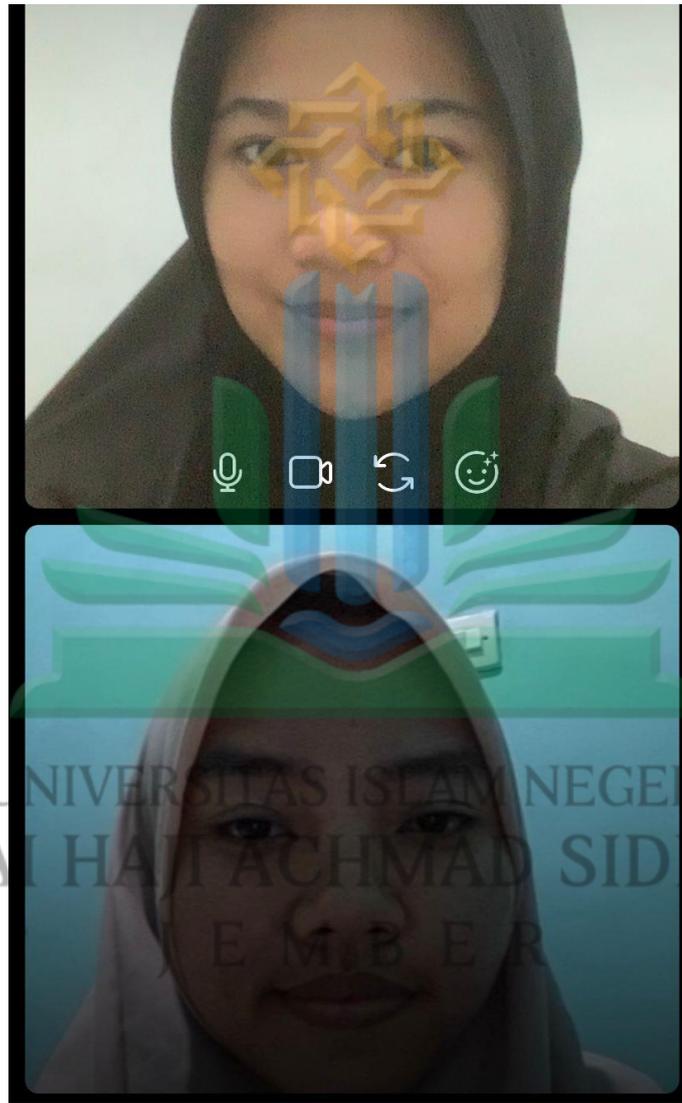
Definisi beberapa metrik di laporan komisi



Wawancara dengan informan (Safina)



Wawancara dengan informan (Aisyah)



Wawancara *online* dengan informan (Nanda)



Wawancara dengan informan (Nia)

BIODATA PENULIS

Nama : Sherly Handayani Safitri
 NIM : 214105030009
 Tempat/Tanggal Lahir : Kutai, 16 Desember 2003
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Prangat Selatan RT 004 RW 000 Kec. Marangkayu,
 Kab. Kutai Kartanegara, Prov. Kalimantan Timur
 Agama : Islam
 Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Prodi : Akuntansi Syariah
 E-mail : sherlyhandayani94@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

- | | |
|---|-------------------|
| 1. TK Purnama | Tahun 2008 - 2009 |
| 2. SDN 012 Marangkayu | Tahun 2009 - 2015 |
| 3. SMPI Ar- Riyadh Hidayatullah Bontang | Tahun 2015 - 2018 |
| 4. SMK Hafshawaty Zainul Hasan Genggong | Tahun 2018 - 2021 |
| 5. UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember | Tahun 2021 - 2025 |