

Pengertian *Transfer Pricing*

Transfer Pricing menurut Simamora dalam Salsalina (2012), didefinisikan sebagai nilai atau harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). *Transfer pricing* 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.

Menurut Gunadi (2007) *Transfer pricing* merupakan jumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah di sepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis finansial maupun transaksi lainnya.

Sedangkan Suryana (2012) mendefinisikan *transfer pricing* adalah transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau menurunkan harga (*mark down*), kebanyakan dilakukan oleh perusahaan global (*multinational enterprise*). Yang dimaksud dengan perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi di lebih dari satu negara di bawah pengendalian satu pihak tertentu.

Transfer pricing dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa. Dalam suatu grup perusahaan, *transfer pricing* sering disebut dengan istilah *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional pricing*, dan *internal pricing*. Istilah tersebut menunjukkan bahwa pengaturan harga tersebut tidak sebatas kepada pengaturan harga antar-perusahaan dalam satu grup perusahaan saja, tetapi dapat pula terjadi pengaturan harga antara-divisi pada satu perusahaan.

Pengertian *transfer pricing* sebagai harga yang ditimbulkan akibat penyerahan barang, jasa dan harta tak berwujud, seperti yang telah disebutkan di atas merupakan pengertian yang netral. Akan tetapi, istilah *transfer pricing* sering dikonotasikan sebagai sesuatu yang tidak baik (*abuse of transfer pricing*), yaitu pengalihan atas penghasilan kena pajak (*taxation income*) dari suatu perusahaan multi-nasional ke negara-negara yang tarif pajaknya rendah dalam rangka untuk mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan nasional tersebut.

Adapun pengertian *transfer pricing manipulation* sendiri diartikan sebagai suatu kegiatan untuk memperbesar biaya atau merendahkan tagihan yang bertujuan untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Dengan demikian, manipulasi *transfer pricing* dapat

dilakukan dengan cara memperbesar biaya atau memperkecil penjualan melalui mekanisme harga transfer dengan tujuan untuk mengurangi pembayaran pajak. Sehingga, manipulasi *transfer pricing* terjadi dengan cara menetapkan harga transfer menjadi “terlalu besar atau terlalu kecil” dengan maksud untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang. Karena dengan memperkecil jumlah pajak yang terutang, keuntungan yang diterima oleh perusahaan multinasional akan semakin besar.

Jadi diambil dapat diambil kesimpulan *Transfer pricing* adalah mekanisme penetapan harga yang tidak wajar atas transaksi penyediaan barang atau penyerahan jasa oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa (*related parties*). *Transfer pricing* biasanya dilakukan perusahaan-perusahaan multinasional. Dengan praktik yang tidak sehat tersebut, mengakibatkan hilangnya potensi pajak yang seharusnya diterima negara. Inilah sebabnya, kegiatan yang bersifat manipulatif ini sering dikaitkan dengan kerugian Negara.

A. Tujuan Penetapan 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. Selain itu *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.

Menurut Horngren, Datar dan Foster penetapan harga transfer (*transfer pricing*) seharusnya membantu mencapai strategi dan tujuan perusahaan dan sesuai dengan struktur organisasi perusahaan. Secara khusus, *transfer pricing* seharusnya mendukung kesesuaian tujuan dan tingkat usaha manajemen puncak. Subunit yang menjual produk atau jasa seharusnya dimotivasi untuk menurunkan biaya mereka; subunit yang membeli produk atau jasa seharusnya dimotivasi untuk memperoleh dan menggunakan input secara efisien.

Transfer Pricing seharusnya juga membantu manajemen puncak mengevaluasi kinerja dari subunit individual dan manajer mereka. Jika manajemen puncak mendukung tingkat desentralisasi yang tinggi, harga transfer seharusnya mendukung tingkat otonomi subunit yang tinggi dalam pengambilan keputusan. Ini berarti manajer subunit yang ingin memaksimalkan laba operasi dari sub unitnya seharusnya memiliki kebebasan untuk melakukan transaksi

dengan subunit lain dari perusahaan (atas dasar harga transfer) atau untuk melakukan transaksi dengan pihak eksternal.

Berdasarkan jangkauan teritorial operasi perusahaan, *transfer pricing* juga dapat dikelompokkan dalam *transfer pricing* domestik dan *transfer pricing* multinasional. *Transfer pricing* domestik adalah harga transfer barang atau jasa antar badan satu grup perusahaan atau antardivisi dalam satu perusahaan dalam satu wilayah kedaulatan negara, sedang *transfer pricing* multinasional berkenaan dengan transaksi antardivisi dalam satu unit hukum atau antarunit hukum dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara.

Beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam rangka aplikasi *transfer pricing*, baik bagi perusahaan domestik maupun bagi perusahaan multinasional, adalah antara lain:

1. Evaluasi Kinerja (mengukur hasil operasi setiap unit)
2. Motivasi Manajemen (penyusunan orientasi produksi dan laba pada semua unit)
3. Pengendalian harga untuk lebih merefleksikan “*Cost*” dan “*margin*” yang seharusnya diterima dari langganan dan penetapan harga optimal.
4. Pengendalian pasar untuk mengamankan posisi kompetitif perusahaan.

Kebijakan aplikasi *transfer pricing* multinasional bertujuan:

1. Memaksimalkan penghasilan global
2. Mengamankan posisi kompetitif anak/ cabang perusahaan dan penetrasi pasar.
3. Mengevaluasi kinerja anak/ cabang perusahaan mancanegara.
4. Menghindarkan pengendalian devisa.
5. Mengontrol kredibilitas asosiasi.
6. Mengurangi resiko moneter
7. Mengatur arus kas anak/cabang perusahaan yang memadai,
8. Membina hubungan baik dengan administrasi setempat
9. Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk
10. Mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah

B. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penetapan *Transfer Pricing* (Harga Transfer)

Penetapan harga transfer merupakan sumber yang cukup baru. Ketika perusahaan berkembang secara internasional, masalah penetapan harga pengiriman langsung menjadi masalah yang lebih serius. Diperkirakan bahwa 60% dari semua perdagangan internasional terdiri atas pengiriman antar entitas-entitas bisnis yang terkait. Transaksi antar negara juga menghadapkan perusahaan multinasional pada pengaruh-pengaruh lingkungan yang menciptakan dan menghancurkan peluang untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan penetapan harga pengiriman. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dengan penetapan harga transfer:

1. Pertimbangan-pertimbangan pajak

Jika tidak ditiadakan oleh undang-undang, keuntungan perusahaan bisa ditingkatkan dengan menetapkan harga pengiriman untuk memindahkan keuntungan dari anak perusahaan yang berlokasi di negara-negara berpajak tinggi ke anak perusahaan yang berlokasi di negara-negara berpajak rendah.

2. Perhitungan tarif

Tarif barang-barang impor juga mempengaruhi kebijakan penetapan harga transfer perusahaan multinasional. Sebagai contoh sebuah perusahaan mengekspor barang kepada cabang perusahaannya yang berdomisili di sebuah negara bertarif tinggi bisa mengurangi tarifnya dengan menekan harga barang dagangan yang dikirim kesana.

Sebagai tambahan untuk semua kaitan ini, perusahaan multinasional harus memperhitungkan biaya dan keuntungan tambahan, eksternal dan internal. Secara eksternal, MNC memiliki otoritas perpajakan yang bertentangan dengan kebiasaan resmi negara-negara impor dan administrator pajak penghasilan dari negara ekspor dan impor. Tarif yang lebih tinggi dibayar oleh importer yang menurunkan pajak dasar untuk pajak penghasilan. Secara internal, perusahaan harus mengevaluasi keuntungan dari pajak penghasilan yang lebih rendah (lebih tinggi) di negara impor terhadap kegiatan impor yang lebih tinggi (lebih rendah), sebagaimana besar (kecil) pajak penghasilan yang dibayarkan oleh perusahaan di negara ekspor.

3. Faktor-faktor kompetitif

Untuk memfasilitasi pendirian cabang perusahaan diluar negeri, perusahaan induk bisa mendukung cabang perusahaan dengan memakai faktur pada harga yang sangat rendah. Semua harga cabang perusahaan ini bisa dihilangkan secara berkala ketika cabang perusahaan memperkuat posisinya dipasar luar negeri. Sama halnya, harga transfer yang rendah bisa digunakan untuk membentengi usaha yang ada dari dampak persaingan asing dipasar local atau pasar lainnya dengan kata lain profit yang diperoleh dari suatu negara dapat menyokong penetrasi kepasar lain. Dampak persaingan secara tidak langsung juga dapat terjadi. Untuk memperbaiki akses cabang perusahaan luar negeri dengan pasar modal, ketetapan harga transfer rendah untuk input dan ketetapan harga transfer tinggi untuk output bisa menyokong laporan pendapatan dan posisi keuangannya. Kadang-kadang, harga transfer dapat digunakan untuk melemahkan cabang perusahaan pesaing.

4. Resiko lingkungan

Mengingat perhitungan persaingan diluar negeri mungkin menuntut beban biaya transfer yang rendah untuk cabang perusahaan diluar negeri, resiko dari inflasi harga tinggi mungkin sebaliknya. Inflasi mengikis daya beli kas perusahaan. Harga transfer barang yang lebih tinggi untuk barang atau jasa membuat cabang perusahaan berhadapan dengan inflasi tinggi yang bisa menghanguskan semua kas yang ada dari cabang perusahaan.

5. Perhitungan Penilaian Performa

Kebijakan penetapan harga juga dipengaruhi oleh dampak mereka dalam tindakan managerial dan sering menjadi penentu utama performa perusahaan. Sebagai contoh, jika misi cabang perusahaan luar negeri adalah untuk menyediakan persediaan untuk sistem perusahaan yang tersisa, harga transfer yang tepat memungkinkan manajemen perusahaan memberikan cabang perusahaan sebuah arus pendapatan yang dapat digunakan dalam perbandingan performa. Akan tetapi, hal ini sulit bagi perusahaan terdesentralisasi untuk menetapkan harga transfer antar perusahaan yang (1) mendorong manager untuk mengambil keputusan yang memaksimalkan keuntungan dan sesuai dengan target umum perusahaan dan (2) member dasar yang cukup untuk menilai performa manager dan perusahaan.

6. Kontribusi akuntansi

Manajemen akuntan bisa berperan signifikan dalam mengukur sasaran dalam strategi penetapan harga transfer. Rintangannya adalah menjaga perspektif global ketika memetakan keuntungan dan biaya yang sesuai dengan keputusan harga transfer. Pertama yang terjadi adalah dampaknya pada keputusan dalam sistem perusahaan. Mengukur sejumlah kesepakatan adalah sulit karena pengaruh lingkungan yang harus diperhitungkan secara kelompok, tidak secara individu.

C. Metode Penentuan *Transfer Pricing*

Menurut Salsalina (2012) ada beberapa metode dalam penentuan *transfer pricing* antara lain:

1. Metode Tradisional

1. Comparable Uncontrolled Price Method (CUPM)

Metode perbandingan harga antara pihak yang independen (*comparable uncontrolled price*) atau disingkat CUPM adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding. Kondisi yang tepat untuk menggunakan CUPM ini adalah :

- Barang atau jasa yang ditransaksikan memiliki karakteristik yang identik dalam kondisi yang sebanding; atau
- Kondisi transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan pihak-pihak yang tidak memiliki Hubungan Istimewa identik atau memiliki tingkat kesebandingan yang tinggi atau dapat dilakukan penyesuaian yang akurat untuk menghilangkan pengaruh dari perbedaan kondisi yang timbul.

Apabila tak ada kondisi di atas yang sesuai, maka CUPM tidak dapat digunakan dan Wajib Pajak harus menggunakan metode lainnya yang sesuai.

2. Cost-Plus Method (CPM)

Harga pasar wajar ditentukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi

sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Kondisi yang tepat untuk menggunakan CPM adalah:

- Barang setengah jadi dijual kepada pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa;
- Terdapat kontrak/perjanjian penggunaan fasilitas bersama (*joint facility agreement*) atau kontrak jual-beli jangka panjang (*long term buy and supply agreement*) antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa; atau
- Bentuk transaksi adalah penyediaan jasa.

Apabila tak ada kondisi di atas yang sesuai, maka metode CPM tidak dapat digunakan dan Wajib Pajak harus menggunakan metode lainnya yang sesuai.

3. *Resale Price Method (RPM)*

Metode harga penjualan kembali (*resale price method*) atau disingkat RPM adalah metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi suatu produk yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga jual kembali produk tersebut setelah dikurangi laba kotor wajar, yang mencerminkan fungsi, aset dan risiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar.

Kondisi yang tepat untuk menggunakan metode ini adalah :

- Tingkat kesebandingan yang tinggi antara transaksi antara Wajib Pajak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan transaksi antara Wajib Pajak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa, khususnya tingkat kesebandingan berdasarkan hasil analisis fungsi, meskipun barang/jasa yang diperjualbelikan berbeda dan
- Pihak penjual kembali (*reseller*) tidak memberikan nilai tambah yang signifikan atas barang atau jasa yang diperjualbelikan.

2. *Metode Transactional Profit:*

1. *Profit Split*

- Metode ini digunakan apabila data pembandingan tidak cukup lengkap.

- Laba dari transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa dapat diketahui dengan cara melakukan analisis fungsi atas kegiatan usaha yang dilakukannya.

2. *Transactional Net Margin Method (TNMM)*

- Metode ini juga digunakan apabila data pembanding tidak cukup lengkap.
- Membandingkan laba bersih dengan Harga Pokok Penjualan (HPP), Penjualan atau aktiva yang dipergunakan untuk menghasilkan laba bersih tersebut, setelah itu laba bersih atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

3. Metode Lainnya: *OECD Guidelines* tidak memperkenankan metode lainnya untuk menentukan harga pasar wajar karena metode ini tidak mencerminkan harga pasar wajar yang sesungguhnya. Metode ini terdiri dari *global split method* dan juga *formulary apportionment method*.

D. Problematika Praktik Penghindaran Pajak

Transfer pricing merupakan isu klasik di bidang perpajakan, khususnya menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh korporasi multinasional. Dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara 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 rendah (*low tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Bagi perusahaan berskala global (*multinational corporations*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas.

Dalam lingkungan perusahaan multinasional, terjadi berbagai transaksi antar anggota 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 sebut Dalam lingkungan perusahaan multinasional, terjadi berbagai transaksi antar anggota yang meliputi penjualan barang dan jasa, lisensi hak dan harta tak berwujud lainnya, penyediaan pinjaman dan sebagainya. Penentuan harga atas

berbagai transaksi antar anggota dikenal dengan sebutan *transfer pricing* (harga transfer). Di Indonesia, transaksi antar anggota perusahaan multinasional tidak luput dari rekayasa *transfer pricing*, terutama oleh wajib pajak penanaman modal asing (PMA) dan cabang perusahaan asing di Indonesia yang termasuk dalam kategori bentuk usaha tetap (BUT). Sebagian besar perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan internal yang cukup substansial dengan induk perusahaan atau afiliasinya di negara manca. Perusahaan di Indonesia terutama dimanfaatkan sebagai manufaktur barang madya (*intermediate goods*) atau bahan mentah (*raw materials*) mereka. Produk hasil pabrik Indonesia tersebut dipasarkan ke pasar lokal atau diekspor ke Negara ketiga.

Pengertian penghindaran pajak (*tax avoidance*) selalu diartikan sebagai kegiatan meminimalkan beban pajak tanpa melanggar ketentuan perpajakan (legal) sedangkan penyelundupan pajak (*tax evasion*) diartikan sebagai kegiatan meminimalkan beban pajak dengan melanggar ketentuan perpajakan (ilegal). Timbul pertanyaan, apakah penghindaran pajak dapat selalu dikatakan legal. Menurut Roy Rohatgi dalam Darussalam dan Septriadi (2005), di banyak negara penghindaran pajak dibedakan menjadi penghindaran pajak yang diperbolehkan (*acceptable tax avoidance/tax planning/tax mitigation*) dan yang tidak diperbolehkan (*unacceptable tax avoidance*). Dengan kata lain, penghindaran pajak dapat saja dikategorikan sebagai kegiatan legal ataupun ilegal. Suatu penghindaran pajak dikatakan ilegal apabila transaksi yang dilakukan semata-mata untuk tujuan penghindaran pajak atau transaksi tersebut tidak mempunyai tujuan usaha yang baik (*bonafide business purpose*). Oleh karena itu, untuk mencegah praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan multinasional, sebagian besar negara telah mempunyai ketentuan anti penghindaran pajak (Brian J. Arnold dan Michael J. Mc Intyre dalam Darussalam dan Septriadi, 2005).

Skema *transfer pricing* yang sering dilakukan oleh perusahaan multinasional adalah dengan cara mengalihkan laba mereka dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya rendah. Untuk mencegah adanya pengalihan atas laba adalah dengan berbagai macam cara antara lain:

1. Otoritas pajak di berbagai Negara membuat aturan *transfer pricing* yang ketat seperti penerapan hukuman atau sanksi.
2. Persyaratan dokumen yang lengkap.
3. Pemeriksaan pajak terhadap perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing*.

Mengenai ketentuan *transfer pricing*, harus ditentukan Negara mana yang berhak memajaki laba yang dihasilkan oleh perusahaan yang menjalankan usahanya lebih dari satu Negara. Untuk perusahaan yang berorientasi pada laba, maka perusahaan multinasional akan berusaha untuk meminimalkan beban pajak melalui praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*) di negara-negara yang tidak mengatur secara ketat tentang ketentuan anti penghindaran pajak. Di Indonesia, untuk menangkal skema *transfer pricing*, maka sudah dibuat unit khusus (setingkat seksi) dalam jajaran Direktorat Pemeriksaan dan Penagihan, yaitu Sub Direktorat Pemeriksaan Transaksi Khusus Seksi *Transfer Pricing*.

Menurut pernyataan Suryana (2012), untuk mengurangi praktik *transfer pricing* perlu dikaji beberapa hal:

Pertama mengaktifkan peran akuntan publik. Ketentuan paragraf 9 huruf d Standar Professional Akuntan Publik (SPAP) No. 34 mengatur peranan auditor untuk menguji kewajaran perhitungan jumlah *related parties transaction* yang diungkapkan dalam laporan keuangan.

Kedua, memperluas kriteria *transfer pricing* tidak hanya *related parties*, tetapi melebar ke semua transaksi yang diindikasikan di bawah harga pasar wajar, termasuk dengan perusahaan non afiliasi.

Ketiga, menggunakan data pembanding eksternal dari pelaporan DHE (Devisa Hasil Ekspor) untuk mendeteksi aliran dana dan *underlying* transaksi ekspor. Dalam Peraturan Bank Indonesia No.13/20/PBI/2011, seluruh penerimaan DHE harus melalui Bank Devisa, dimana eksportir wajib menyampaikan informasi tentang DHE meliputi informasi tanggal PEB, kode kantor Bea Cukai, nomor pendaftaran PEB, dan NPWP eksportir.

Keempat, mengumumkan ke publik tentang proses banding oleh wajib pajak yang melakukan *transfer pricing*, sebagai bentuk tekanan moral. Perlu dicermati, pada pasal 50 ayat (1) UU No.14 tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak, disebutkan bahwa pengadilan pajak terbuka bagi publik. Dengan Pemerintah mengumumkan jalannya peradilan pajak, akan membuka mata publik bahwa perusahaan-perusahaan terkenal tersebut ternyata melakukan kecurangan untuk menghindari pajak.

Kelima, perlu ada data center, seperti *Indonesian Coal Index*, yang meng-*update* harga terbaru komoditas tambang. Harga terbaru komoditas diperlukan untuk *assesment* kewajaran omset penjualan pada SPT tahunan perusahaan pertambangan.

Keenam, pembentukan *single document window (SDW)* antar negara yang telah menerapkan tax treaty, dan forum multilateral, seperti APEC. Model SDW efektif untuk mengawasi harga pengiriman barang antar negara produsen dan konsumen. Dengan model SDW, penerbitan *invoice* oleh perusahaan perantara *abal-abal* di *tax haven country* akan terkena pajak, sehingga modus *transfer pricing* tidak efisien untuk perusahaan tersebut.

KESIMPULAN

1. *Transfer Pricing* didefinisikan sebagai harga yang ditentukan oleh satu bagian dari sebuah organisasi atas penyerahan barang atau jasa yang dilakukannya kepada bagian lain dari organisasi yang sama. *Transfer pricing* dapat juga diartikan sebagai nilai atau harga jual khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). Dilihat dari aspek perpajakan, pengertian *transfer pricing* adalah harga yang dibebankan oleh suatu perusahaan atas barang, jasa, harta tak berwujud kepada perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa.
2. 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. Selain itu *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. Namun dalam praktik, seringkali ditemukan transaksi antar anggota perusahaan multinasional yang tidak luput dari rekayasa *transfer pricing*.
3. Untuk mencegah praktik penghindaran pajak karena penentuan harga tidak wajar (*non arm's length price*), maka Dirjen Pajak menetapkan pedoman penentuan harga transfer yang membahas penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principles*) terkait transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Aturan ini mengharuskan wajib pajak untuk menggunakan nilai pasar wajar dalam bertransaksi dengan pihak berelasi (*related parties*).

DAFTAR PUSTAKA

- Choi, Frederick D.S dan Gary K Meek, (2010) *International Accounting (Akuntansi Internasional). Buku 2. Edisi 6*. Salemba Empat: Jakarta.
- Gunadi. (2007). *Pajak Internasional*. Jakarta : LPFEUI.
- Salsalina, Lingga Ita (2012). *Aspek Perpajakan Dalam Transfers Pricing dan Problematika Praktik Penghindaran Pajak (Tax Avoidance)*. Jurnal Zenit; Vol. 1 No. 3 Desember 2012. Universitas Kristen Maranatha.
- Suryana, Anandita B. (2012). Menangkal Kecurangan *Transfer Pricing*. <http://www.Pajak.go.id/node/4049?lang=en>, 15 Agustus 2012.