

# TRANSFER PRICING DAN ASPEK PERPAJAKANNYA

DIANA SARI

## ABSTRAK

*Transfer Pricing* merupakan isu klasik dan salah satu permasalahan pajak yang tak pernah *out of date* di dalam transaksi internasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* dapat mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan suatu negara khususnya yang berasal dari pajak. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah (*low tax countries*). Dan ironisnya masalah ini tidak dapat diselesaikan secara unilateral oleh masing-masing negara tetapi harus dilakukan secara bersama-sama (*multilateral cooperation*).

Sebaliknya dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk Pajak Penghasilan (PPh) perusahaan (*corporate income tax*). Bagi perusahaan berskala global (misalnya *multinational corporations*), *transfer pricing* merupakan salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan di dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas.

**KATA KUNCI :** *Transfer Pricing*, Perpajakan

## PENDAHULUAN

Globalisasi menciptakan perubahan dan sekaligus menimbulkan isu-isu baru, antara lain adalah bervariasinya kondisi, tingkat kesiapan dan respon dari masing-masing negara dalam menyikapi globalisasi ekonomi dan bisnis, misalnya transaksi e-commerce dan *transfer pricing* yang menjadi isu klasik yang sampai saat ini belum ditemukan penyelesaian yang memuaskan.

*Transfer Pricing* adalah salah satu dari permasalahan pajak yang tak pernah *out of date*. Sejak maraknya perusahaan yang melakukan usaha secara konglomerasi, praktek-praktek *transfer pricing* kerap kali dilakukan baik secara terstruktur maupun secara spontan. Issue ini menjadi sangat penting dengan berkembangnya ilmu pajak terutama di negara-negara maju untuk meminimalkan kewajiban pembayaran pajak dari suatu perusahaan secara global atau menyeluruh.

## TRANSFER PRICING

Secara harfiah *Transfer Pricing* berasal dari kata *Transfer Price* yang sering diartikan sebagai nilai yang melekat pada pengalihan barang dan jasa pada suatu transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

*Transfer pricing* adalah harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar pertanggungjawaban laba atau pusat pertanggungjawaban biaya. Dalam arti yang lebih luas *transfer pricing* termasuk perhitungan harga antara beberapa entitas, yang secara hukum pemilikinya bisa sama ataupun berbeda. Dengan mempertimbangkan atribut entitas dapat ditarik batasan antara *intra-company* dengan *inter-company transfer* yaitu yang pertama merujuk pada transfer antar divisi pada satu entitas sedangkan yang lain mengacu pada transfer antar entitas dalam suatu grup perusahaan. Di lain pihak secara pejoratif istilah *transfer pricing* sering dikaitkan dengan suatu rekayasa manipulasi harga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba artifisial,

mengupayakan agar perusahaan rugi, serta menghindari pajak atau bea di suatu negara.

### **TUJUAN TRANSFER PRICING**

*Transfer Pricing* itu dimaksudkan untuk mencapai tujuan-tujuan suatu manajemen multinational corporation secara optimal; adapun tujuan-tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. untuk menjamin, bahwa sasaran unit-unit sejalan dengan pencapaian sasaran dari *multinational corporation* secara keseluruhan;
2. untuk mengarahkan para manajer dalam unit-unit guna mengambil keputusan yang seirama dengan tujuan *multinational corporation* yang bersangkutan, untuk mencapai *efficiency* dalam "allocation of resources" antar unit dan dalam masing-masing unit;
3. supaya terdapat ukuran seragam untuk menilai prestasi dari semua unit;
4. untuk mempermudah terlaksananya komunikasi yang efektif bagi seluruh *multinational corporation* tersebut.

Ada beberapa pertimbangan penggunaan *transfer pricing*, antara lain

- a. mengurangi beban pajak
- b. merendahkan tariff
- c. menghindarkan kontrol devisa

Hal ini telah dideteksi oleh fiskus, sehingga dapat diketahui bahwa **kekurangwajaran harga transfer dapat terjadi pada :**

1. harga penjualan
2. harga pembelian
3. alokasi biaya administrasi dan umum (*overhead cost*)
4. pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (*share holder loan*)
5. pembayaran komisi, lisensi, franchise, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik, imbalan atas jasa lainnya
6. pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar
7. penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang/tidak mempunyai substansi usaha (*dummy company, letter box company, atau reinvoicing center*)

### **PRINSIP DASAR TRANSFER PRICING**

Pada dasarnya yang menjadi prinsip dari *transfer pricing* adalah *Cost Based Transfer Price*. *Transfer Price* dapat ditentukan berdasarkan *cost plus profit*, walaupun kadang kesulitan dalam menghitung dan juga memberikan hasil yang kurang memuaskan. Dua hal yang harus diperhatikan dalam suatu *cost based transfer price system* yaitu bagaimana mendefinisikan *cost* dan bagaimana menghitung *profit mark up*.

#### **a. Cost Basis**

*Standard cost* biasanya digunakan sebagai dasar dalam penentuan *cost basis*. Dalam hal ini tidak digunakan pendekatan *actual cost* karena adanya kemungkinan inefisiensi dalam produksi akan terbawa dalam perhitungan pada pihak pembeli sehingga nilai bias tidak sesuai dengan keadaan senyatanya digunakannya *standar cost*. Dalam hal perusahaan yang menggunakan *cost plus pricing* dan *market based pricing*, biaya advertising, dan *financing* yang tidak terjadi dalam transaksi internal tidak diperhitungkan.

Hal ini juga harus diterapkan pada perhitungan dengan metode tersebut untuk transaksi dengan perusahaan lain, jadi unsur biaya yang tidak sesungguhnya terjadi tidak boleh dimasukkan dalam penghitungan harga.

b. *Profit Mark Up*

Dalam menghitung *profit mark up* ada dua hal yang perlu diputuskan, yaitu : satu, apakah yang menjadi dasar penentuan *profit mark up*; dua, sampai pada tingkat profit berapa yang diperbolehkan oleh manajemen. *Percentage of cost* adalah basis yang paling sederhana dan banyak digunakan. Basis lain yang digunakan yang secara konsep lebih baik adalah *percentage of investment*, tetapi dengan basis ini, kita sering dihadapkan pada permasalahan dalam menghitung investasi untuk produk tertentu.

Ada beberapa pendekatan (*approaches*) yang sering digunakan oleh akuntan manajemen didalam menentukan nilai dari *transfer pricing*, yaitu

- (i) *general transfer pricing rule* yang memformulasikan *transfer pricing* sebagai penjumlahan dari *additional outlay cost per unit incurred because goods are transferred* dan *opportunity cost per unit to organization because of the transfer*,
- (ii) *transfer based on the external market price* yang memformulasikan *transfer pricing* berdasarkan harga pasar yaitu penjumlahan dari *unit level costs of production and transportation* dan *forgone contribution margin on external sale*,
- (iii) *negotiated transfer prices* yaitu penentuan *transfer pricing* berdasarkan negosiasi antara manajer divisi penjual dengan manajer divisi pembeli dan
- (iv) *cost based transfer* yaitu nilai dari *transfer pricing* didasarkan atas harga pokok produksi atau jasa yang ditransfer.

## PERMASALAHAN DALAM TRANSFER PRICING

Aplikasi dari *transfer pricing* sebagian besar menyangkut masalah multinational corporation dan masalah kepentingan dari beberapa negara. Dalam kaitannya dengan penentuan harga, kesulitan bagi MNC akan timbul apabila MNC berhadapan dengan dua negara yang sistem pengenaan pajaknya berbeda, sehingga dapat dikatakan bahwa pertimbangan-pertimbangan yang berkenaan dengan perpajakan dapat mempengaruhi penentuan harga atas transaksi antar unit tersebut.

OECD Comitte on Fiscal Affairs (1969) mengungkapkan dalam bukunya "*Transfer Pricing and Multinational Enterprises*" antara lain :

1. Beberapa masalah-masalah pajak yang muncul akibat penanaman yang dilakukan secara internasional, bukan merupakan hal yang baru. Namun dalam tahun terakhir masalah pajak menjadi lebih penting sebagai konsekuensi dari pertumbuhan kegiatan ekonomi internasional. Salah satu karakteristik dari proses ini adalah perkembangan dari apa yang disebut Multinasional Enterprises yang biasanya dimaksudkan sebagai gabungan perusahaan yang beroperasi menembus batas-batas negara di mana saat ini sudah berkembang menjadi kesatuan-kesatuan ekonomi yang berkuasa, masing-masing dengan strategi umum yang lebih luas tingkatannya.

Gejala umum yang menyangkut perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa (*Related Companies*) yang beroperasi dalam satu grup dengan berbagai tingkatan manajemen yang terpusat, nampaknya menimbulkan masalah-masalah berkenaan dengan pajak atas laba perusahaan tersebut. Termasuk disini perusahaan-perusahaan anggota grup yang beroperasi di bawah Undang-undang negara yang berbeda.

2. Pada perusahaan-perusahaan multinasional sebagian besar transaksinya terjadi antara anggota-anggota grup yang berbentuk penjualan barang dagangan, penjualan jasa-jasa, lisensi-lisensi, paten dan *know how*, penjamin-penjamin hutang dan sebagainya.

Harga-harga yang dibebankan kepada transaksi-transaksi tersebut, tidaklah perlu sama dengan harga yang berlaku di pasaran bebas. Akan tetapi dengan berbagai alasan dan karena usaha multinasional mempunyai posisi yang menentukan dan hal prinsip apa yang akan digunakannya yang tentunya akan menguntungkan bagi grupnya misalnya, dapat saja perusahaan multinasional tersebut memberlakukan harga-harga yang sangat menyimpang dari harga-harga yang disetujui oleh kedua belah pihak yang melakukan transaksi andaikata perusahaan tersebut tidak mempunyai hubungan istimewa (*Unrelated Companies*) berkenaan dengan transaksi yang sama dan dalam kondisi yang sama pula di pasaran bebas.

Faktor perpajakan mungkin saja berpengaruh terhadap sifat dan jumlah uang pajak yang akan dibayarkan, namun demikian tampaknya perusahaan multinasional lebih mementingkan jumlah penghasilan bersihnya setelah dikurangi pajak (*profit after tax*) dan bukan masalah bentuk atau sumber dari mana penghasilan bersih tersebut diperoleh. Apakah diperoleh dari royalti, pembebanan biaya-biaya, imbalan jasa, laba dari hasil penjualan antara anggota grup (*intra grup sales*), deviden dari cabang atau afiliasinya, dan sebagainya.

Dilain pihak telah disadari pula bahwa masalah pajak tidaklah merupakan hal yang terpenting lagi, apabila usaha tersebut menjadi sasaran rebutan pengaruh oleh beberapa Departemen Pemerintahan, baik di negara itu sendiri maupun di negara di mana perusahaan beroperasi, termasuk penguasa bea cukai, kantor yang mengawasi lalu lintas devisa atau kantor yang bertugas mengendalikan harga dan lain-lain.

Di samping itu, walaupun di dalam suatu grup, misalnya tidaklah berarti akan selalu terdapat penyimpangan-penyimpangan harga dengan menggunakan *arm's lenght price* karena beberapa perusahaan multinasional memberikan otonomi yang cukup luas kepada anggotanya sehingga perusahaan anggota tersebut seringkali melakukan tawar menawar harga seperti layaknya perusahaan yang berdiri sendiri.

Contoh perusahaan A menentukan harga X, tetapi bila perusahaan B,C,D,E,F diberi otonomi seluas-luasnya maka perusahaan B,C,D,E,F dapat menggunakan harga lain selain harga X.

Kepala-kepala cabang yang ingin memperlihatkan keuntungan yang baik dari cabang usahanya mungkin akan bertahan untuk tidak menggunakan *transfer price* yang berlebihan terhadap barang-barangnya, jasa-jasanya, hak-haknya, apabila diketahui bahwa hal tersebut mengakibatkan keuntungan cabangnya akan mundur. Mungkin juga masih terdapat beberapa faktor lain yang cenderung menyebabkan harga-harganya mendekati *arm's lenght price*.

Kesimpulannya, tidak selamanya perusahaan atau kantor pusat dapat mengatur semua harga-harga perusahaan afiliasinya, karena perusahaan-perusahaan afiliasi tersebut mempunyai hak otonomi.

3. Ditinjau dari segi kepentingan perpajakan, perusahaan multinasional dapat saja menggunakan *transfer price* yang bukan *arm's lenght price* agar dapat menekan pajak-pajaknya.

Contohnya menjual barangnya kepada cabangnya yang ada di negara *tax havens* dengan harga lebih rendah dari pada *arm's lenght price* atau bisa pula lebih tinggi.

Namun demikian apapun alasannya, transaksi antar grup tidak menggunakan *arm's lenght price* maka ini dapat disinyalir sebagai usaha untuk menggeser laba dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya dalam grup yang sama dan hal ini berarti pula bahwa hutang-hutang pajak di kedua perusahaan yang terlibat tersebut akan berubah. Karenanya instansi pajak dari masing-masing negara merasa perlu untuk menentukan berapa besar laba kena pajak yang wajar dari cabang-cabang perusahaan yang beroperasi di daerah yuridiksinya/kekuasaannya.

Maka adalah penting untuk mengetahui kebijakan *transfer pricing* dari perusahaan multinasional tersebut khususnya apabila penguasa yang mempunyai alasan yang kuat bahwa penghasilan kena pajak yang dilaporkan oleh anggota-anggota grup perusahaan multinasional tersebut adalah rendah.

Untuk ini pejabat pajak dari negara yang bersangkutan hendaknya diperkenankan untuk meneliti kemungkinan diterapkannya kebijakan *transfer pricing* oleh anggota-anggota grup tersebut. Dalam rangka memajaki perusahaan yang mengandalkan transaksi dengan perusahaan asosiasinya yang berada di luar yuridiksi pejabat pajak yang bersangkutan, maka laba yang dihitung hendaknya berdasarkan asumsi bahwa ada harga yang dikenakan dalam transaksi tersebut adalah *arm's lenght price*.

Hal ini sesuai pula dengan asumsi yang tersebut dalam artikel 9 ayat 1 dari OECD Model *Double Taxation Convetion on Income and Capital* (1972) (jadi hal ini sudah diatur dalam perjanjian pajak berganda/*tax treaty*). Sepanjang yang menyangkut transaksi antar perusahaan yang berasosiasi dalam hubungan ini perlu dicatat bahwa pendekatan-pendekatan dengan prinsip *arm's lenght price* tersebut, juga telah didukung oleh *United Nation Group of Experts on Tax Treaties Between Developed and Devoloping Countries*, dimana kemudian terdapat konsensus-konsensus antara pemerintah negara maju dengan negara berkembang dalam MNC's dan *arm's lenght price* adalah cara yang tepat untuk diterapkan dalam hal penentuan penghasilan kena pajak. Perjanjian bilateral pajak berganda antar negara-negara anggota OECD dan antar negara anggota OECD dengan negara lain telah pula menerapkan prinsip tersebut.

4. Ditinjau dari segi kepentingan perusahaan multinasional (MNC) dalam mengorganisir transaksi antar perusahaan yang tergabung dalam grupnya, usaha multinasional dihadapkan pada masalah-masalah *transfer pricing*, yaitu yang pada dasarnya berkenaan dengan harga apa yang akan diterapkan pada setiap transaksinya. Walaupun dalam usahanya untuk menetapkan *transfer pricing* atas dasar prinsip *arm's lenght price*, perusahaan multinasional masih tetap saja harus menghadapi banyak masalah dan prosesnya akan menjadi semakin sulit apabila dihadapkan dengan berbagai syarat-syarat dan tentu juga syarat-syarat yang bertentangan satu sama lainnya yang diminta oleh berbagai instansi meskipun dalam satu negara. (usaha MNC merupakan sumber penghasilan bagi negara yang bersangkutan).

Salah satu masalahnya ialah kemungkinan menjurus ke masalah pajak berganda apabila masing-masing pejabat pajak berbeda-beda cara pendekatannya di negara masing-masing.

Untuk mengatasi masalah *transfer pricing* tersebut biasanya diterapkan *Arm's Lenght Price* (Harga Wajar). OECD mendefinisikan *Arm's Lenght Price* sebagai harga yang seharusnya dibayar di antara pihak independen (tidak mempunyai hubungan istimewa) untuk barang yang sama atau serupa.

Dalam menerapkan prinsip kewajaran (*arm's length*) menurut OECD ada dua metode yang dapat digunakan, yaitu :

1. Metode Transaksi Tradisional (*Traditional Transaction Method*)
  - a. *The comparable uncontrolled price method*
  - b. *Resale price method*
  - c. *Cost plus method*
2. Metode Laba Transaksi (*Transactional Profit Method*)
  - a. *Profit splits method* atau *residual profit splits method*
  - b. *Transactional net margin method (TNMM)*

### **Metode Comparable Uncontrolled Price**

Secara sederhana model ini membandingkan harga yang terjadi pada transaksi pengalihan barang atau jasa yang dilakukan oleh pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan transaksi sejenis yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Jika terdapat perbedaan harga antara keduanya maka dapat diindikasikan adanya kondisi komersial dan finansial yang tidak sesuai dengan azas kewajaran, dan harga yang terjadi pada transaksi antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa diaplikasikan pada transaksi yang terjadi pada pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

### **Metode Resale Price**

Pendekatan ini diawali dengan harga suatu produk yang dibeli dari suatu perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dan dijual kembali kepada perusahaan yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Harga tersebut dikurangi dengan suatu *gross margin* (yang dikenal *release price margin*) yang menggambarkan nilai yang harus dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam melakukan fungsinya dan mendapatkan laba yang wajar.

Penentuan besarnya *release price margin* dari suatu transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa dapat dilakukan dengan membandingkan dengan transaksi sejenis yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

### **Metode Cost Plus**

Metode ini diawali dengan biaya yang dikeluarkan oleh supplier dari barang atau jasa dalam suatu transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Suatu *cost plus mark up* harus ditambahkan kepada *cost* tersebut untuk mendapatkan laba dalam melakukan fungsi perusahaan dan kondisi persaingan berdasarkan pasar yang ada.

Dasar penentuan jumlah *cost plus mark up* adalah berdasarkan referensi transaksi yang sama yang dilakukan oleh pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

Metode *Cost Plus* dapat digunakan dalam hal tidak terdapat perbedaan yang material yang mempengaruhi *cost plus mark up* dalam pasar bebas, atau penyesuaian yang akurat dilakukan untuk mengeliminasi perbedaan. Dalam mencari kesetaraan dalam metode ini hal yang digunakan dalam metode-metode sebelumnya tetap digunakan.

Masalah yang biasa dihadapi adalah dalam penentuan *cost*. Seringkali perusahaan harus mengeluarkan *cost* dalam jumlah tertentu untuk sekedar dapat bertahan dalam bisnis, tetapi *cost* ini tidak termasuk dalam penentuan penghitungan laba, sehingga tidak dapat diperhitungkan dalam menentukan *cost plus mark up* ini.

### **Metode Profit Splits**

Kelebihan dari metode ini adalah secara umum tidak mendasar kepada transaksi yang setara secara langsung, sehingga dapat digunakan pada kasus-kasus dimana

keadaan yang setara sulit didapatkan sebagai pembanding. Alokasi laba didasarkan pada pembagian fungsi dalam grup afiliasi tersebut. Data dari pihak yang merupakan transaksi antar pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dapat digunakan sebagai alat analisa dalam menentukan *profit split*. Hal ini membuat metode ini menjadi sangat fleksibel dalam menganalisa suatu transaksi untuk mendapatkan kewajaran (*arm's length*)

Kelebihan lain dari metode ini adalah hasil yang didapat adalah berupa suatu persentase yang besarnya tidak terlalu mencolok antar kedua pihak yang dianalisis.

Kelemahan metode ini adalah masuknya unsur data eksternal dalam menentukan kontribusi dari masing-masing perusahaan dalam suatu transaksi. Unsur subjektivitas dari pengambilan keputusan menjadi suatu faktor penentu yang signifikan

Kelemahan berikutnya adalah dalam metode tersebut akses terhadap informasi dari suatu transaksi antara Wajib Pajak dengan otoritas pajak dianggap sama sehingga jika dihadapkan dengan transaksi yang sifatnya *cross border*, seringkali salah satu pihak akan kesulitan dalam mendapatkan informasi. Hal ini menimbulkan sedikit distorsi pada metode ini. Metode ini digunakan oleh pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan memiliki standar akuntansi yang berbeda, harus dilakukan penyesuaian yang cukup signifikan, terutama dalam hal menghitung alokasi biaya operasi.

Metode ini merupakan metode alternatif yang digunakan sulit untuk suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang sulit untuk mendapatkan suatu pembanding yang setara.

Peradilan pajak Amerika Serikat sering kali menggunakan pendekatan ini untuk mengalokasikan laba diantara kedua belah pihak yang bertransaksi yang mempunyai hubungan istimewa.

#### **Metode *Transaction Net Margin Method***

Secara umum metode *Transactional Net Margin Method* atau TNMM menguji besarnya *net profit margin* terhadap suatu dasar yang digunakan (misalnya *costs, sales, assets*) yang direalisasi oleh Wajib Pajak dari suatu transaksi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa. TNMM ini mekanismenya seperti metode *cost plus* dan *realise price*.

Kelebihan dari metode ini adalah *net margin* tidak terlalu dipengaruhi oleh perbedaan transaksional dibandingkan dengan harga seperti yang digunakan dalam metode CUP, selain itu metode ini juga lebih toleran terhadap perbedaan fungsi antara transaksi yang dilakukan oleh pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan transaksi yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dibandingkan dengan metode *gross margin*.

Kelemahan dari metode ini adalah kemungkinan banyak faktor yang mempengaruhi besarnya *net margin* yang tidak mempunyai pengaruh baik secara substansi maupun terhadap harga atau *gross margin*.

Adapun teknis perhitungan dari beberapa metode penentuan harga wajar diatas adalah sebagai berikut :

Metode	Teknis Perhitungan
<i>The comparable uncontrolled price method</i>	Membandingkan harga yang terjadi pada pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.
<i>Resale price method</i>	Mengurangkan suatu <i>mark up</i> wajar dari harga jual yang sama pada mata rantai berikutnya. <i>Mark up</i> wajar diperoleh dengan membandingkannya dengan transaksi yang tidak mempunyai hubungan istimewa.
<i>Cost plus method</i>	Menambahkan tingkat laba kotor wajar (yang diperoleh dari perusahaan yang sejenis yang tidak mempunyai hubungan istimewa) pada harga pokok.
<i>Profit splits method</i>	Menentukan laba yang akan dibagi antara anggota grup dari transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa, selanjutnya laba tersebut dibagi antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dengan dasar pertimbangan ekonomis sehingga pembagian laba itu mencerminkan laba seandainya transaksi tidak dipengaruhi hubungan istimewa.
<i>Transactional net margin method (TNMM)</i>	Menetapkan persentase laba bersih yang didasarkan atas perbandingan laba bersih terhadap biaya-biaya, laba bersih penjualan atau laba bersih terhadap aktiva yang diperoleh dari transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

### ATURAN PERPAJAKAN MENGENAI TRANSFER PRICING

Berdasarkan pasal 18 ayat (3) Undang-undang Pajak Penghasilan, Direktur Jenderal Pajak diberi kewenangan untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya jumlah Penghasilan Kena Pajak yang mempunyai hubungan istimewa.

Hubungan istimewa menurut Undang-undang Pajak Penghasilan adalah :

#### 1. Hubungan istimewa Wajib Pajak Badan

- Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang sudah disebut terakhir; atau
- Wajib Pajak menguasai Wajib pajak lainnya, atau dua atau lebih wajib pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung

#### 2. Hubungan istimewa Wajib Pajak Perseorangan

Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan atau ke samping satu derajat.

Metode Penentuan Harga Wajar (menghitung *Transfer Pricing*) berdasarkan ketentuan Peraturan dan Perundang-undangan Perpajakan adalah mengacu kepada Pasal 18 ayat (3a) UU No. 17 Tahun 2000 yaitu dengan menggunakan APA (*Advance Pricing Agreement*). Penjelasan Pasal 18 ayat (3a) menyebutkan bahwa APA atau kesepakatan harga transfer adalah kesepakatan antara Wajib Pajak

dengan Direktur Jenderal Pajak mengenai harga jual wajar produk yang dihasilkannya kepada pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa (*related parties*) dengannya. Persetujuan antara Wajib Pajak dengan Direktur Jenderal Pajak tersebut dapat mencakup beberapa hal antara lain: harga jual produk, jumlah royalti dll.

Menurut Fuad Sugihardjo (2001:42) pegawai Direktorat PPh KPDJP bahwa peraturan pelaksanaan APA adalah mengadopsi OECD Guidelines (MBP No.1449). OECD (1995) menyebutkan bahwa *Advance Pricing Agreement* adalah suatu kesepakatan mengenai penentuan harga transfer dari transaksi yang terjadi di antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dengan cara menerapkan satu set kriteria yang sesuai (seperti metode, faktor-faktor pembandingan dan asumsi-asumsi) untuk periode waktu tertentu. Lengkapnya dalam laporan OECD tahun 1995, APA didefinisikan sebagai " *an arrangement that determines, in advance of controlled transaction, an appropriate adjustment thereto, critical assumptions as to future events for the determination of the transfer pricing for that transaction over a given period of time*".

APA biasanya diperoleh sebelum perusahaan terikat dalam transfer. Maksud dari program APA adalah memecahkan masalah perselisihan *transfer pricing* dengan cara yang tepat dan menghindari proses pengadilan yang menghabiskan biaya. Tujuan APA (*Advance Pricing Agreement*) adalah mengurangi terjadinya praktik penyalahgunaan *transfer pricing* oleh perusahaan multinasional

Keuntungan *Advance Pricing Agreement*

1. Memberikan kepastian hukum dan kemudahan penghitungan pajak.
2. Memberikan kepastian kewajiban perpajakan yang berkaitan dengan transfer pricing
3. Mengurangi biaya dan waktu pada saat dilakukannya audit karena telah ada kesepakatan antara Wajib Pajak dengan pihak fiskus
4. Dapat mencegah praktek *transfer pricing* yang tidak benar dan semata-mata hanya untuk menghindari pajak
5. Fiskus tidak perlu melakukan koreksi atas harga jual dan keuntungan produk yang dijual Wajib Pajak kepada perusahaan dalam grup yang sama.

Bentuk *Advance Pricing Agreement* dapat :

1. Bersifat unilateral yaitu merupakan kesepakatan antara Direktur Jenderal Pajak dengan Wajib Pajak;
2. Bersifat Bilateral yaitu kesepakatan antara Direktur Jenderal Pajak dengan Otoritas perpajakan negara lain yang menyangkut Wajib Pajak yang berada di wilayah yurisdiksinya.