

ASPEK PERPAJAKAN DALAM PRAKTIK TRANSFER PRICING

Fadjar Harimurti

Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta

ABSTRACT

Economic globalization have brought impact progressively the increasing of international transaction or cross border transaction. Goods current, people, service, and investment have come to collapsible duplicate. In this time movement of fund and capital from one state to other state become bigger than previously. In multinational environment, happened various transaction between member covering sale of service and goods, rights license and other intangible assets, ready of loan etcetera. Price picking to the various transaction between the corporation member recognized with the title transfer pricing. Practice of this transfer pricing before now is only done by company solely just for assessing performance between company division or member, but along with practice epoch growth of transfer pricing often also be wearied for the management of tax that is a effort for the minimization of the amount of tax which must be pay.

The purpose of the transfer pricing finance data transmission among company divisions or departments when them using each other service and goods one another. Besides the target also used to evaluate division performance and motivate seller division manager and buyer division to compatible decision with a purpose to company as a whole

Keywords: *economic globalization, transfer pricing, tax*

PENDAHULUAN

Interdependensi antar negara yang diikuti dengan semakin pesatnya hubungan perdagangan dan ekonomi khususnya di bidang permodalan telah menimbulkan suatu perkembangan tatanan baru dalam perekonomian dunia, yaitu munculnya unifikasi ekonomi global dengan kecenderungan ke arah regionalisasi maupun globalisasi. Globalisasi ekonomi telah membawa dampak semakin meningkatnya transaksi internasional atau *cross border transaction*. Arus barang, orang, jasa, dan permodalan (investasi) antarnegara telah menjadi berlipat ganda. Saat ini pergerakan modal dan dana dari satu negara ke negara lain menjadi lebih besar dari sebelumnya. Lahirnya *General Agreement on Trade and Tariff* (GATT) dan *World Trade Organisation* (WTO) telah mengurangi kendala-kendala dalam pergerakan barang, jasa dan modal antar negara. Perusahaan-perusahaan tidak lagi membatasi operasinya hanya di negara sendiri, akan tetapi merambah ke manca negara dan menjadi perusahaan multinasional dan transnasional. Mereka beroperasi

melalui anak usaha dan cabang-cabangnya di hampir semua negara berkembang dan pasar-pasar yang sedang tumbuh.

Dalam lingkungan perusahaan multinasional, terjadi berbagai transaksi antaranggota yang meliputi penjualan barang dan jasa, lisensi hak dan harta tak berwujud lainnya, penyediaan pinjaman dan sebagainya. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota korporasi tersebut dikenal dengan sebutan *transfer pricing* (harga transfer). Praktik *transfer pricing* ini dulunya hanya dilakukan oleh perusahaan semata-mata hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan, tetapi seiring dengan perkembangan zaman praktik *transfer pricing* sering juga dipakai untuk manajemen pajak yaitu sebuah usaha untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

TRANSFER PRICING

Bagi organisasi yang terdesentralisasi, keluaran dari sebuah divisi dipakai sebagai masukan bagi divisi lain. Transaksi antar divisi ini mengakibatkan timbulnya suatu mekanisme *transfer pricing*. *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* 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 secara 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 atau bea dari suatu negara.

TUJUAN TRANSFER PRICING

Tujuan penetapan harga transfer adalah untuk mentransmisikan data keuangan di antara 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* terkadang digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjual dan divisi pembeli menuju keputusan-keputusan yang serasi dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Sedangkan dalam lingkup perusahaan multinasional, *transfer pricing* digunakan untuk, meminimalkan pajak dan bea yang mereka keluarkan diseluruh dunia. *Transfer pricing can effect overall corporate incame taxes. This is particularly 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. Harga Transfer Dasar Biaya (*Cost-Based Transfer Pricing*)
Perusahaan yang menggunakan metode transfer atas dasar biaya menetapkan harga transfer atas biaya variabel dan tetap yang bisa dalam tiga pemilihan bentuk yaitu : biaya penuh (*full cost*), biaya penuh ditambah *mark-up* (*full cost plus markup*) dan gabungan antara biaya variabel dan tetap (*variable cost plus fixed fee*).
2. Harga Transfer atas Dasar Harga Pasar (*Market Basis Transfer Pricing*)
Apabila ada suatu pasar yang sempurna, metode *transfer pricing* atas dasar harga pasar inilah merupakan ukuran yang paling memadai karena sifatnya yang independen. Namun keterbatasan informasi pasar yang terkadang menjadi kendala dalam menggunakan *transfer pricing* yang berdasarkan harga pasar.
3. Harga Transfer Negosiasi (*Negotiated Transfer Prices*)
Dalam ketiadaan harga, beberapa perusahaan memperkenankan divisi-divisi dalam perusahaan yang berkepentingan dengan *transfer pricing* untuk menegosiasikan harga transfer yang diinginkan. Harga transfer negosiasi mencerminkan prospektif kontrolabilitas yang *inherent* dalam pusat-pusat pertanggungjawaban karena setiap divisi yang berkepentingan tersebut pada akhirnya yang akan bertanggung jawab atas harga transfer yang dinegosiasikan.

TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MULTINASIONAL

Transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan multinasional ini berdasarkan jangkauan geografis operasi perusahaannya tergolong ke dalam *transfer pricing* transnasional. *Transfer pricing* transnasional berkenaan dengan transaksi antardivisi dalam satu entitas hukum atau antarentitas legal dalam satu entitas ekonomi yang meliputi berbagai wilayah. Sedangkan *transfer pricing* domestik berhubungan dengan penghitungan harga transfer barang atau jasa antar badan dalam satu grup korporasi besar atau antar divisi dalam satu korporasi dalam satu wilayah (Gunadi, 1999) Perhatikan deskripsi diatas, kiranya jelas bahwa *transfer pricing* adalah hal yang lazim digunakan dalam manajemen suatu perusahaan, terutama perusahaan yang memiliki sejumlah pusat pertanggungjawaban yang berbeda, sebagaimana dikatakan oleh Shapiro dalam Gunadi (1994:42) bahwa dari aspek manajemen keuangan, *transfer pricing* dapat merupakan instrumen perencanaan dan pengendalian mekanisme arus sumber daya entitas ekonomi bagi perusahaan secara keseluruhan. Untuk keperluan perencanaan dan pengendalian manajerial, suatu entitas legal atau entitas ekonomi (beberapa entitas legal yang berada dalam kepemilikan atau penguasaan yang sama) dapat dipecah menjadi beberapa pusat tanggungjawab (*responsibility center*). Pusat ini dapat berupa divisi, departemen atau suatu entitas legal dalam jaringan entitas ekonomi. Pusat tersebut merupakan suatu lokasi aktivitas yang manajernya mendapat delegasi otoritas pengendalian, dan oleh karenanya mempunyai tanggung jawab atas aktivitas tersebut selama masa tertentu (Gunadi 1994:12). Selanjutnya, Horngren & Foster dalam Gunadi (1994:9) memberikan pengertian tentang empat pusat tanggungjawab, yaitu:

- (1) Pusat biaya (*cost center*)
Suatu pusat tanggung jawab yang manajernya mempunyai pengaruh (dan oleh karenanya bertanggung jawab) atas biaya, yang dapat ditimbulkan oleh suatu center atau investasi yang mendatangkan penghasilan.
- (2) Pusat penghasilan (*revenue center*)
Suatu pusat tanggung jawab yang manajernya bertanggung jawab atas pengendalian penghasilan yang diproduksi oleh centernya
- (3) Pusat laba (*profit center*)
Suatu pusat tanggung jawab yang manajernya bertanggung jawab untuk mengendalikan biaya maupun penghasilan
- (4) Pusat investasi (*investment center*)
Suatu pusat tanggung jawab yang manajernya mempunyai pengaruh atas biaya, penghasilan dan perencanaan serta pengendalian investasi.

Berdasarkan deskripsi di atas, menurut Gunadi, *cost center* dan *revenue center* hanya bertanggung jawab atas satu hal (biaya atau penghasilan) saja, manajer *profit center* bertanggung jawab atas keduanya, sedangkan manajer *investment center* selain bertanggung jawab atas laba juga bertanggung jawab atas investasi (Gunadi 1994:13) Dengan dikenalnya entitas dengan beberapa pusat tanggung jawab dalam suatu korporasi multinasional, istilah *transfer pricing* sering disebut juga dengan istilah “*intracompany pricing*”, “*intercorporate pricing*”, “*interdivisional pricing*” atau “*internal pricing*”. 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 lainnya dalam satu perusahaan yang sama berbeda satu dengan yang lain. Misalnya divisi penjual menginginkan harga transfer yang tinggi yang akan meningkatkan *income*, yang secara otomatis akan meningkatkan ROI-nya, tetapi di sisi 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 negara 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 berlaku di negara tersebut juga rendah. Tetapi apabila kita berbicara tentang Amerika, tidak mungkin tarif 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 tarif pajak yang ditetapkan di negara yang bersangkutan tinggi.

Suatu survey yang dilakukan oleh Ernst & Young LLP, (1999) menemukan bahwa masalah *transfer pricing* merupakan masalah utama dalam bidang perpajakan selama kurun waktu dua tahun terakhir yang terjadi pada perusahaan-perusahaan multinasional di seluruh dunia. Oleh karena itu banyak kantor akuntan publik melakukan *audit compliance*, untuk melakukan pemeriksaan atas masalah *transfer pricing* ini yang memang berpengaruh terhadap jumlah pajak yang harus dibayarkan. Gambar berikut ini akan memperlihatkan persentase dilakukannya *audit compliance* pada perusahaan-perusahaan multinasional yang tersebar di berbagai negara besar di dunia. 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-realokasikan kembali jumlah laba dan biaya-biaya yang timbul di perusahaan multinasional yang notabene punya beberapa divisi, sehingga laba dan biaya-biaya yang timbul sebagai hasil transaksi antar divisi tersebut yang ditengarai sebagai suatu praktik *transfer pricing* yang bisa meminimalkan pajak terutang dapat di cegah. U.S.- *Based multinationals are subject to Internal Revenue Code Section 482 on the pricing of intercompany transactions. This section gives the IRS the authority to reallocate income and deductions among divisions if it believes that such reallocation will reduce potential tax evasion* (Hansen and Mowen, 1996: 543).

Lebih lanjut ditegaskan bahwa dalam IRS, apabila terjadi transaksi antar divisi dalam perusahaan multinasional atau terjadi transaksi dalam perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa, maka harga yang berlaku adalah harga yang timbul apabila transaksi tersebut dilakukan dengan pihak-pihak di luar perusahaan atau dengan kata lain, transaksi dilakukan dengan pihak-pihak yang tidak punya hubungan istimewa.

OTORITAS FISKAL DAN ISU *TRANSFER PRICING*

Meskipun dari sisi korporasi multinasional *transfer pricing* merupakan alat untuk memobilisasi laba usaha untuk tujuan usahanya, otoritas fiskal (aparatus perpajakan) selalu menginginkan transaksi yang terjadi antardivisi atau antarperusahaan dalam satu grup tetap mengacu pada harga pasar wajar dan bersifat *arm's length*.

Negara berkembang, termasuk Indonesia, menyadari bahwa korporasi multinasional dengan berbagai kelebihannya mempergunakan rekayasa *transfer pricing* untuk mengalihkan potensi pajak Indonesia ke negara lain dengan berbagai dalih, alasan dan justifikasi atas rekayasa tersebut. Oleh karenanya, otoritas fiskal secara subyektif memandang tujuan dilakukannya *transfer pricing* adalah untuk menghindari pajak, terutama terkait dengan isu mengenai kelayakan alokasi penghasilan, keuntungan dan biaya di antara yurisdiksi pajak yang berbeda-beda dimana korporasi multinasional tersebut beroperasi.

Terkait dengan isu *transfer pricing*, secara umum otoritas fiskal harus memperhatikan dua hal mendasar agar koreksi pajak terhadap dugaan *transfer pricing* mendapat justifikasi yang kuat. Kedua hal prinsipil tadi adalah: (1) afiliasi

(*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*) dan (2) kewajaran atau *arm's length principle* (Bhakti 2002:30-34).

AFILIASI (ASSOCIATED ENTERPRISES)

Pengertian mengenai hubungan istimewa menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK No.7) adalah sebagai berikut: (a) perusahaan yang melalui satu atau lebih perantara (*intermediaries*), mengendalikan, atau dikendalikan oleh, atau berada di bawah pengendalian bersama, dengan perusahaan pelapor (termasuk *holding companies, subsidiaries* dan *fellow subsidiaries*) (b) perusahaan asosiasi (*associated company*) (c) perorangan yang memiliki, baik secara langsung maupun tidak langsung, suatu kepentingan hak suara di perusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan, dan anggota keluarga dekat dari perorangan tersebut (yang dimaksudkan dengan anggota keluarga dekat adalah mereka yang dapat diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan tersebut dalam transaksinya dengan perusahaan pelapor) (d) karyawan kunci, yaitu orang-orang yang mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin dan mengendalikan kegiatan perusahaan pelapor yang meliputi anggota dewan komisaris, direksi dan manajer dari perusahaan serta anggota keluarga dekat orang-orang tersebut (e) perusahaan di mana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang diuraikan dalam (c) atau (d), atau setiap orang tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut. Ini mencakup perusahaan-perusahaan yang dimiliki anggota dewan komisaris, direksi atau pemegang saham utama dari perusahaan pelapor dan perusahaan-perusahaan yang mempunyai anggota manajemen kunci yang sama dengan perusahaan pelapor. Pengertian hubungan istimewa menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 17 Tahun 2000 (UU PPh) adalah: hubungan istimewa dianggap ada apabila: (a) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain, atau hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir; atau (b) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (c) terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan atau ke samping satu derajat.

KEWAJARAN (ARM'S LENGTH PRINCIPLE)

Syarat kedua dari *harga transfer* adalah kewajaran. Prinsip kewajaran berarti mengacu kepada sesuatu yang dianggap wajar. Masalah yang timbul adalah acuan yang digunakan apakah dapat dikatakan sebanding atau *comparable*. Menyangkut masalah kewajaran, PSAK No.17, menyebutkan, bahwa pengakuan akuntansi suatu pengalihan sumber daya secara normal didasarkan pada suatu harga yang disepakati pihak yang bersangkutan. Harga yang berlaku antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa adalah harga pertukaran antara pihak yang

independen (arm's length price). Pihak yang mempunyai hubungan istimewa mungkin mempunyai suatu tingkat keluwesan dalam proses penentuan harga, yang tidak terdapat dalam transaksi antara pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Sedangkan menurut UU PPh menyebutkan hal-hal sebagai berikut: “Direktur Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa”. Menurut *arm's length principle*, harga-harga transfer seharusnya ditetapkan supaya dapat mencerminkan harga yang disepakati sebagaimana transaksi tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak terkait yang bertindak secara bebas. Dapat dijelaskan bahwa apabila terjadi transaksi antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa maka kondisi dari transaksi tersebut haruslah sama dengan transaksi antara pihak yang independen, sehingga ketidaksesuaian, dapat menyebabkan dilakukannya koreksi oleh pihak otoritas fiskal.

ADVANCE PRICING AGREEMENT (APA) DAN PENANGANAN KASUS TRANSFER PRICING MENURUT HUKUM POSITIF PERPAJAKAN INDONESIA

Undang-undang perpajakan Indonesia selama sepuluh tahun keberadaannya, belum pernah mencantumkan secara eksplisit istilah *transfer pricing* maupun penanganannya. Perhatian lebih terhadap masalah *transfer pricing* ini, membuat pemerintah memasukkan klausul masalah penting ini dalam Paket Perubahan Undang-Undang Pajak Tahun 2000. Pasal 18 ayat (3a) UU PPh menyebutkan bahwa: “DJP (Dirjen Pajak) berwenang melakukan perjanjian dengan wajib pajak dan bekerja sama dengan pihak otoritas pajak negara lain untuk menentukan harga transaksi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, yang berlaku selama suatu periode tertentu dan mengawasi pelaksanaannya serta melakukan renegotiasi setelah periode tertentu tersebut berakhir”. Memori penjelasan pasal tersebut menyatakan bahwa: “kesepakatan harga transfer (*Advance Pricing Agreement/APA*) adalah kesepakatan antara wajib pajak dengan DJP mengenai harga jual wajar produk yang dihasilkannya kepada pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa (*related parties*) dengannya. Tujuan diadakannya APA adalah untuk mengurangi terjadinya praktik penyalahgunaan *transfer pricing* oleh perusahaan multi nasional. Persetujuan antara wajib pajak dengan DJP tersebut dapat mencakup beberapa hal antara lain harga jual produk yang dihasilkan, jumlah royalty, dan lain-lain, tergantung pada kesepakatan. Keuntungan dari APA selain memberikan kepastian hukum dan kemudahan penghitungan pajak, fiskus tidak perlu melakukan koreksi atas harga jual dan keuntungan produk yang dijual wajib pajak kepada perusahaan dalam grup yang sama. APA dapat bersifat unilateral, yaitu merupakan kesepakatan antara DJP dengan wajib pajak atau bilateral, yaitu kesepakatan antara DJP dengan otoritas perpajakan Negara lain yang menyangkut wajib pajak yang berada di wilayah

yurisdiksinya”. Berdasarkan hal tersebut, pengaturan lebih jauh mengenai bagaimana wajib pajak mencapai kesepakatan harga transfer dengan DJP melalui APA menjadi hal yang penting mempertimbangkan resiko koreksi fiskal yang dapat dilakukan oleh pihak otoritas pajak berkenaan dengan indikasi ketidakwajaran harga yang diberlakukan kepada pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

KESIMPULAN

Transfer pricing didefinisikan sebagai suatu harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antardivisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). *Transfer pricing* sering juga disebut dengan *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional* atau *internal pricing* yang merupakan harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar anggota (grup perusahaan). Tujuan *transfer pricing* adalah untuk mentransmisikan data keuangan di antara departemen-departemen atau divisi-divisi perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain. Selain tujuan tersebut, *transfer pricing* juga digunakan untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjual dan divisi pembeli menuju keputusan-keputusan yang serasi dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan. Praktik *transfer pricing* sering digunakan oleh banyak perusahaan sebagai alat untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Adanya hubungan istimewa merupakan kunci dari dilakukannya praktik *transfer pricing* dalam bidang perpajakan. Hubungan istimewa dalam perpajakan ditandai dengan adanya hubungan antara dua atau lebih Wajib Pajak yang berada di bawah pemilikan atau penguasaan yang sama baik secara langsung maupun tidak langsung, adanya hubungan antara Wajib Pajak yang mempunyai penyertaan 25% atau lebih pada pihak yang lain. Hubungan istimewa juga ditandai dengan adanya hubungan keluarga baik sedarah dan semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat. Kekurang-wajaran dari harga transfer (*non arm's length price*) yang ditimbulkan dengan adanya praktik *transfer pricing* dapat terjadi atas: harga penjualan; harga pembelian; alokasi biaya administrasi dan umum (*overhead cost*); pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (*shareholder loan*); pembayaran komisi, lisensi, *franchise*, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik dan imbalan atas jasa lain; pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar, penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang/tidak mempunyai substansi usaha.

Beberapa hambatan penerapan APA di Indonesia, seperti: (i) kurangnya sumber daya manusia yang memiliki keahlian khusus di bidang *transfer pricing*; (ii) sistem pendataan dan dokumentasi yang masih belum memadai dan terorganisir baik; serta (iii) moralitas otoritas fiskal dan wajib pajak yang masih perlu terus-menerus diperbaiki, kiranya tidak dipakai untuk dijadikan alasan agar tidak meneruskan pembenahan prosedur teknis pengajuan APA yang telah dijadikan salah satu alternatif pencegahan praktik *transfer pricing* pada korporasi multinasional dalam UU Pajak kita.

DAFTAR PUSTAKA

- Astera Primanto, Bhakti, 2002 “Transfer Pricing Suatu Kajian Perpajakan”, *Jurnal Perpajakan Indonesia*, No.7/2002, hal 30-34
- Gunadi, Agustus 2001, “Pajak Penghasilan 2001” *Berita Pajak* No. 1425/Tahun XXXII/15 Agustus 2000, Hal. 43-44.
- Gunadi, 1999, *Pajak Internasional*, Ed. Revisi, Jakarta: LPFEUI.
- Gunadi, 1994, *Transfer Pricing: Suatu Tinjauan Akuntansi Manajemen dan Pajak*, Jakarta: Bena Rena Pariwara.
- Henry Simamora, 1999, *Akuntansi Manajemen*, Jakarta : Salemba Empat
- Hansen and Mowen, 1996, *Management Accounting*, Cincinnati, Ohio: Western College Publishing.
- Iman Santoso, 2004, “Advance pricing Agreement dan problematika transfer pricing dari perspektif perpajakan indonesia”, *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, Vol 6, No 2.
- Yenni Mangoting, 2000, ”Transfer Pricing dari perspektif perpajakan”, *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, Vol 2, No 1.