



UNMAS DENPASAR

**JURNAL HUKUM MAHASISWA**

**Volume 04, Nomor 01, (2024)**

ISSN (Online): 2808-6864

FAKULTAS HUKUM UNMAS DENPASAR

Doi: <https://doi.org/10.36733/jhm.v4i1>, <https://e-journal.unmas.ac.id>

**KAJIAN YURIDIS UNDANG-UNDANG REPUBLIK Indonesia  
NOMOR 36 TAHUN 2008 TENTANG PAJAK PENGHASILAN  
(PPH) TERKAIT PEMBUKTIAN PEMBAYARAN PAJAK  
ENDORSEMENT INFLUENCER TIKTOK**

Ni Putu Mahadewi Niken Ayu Wardani<sup>1</sup>Ni Putu Noni Suharyanti<sup>2</sup>)

<sup>1,2,)</sup> Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar

E-mail: [nonisuharyantifh@unmas.ac.id](mailto:nonisuharyantifh@unmas.ac.id)

***Abstract***

*Tax is a very important income for the balance of state revenue. This research aims to discuss the tax system applied to Influencer TikTok, especially in the endorse activity business. This research uses an analytical descriptive method by collecting several sources of literacy and discussing them in paragraph form. Taxes in Indonesia itself are increasingly developing where the system follows the development of online technology. Social media these days is starting to become a business field for influencers or celebrities. Endorse activities are a way for them to earn income. Thus, the income tax system allows them to pay taxes. self-assessment can be a way to pay taxes independently that makes it easier for them. In Indonesia, if taxpayer do not pay, they will be subject to criminal law and fines. Of course, the job of a celebrity in Indonesia is a job that provides a large income that must be taxed. In fact, there are still many influencers, who are not tax compliant due to a lack of education on income tax.*

**Keywords:** *Income Tax, Endorsement, Tax*

**Abstrak**

Pajak adalah penghasilan yang sangat penting bagi keseimbangan pendapatan negara. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai sistem pajak yang diberlakukan influencer TikTok khususnya dalam usaha kegiatan *endorse*. Penelitian ini menggunakan akan metode deskriptif analitis dengan mengumpulkan beberapa sumber literasi dan membahasnya dalam bentuk paragraf. Pajak di Indonesia sendiri sudah semakin berkembang dimana sistemnya mengikuti perkembangan teknologi *online*. Sosial media hari-hari ini mulai menjadi ladang usaha bagi para *influencer* atau selebgram. Kegiatan *endorse* menjadi cara mereka mendapatkan *income*. Dengan demikian, sistem pajak PPh memungkinkan mereka untuk membayar pajak. *self-assessment* dapat menjadi cara membayar pajak secara mandiri yang mempermudah mereka. Di Indonesia, wajib pajak jika tidak membayar maka akan dikenakan hukum pidana dan denda. Tentunya pekerjaan sebagai *influencer* di Indonesia adalah pekerjaan yang memberikan *income* besar hingga harus

diwajibkan pajak. Kenyataannya, masih banyak para *influencer* yang tidak patuh pajak karena kurangnya edukasi akan pajak penghasilan itu.

**Kata Kunci:** Pajak Penghasilan, *Endorse*, Pajak

### A. Pendahuluan

Era digital sekarang ini telah mengalami perubahan yang begitu besar, dalam menyebarkan berita, hanya membutuhkan waktu yang sangat cepat dan singkat informasi yang disebarkan dapat tersampaikan langsung kepada masyarakat atau pembaca. Pesan dalam berita yang disampaikan melalui media elektronik, media sosial *internet* baik *radio* dan televisi dan dapat juga disampaikan dalam bentuk media cetak berupa surat kabar atau majalah.<sup>1</sup>

Dalam kata *endorsement* berasal dari Bahasa Inggris (kata benda) jika di terjemahkan ke Bahasa Indonesia artinya “dukungan”, “pengesahan”, “persetujuan”, “sokongan”, “pembenaan”. Jadi dalam hal ini pengertian

*endorsement* adalah sebuah bentuk dukungan atau sokongan dalam periklanan atau mempromosikan suatu produk atau jasa yang dilakukan oleh *public figure*, artis atau orang/tokoh yang terkenal dan dipercaya dan dipilih oleh suatu pengusaha umkm atau perusahaan untuk menjadi seorang *endorser* dengan kerjasama kedua belah pihak.

Masyarakat sudah tidak asing dengan *influencer* atau *artis* (*public figur*) atau di dalam dunia *endorsement* adalah orang yang ditunjuk oleh pelaku usaha umkm atau perusahaan yang melakukan *endorsement* melalui media sosial *internet* atau digital sehingga memiliki dampak yang sangat besar kepada masyarakat agar dapat dengan cepat mendapatkan informasi terkait dengan produk yang promosikan atau di *endorsement* oleh *influencer* melalui media digital *internet* atau *platform* jejaring sosial.

---

<sup>1</sup> Wan Laura Hardilawati, Intan Diane Binangkit, dan Riky Perdana, 2019, *Endorsement: Media Pemasaran Masa Kini*, JIM UPB, Fakultas Ilmu Manajemen Universitas Putera Batam, Vol. 7 No. 1, h. 88.

Teknologi semakin canggih dengan adanya beberapa *platform* media sosial yang tersebar dan dapat diakses oleh seluruh dunia. Perkembangan yang sangat pesat pada media sosial ditunjukkan dengan semakin diminati oleh banyak penggunaan media sosial di berbagai kalangan usia untuk melakukan aktivitas interaksi sosial secara *online*, serta dapat juga berinteraksi antar anggota keluarga.<sup>2</sup>

Laporan *We Are Social* mencatat bahwa pengguna TikTok di seluruh dunia diperkirakan akan mencapai 1,09 miliar pada April 2023. Mayoritas, 38,5%, penggunaanya berusia antara 18 dan 24 tahun. Sebagian besar pengguna TikTok berasal dari Amerika Serikat. Pada April tahun ini, tercatat 116,5 juta pengguna TikTok di Negeri Paman Sam. Indonesia menempati urutan kedua dengan 113 juta pengguna. Posisinya disusul Brazil dan Meksiko dengan masing-masing 84,1 juta dan

62,4 juta pengguna. Tak kurang dari 51,2 juta pengguna TikTok berasal dari Rusia. Ada juga 50,6 juta pengguna *platform* jejaring sosial asal Vietnam ini. Berikutnya, 41,4 juta pengguna TikTok berasal dari Filipina. Sedangkan Thailand menempati peringkat ke-8 dengan 41,1 juta pengguna TikTok.<sup>3</sup>

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4740, pada pasal 1 angka 1 “Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan

---

<sup>2</sup> Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, dan Jouke J Lasut, 2022, *Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Sosial Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Minahasa Tenggara*, Jurnal Ilmiah Society, Sosiologi FISFOL Universitas Sam Ratulangi, Vol. 2 No. 1, h. 2.

---

<sup>3</sup> Monavia Ayu Rizaty, 2023, *Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia*, DataIndonesia.id, <https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>, diakses 13 September 2023 pukul 10.29 WITA.

digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”.

Pengertian *influencer marketing* merupakan sebuah metode dengan menunjuk orang atau *publik figur* yang dianggap berpengaruh dalam suatu perusahaan atau masyarakat sehingga dapat mencakup target konsumen untuk iklan mereka.<sup>4</sup>

Pajak Penghasilan (PPh) harus dibayarkan oleh wajib pajak baik orang pribadi atau badan dari penghasilan yang diterima.<sup>5</sup> Dengan demikian, latar belakang ini menekankan pentingnya *influencer* TikTok untuk memahami kewajiban pajak mereka, melaksanakan pembayaran pajak dengan benar, dan memiliki bukti pembayaran pajak yang dapat diverifikasi sesuai dengan undang-undang pajak yang berlaku.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian “Kajian

Yuridis Undang-Undang republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh) terkait Pembuktian Pembayaran Pajak *Endorsement Influencer* TikTok”.

## B. Metode Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan tipe penelitian hukum normatif yaitu menganalisis kepustakaan berdasarkan bahan hukum yang digunakan, baik primer, sekunder dan tersier.

Jenis pendekatan adalah Perundang-Undangan (*Statute Approach*) adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang bersangkutan paut dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang dihadapi. Pendekatan perundang-undangan ini misalnya dilakukan dengan mempelajari konsistensi / kesesuaian antara Undang-Undang Dasar dengan undang-undang, atau antara undang-undang yang satu dengan undang-undang yang lain.

---

<sup>4</sup> Novi Tri Hariyanti dan Alexander Wirapaja, 2018, *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*, Jurnal Eksekutif, Insitut Informatika Indonesia Surabaya, STIE IBMT Surabaya, Vol. 15, No.1, h. 137

<sup>5</sup> Khalimi, dan Moch. Iqbal, 2020, *Hukum Pajak Teori dan Praktik*, Aura CV. Anugrah Utama Raharja, Bandar Lampung, h. 43

Pendekatan konseptual (*Conceptual Approach*), pendekatan konseptual ini dimaksudkan untuk menganalisa bahan hukum sehingga dapat diketahui makna yang terkandung pada istilah-istilah hukum. Hal itu dilakukan sebagai usaha untuk memperoleh makna baru yang terkandung dalam istilah-istilah yang diteliti, atau menguji istilah hukum tersebut dalam teori dan praktek.<sup>6</sup> Pendekatan ini menjadi penting sebab pemahaman terhadap pandangan/doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum dapat menjadi pijakan untuk membangun argumentasi hukum ketika menyelesaikan isu hukum yang dihadapi. Pandangan/doktrin akan memperjelas ide-ide dengan memberikan pengertian-pengertian hukum, konsep hukum, maupun asas hukum yang relevan dengan permasalahan.

## C. Pembahasan

### 1. Dasar Hukum Bagi *Influencer* TikTok dalam Pembayaran Pajak *Endorsement*

---

<sup>6</sup>Hajar M, 2015, *Model-Model Pendekatan Dalam Penelitian Hukum dan Fiqh UIN*, Pekanbaru Suska Riau, h. 41.

Kemajuan teknologi memberikan dampak positif yaitu dengan adanya internet sebagai media untuk berkomunikasi dan bisa mengakses informasi lebih banyak di seluruh dunia dengan mengakses media sosial yang menyambung ke *internet*.<sup>7</sup>

Pada era sekarang, kemajuan teknologi yang sangat pesat ditandai dengan banyaknya masyarakat yang memiliki *handphone* atau *gadget* yang digunakan menjadi wadah untuk mengakses dan mencari informasi secara luas dan global serta menggunakan untuk berkomunikasi dengan orang yang berada di jarak yang jauh.

Pengaruh teknologi memiliki peranan yang sangat penting dalam meningkatkan produktivitas kerja. Sebagai pendewasaan hubungan timbal balik antara teknologi, ekonomi serta keterpaduan ekologis dan kultural agar tidak menimbulkan ketimpangan dalam penggunaan

---

<sup>7</sup>Medina Azizah, 2020, *Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Pola Komunikasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang*, Jurnal Sosiologi Nusantara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, Vol. 6 No. 1, h. 50

teknologi peranannya. Selain itu, teknologi dapat memberikan manfaat bagi bidang sosial, budaya, dan ekonomi namun tetap mematuhi undang-undang yang ada, sehingga masyarakat umum dapat menggunakannya secara efektif.<sup>8</sup>

Peraturan yang berlaku belum spesifik mengatur bahwa *influencer* wajib membayar pajak hasil *endorsement* nya maka dari itu masih banyak *influencer* yang belum paham dan belum memiliki kesadaran untuk membayar dan melaporkan jumlah penghasilan yang dimiliki.

Dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 66 Tahun 2023 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan Atas Penggantian Atau Imbalan Sehubungan Dengan Pekerjaan Atau Jasa Yang Diterima Atau Diperoleh Dalam Bentuk Natura dan/atau Kenikmatan, Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 495, pada Pasal 3 Ayat (1) “Penggantian

atau imbalan sehubungan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh dalam bentuk natura dan/atau kenikmatan merupakan penghasilan menjadi objek Pajak Penghasilan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 ayat (1) huruf a Undang-Undang Pajak.

Dalam kegiatan *endorsement* dilakukan oleh *influencer* dengan mendapatkan penghasilan dapat diklasifikasikan yang menjadi objek pajak telah tercantum dalam Pasal 4 Ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133.

Jika kegiatan *endorsement* tidak bergabung dibawah *agency* maka akan dikenakan PPh 21, yang telah diatur dalam Undang-Undang Harmonisasi PPh, dengan tarif pph yang berlaku adalah tercantum pada pasal 17 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Lembaran Negara

---

<sup>8</sup> Nashahta Ardhiaty Nurfiat dan Surya Dewi Rustariyuni, 2018, *Pengaruh Upah Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Dan Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Mebel Di Kota Denpasar*, Piramida Jurnal, Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Vol. XIV No. 1 34-48, hlm. 39.

Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 246, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 6736, sebagai berikut:

1. Penghasilan 0 sampai dengan Rp. 60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah) tarif pajak 5% (lima persen);
2. Penghasilan di atas Rp. 60.000.000,00 (enam puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah) tarif pajak 15% (lima belas persen);
3. Penghasilan di atas Rp. 250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah) sampai dengan Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tarif pajak 25% (dua puluh lima persen);
4. Penghasilan di atas Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tarif pajak 30% (tiga puluh persen);
5. Penghasilan di atas Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tarif pajak 35% (tiga puluh lima persen).

Sedangkan jika *endorsement* dengan dibawah badan atau *agency* maka dikenakan PPh 23, pemotongan pajak dilakukan oleh badan atau *agency*, dengan tarif PPh 23 terbagi dalam kedua besaran yaitu 15% dan 2% tergantung dari objek pajaknya.

Terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4843, pasal 4 huruf b “mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat.”

Dalam Norma Perhitungan Penghasilan Neto telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133.

Bruto wajib pajak telah diatur pada Peraturan Pemerintah Republik



Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima Atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto Tertentu telah diatur dalam Pasal 2 Ayat (2) “Tarif Pajak Penghasilan yang bersifat final sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebesar 0,5% (nol koma lima persen).”

## **2. Kajian Yuridis Peraturan-Peraturan Pembayaran Pajak *Endorsement* Terhadap *Influencer* TikTok**

Kepatuhan Wajib Pajak adalah pemenuhan wajib pajak dalam rangka memberikan kontribusi untuk pembangunan negara.<sup>9</sup> Setiap wajib pajak diberikan kewajiban untuk menghitung, memperhitungkan, melaporkan, dan membayar sendiri kewajiban perpajakannya. Selain itu, Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 49, Tambahan

Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 3262 juga mengatur adanya penerapan sanksi bagi wajib pajak yang tidak menjalankan kewajibannya, dalam bentuk sanksi administratif maupun sanksi pidana.

Penerapan sistem pemungutan pajak *self assesement system* di Indonesia merupakan bentuk kepercayaan negara kepada para wajib pajak untuk secara mandiri mendaftar, menghitung, menyetorkan, dan melaporkan kewajiban perpajakan.

Penagihan dengan surat paksa dapat dilakukan apabila jumlah tagihan pajak tidak atau kurang bayar sampai dengan tanggal jatuh tempo pembayaran, atau sampai dengan jatuh tempo penundaan pembayaran atau tidak terpenuhi angsuran pembayaran pajak. Jika Wajib Pajak lalai dan tidak patuh dalam melaksanakan kewajiban untuk pembayaran pajak sebagaimana telah diatur didalam surat teguran maka penagihan

---

<sup>9</sup> Geral Samuel, 2022, *Analisis Yuridis Tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Masyarakat Indonesia*, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, Jurnal Risalah Hukum, Vol. 18 No. 1, h. 65



selanjutnya akan dilakukan oleh juru sita pajak.<sup>10</sup>

#### D. Simpulan

1) Dasar hukum bagi *Influencer* TikTok dalam pembayaran pajak *Endorsement* umumnya belum disebutkan dan diatur dalam undang-undang atau hukum positif di Indonesia yang mengatur mengenai pajak. Dengan demikian peraturan perundang-undangan yang berlaku tidak secara spesifik menyebutkan *influencer* wajib untuk membayarkan pajak hasil *endorsement* nya, namun secara tersirat mengenai status pekerjaan para *influencer* dalam membayar pajak penghasilan memiliki kedudukan dan tanggung jawab yang sama seperti Wajib Pajak lainnya seperti yang telah diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008

tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133. Pengaturan pajak untuk *endorser* yang tidak bergabung dengan agensi, maka akan dikenakan PPh 21 yang telah diatur dalam Undang-Undang Harmonisasi PPh dengan tarif pph yang berlaku adalah tercantum pada pasal 17 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 246, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6736. Sedangkan bila *endorser* dibawah naungan agensi maka dikenakan PPh 23, pemotongan pajak dilakukan oleh badan atau agensi dengan tarif PPh 23 terbagi dalam kedua besaran yaitu 15 dan 2% bergantung dari objek pajaknya.

2) Agar aturan dapat berjalan dengan baik dan sesuai maka dibutuhkan

---

<sup>10</sup> Md. Endra Adelina dan Anak Agung Putu Wiwik Sugiantari, 2021, *Tinjauan Yuridis Kebijakan Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Terhadap Wajib Pajak Terkait Sanksi Pidana Perpajakan*, Jurnal Hukum Mahasiswa, Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar, Vol. 1 No. 2, h. 39.

pengawasan yang lebih ketat dari pihak internal Koperasi terutama dalam hal menerapkan prinsip 5C juga menerapkan prinsip kehati-hatian dan aturan lainnya agar meminimalisir terjadinya peningkatan pada kredit macet. Diharapkan agar Koperasi Catur Mega Sedana untuk tidak semua sengketa harus diselesaikan dengan cara mediasi agar nasabah tidak semena-mena. Dan membuat aturan penyelesaian sengketa yang mengatasi sengketa atau permasalahan dengan efektif dan tegas.

### **Daftar Pustaka**

#### **Buku**

Khalimi, dan Moch. Iqbal, 2020, *Hukum Pajak Teori dan Praktik*, Aura CV. Anugrah Utama Raharja, Bandar Lampung.

Hajar M, 2015, *Model-Model Pendekatan Dalam Penelitian Hukum dan Fiqh UIN*, Pekanbaru Suska Riau.

#### **Jurnal**

Wan Laura Hardilawati, Intan Diane Binangkit, dan Riky Perdana, 2019, *Endorsement: Media*

*Pemasaran Masa Kini*, JIM UPB, Fakultas Ilmu Manajemen Universitas Putera Batam, Vol. 7 No. 1.

Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, dan Jouke J Lasut, 2022, *“Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Sosial Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Minahasa Tenggara”*, Jurnal Ilmiah Society, Sosiologi FISFOL Universitas Sam Ratulangi, Vol. 2 No. 1.

Novi Tri Hariyanti dan Alexander Wirapraja, 2018, *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*, Jurnal Eksekutif, Insitut Informatika Indonesia Surabaya, STIE IBMT Surabaya, Vol. 15 No. 1.

Medina Azizah, 2020, *Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Pola Komunikasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang*, Jurnal Sosiologi Nusantara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

- Muhammadiyah Malang, Vol. 6 No. 1.
- Nashahta Ardhiaty Nurfiat dan Surya Dewi Rustariyuni, 2018, *Pengaruh Upah Dan Teknologi Terhadap Produktivitas Dan Penyerapan Tenaga Kerja Pada Industri Mebel Di Kota Denpasar*, Piramida Jurnal, Kependudukan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Vol. XIV No. 1.
- Geral Samuel, 2022, *Analisis Yuridis Tingkat Kepatuhan Membayar Pajak Masyarakat Indonesia*, Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang, Jurnal Risalah Hukum, Vol. 18 No. 1.
- Md. Endra Adelina dan Anak Agung Putu Wiwik Sugiantari, 2021, *Tinjauan Yuridis Kebijakan Pengampunan Pajak (Tax Amnesty) Terhadap Wajib Pajak Terkait Sanksi Pidana Perpajakan*, Jurnal Hukum Mahasiswa, Fakultas Hukum Universitas Mahasaraswati Denpasar, Volume 1 Nomor 2.
- Monavia Ayu Rizaty, 2023, "Pengguna TikTok Indonesia Terbanyak Kedua Dunia", DataIndonesia.id, <https://dataindonesia.id/internet/detail/per-april-2023-pengguna-tiktok-indonesia-terbanyak-kedua-dunia>, diakses 13 September 2023 pukul 10.29 WITA.
- Peraturan Perundang-Undangan**
- Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1983 Nomor 3262.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum Dan Tata Cara Perpajakan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 85, Tambahan Lembaran Negara Republik Infoneisa Nomor 4740.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2008 Tentang

**Internet**

Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 58, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia 4843.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 Tentang Harmonisasi Peraturan Perpajakan, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 246, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 6736.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2018 Tentang Pajak Penghasilan Dari Usaha Yang Diterima atau Diperoleh Wajib Pajak Yang Memiliki Peredaran Bruto.

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 66

Tahun 2023 Tentang Perlakuan Pajak Penghasilan Atas Penggantian Atau Imbalan Sehubungan Dengan Pekerjaan Atau Jasa Yang Diterima atau Diperoleh Dalam Bentuk Natura Dan/Atau Kenikmatan, Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2023 Nomor 495.