

Tantangan Hukum dalam Pemajakan Penghasilan Digital di Industri Kreatif
Oleh
RR Ella Evrita H

Abstract

The taxation of digital income in the creative industry is becoming an increasingly complex issue in today's digital economy era. This study aims to analyse the legal challenges faced in taxing income earned through digital media by creative industry players, focusing on cross-jurisdictional issues and the digital economy. The research methodology uses a qualitative approach with primary data collection through interviews with creative industry players and tax law experts, as well as secondary data from relevant literature. The results identified various challenges, including the complexity of digital income classification, cross-jurisdictional issues, the influence of different tax policies between countries, and challenges in implementing the Permanent Establishment (PE) concept in the digital economy. Case studies from different countries provide a concrete picture of the problems faced and the efforts made by countries to address those challenges. Policy recommendations are also prepared to improve tax compliance and support the development of creative industries in the digital era. It is hoped that this research can make a significant contribution in the understanding and resolution of this complex problem in the future.

Keywords: Digital Income Tax, Creative Industries, Tax law challenges

Abstrak

Pemajakan penghasilan digital di industri kreatif menjadi isu yang semakin kompleks dalam era ekonomi digital saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan hukum yang dihadapi dalam memajaki penghasilan yang diperoleh melalui media digital oleh pelaku industri kreatif, dengan fokus pada isu-isu lintas yurisdiksi dan ekonomi digital. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data primer melalui wawancara dengan pelaku industri kreatif dan ahli hukum pajak, serta data sekunder dari literatur yang relevan. Hasil penelitian mengidentifikasi berbagai tantangan, termasuk kompleksitas klasifikasi penghasilan digital, isu lintas yurisdiksi, pengaruh perbedaan kebijakan pajak antar negara, dan tantangan dalam penerapan konsep Permanent Establishment (PE) dalam ekonomi digital. Studi kasus dari berbagai negara memberikan gambaran konkret tentang masalah yang dihadapi dan upaya yang dilakukan oleh negara-negara untuk mengatasi tantangan tersebut. Rekomendasi kebijakan juga disusun untuk meningkatkan kepatuhan pajak dan mendukung perkembangan industri kreatif di era digital. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemahaman dan penyelesaian masalah yang kompleks ini di masa depan.

Kata Kunci: Pajak Penghasilan digital, Industri Kreatif, Tantangan hukum perpajakan

Pendahuluan

Di era digital yang terus berkembang, industri kreatif mengalami transformasi signifikan dengan munculnya berbagai platform dan teknologi baru yang memungkinkan pelaku kreatif untuk memonetisasi karya mereka secara global¹.

Industri kreatif mencakup berbagai sektor seperti seni, musik, film, desain grafis, penulisan, dan banyak lagi di mana semuanya kini dapat diakses dan didistribusikan melalui internet. Dengan kemajuan teknologi ini, peluang untuk memperoleh penghasilan dari media digital semakin luas dan bervariasi, mulai dari pendapatan iklan, penjualan karya digital, hingga langganan dan donasi dari penggemar. Namun, seiring dengan peluang tersebut, muncul pula tantangan baru dalam hal regulasi dan perpajakan penghasilan digital. Pemerintah di berbagai negara menghadapi kesulitan dalam mengadaptasi kerangka regulasi pajak yang ada untuk mencakup aktivitas ekonomi digital yang sering kali bersifat lintas yurisdiksi. Penghasilan yang dihasilkan oleh pelaku industri kreatif dari berbagai platform digital sering kali sulit dilacak dan diklasifikasikan, menciptakan tantangan dalam hal evaluasi, pelaporan, dan pemungutan pajak.

Tantangan-tantangan ini semakin kompleks dengan adanya perbedaan kebijakan pajak antar negara, yang dapat menimbulkan ketidakpastian dan ketidaksesuaian dalam penerapan pajak. Selain itu, konsep tradisional seperti Permanent Establishment (PE) menjadi kurang relevan dalam konteks ekonomi digital, di mana kehadiran fisik tidak selalu menjadi indikator utama keberadaan bisnis².

A. Latar Belakang

Internet telah membuka peluang pasar global, sehingga seniman, musisi, penulis, desainer grafis, dan berbagai profesional kreatif lainnya dapat menjangkau audiens internasional tanpa batasan geografis. Namun, transformasi ini juga membawa tantangan baru, khususnya dalam aspek regulasi dan pemajakan penghasilan digital. Penghasilan yang diperoleh melalui media digital sering kali bersifat kompleks dan bervariasi, termasuk pendapatan dari iklan, penjualan produk digital, layanan streaming, serta langganan dan donasi dari penggemar.

Penghasilan tersebut akan dikenai pajak penghasilan, mengingat bahwa pengertian penghasilan sebagaimana diatur dalam Pasal 3 angka 1 Undang-undang No.7 Tahun 2021 tentang harmonisasi peraturan Perpajakan yang mengubah Pasal 4 Undang-undang UU No. 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat Uu 7-1983 Tentang Pajak Penghasilan bahwa penghasilan adalah setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apapun³.

¹ Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede, N. (2022). Daya saing : literasi digital dan transformasi digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237-250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>

² Jamrozý, M. (2022). permanent establishment in digital business. *Studia Prawno-Ekonomiczne*, 122, 9-35. <https://doi.org/10.26485/spe/2022/122/1>

³ Pengenaan Pajak bagi Youtuber. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengenaan-pajak-bagi-i-youtuber-i--iselebgram-i--dan-penjual-iolshop-i-di-medsos-lt5c3a9d54eade8/>

Contoh seorang youtuber saat ini membutuhkan biaya hidup satu bulan sebesar Rp15 juta. Pada bulan Januari 2024, ia menerima penghasilan dari youtube sebesar Rp25 juta. Artinya, youtuber tersebut memiliki tambahan kemampuan ekonomis, yaitu sebesar Rp10 juta. Sehingga, tambahan kemampuan ekonomis sebesar Rp10 juta tersebut adalah objek pajak penghasilan dan harus dipotong pajak sesuai tarif yang berlaku⁴.

Karakteristik unik dari penghasilan digital ini menimbulkan kesulitan dalam klasifikasi, evaluasi, dan pelaporan untuk tujuan perpajakan. Penghasilan digital yang diperoleh oleh pelaku industri kreatif memiliki karakteristik yang berbeda dengan penghasilan konvensional. Penghasilan ini bisa berasal dari berbagai sumber seperti iklan online, penjualan karya digital, donasi dari penggemar, langganan konten, dan sebagainya. Variasi ini menimbulkan tantangan dalam hal klasifikasi dan pelaporan penghasilan untuk tujuan pajak. Salah satu tantangan utama adalah masalah lintas yurisdiksi. Pelaku industri kreatif dapat menghasilkan pendapatan dari berbagai negara, sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi mana yang memiliki hak untuk memajaki penghasilan tersebut. Perbedaan kebijakan pajak antar negara juga menambah kerumitan, dengan adanya risiko ganda pajak atau bahkan tidak terjaminnya kepatuhan pajak karena celah-celah regulasi.

Berbagai negara memiliki kerangka regulasi pajak yang berbeda-beda. Ketidaksesuaian antara kebijakan pajak dari satu negara dengan negara lainnya dapat menimbulkan kompleksitas bagi pelaku industri kreatif yang beroperasi secara internasional. Misalnya, ada negara yang menerapkan pajak layanan digital (Digital Services Tax) sementara yang lain tidak. Pada awal tahun 2024, ada dua negara yang resmi mengeluarkan kebijakan insentif pajak baru untuk pelaku industri kreatif, yakni Inggris dan Kazakhstan. Tentu, kedua negara ini memiliki mekanisme yang berbeda dalam memberlakukan keringanan pajak tersebut⁵.

Selain itu, konsep tradisional seperti Permanent Establishment (PE) menjadi kurang relevan dalam konteks ekonomi digital, karena banyak pelaku kreatif yang tidak memerlukan kehadiran fisik di negara tempat mereka menghasilkan pendapatan. Hal ini membuat definisi dan penerapan PE menjadi tantangan tersendiri dalam menentukan kewajiban pajak. Konsep Permanent Establishment (PE) menjadi sulit diterapkan dalam konteks digital. PE biasanya mengacu pada kehadiran fisik yang signifikan dari bisnis di suatu negara untuk tujuan pajak. Namun, dalam ekonomi digital, pelaku industri kreatif mungkin tidak memiliki kehadiran fisik yang nyata tetapi masih memperoleh penghasilan signifikan dari negara tersebut. Penghasilan dari konten digital seringkali berbentuk non-tradisional, seperti royalti dari hak cipta, pendapatan dari streaming, atau bahkan cryptocurrency. Evaluasi dan penilaian penghasilan ini memerlukan metode yang tepat dan standar yang mungkin belum sepenuhnya berkembang atau diterapkan secara konsisten.

⁴ Pengenaan Pajak bagi Youtuber. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengenaan-pajak-bagi-i-youtuber-i--iselebgram-i--dan-penjual-iolshop-i-di-medsos-lt5c3a9d54eade8/>

⁵ Dua Negara ini beri insentif pajak baru untuk Industri kreatif. <https://www.pajak.com/pajak/dua-negara-ini-beri-insentif-pajak-baru-untuk-industri-kreatif/>

Banyak pelaku industri kreatif mungkin tidak sepenuhnya sadar akan kewajiban pajak mereka atau mungkin kurang memiliki infrastruktur untuk mematuhi regulasi pajak yang kompleks. Hal ini dapat menyebabkan masalah dalam pengumpulan pajak yang akurat dan tepat waktu.

Implementasi pajak layanan digital oleh beberapa negara merupakan salah satu upaya untuk mengatasi tantangan ini. Namun, penerapannya masih menimbulkan kontroversi dan perselisihan internasional, terutama jika dianggap merugikan perusahaan asing. Hal ini menunjukkan perlunya kerjasama internasional dan harmonisasi kebijakan pajak untuk memastikan keadilan dan efektivitas pemungutan pajak di era digital. Platform e-commerce dan marketplace digital seperti Etsy, Amazon, dan eBay sering digunakan oleh pelaku industri kreatif untuk menjual karya mereka. Pajak penghasilan dari penjualan melalui platform ini seringkali rumit, karena dapat melibatkan berbagai yurisdiksi dan model bisnis yang berbeda. Perlindungan HKI dalam industri kreatif berhubungan erat dengan penghasilan digital. Misalnya, pelanggaran hak cipta dapat berdampak pada penghasilan yang seharusnya diterima oleh pencipta konten. Selain itu, penegakan hak cipta secara efektif juga memerlukan kerjasama lintas yurisdiksi, yang bisa menjadi tantangan tersendiri.

Beberapa negara telah mulai mengimplementasikan pajak layanan digital untuk memastikan bahwa perusahaan teknologi besar dan penyedia layanan digital membayar bagian pajak yang adil. Namun, penerapan pajak ini bisa rumit dan menimbulkan perselisihan internasional, terutama jika dianggap merugikan perusahaan asing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai tantangan hukum yang dihadapi dalam memajaki penghasilan digital di industri kreatif, dengan fokus pada isu-isu lintas yurisdiksi dan ekonomi digital. Melalui analisis ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang kompleksitas regulasi pajak dalam era digital dan menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan kepatuhan pajak serta mendukung perkembangan industri kreatif secara berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik penghasilan digital yang diperoleh oleh pelaku industri kreatif, dan apa saja jenis-jenis penghasilan tersebut?
2. Apa saja tantangan hukum utama yang dihadapi dalam pemajakan penghasilan digital di industri kreatif, terutama terkait dengan lintas yurisdiksi dan ekonomi digital?
3. Bagaimana perbedaan kebijakan pajak antar negara mempengaruhi pemajakan penghasilan digital bagi pelaku industri kreatif?
4. Bagaimana penerapan konsep Permanent Establishment (PE) dalam konteks ekonomi digital, dan apa saja kesulitan yang muncul dalam menentukan PE bagi pelaku industri kreatif?

5. Apa saja upaya yang telah dilakukan oleh negara-negara untuk mengatasi tantangan dalam pemajakan penghasilan digital, seperti penerapan pajak layanan digital, dan bagaimana efektivitasnya?
6. Bagaimana tingkat kepatuhan pajak di kalangan pelaku industri kreatif yang memperoleh penghasilan melalui media digital, dan apa saja faktor yang mempengaruhinya?
7. Apa saja rekomendasi kebijakan yang dapat diusulkan untuk meningkatkan kepatuhan pajak dan mendukung perkembangan industri kreatif di era digital?

C. Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penulisan penelitian ini melibatkan beberapa langkah sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menyajikan data. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis tantangan hukum dalam pemajakan penghasilan digital di industri kreatif. Pendekatan deskriptif-analitis memungkinkan penulis untuk menguraikan fenomena yang ada serta menganalisis masalah yang muncul dalam konteks yang lebih luas. Pengumpulan data yang dilakukan yaitu pengumpulan data primer diperoleh melalui wawancara dengan pelaku industri kreatif, ahli hukum pajak, dan pejabat pemerintah yang terkait dengan regulasi pajak. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan pandangan langsung mengenai tantangan dan pengalaman terkait pemajakan penghasilan digital. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan, termasuk buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dokumen kebijakan, dan artikel dari situs web resmi.

Sumber-sumber ini memberikan landasan teori yang kuat dan memberikan konteks bagi analisis yang dilakukan. Studi kasus digunakan untuk memberikan contoh konkret mengenai berbagai isu yang dibahas dalam penelitian ini. Studi kasus dipilih berdasarkan relevansi dan signifikansinya terhadap topik penelitian. Contoh kasus yang dipilih mencakup pelaku industri kreatif yang beroperasi di berbagai platform digital, serta upaya kebijakan dari berbagai negara untuk mengatasi tantangan pajak digital.

D. Kajian Pustaka

1. Karakteristik Penghasilan

- Penghasilan Digital

Dapat berasal dari berbagai sumber, termasuk iklan online, penjualan karya digital, donasi, langganan, dan streaming. Literatur seperti "The Creative Economy: How People Make Money From Ideas" oleh John Howkins (2001) menggambarkan berbagai model bisnis dalam industri kreatif yang relevan dengan penghasilan digital⁶.

- Klasifikasi dan Evaluasi Penghasilan

Mengklasifikasikan dan menilai pendapatan digital menghadirkan tantangan tersendiri. Studi Zysman dan Kenney (2018), *The Platform Economy: The New Paradigm of*

⁶ Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.

Digital Work, membahas bagaimana platform digital mengubah struktur pendapatan dan tantangan dalam memperkirakan pendapatan⁷.

2. Teori Perpajakan

- Teori perpajakan memberikan landasan untuk memahami prinsip-prinsip dasar yang mengatur pemungutan pajak. Literatur *Principles of Taxation* yang dibuat oleh Adam Smith (1776) melingkupi empat prinsip utama yaitu keadilan, kepastian, kenyamanan, dan efisiensi. Prinsip tersebut relevan didalam mengevaluasi kebijakan pajak di era digital saat ini⁸.
- Teori ekonomi digital mengacu pada kegiatan ekonomi yang berbasis pada teknologi informasi dan komunikasi. Literatur seperti *The Digital Economy* (1995) karya Don Tapscott menjelaskan bagaimana teknologi digital mengubah cara bisnis beroperasi dan menghasilkan pendapatan. Hal ini memberikan konteks untuk memahami tantangan perpajakan pendapatan digital.⁹

3. Tantangan Hukum dalam Pemajakan Penghasilan Digital

- Lintas Yurisdiksi
Batasan yurisdiksi biasanya menjadi tantangan terbesar dalam mengenakan pajak terhadap pendapatan digital.
Literatur seperti "International Taxation in the Digital Economy" karya Reuven Avi-Yonah membahas permasalahan lintas yurisdiksi dan upaya penyelesaiannya, termasuk prinsip dasar pembagian hak perpajakan antar negara¹⁰.
- Permanent Establishment (PE). Dalam ekonomi digital, konsep Permanent Establishment (PE) menjadi kurang penting. Berbagai literatur, seperti "Taxation of Cross-Border E-Commerce Income" oleh Richard Doernberg, membahas masalah yang terkait dengan penerapan konsep e-commerce (PE) dan berbagai proposal untuk mengubahnya¹¹.
- Kebijakan Pajak Lintas Negara
Ketidakpastian dan ketidaksesuaian dapat muncul karena perbedaan kebijakan pajak antara negara. Studi perbandingan seperti "Digital Taxation Around the World Developments and Outlook" oleh OECD menunjukkan bagaimana berbagai negara menerapkan kebijakan pajak terhadap penghasilan digital.

⁷ Zysman, J., & Kenney, M. The Next Phase in the Digital Revolution: Intelligent Tools, Platforms, Growth, Employment Digital technology determines how (and even whether) people work as much as it determines how information produces economic activity.

⁸ Soyode, O., & Oyedokun, G. E. (2019). Relevance of Adam Smith Canons of Taxation to The Modern Tax System. *Journal of Taxation and Economic Development*, 18(3), 12-34.

⁹ Shkolnyk, I., & Semenog, A. (2019). Formation of the digital economy theory in the works of N. Negroponte and D. Tapscott. In *Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2, 2019* (pp. 472-483). Publishing House of University of Applied Sciences in Nysa.

¹⁰ Avi-Yonah, R., Kim, Y. R., & Sam, K. (2022). A new framework for digital taxation. *Harv. Int'l LJ*, 63, 279.

¹¹ Hendri, N. R., & Setyowati, M. S. (2021). Redefining Permanent Establishment Concept of e-Commerce Cross-border Transaction: A Preliminary Study in Indonesia.

- Pajak Layanan digital
Beberapa negara telah menerapkan pajak layanan digital. Buku Yariv Brauner (2019) "Pajak Layanan Digital Uni Eropa: Analisis Kritis" membahas masalah dan prospek penerapan pajak layanan digital di Uni Eropa. Beberapa negara bahkan telah memulai kerja sama internasional, yang sangat penting untuk mengatasi masalah pajak digital. Dokumen seperti "Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy" oleh OECD (2015) membahas upaya global untuk membangun sistem yang lebih konsisten dan adil.¹²
- Faktor-Faktor taat atau kepatuhan Pajak.
Faktor-faktor yang mempengaruhi kepatuhan pajak sering kali dimasukkan dalam penelitian tentang kepatuhan pajak. Bagaimana platform digital dapat mempengaruhi kepatuhan pajak pelaku industri kreatif dibahas dalam literatur seperti " Tax Compliance and the Role of Digital Platforms " oleh Annette Nellen (2017).¹³
- Kebijakan untuk Era Digital: Rekomendasi kebijakan untuk mendukung industri kreatif dan meningkatkan kepatuhan pajak di era teknologi. Beberapa buku, seperti "Tax Policy for the Digital Economy" oleh Michael Keen dan Kai A. Konrad (2013), menawarkan berbagai strategi kebijakan untuk mengatasi tantangan pajak dalam ekonomi digital¹⁴.

E. Hasil Pembahasan

1. Karakteristik Penghasilan Digital yang Diperoleh oleh Pelaku Industri Kreatif

Dengan berkurangnya kontribusi sektor migas terhadap perekonomian Indonesia, ekonomi kreatif (ekraf) mulai berkembang menjadi tulang punggung perekonomian nasional dan mampu menjadi sumber pertumbuhan dan kekuatan baru bagi perekonomian nasional yang berkelanjutan. Ini karena ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi baru yang menghasilkan produknya melalui optimalisasi ide kreatif, bakat, keterampilan, dan inovasi.

Industri kreatif adalah pendorong ekonomi kreatif. Secara ekonomi, industri kreatif berkontribusi terhadap pendapatan nasional dan penyerapan tenaga kerja. Pada tahun 2016, PDB industri kreatif (atas dasar harga yang berlaku) meningkat dari 525,96 triliun USD pada tahun 2010 menjadi 922,59 triliun USD. Selain itu, industri kreatif memiliki efek positif terhadap penyerapan tenaga kerja. Jumlah orang yang bekerja dalam industri kreatif cenderung meningkat dari 15,96 juta orang pada tahun 2015 (13,90% dari tenaga kerja

¹² Harpaz, A. (2021). Taxation of the digital economy: Adapting a twentieth-century tax system to a twenty-first-century economy. *Yale J. Int'l L.*, 46, 57.

¹³ Nellen, A. N. N. E. T. T. E., Bruckner, C. A. R. O. L. I. N. E., & Brown, J. E. N. N. I. F. E. R. (2018). Taxes and the Growing Gig Workforce: What to Know. *Journal of Taxation*.

¹⁴ Devereux, M. P., Auerbach, A. J., Keen, M., Oosterhuis, P., Vella, J., & Schön, W. (2020). *Taxing profit in a global economy*. Oxford University Press.

nasional) menjadi 16,91 juta orang pada tahun 2016 (14,28% dari tenaga kerja nasional). (Badan Ekonomi Kreatif dan Pusat Statistik, 2017).¹⁵

Dengan kemajuan teknologi, industri kreatif melihat banyak peluang baru, seperti kemampuan untuk memasarkan barang atau layanan melalui internet, memperluas jaringan bisnis di seluruh dunia, dan meningkatkan efisiensi dalam produksi dan distribusi¹⁶.

Jenis pendapatan digital yang dihasilkan oleh industri kreatif sangat beragam dan dapat mencakup iklan online, langganan konten, layanan streaming, penjualan karya digital (seperti musik, film, dan seni), dan donasi penggemar melalui platform crowdfunding. Studi kasus menunjukkan bahwa musisi dan artis visual sering mengandalkan situs web seperti Spotify, YouTube, dan Patreon untuk mendapatkan uang untuk karya mereka. Karena model bisnis yang berbeda dalam ekonomi digital, klasifikasi penghasilan ini sulit. Karena fluktuasi pendapatan dan berbagai sumber pendapatan tidak selalu tetap, evaluasi penghasilan juga sulit.¹⁷ Klasifikasi penghasilan ini menjadi tantangan karena berbagai model bisnis yang ada dalam ekonomi digital. Evaluasi penghasilan juga rumit karena fluktuasi pendapatan dan berbagai sumber pendapatan yang tidak selalu bersifat tetap.

Studi kasus tentang Spotify dan Musisi Indie, misalnya, menunjukkan bahwa musisi independen menggunakan platform tersebut sebagai platform utama untuk mendistribusikan musik mereka. Dengan royalti streaming, yang membayar musisi berdasarkan jumlah kali lagu mereka diputar, Spotify menghasilkan uang. Selain itu, melalui platform keanggotaan berlangganan Patreon, para kreator konten dapat membuat konten eksklusif seperti podcast, video, tulisan, ilustrasi, atau karya seni lainnya dan mendapatkan uang dari penjualan merchandise di situs web mereka, serta dari iklan yang muncul di YouTube.

Dengan menggunakan Patreon, sebuah platform keanggotaan berlangganan, para pembuat konten dapat menghasilkan uang dengan membuat konten eksklusif—seperti tulisan, ilustrasi, video, podcast, atau karya seni lainnya—dan menjualnya kepada penggemar mereka dengan berbagai tingkat langganan. Mereka yang berlangganan dapat membayar jumlah tertentu kepada kreator setiap bulan atau setiap kali kreator mengeluarkan konten tertentu¹⁸.

Dari studi kasus yang mungkin terjadi di atas, hasil dari berbagai sumber ini menunjukkan bahwa klasifikasi dan penilaian penghasilan digital sangat sulit. Royalti

¹⁵ Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. Rofi Rofaida1*), Suryana2), Asti Nur Aryanti3), Yoga Perdana. JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN, VOL 8, NO 3, DESEMBER 2019

¹⁶ Industri Kreatif sebagai Pendorong Ekonomi berkelanjutan di Era Digital. <https://an-nur.ac.id/esy/industri-kreatif-sebagai-pendorong-ekonomi-berkelanjutan-di-era-digital.html>

¹⁷ Jamain, T. H. (2019). Analisis Kesadaran wajib Pajak dalam Transaksi Ecommerce (Studi Kasus Wajib Pajak Pribadi (WPOP) yang merupakan Pelaku E-Commerce di Kota DKI Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 2(2).

¹⁸ Manfaatkan Patreon sebagai alat bagi Freelancer. <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Manfaatkan-Patreon-sebagai-Alat-Bagi-Freelancer/565996ae852add192f2f17eb7720ba7db6a6f84b>

streaming dapat berubah setiap bulan, tergantung pada seberapa populer lagu tersebut. Karena penjualan barang dan donasi memiliki pola pendapatan yang berbeda, pelaporan pajak menjadi lebih sulit.

2. Tantangan Hukum Utama dalam Pemajakan Penghasilan Digital di Industri Kreatif

Penghasilan yang dihasilkan lintas yurisdiksi merupakan masalah utama. Industri kreatif dapat menghasilkan uang dari berbagai negara tanpa tinggal di sana.¹⁹

Ini menimbulkan pertanyaan tentang yurisdiksi mana yang berhak untuk memajaki keuntungan tersebut. Selain itu, karena kebijakan pajak yang berbeda di antara negara-negara berbeda, menjadi lebih sulit untuk memastikan bahwa kewajiban pajak dipenuhi dengan benar. Karena banyak pelaku kreatif tidak memerlukan tinggal di negara tempat mereka memperoleh pendapatan, konsep Establishment Permanent (PE) menjadi tidak relevan dalam ekonomi digital. Menurut penelitian, definisi dan aplikasi PE harus diubah agar sesuai dengan ekonomi digital modern.

Para YouTuber, yang memiliki jutaan pengikut di seluruh dunia, menghasilkan uang melalui iklan YouTube, sponsorship, dan penjualan produk digital. Dengan kekayaan miliaran dolar, YouTuber seperti Jeffree Star, Dude Perfect, dan MrBeast diperkirakan akan menjadi salah satu YouTuber terkaya di dunia. PewDiePie, seorang YouTuber asal Swedia, terkenal karena komentarnya yang menghibur tentang berbagai masalah aktual dan konten video game. Pada tahun 2024, PewDiePie diperkirakan akan menjadi salah satu YouTuber terkaya di dunia dengan nilai kekayaan miliaran dolar.

Tidak mengherankan bahwa dunia content creator telah menjadi ajang bisnis yang sangat menjanjikan karena platform YouTube semakin berkembang dan jumlah pengguna yang terus meningkat. Tahun 2024 akan menjadi momen penting bagi banyak YouTuber untuk mencapai tujuan finansial mereka dan mewujudkan mimpi mereka.²⁰

Sementara sponsorship mungkin berasal dari perusahaan global dengan kantor di berbagai negara, pendapatan iklan berasal dari penonton di berbagai negara. Karena YouTuber ini menghasilkan uang dari berbagai negara, dia menghadapi masalah di antara yurisdiksi. Tidak jelas yurisdiksi mana yang berhak untuk memajaki pendapatan ini, dan perbedaan kebijakan pajak antara negara menambah kesulitan dalam pemenuhan kewajiban pajak.

3. Pengaruh Perbedaan Kebijakan Pajak Antar Negara terhadap Pemajakan Penghasilan Digital

Kebijakan pajak yang berbeda di antara negara dapat menyebabkan risiko ganda atau bahkan penghindaran pajak. Negara-negara dengan kebijakan pajak yang lebih ramah

¹⁹ Jamain, T. H. (2019). Analisis Kesadaran Wajib Pajak dalam transaksi E-Commerce (Studi Kasus Wajib Pajak Orang Pribadi (WPOP) yang merupakan pelaku E-Commerce di Kota DKI Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 2(2).

²⁰ 10 Youtuber terkaya di dunia. <https://www.liputan6.com/hot/read/5610649/10-youtuber-terkaya-di-dunia-2024-ini-nilai-kekayaan-mereka>

terhadap bisnis digital mungkin menarik lebih banyak perusahaan kreatif, sementara negara-negara dengan kebijakan pajak yang lebih ketat mungkin kehilangan potensi pendapatan pajak mereka.²¹ Untuk memastikan bahwa perusahaan digital asing dikenakan pajak, beberapa negara telah mulai menerapkan pajak layanan digital. Namun, penerapan ini seringkali kontroversial dan dapat menyebabkan konflik di seluruh dunia, terutama jika dianggap merugikan perusahaan asing.

Seorang ilustrator freelance yang berbasis di Indonesia bekerja untuk klien di seluruh dunia melalui platform seperti Fiverr dan Upwork. Fiverr adalah salah satu pasar yang menawarkan banyak jasa freelance dari seluruh dunia, dan memungkinkan para freelancer untuk menampilkan portofolio mereka dan menawarkan jasa mereka.²²

Namun, Upwork adalah sebuah platform online yang memungkinkan para freelancer atau profesional mandiri menawarkan layanan mereka kepada klien di seluruh dunia. Klien yang membutuhkan layanan seperti desain grafis, penulisan ulang, translator, programmer, dan bidang lainnya dapat menemukan dan bekerja sama dengan freelancer yang memiliki keahlian yang sesuai²³.

Dia mengumpulkan uang melalui transfer internasional dan pembayaran digital. Kebijakan pajak klien mungkin berbeda dari negara tempat mereka tinggal. Perbedaan ini dapat menyebabkan ketidaksesuaian pelaporan pajak atau risiko pajak ganda. Ilustrator ini harus memahami dan mematuhi peraturan pajak Indonesia. Dia juga harus tahu apakah negara klien memiliki kewajiban pajak.

4. Tantangan dalam Penerapan Konsep Permanent Establishment (PE) dalam Ekonomi Digital

Penelitian menunjukkan bahwa konsep PE harus diperluas untuk mencakup aktivitas digital yang signifikan secara ekonomi meskipun tidak ada kehadiran fisik, karena menentukan PE dalam ekonomi digital sangat sulit. Pendekatan yang lebih fleksibel untuk menentukan PE berdasarkan aktivitas ekonomi yang signifikan adalah salah satu dari beberapa usulan reformasi.

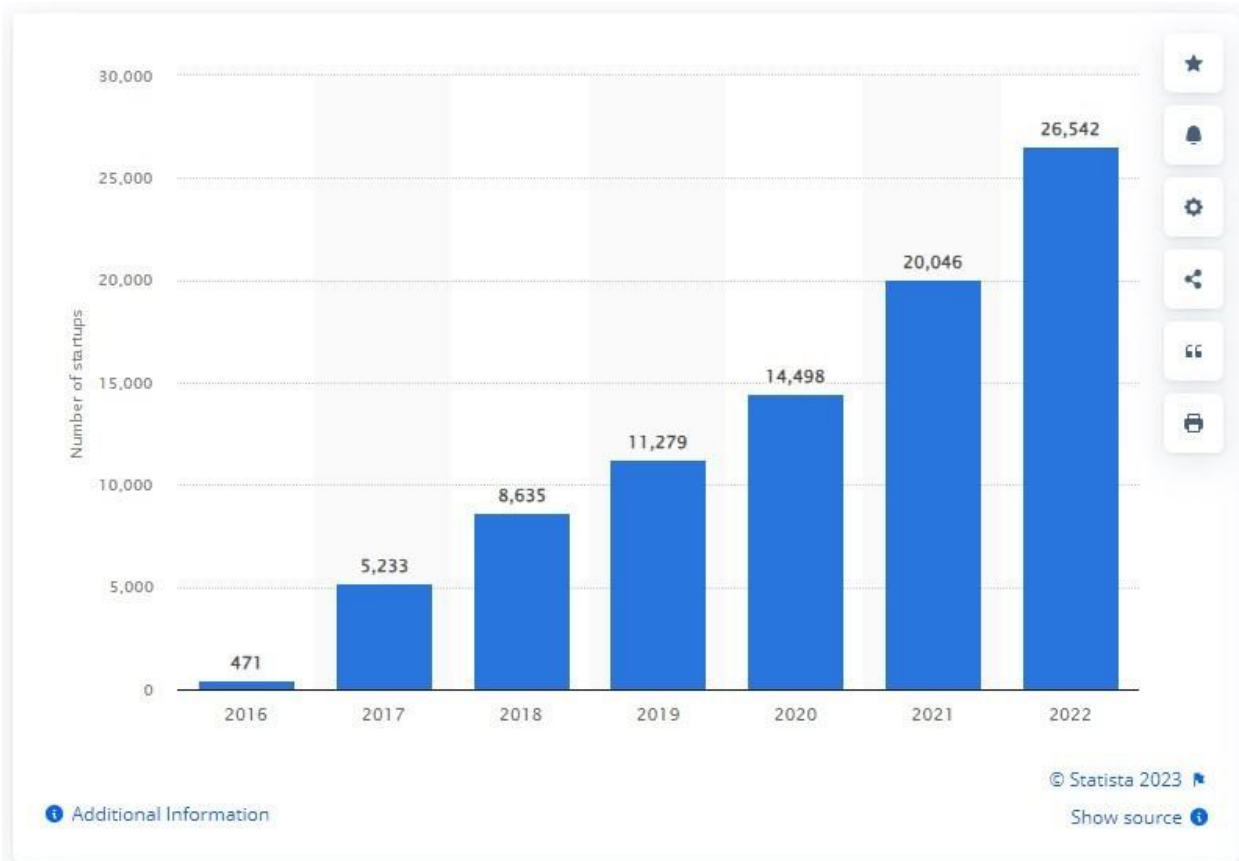
Aplikasi mobile yang dikembangkan oleh sebuah start-up di India diunduh dan digunakan oleh jutaan pengguna di seluruh dunia. India baru-baru ini mengejutkan dunia karena negara dengan jumlah penduduk terbanyak di dunia mampu membangun ekosistem startup dalam waktu yang relatif singkat. Startup India telah mengalami peningkatan yang signifikan dalam enam tahun terakhir. Times of India melaporkan bahwa jumlah startup pada tahun 2022 meningkat dengan cepat dari 471 pada tahun 2016 menjadi 72.993 pada akhir Juni 2022. Bahkan, menurut data terbaru dari Invest India, DPIIT (Department for

²¹ Kurniawan, A. M. (2020). Pemajakan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Lintas Negara. *Symposium Nasional Keuangan Negara*, 2(1), 315-334.

²² Situs Freelance. <https://www.ocbc.id/id/article/2021/09/06/situs-freelance>

²³ Langkah tepat memulai karir freelance di Upwork. <https://buildwithangga.com/tips/langkah-tepat-memulai-karir-freelance-di-upwork>

Promotion of Industry and Internal Trade) telah menetapkan India sebagai ekosistem startup terbesar ketiga di dunia setelah Amerika Serikat dan China. Pada Mei 2023, ada 99.000 startup yang diakui. Suatu inovasi yang sebelumnya tidak pernah diduga. Bagaimana industri bisnis rintisan berbasis teknologi, juga dikenal sebagai startup, bisa berkembang dengan begitu pesat di negara yang masih menganut sistem kasta? Namun, itulah yang sebenarnya terjadi di India.²⁴



Gambar 1
Sumber: Statista.com (2023)

Jumlah startup India meningkat secara konsisten setiap tahun, seperti yang ditunjukkan pada grafik di atas. Pada tahun 2017, jumlah meningkat lebih dari sepuluh kali lipat. Startup India Initiative menyatakan bahwa, sebagai negara dengan ekosistem startup terbesar ketiga di dunia, perekonomian India mengalami pertumbuhan tahunan berkisar

²⁴ Jadi tempat lahirnya banyak perusahaan rintisan begini cara India kembangkan startup. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/jadi-tempat-lahirnya-banyak-perusahaan-rintisan-begini-cara-india-kembangkan-startup>

antara 12–15 persen. Bahkan, pada tahun 2019, ada 1.300 startup baru yang didirikan. Artinya, kira-kira dua hingga tiga startup berbasis teknologi muncul setiap harinya²⁵.

Iklan dan pembelian dalam aplikasi yang dilakukan oleh pengguna di seluruh dunia menghasilkan pendapatan. Startup tidak memiliki kantor di negara-negara di mana uang dihasilkan. Karena aplikasi digunakan di seluruh dunia tanpa kehadiran fisik, menentukan PE menjadi sulit. Konsep ekonomi digital (PE) memerlukan definisi baru, karena konsep PE tradisional tidak lengkap.

5. Upaya yang Dilakukan oleh Negara-Negara untuk Mengatasi Tantangan dalam Pemajakan Penghasilan Digital

Untuk mengatasi masalah ini, beberapa negara, seperti Uni Eropa, telah memberlakukan pajak layanan digital. Studi kasus menunjukkan bahwa penerapan pajak ini bertujuan untuk menangkap nilai yang dihasilkan oleh aktivitas ekonomi digital yang terjadi di yurisdiksi mereka meskipun bisnis tersebut tidak memiliki kehadiran fisik²⁶.

Inisiatif seperti OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Project telah berusaha untuk menciptakan kerangka kerja global yang lebih koheren untuk mengatasi tantangan pajak dalam ekonomi digital. Laporan OECD 2020 tentang "Addressing the Tax Challenges of the Digital Economy" menawarkan rekomendasi untuk reformasi pajak internasional yang lebih adil.

Banyak negara telah membuat strategi yang lebih komprehensif untuk mencegah praktik penghindaran, penggelapan, dan perencanaan pajak yang agresif sejak OECD membuat rencana aksi Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) pada 2013. Sepertinya penerimaan pajak suatu negara akan terancam oleh praktik yang diduga dilakukan oleh perusahaan multinasional, terutama yang beroperasi di negara-negara berkembang ini. Hal ini menjadi perhatian karena penerimaan pajak merupakan bagian penting dari pendapatan pemerintah yang diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, negara berkembang pada umumnya bergantung pada penerimaan Pajak Penghasilan (PPh) Badan, sehingga negara berkembang akan lebih terkena dampak BEPS dibandingkan dengan negara maju.²⁷

Pemajakan dalam ekonomi digital tidak baru. Akademisi, praktisi, dan lembaga perpajakan internasional telah berbicara tentang masalah yang muncul dari perdagangan elektronik global pada pertengahan 1990-an. Sebagian besar masalah yang dibahas pada masa itu masih menjadi masalah saat ini. Di antara masalah ini, ada dua kelompok: PPh dan PPN. Dalam laporan sebelumnya pada tahun 2013, OECD mengidentifikasi empat

²⁵ Jadi tempat lahirnya banyak perusahaan rintisan begini cara India kembangkan startup. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/jadi-tempat-lahirnya-banyak-perusahaan-rintisan-begini-cara-india-kembangkan-startup>

²⁶ Arimbhi, P., Rahmi, N., Wulandari, W., Ramdan, A., & Rachmatulloh, I. Peluang dan Tantangan Pajak Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4

²⁷ Inside Observations on the BEPS Project,"*International Tax Review*, 2015: 3. <http://www.internationaltaxreview.com/Article/3514495/InsideobservationsontheBEPSProject.Html>.

komponen PPh yang muncul sebagai akibat dari program BEPS dalam ekonomi digital, yang terdiri dari hal-hal berikut²⁸:

- a. Mengurangi tingkat pemajakan di negara pasar. Meminimalkan laba yang dialokasikan ke fungsi, aset, dan risiko di negara pasar juga dapat dilakukan untuk menghindari pertemuan atau kehadiran dipasar yang dikenakan pajak dengan berkomunikasi melalui web atau metode digital lainnya.
- b. Mencegah penggantian pajak atau pengenaan yang rendah. Memanfaatkan P3B dapat membantu menurunkan tarif dengan holding tax atas royalti.
- c. Tingkat pemajakan yang rendah di negara penerima penghasilan. Ini dapat dicapai dengan mendirikan perusahaan intermediaries di negara yang memberikan fasilitas pajak dan mengalokasikan keuntungan ke negara tempat intermediaries ini didirikan.
- d. Tingkat pemajakan yang rendah di negara induk terakhir. Aturan Controlled Foreign Company (CFC) negara induk terakhir dapat dimanfaatkan.

Meskipun demikian, masalah PPN termasuk bagaimana PPN dikenakan pada jasa digital yang dilakukan di luar negeri. Ini sejalan dengan prinsip destinasi PPN, di mana PPN dikenakan di tempat barang atau jasa dikonsumsi. Misalnya, ketika konten digital disediakan secara online dan dapat diakses melalui komputer atau telepon seluler yang terhubung ke internet, pemenuhan kewajiban PPN seseorang cenderung tidak efektif. Contoh ini juga menunjukkan bahwa PPN dapat mengakibatkan tekanan pada penyedia jasa digital di dalam negeri oleh pesaing di luar negeri. RCo Group, sebuah perusahaan multinasional yang bergerak dalam penjualan produk digital dan fisik secara online, adalah contoh masalah pemajakan di era ekonomi digital. Produknya dijual melalui website. Barang fisik dikirimkan melalui jasa pengiriman independent dan produk digital dapat diunduh dari website ke komputer konsumen. RCo Group ini menjalankan bisnis online yang fungsi kerjanya tersebar di negara R, T, dan S.

6. Tingkat Kepatuhan Pajak di Kalangan Pelaku Industri Kreatif yang Memperoleh Penghasilan Melalui Media Digital

Penelitian menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif sering mengalami kesulitan untuk memahami regulasi pajak yang kompleks dan beragam. Tingkat pemahaman mereka tentang kewajiban pajak, kemudahan akses ke layanan pelaporan pajak, dan persepsi mereka tentang keadilan sistem pajak adalah semua faktor yang sering memengaruhi sikap mereka terhadap pajak.

Beberapa negara telah mengeluarkan pedoman dan layanan khusus untuk membantu pelaku industri kreatif memahami dan memenuhi kewajiban pajak mereka dalam upaya meningkatkan kepatuhan pajak. Pendidikan dan sosialisasi kewajiban pajak

²⁸ Inside Observations on the BEPS Project,"International Tax Review, 2015: 3. <http://www.internationaltaxreview.com/Article/3514495/InsideobservationsontheBEPSPProject.Html>.

juga penting. Sebagai contoh, seorang pelukis digital dapat menjual karyanya melalui platform yang menerima NFT, seperti OpenSea. Untuk setiap penjualan karya, pelukis mendapatkan cryptocurrency sebagai kompensasi. Pelukis ini mungkin tidak memahami kewajiban pajak cryptocurrency sepenuhnya, meskipun penjualan ini dapat menghasilkan pendapatan yang signifikan. Meskipun pemilik NFT terpopuler di dunia, seniman digital Beeple, yang berhasil menjual karyanya, jumlah peminat NFT terus meningkat. Ia tercatat telah memperoleh lebih dari 69 juta dolar dari penjualan aset NFT-nya pada tahun 2022.

Game dengan NFT, Axie Infinity, telah menjual aset senilai 5,2 miliar USD dalam satu tahun terakhir. Menurut laporan firma riset L'Atelier, yang dimiliki oleh BNP Paribas, perputaran uang dalam perdagangan aset NFT sepanjang tahun 2021 tercatat meningkat sebanyak 21.000 persen. Nilai perdagangan NFT pada tahun 2020 hanya mencapai Rp1,2 triliun, naik menjadi Rp251,6 triliun pada tahun 2021.²⁹

NFT sudah ada sejak 2014. Mereka menjadi populer di awal 2021. Token Non-Fungible atau NFT adalah berkas digital yang memiliki identitas dan kepemilikan yang berbeda di rantai blok. Token ini tidak dapat dipertukarkan dengan uang lain. Untuk membuat NFT, berkas seperti karya seni digital harus dikirim ke pasar lelang. Karya seni dan barang koleksi, seperti foto, gambar, lagu, rekaman suara, video, permainan, dan lainnya, dapat dibeli dengan NFT digital. Selain itu, aset digital dengan nilai yang tidak dapat diganti atau ditukarkan disebut sebagai NFT.

Menurut Ditjen Pajak, keuntungan yang diperoleh dari penjualan NFT harus dikenakan pajak. Menurut UU PPh pasal 4 ayat (1), yang kemudian digantikan oleh UU HPP, objek pajak adalah setiap kemampuan ekonomi tambahan yang diterima atau diperoleh wajib pajak, baik di Indonesia maupun di luar Indonesia, yang dapat digunakan untuk konsumsi atau menambah kekayaan wajib pajak. Laba atas penjualan NFT dan aset digital kripto lainnya juga termasuk dalam objek pajak karena sebagai bagian dari investasi, aset digital ini dapat dimasukkan ke dalam harta kode 039, yang merupakan investasi lainnya.

Di sisi lain, sangat disayangkan bahwa pemerintah sampai saat ini belum mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur bagaimana pajak akan dikenakan pada NFT dan cryptocurrency lainnya. Namun, menurut Pasal 17 UU HPP, wajib pajak orang pribadi yang memiliki aset kripto dikenakan pajak penghasilan dengan tarif progresif. Jika pelaku kreatif tidak memahami peraturan yang berlaku untuk penghasilan dari cryptocurrency, tingkat kepatuhan pajak dapat menjadi rendah. Pemerintah harus memberikan pedoman dan bantuan untuk memastikan bahwa pelaku kreatif ini melaporkan dan membayar pajak secara akurat.

²⁹ Mengapa NFT begitu digemari. <https://graduate.binus.ac.id/2022/05/22/mengapa-nft-begitu-digemari-berikut-sederet-keuntungannya/>

7. Rekomendasi Kebijakan untuk Meningkatkan Kepatuhan Pajak dan Mendukung Perkembangan Industri Kreatif di Era Digital

Berikut ini adalah beberapa saran untuk meningkatkan kepatuhan pajak dan pertumbuhan industri kreatif di era digital: ³⁰

- a. Reformasi Konsep (PE) adalah dengan memperluas definisi PE untuk mencakup aktivitas digital yang penting secara ekonomi, meskipun tanpa kehadiran fisik.
- b. Pajak Layanan Digital adalah menerapkan pajak layanan digital dengan kebijakan yang transparan dan adil serta memastikan kerja sama internasional untuk menghindari pajak berganda.
- c. Harmonisasi Kebijakan Pajak dengan meningkatkan kerjasama internasional untuk harmonisasi kebijakan pajak digital, seperti inisiatif OECD BEPS.
- d. Edukasi dan Sosialisasi yaitu dengan meningkatkan edukasi dan sosialisasi mengenai kewajiban pajak pelaku industri kreatif dan menyediakan layanan dukungan untuk mempermudah pelaporan pajak.
- e. Pengembangan Infrastruktur Digital yaitu dengan mengembangkan infrastruktur digital yang mendukung pelaporan pajak.
- f. Insentif Pajak dengan memberikan kredit pajak kepada pelaku industri kreatif untuk mendorong inovasi dan kepatuhan pajak.

Untuk mendorong inovasi dan pertumbuhan dalam industri kreatif, pemerintah Korea Selatan memberikan insentif pajak kepada start-up kreatif, seperti pengurangan pajak penghasilan dan pembebasan pajak tertentu selama tahun-tahun awal bisnis. Insentif pajak ini berpotensi meningkatkan kepatuhan dan mendukung pertumbuhan industri ini. Selain itu, pemerintah Korea Selatan menyediakan layanan pendidikan dan pendukung untuk membantu perusahaan baru memahami dan memenuhi kewajiban pajak mereka³¹.

Diharapkan bahwa dengan penerapan kebijakan yang tepat, akan ada lingkungan yang mendukung pertumbuhan industri kreatif di era digital sambil memastikan kepatuhan pajak yang adil dan efisien.

F. KESIMPULAN

Penelitian ini berfokus pada masalah lintas yurisdiksi dan ekonomi digital saat mempelajari masalah hukum pemajakan penghasilan digital di industri kreatif. Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari analisis yang dilakukan terhadap rumusan masalah:

1. Penghasilan digital pelaku industri kreatif beragam, termasuk pendapatan dari iklan online, penjualan karya digital, langganan konten, layanan streaming, dan donasi. Untuk tujuan

³⁰ Hiras Pasaribu, S. E., Yuwidianoro, A., Suhascaryo, I. H. K. N., & Eng, B. (2022). *Penatakelolaan UKM Industri Kreatif (Konsep dan Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dan Keunggulan Bersaing untuk Merespon Kepatuhan Wajib Pajak UKM)*. Deepublish.

³¹ Dorong Perusahaan tbk tambah dividen Korsel tawarkan insentif pajak. <https://news.ddtc.co.id/dorong-perusahaan-tbk-tambah-dividen-korsel-tawarkan-insentif-pajak-1801446>

pajak, klasifikasi, evaluasi, dan pelaporan menjadi sulit karena kompleksitas penghasilan ini.

2. Salah satu kendala utama dalam pemajakan penghasilan digital adalah masalah yang berkaitan dengan lintas yurisdiksi. Industri kreatif sering mengumpulkan keuntungan dari berbagai negara tanpa hadir secara fisik, yang menimbulkan pertanyaan mengenai yurisdiksi mana yang berhak untuk memajaki keuntungan tersebut. Selain itu, karena banyak pelaku kreatif tidak perlu berada di negara tempat mereka menghasilkan pendapatan, konsep Establishment Permanent (PE) menjadi tidak relevan dalam ekonomi digital.
3. Beberapa negara telah menerapkan pajak layanan digital untuk mengatasi masalah ini. Ini karena perbedaan kebijakan pajak antar negara dapat menyebabkan risiko ganda atau penghindaran pajak. Negara-negara dengan kebijakan pajak yang lebih ketat mungkin menarik lebih banyak pelaku industri kreatif, sementara negara-negara dengan kebijakan pajak yang lebih ramah terhadap bisnis digital mungkin membuat mereka kehilangan potensi pendapatan pajak.
4. Pajak layanan digital bertujuan untuk mengumpulkan nilai dari aktivitas ekonomi digital yang terjadi di luar yurisdiksi mereka. Namun, implementasi ini sering diperdebatkan dan dapat menyebabkan konflik di seluruh dunia.
5. Pemahaman pelaku industri kreatif yang menghasilkan uang digital tentang kewajiban pajak mereka, kemudahan akses ke layanan pelaporan pajak, dan persepsi mereka tentang keadilan sistem pajak adalah faktor utama yang memengaruhi kepatuhan pajak.
6. Untuk meningkatkan kepatuhan ini, beberapa negara telah mengeluarkan pedoman dan layanan khusus:
 - Memperluas definisi Permanent Establishment (PE) untuk mencakup aktivitas digital yang signifikan secara ekonomi;
 - Menerapkan pajak layanan digital dengan kebijakan yang transparan dan adil serta memastikan koordinasi internasional untuk menghindari pajak berganda;
 - Mempromosikan kerja sama internasional untuk harmonisasi kebijakan pajak digital, seperti melalui inisiatif OECD BEPS;
 - Meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pelaku industri kreatif tentang kewajiban dan tanggung jawab yang terkait dengan pajak digital.
 - Membangun infrastruktur digital yang mendukung pelaporan pajak secara online dan menjamin akses aman dan mudah bagi pelaku industri kreatif.
 - Memberikan insentif pajak yang mendorong inovasi dan kepatuhan pajak, seperti kredit pajak untuk investasi dalam teknologi baru.

DAFTAR PUSTAKA

- 10 Youtuber terkaya di dunia. <https://www.liputan6.com/hot/read/5610649/10-youtuber-terkaya-di-dunia-2024-ini-nilai-kekayaan-mereka>
- Arimbhi, P., Rahmi, N., Wulandari, W., Ramdan, A., & Rachmatulloh, I. Peluang dan Tantangan Pajak Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4
- Avi-Yonah, R., Kim, Y. R., & Sam, K. (2022). A new framework for digital taxation. *Harv. Int'l LJ*, 63, 279.
- Devereux, M. P., Auerbach, A. J., Keen, M., Oosterhuis, P., Vella, J., & Schön, W. (2020). *Taxing profit in a global economy*. Oxford University Press.
- Dorong Perusahaan tbk tambah dividen Korsel tawarkan insentif pajak. <https://news.ddtc.co.id/dorong-perusahaan-tbk-tambah-dividen-korsel-tawarkan-insentif-pajak-1801446>
- Dua Negara ini beri insentif pajak baru untuk Industri kreatif. <https://www.pajak.com/pajak/dua-negara-ini-beri-insentif-pajak-baru-untuk-industri-kreatif/>
- Firmansyah, D., Saepuloh, D., & Dede, N. (2022). Daya saing : literasi digital dan transformasi digital. *Journal of Finance and Business Digital*, 1(3), 237-250. <https://doi.org/10.55927/jfbd.v1i3.1348>
- Harpaz, A. (2021). Taxation of the digital economy: Adapting a twentieth-century tax system to a twenty-first-century economy. *Yale J. Int'l L.*, 46, 57.
- Hendri, N. R., & Setyowati, M. S. (2021). Redefining Permanent Establishment Concept of e-Commerce Cross-border Transaction: A Preliminary Study in Indonesia.
- Hiras Pasaribu, S. E., Yuwidianoro, A., Suhascaryo, I. H. K. N., & Eng, B. (2022). *Penatakelolaan UKM Industri Kreatif (Konsep dan Implementasi Sistem Informasi Akuntansi Manajemen dan Keunggulan Bersaing untuk Merespon Kepatuhan Wajib Pajak UKM)*. Deepublish.
- Howkins, J. (2002). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- Industri Kreatif sebagai Pendorong Ekonomi berkelanjutan di Era Digital. <https://an-nur.ac.id/esy/industri-kreatif-sebagai-pendorong-ekonomi-berkelanjutan-di-era-digital.html>
- Inside Observations on the BEPS Project,”*International Tax Review*, 2015: 3. <http://www.internationaltaxreview.com/Article/3514495/InsideobservationsontheBEPSProject.Html>. Inside Observations on the BEPS Project,”*International Tax Review*, 2015: 3. <http://www.internationaltaxreview.com/Article/3514495/InsideobservationsontheBEPSProject.Html>.
- Jadi tempat lahirnya banyak perusahaan rintisan begini cara India kembangkan startup. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/jadi-tempat-lahirnya-banyak-perusahaan-rintisan-begini-cara-india-kembangkan-startup>
- Jamain, T. H. (2019). Analisis Kesadaran wajib Pajak dalam Transaksi Ecommerce (Studi Kasus Wajib Pajak Pribadi (WPOP) yang merupakan Pelaku E-Commerce do Kota DKI Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 2(2).

- Jamrozy, M. (2022). permanent establishment in digital business. *Studia Prawno-Ekonomiczne*, 122, 9-35. <https://doi.org/10.26485/spe/2022/122/1>
- Kurniawan, A. M. (2020). Pemajakan Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) Lintas Negara. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2(1), 315-334.
- Langkah tepat memulai karir freelance di Upwork. <https://buildwithangga.com/tips/langkah-tepat-memulai-karir-freelance-di-upwork>
- Manfaatkan Patreon sebagai alat bagi Freelancer. <https://komputerisasi-akuntansi-d4.stekom.ac.id/informasi/baca/Manfaatkan-Patreon-sebagai-Alat-Bagi-Freelancer/565996ae852add192f2f17eb7720ba7db6a6f84b>
- Mengapa NFT begitu digemari. <https://graduate.binus.ac.id/2022/05/22/mengapa-nft-begitu-digemari-berikut-sederet-keuntungannya/>
- Nellen, A. N. N. E. T. T. E., Bruckner, C. A. R. O. L. I. N. E., & Brown, J. E. N. N. I. F. E. R. (2018). Taxes and the Growing Gig Workforce: What to Know. *Journal of Taxation*.
- Pengenaan Pajak bagi Youtuber. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengenaan-pajak-bagi-i-youtuber-i--iselebgram-i--dan-penjual-iolshop-i-di-medsos-lt5c3a9d54eade8/>
- Pengenaan Pajak bagi Youtuber. <https://www.hukumonline.com/klinik/a/pengenaan-pajak-bagi-i-youtuber-i--iselebgram-i--dan-penjual-iolshop-i-di-medsos-lt5c3a9d54eade8/>
- Shkolnyk, I., & Semenog, A. (2019). Formation of the digital economy theory in the works of N. Negroponte and D. Tapskott. In *Business Risk in Changing Dynamics of Global Village 2, 2019* (pp. 472-483). Publishing House of University of Applied Sciences in Nysa.
- Situs Freelance. <https://www.ocbc.id/id/article/2021/09/06/situs-freelance>
- Soyode, O., & Oyedokun, G. E. (2019). Relevance of Adam Smith Canons of Taxation to The Modern Tax System. *Journal of Taxation and Economic Development*, 18(3), 12-34.
- Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. Rofi Rofaida1*), Suryana2), Asti Nur Aryanti3), Yoga Perdana. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, VOL 8, NO 3, DESEMBER 2019
- Zysman, J., & Kenney, M. The Next Phase in the Digital Revolution: Intelligent Tools, Platforms, Growth, Employment Digital technology determines how (and even whether) people work as much as it determines how information produces economic activity.