PENENTUAN HARGA TRANSFER

(TRANSFER PRICING)

Definisi Harga Transfer

1. adalah harga perpindahan barang atau jasa  antara dua pusat laba atau lebih.
2. adalah  harga perpindahan barang atau jasa yang dipertukarkan antar unit-unit atau antar pusat pertanggungnjawaban dalam suatu organisasi.

Tujuan Harga Transfer

Penetuan harga transfer antar pusat laba sangat penting jika :

1. Transaksi transfer barang atau jasa antar pusat laba cukup signifikan,
2. Biaya barang atau jasa yang ditransfer merupakan komponen penting produk akhir,
3. Profitabilitas merupakan pertimbangan penting di dalam penilaian prestasi divisi.

Sistem Harga Transfer bertujuan :

1. Untuk memberikan informasi relevan pada setiap pusat laba dalam menentukan harga transfer.
2. Untuk memmotivasi manajer pusat laba pengirim, pusat laba penerima, dan kantor pusat dalam membuat keputusan yang tepat.
3. Untuk menyajikan laporan laba setiap divisi yang secara layak mengukur prestasi divisi.

Sasaran Penentuan Harga Transfer

Harga transfer merupakan mekanisme untuk mendistribusikan pendapatan jika dua pusat laba atau lebih bertanggungjawab bersama atas pengembangan, pembuatan, dan pemasaran suatu produk sehingga masing-masing harus berbagi pendapatan yang dihasilkan ketika produk tersebut terjual.

Harga transfer harus dirancang sedemikian rupa supaya dapat mencapai beberapa sasaran sebagai berikut :

1. Memberikan informasi yang relevan kepada masing-masing unit usaha untuk menentukan penyesuaian yang optimum antara biaya dan pendapatan perusahaan.
2. Menghasilkan keputusan yang bertujuan sama-maksudnya, sistem harus dirancang agar keputusan yang meningkatkan laba unit usaha juga akan meningkatkan laba perusahaan.
3. Membantu pengukuran kinerja ekonomi dari tiap unit usaha.
4. Sistem harus mudah dimengerti dan dikelola.

Metode Penentuan Harga Transfer

Istilah “harga transfer” yang digunakan disini adalah nilai yang diberikan kepada suatu transfer barang dan jasa dalam suatu transaksi dimana setidaknya ada satu pusat laba yang terlibat didalamnya.

Harga semacam ini biasanya melibatkan suatu elemen laba karena sebuah perusahaan yang independent tidak akan mentransfer barang dan jasa ke perusahaan independent yang lain sebesar biaya produksi atau lebih rendah dari itu.

Prinsip Dasar, Prinsip dasarnya adalah bahwa harga transfer harus sama dengan harga yang dipatok seandainya produk tersebut terjual kepada konsumen luar atau dibeli dari pemasok luar.

Ketika suatu pusat laba pada sebuah perusahaan membeli produk, dan menjualnya kepada, satu sama lain, maka dua keputusan yang harus diambil untuk setiap produk adalah :

1. Apakah perusahaan harus memproduksi sendiri produk tersebut atau membelinya dari pemasok luar ? Hal ini memrupakan sourcing decision.
2. Jika diproduksi sendiri, pada tingkat harga berapakah produk tersebut ditransfer diantara pusat-pusat laba ? Hal ini merupakan transfer price decision.

Idealnya, harga transfer harus mengestimasikan harga normal pasar di luar, dengan penyesuaian untuk biaya yang tidak terjadi di dalam perusahaan. Bahkan ketika sourcing decision mengalami hambatan, harga pasar merupakan harga transfer yang paling baik.

Situasi Ideal

Harga transfer yang berdasarkan harga pasar akan menghasilkan kesamaan tujuan, dan tidak membutuhkan administrasi pusat jika kondisi dibawah ini terpenuhi :

1. Orang-orang kompeten. Idealnya, para manajer harus memperhatikan kinerja jangka panjang dari pusat-pusat tanggung jawab mereka, sama seperti dalam jangka pendeknya. Staf yang terlibat dalam negosiasi dan arbitrase suatu harga transfer juga harus kompeten.
2. Atmosfer yang baik. Para manajer harus menjadikan profitabilitas – yang diukur dari laporan laba rugi – sebagai tujuan yang penting dan suatu pertimbangan yang signifikan dalam penilaian kinerja mereka. Mereka juga harus dapat menerima bahwa harga transfer tersebut akurat.
3. Suatu harga pasar. Harga transfer yang ideal harus berdasarkan harga pasar normal dan wajar dari produk identik yang ditransfer – maksudnya, harga pasar yang mencerminkan kondisi yang sama (kuantitas, waktu pengiriman, dan kualitas) dengan produk yang diberi harga transfer. Harga transfer tersebut dapat diturunkan untuk mencerminkan penghematan dari penjualan di dalam perusahaan.
4. Kebebasan memperoleh sumber daya. Alternatif dalam memperoleh sumber daya haruslah ada, dan para manajer harus diberi wewenang untuk memilih mana yang paling baik untuk mereka.
5. Informasi penuh. Para manajer harus mengetahui semua alternatif yang ada, biaya dan pendapatan yang relevan dari masing-masing alternatif tersebut.
6. Negosiasi. Harus ada mekanisme kerja yang berjalan lancer dalam melakukan negosiasi atas “kontrak” diantara unit-unit usaha.

Hambatan-hambatan Dalam Perolehan Sumber Daya (Sourcing)

Idealnya seorang manajer pembelian bebas mengambil keputusan *sourcing.*  Demikian halnya dengan manajer penjualan, ia harus bebas untuk menjual produknya ke pasar yang paling menguntungkan.

Akibat-akibat yang terjadi jika para manajer pusat laba tidak memiliki kebebasan dalam mengambil keputusan *sourcing* :

1. Pasar yang terbatas.

Dalam berbagai perusahaan, pasar bagi pusat laba penjual atau pembeli dapat saja sangat terbatas. Ada beberapa alasan akan hal ini :

*Pertama,* keberadaan kapasitas internal dapat membatasi pengembangan penjualan eksternal.

*Kedua,*jika perusahaan merupakan produsen tunggal dari produk yang terdeferensiasi, tidak ada sumber daya dari luar.

*Ketiga,*jika suatu perusahaan telah melakukan investasi yang besar, maka ia cenderung tidak akan menggunakan sumber daya dari luar kecuali harga jual di luar mendekati biaya variable perusahaan, dimana hal ini jarang sekali terjadi.

Bagaimana suatu perusahaan dapat mengetahui tingkat harga kompetitif jika ia tidak membeli atau menjual produknya ke pasar bebas ?

* 1. Jika terdapat terbitan harga pasar, maka itu dapat digunakan untuk menentukan harga transfer. Meskipun demikian, terbitan tersebut harus merupakan harga yang benar-benar dibayarkan di pasar bebas, dan kondisi yang ada di pasar bebas harus konsisten dengan yang ada dalam perusahaan.
	2. Harga pasar mungkin ditentukan berdasarkan penawaran (bid). Hal ini biasanya dilakukan hanya jika penawar terendah masih memiliki peluang untuk terjun ke pasar.
	3. Jika pusat laba produksi menjual produk yang mirip di pasar bebas, maka ia mungkin akan menggandakan harga kompetitif berdasarkan harga luar.
	4. Jika pusat laba pembelian membeli produk yang sejenis dari pasar bebas, maka ia dapat menggandakan harga kompetitif untu produk ekslusifnya.
1. Kelebihan atau Kekurangan Kapasitas Industri.

Seandainya pusat laba penjualan tidak dapat menjual seluruh produk ke pasar bebas – dengan kata lain, ia memiliki kapasitas yang berlebih. Perusahaan mungkin tidak akan mengoptimalkan labanya jika pusat laba pembelian membeli produk dari pemasok luar sementara kapasitas produksi di dalam masih memadai. Sebaliknya, andaikan pusat laba pembelian tidak dapat memperoleh produk yang diperlukan dari luar sementara pusat laba penjualan menjual produknya kepada pihak luar. Situasi tersebut terjadi ketika terdapat kekurangan kapasitas produksi di dalam industri. Dalam kasus ini, output dari pusat laba pembelian terhalang dan perusahaan tidak dapat optimal.

Harga Transfer Berdasarkan Biaya

Jika harga kompetitif tidak tersedia, maka suatu harga transfer dapat ditentukan berdasarkan biaya ditambah laba, meskipun harga transfer semacam ini sangat sulit dihitung dan hasilnya kurang memuaskan dibandingkan dengan harga yang berbasis pasar (*marked-based price*).

Dua keputusan yang harus dibuat dalam system harga transfer berdasarkan biaya :

* 1. bagaimana menentukan besarnya biaya, dan
	2. bagaimana menghitung *markup* laba.

Basis biaya.

Basis yang umum adalah biaya standar. Biaya actual tidak boleh digunakan karena factor inefisiensi produksi akan terlewatkan bagi pusat laba pembelian. Jika biaya standar yang digunakan, maka dibutuhkan suatu insentif untuk menetapkan standar yang ketat dan meningkatkan standar tersebut.

Markup laba.

Dalam menghitung markup laba, juga terdapat dua keputusan :

1. Apa basis markup laba tersebut, Basis yang paling mudah digunakan adalah persentase biaya. Basis yang secara konsep lebih baik adalah persentase investasi, tetapi menghitung investasi untuk diaplikasikan kepada setiap produk yang dihasilkan dapat menyebabkan permasalahan teknis.
2. Tingkat laba yang diperbolehkan. Problem yang kedua dalam penyisihan laba adalah besarnya jumlah laba. Persepsi manajemen senior atas kinerja keuangan dari suatu pusat laba akan dipengaruhi oleh laba yang ditunjukkannya. Konsekuensi, kemungkinan penyisihan laba harus dapat memperkirakan tingkat pengembalian (*rate of return*) yang akan dihasilkan seandainya unit usaha tersebut merupakan perusahaan independent yang menjual produknya kepada konsumen luar.

Solusi konseptual adalah dengan membuat penyisihan laba yang berdasarkan investasi yang dibutuhkan untuk memenuhi volume yang diminta oleh pusat laba pembelian. Nilai investasi tersebut dihitung pada level “standar”, dengan asset dan persediaan pada tingkat biaya penggantian (*replacement cost*).

*Biaya Tetap dan laba Upstream*

Penetapan harga transfer dapat menimbulkan permasalahan yang cukup serius dalam suatu perusahaan yang terintegrasi. Pusat laba yang pada akhirnya menjual produk kepada pihak luar mungkin tidak menyadari adanya jumlah biaya tetap dan laba *upstream*yang terkandung di dalam harga pembelian internal.

Metode-metode yang digunakan untuk mengatasi masalah tersebut adalah dengan cara-cara yang digambarkan di bawah ini :

1. Persetujuan diantara unit-unit usaha.

Beberapa perusahaan membuat mekanisme formal dimana wakil-wakil dari uit-unit pembelian dan penjualan bertemu secara berkala untuk memutuskan harga penjualan kepada pihak luar dan pembagian laba untuk produk-produk dengan biaya tetap dan laba *upstream* yang signifikan.

1. Dua langkah penentuan harga

Cara lain adalah dengan membuat suatu harga transfer yang meliputi dua jenis biaya :

1. untuk setiap unit yang terjual, pembebanan biaya dibuat sama dengan biaya variable standar dari produksi.
2. Pembebanan biaya yang berkala (biasanya setiap bulan) dibuat sama denganbiaya tetap yang berhubungan dengan fasilitas yang disediakan untuk unit pembeli.

Transfer Pricing didefinisikan sebagai suatu harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). (Henry Simamora, 1999:272).

Transfer Pricing sering juga disebut dengan *intracompany pricing,intercoporate pricing,interdivisional atau interval pricing* yang merupakan harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar anggota (grup perusahaan).

Transfer pricing biasanya ditetapkan untuk produk-produk antara (*intermediate product*) yang merupakan barang-barang dan jasa-jasa yang dipasok oleh divisi penjual kepada divisi pembeli. Bila dicermati lebih lanjut, transfer pricing dapat menyimpang secara signifikan dari harga yang disepakati. Oleh karena itu transfer pricing juga sering dikaitkan dengan suatu rekayasa harga secara sistematis yang ditujukan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak dan bea dari suatu Negara.

**TUJUAN TRANSFER PRICING**

Tujuan penetapan Transfer Pricing/harga transfer adalah untuk mentransmisikan data keuangan diantara departemen-departemen atau divisi-divisi perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain (Henry Simamora, 1999:273)

Selain tujuan tersebut transfer pricing juga digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjual dan divis pembeli menuju keputusan-keputusan yang serasi dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan. *A transfer pricing system should satisfy three objectives:accurate performance evolution,goal congruence and preservation of divisional autonomy (*Joshua Ronen and George McKinney, 1970:100-101)

Sedangkan dalam lingkup perusahaan multinasional,transfer pricing digunakan untuk meminimalkan pajak dan bea yang mereka keluarkan diseluruh dunia. Transfer pricing can effect overall corporate income taxes.*This is particulary true for multinational corporations* (Hansen and Mowen, 1996:496)

**METODE TRANSFER PRICING**

Beberapa metode transfer pricing yang sering digunakan oleh perusahaan-perusahaan konglomerasi dan divisionalisasi/departementasi yaitu :

***1.***      ***Cost-Based Transfer Pricing ( Harga Transfer Biaya)***

Perusahaan yang menggunakan metode transfer atas biaya menetapkan harga transfer atas biaya variable dan tetap yang bias dalam tiga pemilihan bentuk yaitu : biaya penuh (full cost), biaya penuh ditambah mark-up (full cost plus mark-up) dan gabungan antara biaya variable dan tetap (variable cost plus fixed fee)

***2.***      ***Market Basis Transfer Pricing ( Harga Transfer atas Dasar Harga Pasar)***

Apabila ada suatu pasar yang sempurna, metode transfer pricing atas dasar harga pasar inilah merupakan ukuran yang paling memadai karena sifatnya yang independent. Namun keterbatasan informasi pasar yang terkadang menjadi kendala dalam menggunakan transfer pricing yang berdasarkan harga pasar.

***3.***      ***Negotiated Transfer Pricing (Harga Transfer Negosiasi)***

Dalam ketiadaan harga,beberapa perusahaan memperkenankan divis-divisi dalam perusahaan yang berkepentingan dengan transfer pricing untuk menegosiasikan harga transfer yang diinginkan. Harga transfer negosiasian mencerminkan prespektif kontrolabilitas yang inheren dalam pusat-pusat pertanggungjawaban karena setiap divisi yang berkepentingan tersebut pada akhirnya yang akan bertanggungjawab atas harga transfer yang dinegosiasikan.

Berikut ini akan diberikan kasus singkat yang akan menggambarkan masalah transfer pricing apabila digunakan sebagai alat untuk mengukur kinerja divisi dalam perusahaan.

PT. ABC diasumsikan mempunyai dua divisi yaitu divisi penjual dan divisi pembeli, data-data berikut akan menggambarkan lebih lanjut mengenai aktivitas dari dua divisi :

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Divisi Penjual | Divisi Pembeli |
| Harga jual | Rp. 2.600 | Rp. 2.100 |
| Biaya variable |            800 |            400 |
| Permintaan dari luar utk produk |         1.000 unit |         2.000 unit |
| Kapasitas produksi divisi penjual |  |             3.000 unit |

Divisi penjual akan menghasilkan 3.000 unit dengan harga jual Rp. 1.200 dimana 1.000 unit untuk memenuhi kebutuhan internal perusahaan dan sisanya untuk memenuhi kebutuhan eksternal perusahaan. Selanjutnya akan dihitung jumlah marjin kontribusi untuk masing-masing divisi.

Produk dijual ke luar oleh divisi penjual

|  |  |
| --- | --- |
| Pendapatan penjualan (2.000 unit@Rp.1.200/unit) | Rp.1.200.000 |
| Biaya Variabel (2.000 unit@Rp.400/unit) |         (800.000) |
| Marjin kontribusi |                          Rp. 1.600.000 |

Produk dijual ke dalam oleh divisi penjual

|  |  |
| --- | --- |
| Pendapatan penjualan (1.000 unit@Rp.1.200/unit) | Rp.1.200.000 |
| Biaya Variabel (1.000 unit@Rp.400/unit) |         (400.000) |
| Marjin kontribusi |                          Rp. 800.000 |

Dari penjelasan diatas dapat terlihat bahwa dengan harga jual Rp.1.200 yang diberikan oleh divisi penjual,total marjin kontribusi yang diperoleh oleh perusahaan sebesar Rp.3.000.000. Apabila terjadi peningkatan permintaan atas produk yang dihasilkan oleh divisi penjual, sedangkan permintaan dari divisi pembeli tetap. Andaikata harga yang ditawarkan oleh divisi penjual Rp.2.000 sama dengan harga pasar, maka bias dikatakan divis pembeli tidak akan sanggup dengan pembelian. Hal ini dapat dibuktikan dengan perhitungan sebagai berikut :

**Marjin Kontribusi divisi pembeli pada harga transfer Rp. 2.000**

|  |  |
| --- | --- |
| Pendapatan penjualan (1.000 unit@Rp.2.600/unit) | Rp.2.600.000 |
| Biaya Variabel (1.000 unit@Rp.800/unit) |         (800.000) |
| Harga Transfer (1.000 unit@Rp.2.000/unit) |       (2.000.000) |
| Marjin kontribusi | Rp.    200.000 |

Dalam kondisi seperti divisi penjual akan menjual seluruh produknya kepada pembeli diluar perusahaan. Tindakan ini tentunya akan memberikan hasil yang terbaik bagi perusahaan karena marjin kontribusi yang dihasilkan jauh lebih besar dibandingkan dengan menjual ke divisi pembeli dengan harga tetap. Dari kasus diatas dapat dilihat bahwa transfer pricing akan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan apabila kinerja tersebut diukur dengan marjin kontribusi yang dihasilkan.

**TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MULTINASIONAL**

Ada dua tujuan transfer pricing yang ingin dicapai oleh perusahaan multinasional yaitu:

***1.***      ***PERFORMANCE EVALUATION***

Salah satu alat yang dipakai oleh banyak perusahaan dalam menilai kinerjanya adalah menghitung berapa tingkat ROI-nya atau *Return On Investment.*Terkadang tingkat ROI untuk satu divisi dengan divisi lainya dalam satu perusahaan yang sama berbeda satu dengan yang lainya. Misalnya divisi penjual menginginkan harga transfer yang tinggi yang akan meningkatkan income, yang secara otomatis akan meningkatkan ROI-nya, tetapi disisi lain, divisi pembeli menuntut harga transfer yang rendah yang nantinya akan berakibat pada peningkatan income, yang berarti juga peningkatan dalam ROI. Hal semacam inilah yang terkadang membuat transfer pricing itu berada di posisi yang terjepit. Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan seperti ini, induk perusahaan akan sangat berkepentingan dalam penentuan harga transfer.

***2.***      ***OPTIMAL DETERMINATION OF TAXES***

Tarif pajak antar satu Negara dengan yang lain berbeda. Perbedaan ini disebabkan oleh lingkungan ekonomi, sosial, politik dan budaya yang berlaku dalam negara tersebut. Afrika misalnya, karena tingkat investasi rendah,tarif pajak yang ada di Negara tersebut rendah. Tetapi apabila kita berbicara tentang Amerika, tidak mungkin tariff pajak yang berlaku di Negara tersebut sama dengan di Negara Afrika. Hal ini jelas karena di negara maju seperti amerika tingkat investasi sangat tinggi, yang dibuktikan dengan tingkat pertumbuhan badan usaha yang semakin meningkat. Atas dasar inilah tariff pajak ditetapkan di Negara yang bersangkutan tinggi.

Berikut ini akan diberikan sebuah contoh untuk memperjelas praktek transfer pricing yang biasannya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan multinasional.

Perusahaan induk *(parent company)* yang terletak di Belgia memproduksi suatu produk, dengan harga pokok Rp.100. Tarif pajak yang berlaku di Negara tersebut adalah 40%. Untuk menhindari pengenaan pajak dengan tariff yang tinggi, perusahaan induk memutuskan untuk menjual produk tersebut ke anak perusahaan yang ada di Puerto Rico dengan harga transfer yang sama dengan harga pokok yaitu Rp.100, sehingga pajak yang terutang atas transaksi penjualan antara perusahaan induk dan anak perusahaan adalah Rp.0. Hal ini disebabkan karena harga transfer yang digunakan sama dengan harga pokok produk, sehingga atas transaksi ini tidak menimbulkan laba yang akan dikenakan pajak. Rekayasa atas harga transfer ini dibuat untuk menghindari pajak dengan tariff yang tinggi yang berlaku di tempat perusahaan induk berada. Kemudian barang yang sudah dibeli dijual oleh anak perusahaan di Puerto Rico ke anak perusahaan lain yang berada di Amerika dengan harga transfer Rp.200. Tarif pajak yang berlaku di negara Puerto Rico adalah 0%. Transaksi penjualan ini menimbulkan laba sebesar Rp.200. Atas laba yang timbul,seharusnya terutang pajak. Tetapi karena tarif pajak yang berlaku dinegara tersebut 0% maka pajak yang yang terutang atas laba yang dihasilkan adalah sebesar Rp.0. Kemudian barang yang sudah dibeli oleh anak perusahaan yang ada di Amerika dijual kembali ke perusahaan yang tidak mempunyai hubungan istimewa di Negara yang sama, dengan harga jual yang sama Rp.200. Kebijaksanaan menetapkan harga jual ini dimaksudkan untuk menghindari pajak dengan tarif yang tinggi yang berlaku dinegara yang bersangkutan.Asumsi tariff pajak yang berlaku di Amerika 35%. Selanjutnya dapat dihitung bahwa pajak terutang atas transaksi penjualan ini adalah sebesar Rp.0. Hal ini disebabkan karena harga jual atas produk tersebut sama dengan harga pokok pembelian barang,sehingga laba yang timbul atas transaksi ini adalah Rp.0. Kesimpulan yang dapat ditarik dari transaksi-transaksi diatas, adalah betapa pentingnya mengetahui tarif pajak yang berlaku disuatu Negara,sebelum mengambil keputusan untuk melakukan transaksi penjualan dan pembelian barang. Tabel di bawah ini akan memperjelas contoh diatas.

**Tabel**

**Praktik Transfer Pricing pada perusahaan Multinasional**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Perusahaan Induk di Belgia | Anak Perusahaan di Puerto Rico | Anak Perusahaan di Amerika |
| Penjualan | Rp. 100 | Rp. 200 | Rp. 200 |
| Harga Pokok Penjualan | Rp. 100 | Rp. 100 | Rp. 200 |
| Laba | Rp.     0 | Rp. 100 | Rp. 200 |
| Tarif Pajak |         42% |          0% |          0% |
| Pajak Terutang | Rp.     0 | Rp.     0 | Rp.     0 |

Masalah transfer Pricing ini perlu mendapatkan perhatian lebih,karena terkadang anak perusahaan yang didirikan dalam suatu Negara,hanya bersifat *transit place*atau tempat persinggahan semata.

Biasanya cegah tangkal yang dilakukan oleh negara-negara dengan adanya transfer pricing adalah membuat suatu kewenangan,dimana pemerintah diberikan wewenang untuk menentukan kembali dengan cara me-relokasikan kembali jumlah laba dan biaya-biaya yang timbul di perusahaan multinasional yang notabone punya beberapa divisi, sehingga laba dan biaya-biaya yang timbul sebagai hasil transaksi antar divisi tersebut yang ditengarai sebagai suatu praktek transfer pricing yang bias meminimalkan pajak terutang dapat dicegah.

**TRANSFER PRICING DI INDONESIA**

Sebenarnya praktek transfer pricing ini sudah banyak dilakukan oleh banyak perusahaan. Hanya saja tidak terlalu terasa efek pengurangan pajaknya apabila dilakukan antar divisi dalam satu perusahaan yang sama. Lain halnya apabila transfer pricing itu digunakan untuk menilai kinerja divisi.Pertanyaan yang timbul adalah mengapa transfer pricing tidak terlalu berarti dari sisi pajak apabila dipraktekkan pada divisi yang sama dalam suatu perusahaan.

Jawabannya adalah hal ini disebabkan karena praktek transfer pricing akan memberikan hasil maksimal dalam hal ini meminimalkan jumlah pajak yang terutang apabila timbul pengenaan tarif yang berbeda. Oleh karena itu apabila praktek tersebut dilakukan antar divisi tidak memberikan hasil yang maksimal karena tarif pajak yang berlaku sama.

Adanya hubungan istimewa merupakan faktor penyebab utama timbulnya praktek transfer pricing. Hubungan istimewa adalah hubungan kepemilikan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain dan hubungan ini terjadi karena adanya keterkaitan, pertalian atau ketergantungan satu pihak dengan pihak yang lain yang tidak terdapat pada hubungan biasa, faktor kepemilikan atau penyertaan, adanya penguasaan melalui manajemen atau penggunaan teknologi, adanya hubungan darah atau karena perkawinan merupakan faktor penyebab utama timbulnya hubungan istimewa. Oleh karena itu faktor hubungan istimewa akan menjadi penting dalam menentukan besarnya penghasilan dan atau biaya yang akan dibebankan untuk menghitung penghasilan kena pajak.

Praktek transfer pricing ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan atau dasar pengenaan pajak dan atau biaya dari satu wajib pajak ke wajib pajak lainnya, yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak-wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut.

Kekurangwajaran dari adanya transfer pricing ini dapat terjadi atas (berdasarkan surat edaran Dirjen Pajak No.SE-04/PJ.7/1993 tanggal 3 maret 1993) :

* 1. Harga Penjualan
	2. Harga Pembelian
	3. Alokasi biaya administrasi dan umum *(overhead cost)*
	4. Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham*(shareholderloan)*
	5. Pembayaran komisi,lisensi,franchise,sewa,royalty,imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik dan imbalan atas jasa lainnya.
	6. Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah daripada pasar.
	7. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang atau tidak mempunyai subtansi usaha *(misalnya dummy company, letter box company atau reinvoicing center)*

Berikut ini contoh kasus yang menyebabkan timbulnya kekurangwajaran yang timbul dari praktek transfer pricing :

1. Kekurangwajaran Harga Penjualan
2. PT A memiliki 25%saham PT B. Atas penyerahan barang PT A ke PT B, PT A membebankan harga jual Rp. 160 per unit, berbeda dengan harga yang diperhitungkan atas penyerahan barang yang sama kepada PT X (tidak ada hubungan istimewa)yaitu Rp. 200 per unit.
3. Dalam contoh diatas, harga pasar sebanding (comparable uncontrolled price) atas barang yang sama adalah yang dijual kepada PT X yang tidak ada hubungan istimewa. Dengan demikian harga yang wajar (arm’s length price) adalah Rp. 200 per unit. Harga inilah yang dipakai sebagai dasar perhitungan penghasilan dan atau penggenaan pajak.
4. Kekurangwajaran  Harga Pembelian

H Ltd Hongkong memiliki 25% saham PT B. PT B mengimpor barang produksi H Ltd denga harga Rp. 3.000 per unit. Produk tersebut dijual kembali kepada PT Y (tidak ada hub.istimewa) denga harga Rp. 3.500 per unit. Pada contoh tersebut diatas pertama-tama dicari harga pasar sebanding untuk barang yang sama, sejenis atau serupa atas pembelian atau impor dari pihak yang ada hub. Istimewa atau antar pihak-pihak yang tidak ada hub.istimewa, apabila ditemui kesulitan, maka penddekatan harga jual minus dapat diterapkan yaitu dengan mengurangkan harga kotor (mark-up) yang wajar ditambah biaya lainya yang dikeluarkan wajib pajak dari harga jual barang kepada pihak yang tidak punya hubungan istimewa. Apabila laba wajar yang diperoleh adalah Rp. 750 maka, harga wajar secara fiscal atas pembelian barang dari H Ltd adalah Rp. 2.750 (Rp. 3.500-750). Harga ini merupakan dasar perhitungan pokok PT B dan selisih Rp. 250 antara pembayaran utang ke H Ltd dengan harga pokok seharusnya diperhitungkan sebagai pembayaran deviden terselubung.

1. Kekurangwajaran  Alokasi biaya administrasi dan umum*(overhead cost)*

Kantor pusat perusahaan *(head office)* di luar negeri dari BUT di Indonesia sering mengalokasikan biaya administrasi dan umum *(overhead cost)* kepada BUT tersebut. Biaya yang di alokasikan tersebut antara lain :

* + 1. Biaya training karyawan BUT di Indonesia yang diselenggarakan kantor pusat di luar negeri
		2. Biaya perjalanan dinas direksi kantor pusat tersebut di masing-masing BUT
		3. Biaya administrasi atau manajemen lainya dari kantor pusat yang merupakan biaya penyelenggaraan perusahaan
		4. Biaya riset dan pengembangan yang dikeluarkan kantor pusat

Alokasi biaya-biaya tersebut diatas diperbolehkan sepanjang sebanding dengan manfaat yang diperoleh masing-masing BUT dan bukan merupakan duplikasi biaya

1. Kekurangwajaran Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham *(shareholderloan)*

H Ltd di Hongkong memiliki 80% saham PT C dengan modal yang belum di setor sebesar Rp. 200 juta. H Ltd juga memberikan pinjaman sebesar Rp.500 juta dengan bunga 25% atau Rp. 125 juta pertahun. Tingkat bunga yang berlaku adalah 20%. Sehubungan dengan transaksi diatas,diharuskan untuk menentukan kembali jumlah utang PT C. Pinjaman sebesar Rp. 200 juta dianggap sebagai penyetoran modal terselubung,sehingga besarnya hutang PT C yang dapat diakui adalah sebesar Rp.300 juta (Rp.500 juta-Rp. 200 juta). Biaya bunga yang boleh dibebankan atas transaksi pinjam-meminjam diatas adalah sebesar Rp.60 juta ( 20%x Rp.300 juta) yang berarti timbul koreksi.

1. Kekurangwajaran  Pembayaran komisi,lisensi,franchise,sewa,royalty,imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik dan imbalan atas jasa lainnya.

PT A perusahaan komputer memberikan lisensi kepada PT X (tidak ada hub.istimewa) sebagai distributor tunggal di Negara X untuk memasarkan program komputernya dengan royalti 20% dari penjualan bersih. Selain itu PT B di Negara B (ada hub.istimewa) sebagai distributor tunggal dan membayar royalty 15% dari penjualan bersih. Atas transaksi diatas maka royalty PT B juga harus 20%. Hal ini disebabkan karena program computer yang dipasarkan PT B sama dengan yang dipasarkan PT X.

1. Kekurangwajaran  Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah daripada pasar.

A adalah pemegang 50% saham PT B. harta perusahaan PT B berupa kendaraan dibeli A dengan harga Rp.10 juta. Nilai buku kendaraan tersebut adalah Rp.10 juta.Harga pasaran kendaraan sejenis dalam keadaan yang sama Rp 30 juta. Dari transaksi di atas dapat dilihat bahwa harga pasar sebanding untuk kendaraan tersebut adalah 30 juta, maka penghasilan kena pajak PT B dikoreksi positif Rp. 20 juta (Rp.30 juta-Rp.10 juta). Sedangkan bagi A selisih harga Rp. 20 juta merupakan penghasilan berupa deviden yang oleh PT B harus dipotong PPh pasal 23.

1. Kekurangwajaran  Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang atau tidak mempunyai subtansi usaha*(misalnya dummy company, letter box company atau reinvoicing center)*

PT I di Indonesia yang mempunyai hub.istimewa dengan H Ltd di Hongkong.dua-duannya adalah anak perusahaan K di Korea.Dalam usahannya PT I mengekspor barang yang langsung dikirim ke X di Amerika serikat atas peermintaan H Ltd di Hongkong.Harga pokok barang tersebut adalah Rp 100 dan PT I di Indonesia selalu menagih dengan harga Rp 110. Sedang H Ltd Hongkong menagih X di Amerika Serikat. Informasi yang diperoleh dari Amerika Serikat menunjukkan bahwa X membeli barang dengan harga Rp 175. Keterangan lebih lanjut menunjukkan bahwa H Ltd hongkong hanya berupa Letter Box Company (reinvoicing centre) tanpa substansi bisnis. Oleh karena tarif pajak di Hongkong lebih rendah dari di Indonesia,maka terdapat petunjuk adanya usaha wajib pajak untuk mengalihkan laba kena pajak dari Indonesia ke hongkong agar diperoleh penghematan pajak. Dengan memperhatikan fungsi (substansi bisnis) dari H Ltd Hongkong, maka perantara transaksi demikian (untuk penghitungan pajak) dianggap tidak ada, sehingga harga jual PT di Indonesia dikoreksi sebesar Rp 65 (Rp 175-Rp 110)

Soal

1. Definisi Harga Transfer
2. Tujuan Harga Transfer
3. Sebutkan Metode Harga Transfer
4. Sebutkan dan jelaskan, Kekurangwajaran dari adanya transfer pricing. (berdasarkan surat edaran Dirjen Pajak No.SE-04/PJ.7/1993)