



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM STUDI MAGISTER AKUNTANSI

KARYA AKHIR

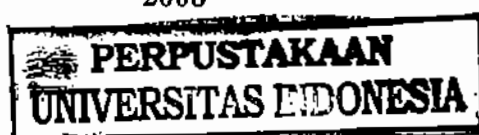
**STUDI KOMPARATIF KEBIJAKAN PERPAJAKAN  
TERHADAP *TRANSFER PRICING* ATAS *INTANGIBLE PROPERTY*  
(INDONESIA, OECD, AMERIKA SERIKAT, AUSTRALIA DAN MALAYSIA)**

DIAJUKAN OLEH :

**DEDY DJEFRIS  
0606148701**

T  
—  
25277

UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT  
GUNA MENCAPAI GELAR  
MAGISTER AKUNTANSI  
2008



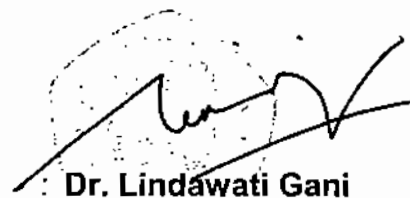


TANDA PERSETUJUAN KARYA AKHIR

Nama : Dedy Djefris  
Nomor Mahasiswa : 0606148701  
Konsentrasi : Perpajakan  
Judul Karya Akhir : **Studi Komparatif Kebijakan Perpajakan Terhadap *Transfer Pricing* Atas *Intangible Property* (Indonesia, OECD, Amerika Serikat, Australia dan Malaysia)**

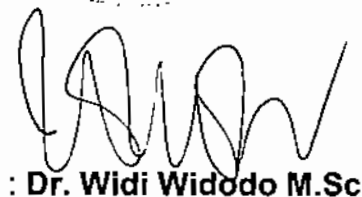
17 JUN 2008  
Tanggal : .....

Ketua Program Studi  
Magister Akuntansi

  
: **Dr. Lindawati Gani**

9/6 - 08  
Tanggal : .....

Pembimbing Karya Akhir

  
: **Dr. Widi Widodo M.Sc**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur pada Allah SWT Rabb seru sekalian alam, hanya karena Rahman dan Rahim dari Allah sehingga penulis dapat menyelesaikan karya akhir ini. Tujuan penyusunan karya akhir ini adalah untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi Magister Akuntansi – Universitas Indonesia.

Dalam penyusunan karya akhir ini, penulis menyadari bahwa karya akhir ini bukan semata-mata hasil kerja penulis sendiri, tetapi juga berkat bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Dr. Widi Widodo, M.Sc, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam penyelesaian karya akhir ini (semoga Allah membalasnya). Proses bimbingan selama ini menjadi pelajaran yang sangat berharga dan akan menjadi contoh bagi saya ketika kembali ke kampus.
2. Bapak Danny Septriadi SE, M.Si, LL.M Int. Tax, Bapak Darussalam SE, Ak, M.Si, LL.M Int. Tax, dan Bapak Drs. Rachmanto Surahmat atas kritikan yang membangun dan keikhlasan meluangkan waktu bagi penulis untuk mendiskusikan karya akhir ini.

3. Ibu Christine SE,Ak,M.Int.Tax dan Bapak Yohanes Ak, M.Si, selaku tim Penguji pada sidang karya akhir, yang telah memberikan masukan-masukan berharga bagi perbaikan karya akhir ini.
4. Ibu Dr. Lindawati Gani selaku pimpinan beserta staf administrasi di Program Magister Akuntansi, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
5. Kedua orang tua dan kedua mertua, serta adik-adik yang ku sayangi, atas dukungan ikhlas moril maupun materil selama ini.
6. Keluarga tercinta, istriku, Efriyenti dan kedua puteraku, Fadhil Muhammad Husain dan Aziz Abdul Hakeem, yang telah banyak memberikan do'a, semangat dan pengorbanan hingga penulis mampu menjalani kehidupan di Jakarta yang keras, menyelesaikan kuliah, dan karya akhir ini.
7. Bapak/Ibu dosen Program Studi Magister Akuntansi – Universitas Indonesia, yang telah berbagi ilmu pengetahuan dan wawasan selama masa perkuliahan.
8. Pimpinan dan teman-teman seprofesi di Politeknik Universitas Andalas dan teman-teman di Proyek Hibah A2 yang telah membantu dan memberikan kesempatan penulis untuk melanjutkan pendidikan di Magister Akuntansi – Universitas Indonesia
9. Teman-teman seperjuangan dari Padang, Nora, Ira dan Ulfi yang telah banyak membantu selama proses perkuliahan dan saling menyemangati untuk menyelesaikan karya akhir dan perkuliahan kita.

10. Teman-teman kelas A & B angkatan 2006 yang telah memberikan nuansa persahabatan yang indah dan kenangan tak terlupakan.
11. Teman-teman kelas konsentrasi Pajak angkatan 2006 yang telah menjadi mitra diskusi tentang topik-topik perpajakan sepanjang masa perkuliahan di Maksi UI, sehingga memberi banyak kontribusi bagi pengembangan wawasan penulis di bidang perpajakan.
12. Semua pihak yang telah membantu perkuliahan dan penulisan karya akhir yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan karya akhir ini jauh dari sempurna karena keterbatasan ilmu dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis sangat menghargai dan berterima kasih apabila ada saran dan perbaikan dari pembaca agar karya akhir ini lebih bermanfaat.

Jakarta, Mei 2007

Penulis

## RINGKASAN EKSEKUTIF

*Intangible assets* atau aktiva tidak berwujud adalah elemen kunci dalam perekonomian yang berbasis ilmu pengetahuan dan merupakan sumber daya yang penting bagi keunggulan daya saing bisnis perusahaan. Perusahaan-perusahaan yang mempergunakan aset-aset intelektual yang tinggi secara substansial, merupakan pelaku dalam bisnis modern yang dikenal sebagai *modern economy*. Saat ini, di negara-negara maju, faktor-faktor produksi yang paling penting telah beralih kepada sesuatu yang tidak kasat mata (*invisible*). Faktor-faktor tersebut adalah *Intangible assets* yang juga sering disebut sebagai *intellectual assets* atau *intangibles*, diantaranya : *brand, reputation, trademarks, software, R&D, patent, SDM skills, strategy, process quality, supplier and customer relationship, dan lain-lain*. Aset-aset tidak berwujud ini memberikan kontribusi sangat besar bagi peningkatan daya saing perusahaan dalam industri.

Pengenaan *royalty fee* telah menjadi hal yang umum digunakan oleh perusahaan yang mentransfer *intangible property*-nya kepada perusahaan lain tanpa memandang pihak ketiga, anak perusahaan atau afiliasinya. Bagi otoritas pajak, penting untuk memfokuskan perhatiannya terhadap *intangible asset* dan menghendaki perusahaan-perusahaan tersebut mengenakan royalti kepada anak perusahaannya atas penggunaan *intangible property* mereka dengan *arm's length principle*. Perusahaan-perusahaan multinasional dalam rangka meminimalkan beban pajak secara grup usaha cenderung melakukan *tax planning*, terkait dengan aliran pengenaan royalti atas penggunaan merek oleh semua anak perusahaan dan afiliasinya yang tersebar di beberapa negara dengan jenis perlakuan pajak yang berbeda-beda pula. Perencanaan tentang negara domisili yang paling efektif dan efisien bagi portofolio sering merupakan faktor penting.

Di Indonesia pada saat ini, regulasi yang berkaitan dengan praktek *transfer pricing* masih sangat kurang untuk menangkal upaya penghindaran pajak dengan motif *transfer pricing* melalui pengenaan royalti atas pemanfaatan *Intangible Assets*. Kondisinya adalah regulasi yang ada belum cukup mengatur pembatasan tentang penentuan definisi *intangible property* dan royalti, kepemilikan *intangible property* dalam grup perusahaan yang menentukan layak atau tidaknya royalti tersebut dibebankan pada perusahaan afiliasi di Indonesia, dan kewajaran nilai royalti yang ditagih. Akibatnya potensi *taxable base erosion* atau berkurangnya penghasilan kena pajak perusahaan-perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) di Indonesia tidak dapat dicegah. Disamping itu, bagi wajib pajak sendiri kurang memperoleh kepastian hukum karena adanya kelemahan peraturan tersebut membuka peluang penafsiran yang sangat luas oleh otoritas pajak berkaitan dengan regulasi tersebut

Karya akhir ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana ketentuan perpajakan Indonesia; (a) dalam mengidentifikasi tentang aktiva tak berwujud khususnya *intangible property* dan royalti, (b) menentukan kepemilikan (*ownership*) atas *intangible property* dalam satu grup perusahaan yang menentukan layak atau tidak remunerasi (misalnya; royalti) dibayarkan kepada pemilik oleh perusahaan afiliasinya di Indonesia, (c) mampu mengantisipasi model-model *supply chain management* dari perusahaan multinasional yang melakukan reorganisasi fungsi, resiko dan asetnya termasuk migrasi *intangible property*, yang juga berpengaruh terhadap beban pajaknya di Indonesia, (d) mengatur penentuan harga wajar (*arm's length pricing*) atas penggunaan *intangible property* dalam konteks *transfer pricing* diantara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Keempat masalah tersebut merupakan variabel-variabel yang menentukan dalam mengatasi skema-skema *transfer pricing* atas *intangible property*. Dari analisis terhadap variabel-variabel tersebut, kemudian dicoba untuk mengaitkannya dengan pengaruh atau dampak terhadap potensi berkurangnya penerimaan pajak negara.

Dari analisis yang dilakukan terhadap variabel-variabel yang menentukan daya redam regulasi pajak Indonesia terhadap praktek *transfer pricing* atas *intangible property*, disimpulkan sebagai berikut: (a) Indonesia belum memiliki peraturan yang memberikan perhatian khusus terhadap *intangible property*. Hanya terdapat aturan berupa daftar aktiva tidak berwujud atau khususnya *intangible property* yang berkenaan dengan pembayaran royalti. Pada penjelasan UU PPh pasal 4 ayat (1) huruf h. Tetapi tidak ada pengklasifikasian aktiva tidak berwujud tersebut baik sebagai *marketing intangible* maupun *trade intangible*. Royalti diatur pada pasal 4 ayat 1 huruf h tentang obyek pajak penghasilan dan *Tax treaty article 12*. (b) Regulasi terakhir yang berlaku, tidak menyinggung tentang uji kepemilikan atas *intangible property*, baik secara *legal ownership* maupun *economic ownership*. (c) Terkait isu restrukturisasi *supply chain* pada *Multi National Enterprises (MNE)*, ketentuan perpajakan di Indonesia belum bisa memberikan *anti tax avoidance* yang memadai. Ada kecenderungan perusahaan-perusahaan besar di Indonesia mengalami degradasi fungsi, terutama PMA yang masuk dalam jaringan *international supply chain* dari suatu MNE. Selanjutnya *valuable intangible property (brand, patent, dan lain-lain)* direlokasi ke asosiasinya di luar negeri, dan perusahaan di dalam negeri hanya sebagai *contract manufacturer* dan *sales commission*. (d) Tidak terdapat panduan atau pernyataan tentang metode yang paling direkomendasikan dalam menangani transaksi transfer *intangible property*.

Belum adanya *Transfer Pricing Guidelines*, atau aturan sejenis yang memadai, serta tidak terdapatnya perhatian yang khusus terkait kasus *intangible property* yang mengharuskan analisis lebih mendalam *underlying asset (intangible property)* penyebab timbulnya hak atau kewajiban royalti, menyebabkan lemahnya penerapan *anti tax avoidance rule* untuk mengantisipasi wajib pajak (terutama grup

MNE) untuk menggunakan skema-skema yang merugikan potensi penerimaan pajak negara. Praktek transaksi *transfer pricing* membawa efek negatif berupa hilangnya potensi penerimaan negara yang seharusnya diterima, akibat *income shifting* yang dilakukan oleh MNE yang semata-mata bertujuan untuk penghindaran pengenaan pajak (*aggressive tax planning*).

Kata kunci : *intangible property, transfer pricing, paten, trademark, royalti, arm's length principle, kepemilikan legal, kepemilikan secara ekonomis, manajemen supply chain.*





## EXECUTIVE SUMMARY

Intangible Assets are key elements in the knowledge-base economics and represent resource which necessary for excellence of a company's business competitiveness. Companies utilizing high intellectual assets by substantial, is representing perpetrator in modern business which is known as modern economy. Currently, in many developed countries, the most important production factors have transferred to something that are invisible. The factors are Intangible assets which also often being conceived as intellectual or intangibles, i.e.: brand, reputation, trademarks, software, R&D, patent, Human Resources, strategy, process, customer and supplier relationship , and others. These Intangibles contribute largely in order to increase the competitiveness of a company in industry.

The imposition of royalty fee have come to common feature used by companies which transferring their intangible properties to other companies without reference whether unrelated parties, subsidiaries or affiliations. For tax authorities, it is important to focus their attention to intangible assets and require the companies to impose royalty at arm's length principle to their subsidiaries due to the usage of their intangible property. Multinational Enterprises (MNE) in order to minimize tax burden on the whole group, tend to conduct tax planning, related to the stream of royalty imposition due to the usage of brand by all subsidiaries and affiliations which located in some states which tax regimes are different each other. The planning about most efficient and effective domiciled state to portfolio often represents important factor.

In Indonesia at the moment, final regulations related to the practices of transfer pricing are still very less to combat the strive of aggressive tax avoidance which its motif is transfer pricing through imposition of royalty due to the Intangible Assets exploiting. The existing regulations have not yet enough arranged demarcation about determination of intangible property definition and royalty, ownership of intangible property in group of companies in order to determine whether or not the royalty fee adequately being charged to affiliated companies located in Indonesia, and the amount rely on the arm's length principles. As a result potentially taxable base erosion or decreasing in taxable income of foreign investment companies in Indonesia can not be prevented. Beside that, to the taxpayers themselves face the uncertainty in rule of law caused by weakness of the regulations will open opportunity of widely interpretation by tax authority relate to the such regulations.

this thesis aim to analyze how far Indonesian tax policies ; ( a) in identifying intangible assets especially intangible property intangible and royalty, ( b) can determine the ownership of intangible property in a group of companies in order to determine competent or not the remunerations ( for example; royalty) paid to the

owner by its affiliated companies in Indonesia, ( c) can anticipate supply chain management models from MNE conducting function reorganization, risks and assets including intangible properties migration, what also have an effect on to its tax burden in Indonesia, ( d) arrange the determination of arm's length pricing liable to the usage of intangible property in context of transfer pricing among parties owning special relationship. These Four problems represent essential variables in overcoming schemes of transfer pricing of intangible property. According to analysis of these variables, then tried to correlate them with impact or influence to potential decrease in state revenue from tax.

Analysis that have been conducted to those essential variables which energize the power of Indonesian tax regulation to combat the practices of transfer pricing of intangible property, concluded as follows: ( a) Indonesia has not yet owned regulations giving special consideration to intangible property. Only there are order in the form of intangible asset list or specially respective intangible property with payment of royalty in clarification of Income tax Act section 4(1)(h). But there is no classification of the intangible asset in marketing intangible as well as trade intangible. Royalty is arranged by section 4 (1)(h) as object of income tax and in Tax treaty 12. ( b) Final Regulations which go into effect, do not arrange about the ownership test of intangible property , either through legal ownership and also economic ownership. (c) reference to restructuring of supply chain issues at MNE, Indonesia final tax regulations not yet can give adequately anti tax avoidance. There is a tendency of large companies in Indonesia concerning a degradation of functions , especially foreign investment companies which enter in international supply chain network from a MNE. Hereinafter the valuable intangible properties ( brand, patent, and others) migrated to their associations beyond the sea, and companies in this country only as contract manufacturer and sales commissionaire. ( d) There are no statement or guidance about most recommended method/methods in handling transactions of transfer of intangible property.

In Absences of Transfer of Pricing Guidelines, or adequate similar orders, and also without presence of relevant special consideration to intangible property case obliging analysis more circumstantial to underlying asset (intangible property) cause incidence of rights or obligation of royalty, is weaken an applying of anti tax avoidance rule to anticipate taxpayer (especially MNE group) to use schemes which harming potential tax revenue of state . Transfer pricing practices bring negative effect in the form of loss of potency revenue of state which ought to be accepted, as an effect of income shifting conducted by MNE which solely aim to evade the imposition of tax (aggressive tax planning).

Keyword: intangible property, transfer pricing, patent, trademark, royalty, arm's length principle, legal ownership, economic ownership, supply chain management.



## DAFTAR ISI

	Hal
Kata Pengantar	i
Ringkasan Eksekutif	iv
Executive Summary	vii
Daftar Isi	x
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	11
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.4. Sistematika Pembahasan	16
<b>BAB II     LANDASAN TEORI</b>	<b>20</b>
2.1. Aktiva Tak Berwujud ( <i>Intangible Assets</i> ) dan Royalti	20
2.1.1. Aktiva Tak Berwujud	20
2.1.1.1. Definisi Aktiva Tak Berwujud	20
2.1.1.2. Keteridentifikasian dan Klasifikasi Aktiva tidak Berwujud	22
2.1.1.3. Hak Paten	29
2.1.1.4. <i>Brand</i> atau <i>Trademark</i>	32
2.1.2. Royalti	36
2.2. <i>Supply Chain Management Models</i> pada Grup Usaha	44
	x

	Multinasional	
2.3.	Menentukan Kepemilikan atas Aktiva Tak Berwujud ( <i>ownership of intangible property</i> )	48
2.3.1.	<i>Legal Ownership</i> dan <i>Economic Ownership</i>	49
2.4.	Penentuan Nilai Wajar ( <i>Arm's Length Principle</i> ) atas Transaksi <i>Intangible Property</i> Dalam Konteks <i>Transfer Pricing</i>	53
2.4.1.	<i>Comparable Uncontrolled Price (CUP)</i>	54
2.4.2.	<i>Comparable Profits Method (CPM)</i>	55
2.4.3.	<i>Transaction Net Margin Method (TNMM)</i>	56
2.4.4.	<i>Comparable Profit Split Method (CPSM)</i>	57
2.4.5.	<i>Contribution Profit Split Method</i>	58
2.4.6.	<i>Residual Profit Split Method (RPM)</i>	60
2.4.7.	Kompensasi berbasis <i>Royalty Rates</i>	61
2.5.	Ketentuan-Ketentuan dan Peraturan Perpajakan yang Berlaku di Indonesia Mengenai <i>Transfer Pricing</i> atas <i>Intangible Property</i>	64
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	69
3.1.	Kerangka Pemikiran	69
3.2.	Jenis Penelitian	73
3.3.	Metode Penelitian	75
<b>BAB IV</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	83
4.1.	Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Mengakomodasi dan Menentukan Pengertian tentang <i>Intangible Property</i> dan Royalti	84
4.2.	Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam	96

	Mengantisipasi Model-Model <i>Supply Chain Management</i> dari Grup Perusahaan Multinasional yang Beroperasi di Indonesia	
4.3.	Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Menentukan Kepemilikan ( <i>ownership</i> ) atas <i>Intangible Property</i>	103
4.4.	Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Menentukan Kewajiban Remunerasi yang Dibayarkan atas Penggunaan <i>Intangible Property</i> dalam Konteks <i>Transfer Pricing</i>	111
4.5.	Analisis Pengaruh dan Dampak Ketentuan-Ketentuan dan Peraturan Perpajakan Indonesia Saat ini Mengenai <i>Transfer Pricing</i> atas <i>Intangible Property</i> Terhadap Potensi Berkurangnya Penerimaan Pajak Negara	126
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	<b>131</b>
5.1.	Kesimpulan	131
5.2.	Saran-saran	135
	Daftar Pustaka	
	<i>Glossary</i>	
	Lampiran	

## DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1 <i>Shares of Tangible and Intangible Investments in the United States</i>	4
Gambar 2 <i>Schematic Grouping of Corporate Knowledge</i>	25
Gambar 3 Struktur Manajemen <i>Supply Chain</i> Sederhana	47
Gambar 4 Struktur <i>Centralized-Supply Chain Management</i> yang Lebih Kompleks	48
Gambar 5 <i>Contribution Profit Split Method</i>	59
Gambar 6 <i>Residual Profit Split Method</i>	61
Gambar 7 Kerangka Pemikiran <i>Transfer Intangible Property</i>	71

## DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1 <i>Examples of taxonomies for intellectual assets</i>	26





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Ilmu pengetahuan telah menjadi faktor kunci dalam memacu pertumbuhan ekonomi di suatu negara. Wujud dari keberadaan Ilmu pengetahuan tersebut dalam faktor-faktor produksi adalah teknologi. Dalam prinsip ekonomi makro modern, teknologi merupakan variabel pendorong pertumbuhan ekonomi yang tidak terpengaruh oleh *law of diminishing return*. Artinya semakin banyak investasi dikeluarkan untuk meningkatkan metode-metode produksi baru melalui pengembangan teknologi, maka semakin tinggi pertumbuhannya tanpa ada titik maksimum.

Teori pertumbuhan neoklasik menyatakan tingkat *steady state* (kondisi dimana pendapatan dan modal per kapita konstan) dari pertumbuhan pendapatan per kapita ditentukan oleh tingkat perkembangan teknis. Tingkat pertumbuhan *steady state* dari *output* agregat merupakan penjumlahan dari tingkat perkembangan teknologi dan tingkat pertumbuhan populasi. Teori neoklasik menyimpulkan bahwa pertumbuhan jangka panjang dihasilkan dari perbaikan dalam teknologi. Sementara teori pertumbuhan endogen menambahkan perkembangan teknologi tergantung

kepada tabungan, khususnya tabungan yang diarahkan ke mutu modal manusia. Pertumbuhan ekonomi di kebanyakan Negara-negara maju tergantung pada tingkat perkembangan teknologi .<sup>1</sup>

Bagi perusahaan dan industri pada umumnya, ilmu pengetahuan atau *knowledge*, merupakan aset yang sangat berharga. Perbedaan antara perusahaan yang mengadopsi “*low tech*” dengan “*high tech*” menentukan kemampuannya berinovasi untuk menciptakan dan mengeksploitasi produk-produk baru maupun penciptaan dan me-geksploitasi pasar bagi produknya. *Know-how* atau teknologi dalam akuntansi merupakan bagian dari *Intangible assets* atau aktiva tidak berwujud. Mereka adalah elemen kunci dalam perekonomian yang berbasis ilmu pengetahuan dan merupakan sumber daya yang penting bagi keunggulan daya saing bisnis perusahaan. Cara-cara perusahaan mengelola dan mengembangkan aset-aset tak berwujudnya tersebut telah menjadi faktor penentu kesuksesannya dalam berkompetisi di pasar lokal maupun global.

Dalam kompetisi bisnis yang semakin tinggi, perusahaan yang sedang memimpin dalam industri akan menjaga posisinya dengan meyakinkan bahwa semua aset yang dimiliki telah disebarkan secara produktif pada masing-masing unit bisnis. Sekecil apapun, masing-masing aset tersebut dapat mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan berdampak kepada daya saing perusahaan di pasar.

---

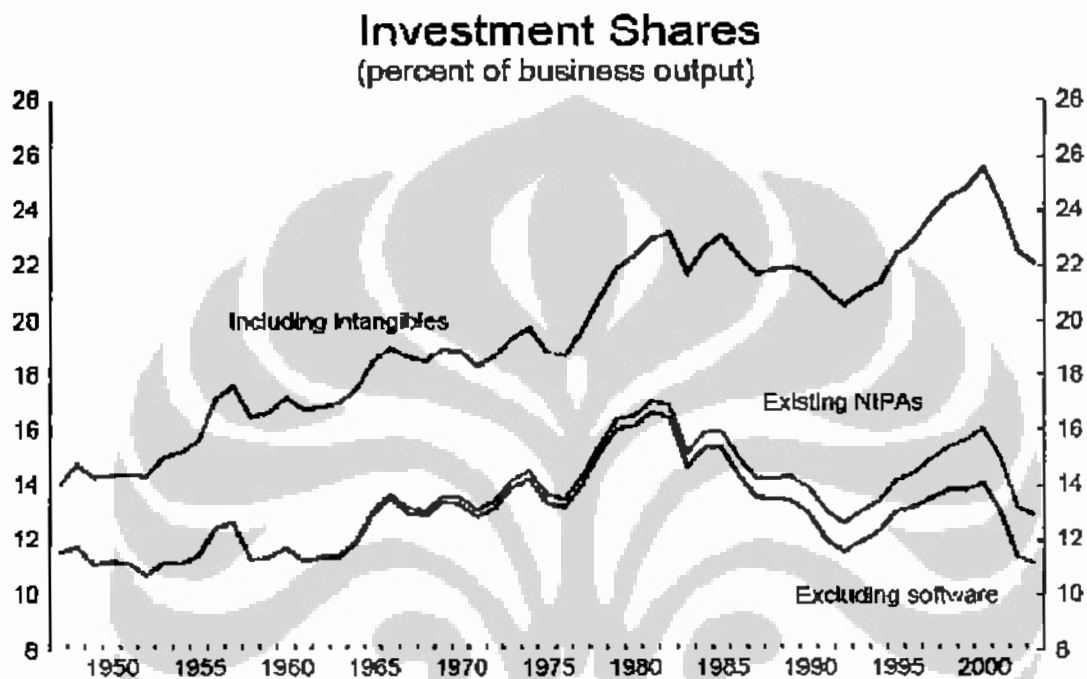
<sup>1</sup> Rudiger Dornbusch, et.al., *Macroeconomics*, 9<sup>th</sup> ed.,(New York; McGraw Hill, 2004) pgs. 61 and 77

Pada beberapa perusahaan, *intangible asset*, karena karakteristiknya, terkadang sering terabaikan dibanding yang lainnya, dalam inventarisasi sumber-sumber daya yang dimiliki perusahaan yang umumnya bersifat nilai keuangan yang jelas. Aset-aset ini sering terabaikan karena tidak terobservasi secara kasat mata, sering tidak muncul dalam laporan keuangan, dan seringkali sulit untuk mengidentifikasi pendapatan yang dihasilkan dengan penggunaan atau pemilikan aset-aset tersebut oleh perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang mempergunakan aset-aset intelektual yang tinggi secara substansial, merupakan pelaku dalam bisnis modern yang dikenal sebagai *modern economy*. Pada saat ini, di negara-negara maju, faktor-faktor produksi yang paling penting telah beralih kepada sesuatu yang tidak kasat mata (*invisible*). Faktor-faktor tersebut adalah *Intangible assets* yang juga sering disebut sebagai *intellectual assets* atau *intangibles*, diantaranya : *brand, reputation, trademarks, software, Research and Development (R&D), patent, Human Resources skills, strategy, process quality, supplier and customer relationship, dan lain-lain*. Aset-aset tidak berwujud ini memberikan kontribusi sangat besar bagi peningkatan daya saing perusahaan dalam industri. Semakin banyak bukti saat ini yang dapat kita saksikan bahwa keberadaan *intangible asset* dalam perusahaan menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing yang tinggi. Dampaknya bagi perekonomian suatu negara secara ekonomi makro juga penting. Suatu penelitian yang dilakukan oleh Corrado dan kawan-kawan memperlihatkan bahwa investasi dalam *intangible asset*

telah memberi andil sebesar 10% dari *Gross Domestic Product* (GDP) Amerika Serikat setelah tahun 1990an, dengan pertimbangan sebagai *capital expenditure*, seperti halnya investasi dalam *tangible assets*.<sup>2</sup>

**Gambar 1**  
**Shares of Tangible and Intangible Investments in the United States**



*Existing NIPAs* stands for the share of investment currently included in the *National Income and Product Accounts*, which comprises investment in *durable equipment and structures plus investment in software*.

Source: Corrado, Hulten and Sichel (2005)

Di Inggris, pada akhir tahun 1999, sebuah survey terhadap 188 perusahaan oleh The 2000 Brand Finance menemukan bahwa jumlah perusahaan yang melaporkan *intangible asset*-nya telah meningkat pesat. Selain jumlah perusahaan

<sup>2</sup> Organization for Economic Co-operation Development (OECD), *Intellectual Assets and Value Creation: Implication for Corporate Reporting*, 10 December 2006, Pg. 7

yang meningkat, secara persentase jumlah nilai dari *intangible asset* terhadap total aset bersih perusahaan meningkat dari hanya 4,96% pada tahun 1993 menjadi 14% pada tahun 1999. Dapat dilihat bahwa *intangible asset* telah semakin nyata dan *visible* dalam neraca perusahaan-perusahaan di Inggris dan memperoleh proporsi yang lebih besar dari total aset.<sup>3</sup>

Baik di Amerika Serikat, maupun di Inggris, arah perubahan dari standard akuntansi dan peraturan perpajakannya di pengaruhi oleh perkembangan teknologi-teknologi mutakhir yang diadopsi perusahaan-perusahaan besar di sana. Hal tersebut dimaksudkan agar dapat menjadi tempat yang kompetitif bagi industri-industri berteknologi mutakhir berkembang. Pentingnya *intangible asset*, kebutuhan untuk mengelola dan membangun aset-aset intelektual tersebut telah menjadi agenda dalam perumusan standard akuntansi dan peraturan perpajakan di kedua negara ini. Perusahaan-perusahaan internet hanya memiliki sedikit aset berwujud, namun sebagian besar asetnya berupa aset tidak berwujud seperti brand dan patent. Untuk mengakomodir hal ini dan merangsang berkembangnya industri baru ini, pemerintah Inggris mengambil langkah mereformasi peraturan perpajakan yang terkait dengan hal tersebut..

Baik *The UK Financial Reporting Standards 10 (FRS10)* efektif berlaku sejak 28 Desember 1998, maupun *Internasional Accounting Standard (IAS) 38* efektif sejak Juli 1999 mengharuskan perusahaan mengkapitalisasi *goodwill* yang diperolehnya.

---

<sup>3</sup> David Haigh, "Make Brands Make Their Mark", *International Tax Review*. London: Feb 2001. Vol. 12, Iss. 2; pg. 40

Namun perlakuan selanjutnya terhadap *intangible asset* tersebut berbeda diantara kedua standar ini. IAS 38 menghendaki perusahaan mengamortisasi *intangibles*, biasanya lebih dari 20 tahun. Sementara FRS 10 selain mempersilakan cara amortisasi, juga memperbolehkan perusahaan mempertahankan nilai *intangibles* pada harga perolehan di neraca jika berdasarkan aturan *impairment reviews* tahunan memperlihatkan bahwa nilai tersebut masih layak.<sup>4</sup>

Salah satu *intangible asset* yang telah banyak diakui sebagai aset perusahaan saat ini adalah *trademark* atau *brand*. Pengakuan *brand* sebagai aset yang lazim dipraktekkan saat ini berarti harus ada pengenaan royalti kepada anak perusahaan (*subsidiaries*), afiliasi dan pihak ketiga, jika diserahkan hak penggunaannya. Dapat diduga bahwa meningkatnya tekanan terhadap pengakuan aset-aset tidak berwujud seperti *brand* tersebut, yang kemudian menimbulkan konsekuensi pajak, mendorong adanya minimalisasi *financial exposure* terkait hal tersebut. Perkembangan globalisasi mendorong perusahaan-perusahaan besar melahirkan kesepakatan-kesepakatan pemberian lisensi dengan *joint venture*, *foreign subsidiaries* dan afiliasi di luar negeri, yang akhirnya meningkatkan transaksi *intangible investment* secara *across borders*.

Pengenaan *royalty fee* telah menjadi hal yang umum digunakan oleh perusahaan yang mentransfer *intangible property*-nya kepada perusahaan lain tanpa memandang pihak ketiga, anak perusahaan atau afiliasinya. Jadi bagi otoritas pajak,

---

<sup>4</sup> idem

penting untuk memfokuskan perhatiannya terhadap *intangible asset* dan nilainya. *US Internal Revenue Service (IRS)* dan *UK Inland Revenue*, serta beberapa otoritas pajak di negara-negara maju, menghendaki perusahaan-perusahaan tersebut mengenakan royalti kepada anak perusahaannya atas penggunaan *intangible property* mereka.

Perusahaan-perusahaan multinasional dalam rangka meminimalkan beban pajak secara grup usaha cenderung melakukan *tax planning*, terkait dengan aliran pengenaan royalti atas penggunaan merek oleh semua anak perusahaan dan afiliasinya yang tersebar di beberapa negara dengan jenis perlakuan pajak yang berbeda-beda pula. Perencanaan tentang negara domisili yang paling efektif dan efisien bagi portofolio *brand* termasuk yang dilakukan oleh grup multinasional Nestle.

Nestle memusatkan semua portofolio *brand* yang dimilikinya di seluruh dunia di negara Swiss. Kemudian mereka menarik royalti dari seluruh afiliasinya berdasarkan *Arm's-length Price*. Karena tarif pajak yang rendah di Swiss, maka Nestle memperoleh keuntungan fiskal atas kebijakannya meletakkan portofolio *brand*-nya di negara tersebut. Praktek yang dilakukan oleh Nestle telah melegitimasi Swiss sebagai negara domisili Nestle dan tempat dimana manajemen merencanakan dan mengelola portofolio *brand* Nestle. Namun dalam hal keputusan untuk mendaftarkan *brand* di negara lain dari kantor pusat perusahaan dapat menjadi

pertanyaan oleh otoritas pajak negara domisili kantor pusatnya kenapa skema tersebut dilakukan.

Perbedaan antara *legal tax avoidance* dengan *illegal tax avoidance* tipis sekali. Kasus yang terjadi di Amerika Serikat, tentang *tax avoidance* yang memanfaatkan transfer *intangible assets*, melibatkan Delaware Company. Struktur *holding company* Delaware diatur sedemikian rupa dalam rangka penghindaran *corporate tax* pada perusahaan yang berdomisili di dalam negeri. Caranya dengan memindahkan *brand* ke perusahaan yang dimiliki Delaware di negara lain yang tidak mengenakan *corporate tax*. Pada perusahaan di dalam negeri yang menggunakan *brand* tersebut, dikenai royalti, dan menjadi biaya operasional sehingga dapat mengurangi penghasilan kena pajaknya. Sementara diluar negeri perusahaan yang memegang *brand* tersebut tidak akan dikenakan pajak atas royalti yang diterimanya. Atas skema tersebut, Delaware Corporation menikmati keuntungan pajak berupa *deductible expense* di dalam negeri, dan *exemption tax* di negara lain tersebut. Namun dalam jangka panjang, tentu tidak semudah itu mengelabui pejabat pajak di Amerika Serikat.

Banyaknya perusahaan multinasional yang mentransfer *intangible asset*-nya ke negara-negara yang dikategorikan *Tax haven Country*, kemudian menbebaskan royalti kembali anak perusahaannya yang beroperasi di dalam negeri sudah merupakan *aggressive tax planning* yang semata-mata untuk menghindari



pembayaran pajak tanpa ada motivasi bisnis yang baik. Hal ini telah menimbulkan perhatian serius otoritas pajak di berbagai negara dan ditanggapi dengan pengembangan *General Anti Avoidance Rule* yang mempersempit celah bagi *aggressive tax planning* oleh perusahaan-perusahaan multinasional tersebut.

Menurut Kharisma Popat dan Vaishali Mane<sup>5</sup>, pada umumnya, otoritas perpajakan setiap negara secara ketat mengawasi transaksi-transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, antara lain:

1. Pembayaran Royalti
2. Alokasi biaya antar grup perusahaan
3. Pembayaran *management fees*
4. Perlakuan terhadap alokasi beban atas jasa

Beberapa negara telah mengembangkan regulasi perpajakannya, yang membatasi keleluasaan perusahaan multinasional menggunakan skema *transfer pricing* atas pemanfaatan *intangible asset* dengan perusahaan afliasinya di luar negeri, dengan tujuan memperoleh manfaat fiskal yang lebih tinggi. *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)* sehubungan dengan permasalahan *transfer pricing* telah mengeluarkan panduan berupa *OECD Transfer Pricing Guidelines*, selanjutnya disebut *OECD Guidelines*. Hampir sebagian besar otoritas pajak di negara-negara maju telah mengadopsi atau merujuk kepada *OECD*

---

<sup>5</sup> Dr. Widi Widodo, "Penentuan Nilai Royalti atas Marketing Intangibles dalam Perspektif Transfer Pricing", *Inside Tax* Edisi 03, Januari 2008, hal 44.

*Guideline* dalam menangani permasalahan perpajakan terkait isu *transfer pricing* yang melibatkan perusahaan-perusahaan multinasional di negara tersebut.

Pada saat ini di Indonesia , regulasi yang berkaitan dengan praktek *transfer pricing* masih sangat kurang untuk menangkal upaya penghindaran pajak dengan motif *transfer pricing* melalui pengenaan royalti atas pemanfaatan *Intangible Assets*. Tercatat hanya pasal 18 ayat 3 Undang-undang Pajak Penghasilan dan Keputusan Direktur Jendral Pajak no: Kep 01/PJ.7/1993 yang mengatur tentang hal tersebut. Kondisinya adalah kedua ketentuan dimaksud belum cukup mengatur pembatasan tentang penentuan definisi *intangible property* dan royalti, kepemilikan *intangible property* dalam grup perusahaan yang menentukan layak atau tidaknya royalti tersebut dibebankan pada perusahaan afiliasi di Indonesia, dan kewajaran nilai royalti yang ditagih.

Dengan kondisi yang ada sekarang ini, potensi *taxable base erosion* atau berkurangnya penghasilan kena pajak perusahaan-perusahaan penanaman modal asing (PMA) di Indonesia tidak dapat dicegah. Disamping menghilangkan potensi penerimaan pajak bagi negara (*tax revenue forgone*), bagi wajib pajak sendiri kurang memperoleh kepastian hukum karena adanya kelemahan peraturan tersebut membuka peluang penafsiran yang sangat luas oleh otoritas pajak berkaitan dengan regulasi tersebut.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Ibid., hal. 51

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut diatas, beberapa pokok permasalahan yang akan penulis bahas lebih lanjut dalam karya akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ketentuan perpajakan Indonesia dapat mengidentifikasi aktiva tak berwujud khususnya *intangible property* dan royalti berdasarkan *underlying asset*-nya ?
2. Apakah ketentuan perpajakan Indonesia dapat mengantisipasi model-model *supply chain management* dari perusahaan multinasional yang melakukan reorganisasi fungsi, resiko dan asetnya termasuk migrasi *intangible property*, yang juga berpengaruh terhadap beban pajaknya di Indonesia?
3. Apakah ketentuan perpajakan Indonesia dapat menentukan kepemilikan (*ownership*) atas *intangible property* dalam satu grup perusahaan yang menentukan layak atau tidak remunerasi (misalnya; royalti) dibayarkan kepada pemilik oleh perusahaan afiliasinya di Indonesia?
4. Apakah ketentuan perpajakan Indonesia memberikan rekomendasi terhadap metode kewajaran harga (*arm's length pricing*) tertentu atas penggunaan *intangible property* dalam konteks *transfer pricing* diantara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa?
5. Apa kemungkinan dampak yang ditimbulkan praktek *transfer pricing* atas *Intangible asset* terhadap terhadap potensi berkurangnya penerimaan pajak

negara yang belum terantisipasi berdasarkan ketentuan-ketentuan dan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia saat ini?

### **Pembatasan Masalah**

Karya akhir ini lebih difokuskan pada analisis mengenai kebijakan perpajakan tentang *transfer pricing* atas *intangible property*. Kebijakan perpajakan tersebut adalah tentang identifikasi dan pengklasifikasian *intangible property*, penentuan kepemilikan atas suatu *intangible property*, dan kebijakan untuk menetapkan metode-metode *arm's length* yang paling layak dengan kondisi Wajib Pajak dalam menentukan harga transfer *intangible property* diantara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa.

OECD *Guidelines* membagi *intangible property* menjadi dua kelompok yaitu kelompok *Trade Intangibles* dan kelompok *Marketing Intangibles*. Masing-masing kelompok memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan kelompok lainnya. Karya akhir ini juga akan membatasi obyek penelitian pada *patent* dari kelompok *trade intangibles* dan *trademark* dari kelompok *marketing intangibles*.

Dalam transaksi *intangible property* menurut Michele Markham<sup>7</sup>, kompensasi yang dibayarkan oleh pengguna atau diterima oleh pemberi ijin, dapat berupa, royalti,

---

<sup>7</sup> Michelle Markham, *The Transfer Pricing of Intangibles*, (Netherland; Kluwer Law International, 2005), pg.

royalti secara *lump-sum* dan *bundling price*. Untuk pembahasan karya akhir kompensasi yang akan disorot adalah dalam bentuk royalti.

Disamping itu, dalam menentukan royalti, sebenarnya harus dilihat dari sisi pemilik (*owner*) dan dari sisi pengguna (*user*). Otoritas pajak di negara dimana pemilik dari *intangible property* berdomisili mengharapkan kompensasi royalti yang sebesar-besarnya untuk meningkatkan penghasilan kena pajak, sementara pihak otoritas pajak di negara tempat pengguna *intangible property* berada mengharapkan sekecil-kecilnya pembayaran royalti atas penggunaan *intangible property* untuk menekan berkurangnya penghasilan kena pajak (*tax base erosion*). Mengingat kondisi Indonesia sebagai negara berkembang, yang lebih banyak menerima transfer *intangible property* dari negara-negara maju, maka relevansi permasalahan yang dihadapi paling banyak adalah dari sudut pandang pengguna *intangible property*. Oleh karena itu dalam pembahasan selanjutnya juga akan dibatasi pada sudut pandang pengguna (*user*).

### **1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian :**

- a. Mengetahui apakah ketentuan perpajakan Indonesia dapat mengidentifikasi tentang aktiva tak berwujud khususnya *intangible property* dan royalti berdasarkan *underlying asset*-nya,

- b. Mengetahui apakah ketentuan perpajakan Indonesia dapat mengantisipasi model-model *supply chain management* dari perusahaan multinasional yang melakukan reorganisasi fungsi, resiko dan asetnya termasuk migrasi *intangible property*, yang juga berpengaruh terhadap beban pajaknya di Indonesia,
- c. Mengetahui apakah ketentuan perpajakan Indonesia dapat menentukan kepemilikan (*ownership*) atas *intangible property* dalam satu grup perusahaan yang menentukan layak atau tidak remunerasi (misalnya; royalti) dibayarkan kepada pemilik oleh perusahaan afliasinya di Indonesia,
- d. Mengetahui apakah ketentuan perpajakan Indonesia memberikan penekanan atau rekomendasi terhadap pemilihan metode-metode harga wajar (*arm's length pricing*) atas penggunaan *intangible property* dalam konteks *transfer pricing* diantara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.
- e. Mengetahui dampak apakah yang kemungkinan ditimbulkan praktek *transfer pricing* atas *Intangible asset* terhadap potensi berkurangnya penerimaan pajak negara yang belum dapat diantisipasi oleh ketentuan-ketentuan dan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia saat ini dari

## **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penulisan karya akhir ini adalah:

- a. Manfaat Akademis

Penelitian atas *intangible asset* dan aspek perpajakannya ini dimaksudkan untuk menambah wawasan bagi para akademisi yang tertarik untuk mendalami bidang perpajakan, terutama yang berhubungan dengan perpajakan internasional untuk melakukan studi mengenai *intangible property*, transfer pricing dan aspek-aspek perpajakannya. Dengan penelitian ini, diharapkan memberikan masukan bagi para akademisi untuk melakukan studi komprehensif dan kontinyu terhadap perkembangan *intangible property* dan isu-isu *transfer pricing* yang menggunakan *intangible property* untuk melakukan *tax base erosion* di suatu negara.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Analisis dan saran-saran yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi Dirjen Pajak untuk membenahi peraturan-peraturan *anti tax avoidance* dalam UU PPh yang akan datang. Berkaitan dengan masalah *transfer pricing* yang menggunakan *intangible property*, pemerintah khususnya Dirjen Pajak harus menutup celah-celah yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk memperkecil penghasilan kena pajaknya di Indonesia, melalui ketentuan-ketentuan yang tegas, jelas dan memberikan kepastian hukum tinggi.

2) Bagi Wajib Pajak dan Praktisi

Bagi para wajib pajak dan praktisi, hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai bahan kajian atas skema-skema yang mereka gunakan dalam transaksi *intangible property*, pembebanan atas biaya-biaya yang timbul dari penggunaannya, serta konsekuensi pajak yang harus dipikul. Sehingga mereka dapat merencanakan transaksi-transaksi yang berhubungan dengan *intangible asset*, terutama jika dengan perusahaan afiliasinya, dapat terhindar dari sengketa perpajakan, serta mempunyai kepastian hukum yang tinggi.

#### 1.4. Sistematika Pembahasan

Karya akhir ini berisi 5 bab yang akan menguraikan dan menganalisis masalah-masalah terkait aktiva tak berwujud, royalti, dan *international transfer pricing* yang melibatkannya, serta aspek-aspek perpajakannya. Untuk aspek perpajakannya akan diperbandingkan antara yang berlaku di Indonesia dengan literatur-literatur pajak di negara-negara yang telah maju sistem perpajakannya, baik dari pakar-pakar, termasuk OECD maupun dari otoritas pajaknya sendiri. Diantaranya adalah Amerika Serikat, Australia dan Malaysia. Sistematika pembahasan dalam 5 bab tersebut diuraikan sebagai berikut:



## BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis akan menguraikan mengenai latar belakang pemilihan judul, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasannya.

## BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori seputar aktiva tak berwujud (*intangible asset*) dan *intangible property* khususnya paten dan *trademark*, *royalty*, dan *transfer pricing* dalam konteks perpajakan internasional, dari berbagai literatur akademik maupun dari lembaga atau institusi berkompeten di bidang-bidang tersebut.

## BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan menjabarkan mengenai metodologi penelitian yang diterapkan untuk menjawab rumusan permasalahan yang diangkat dalam karya akhir ini. Metode ini terdiri atas kerangka pemikiran, jenis penelitian, metode riset, sumber data dan cara perolehan atau pengumpulan data yang dilakukan.

## BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN MASALAH

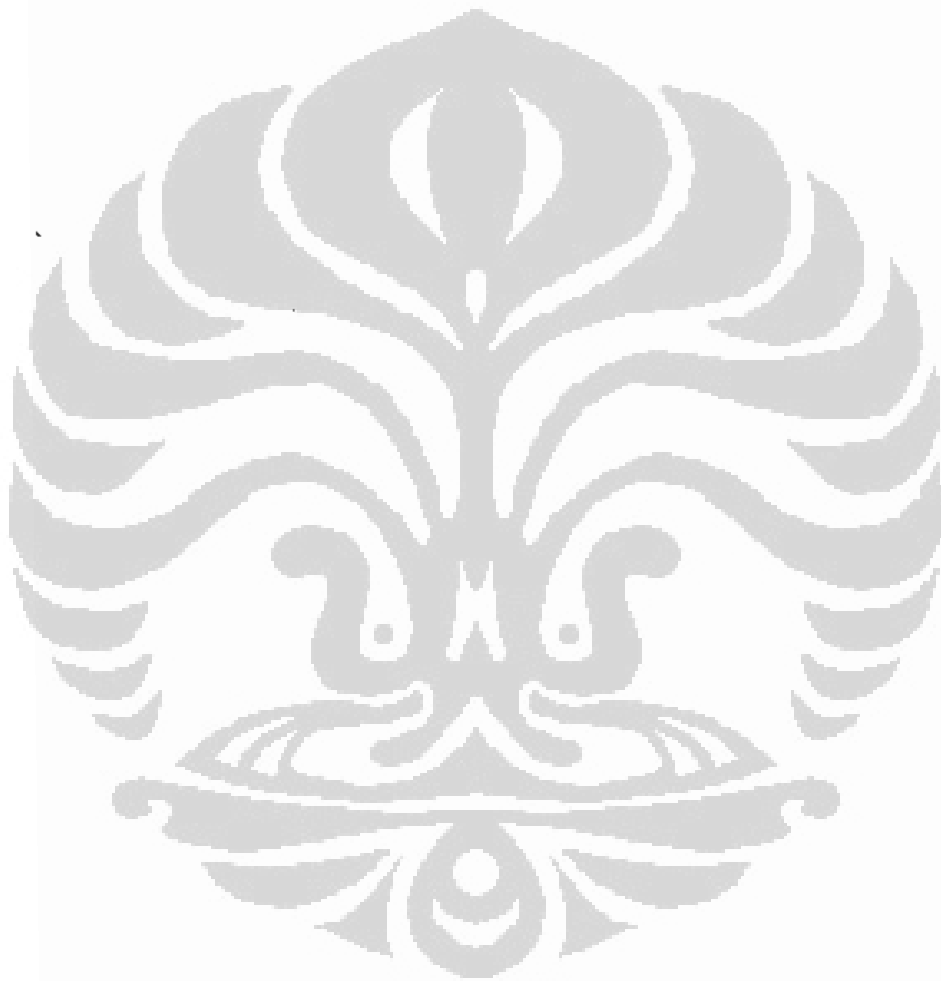
Pada bab ini penulis akan melakukan analisis dan pembahasan terhadap ketentuan perpajakan Indonesia yang mengatur tentang identifikasi aktiva tak berwujud khususnya *intangible property* dan royalti, penentuan kepemilikan (*ownership*) atas *intangible property* dalam satu

grup perusahaan yang menentukan layak atau tidaknya remunerasi (salah satunya; royalti) dibayarkan kepada pemilik oleh perusahaan afiliasinya di Indonesia. Kemudian juga melakukan analisis bagaimana ketentuan perpajakan Indonesia mengantisipasi model-model *supply chain management* dari perusahaan multinasional yang melakukan reorganisasi fungsi, resiko dan asetnya termasuk migrasi *intangible property*, yang juga berpengaruh terhadap beban pajaknya di Indonesia, menetapkan metode yang tepat untuk menentukan kewajiban harga remunerasi yang dibayarkan atas penggunaan *intangible property* dalam konteks *transfer pricing* diantara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, serta apa dampak yang mungkin ditimbulkan oleh praktek *transfer pricing* atas *Intangible asset* terhadap potensi berkurangnya penerimaan pajak negara karena kelemahan dalam ketentuan-ketentuan dan peraturan perpajakan yang berlaku di Indonesia saat ini. Pembahasan dan analisis selain menggunakan perbandingan utama ke *OECD Transfer Pricing Guidelines*, juga dengan membandingkan penerapan-penerapan di Amerika Serikat, Australia, dan Malaysia.

## BAB V : PENUTUP

Pada bab ini, penulis akan menarik suatu kesimpulan menjawab semua poin-poin permasalahan yang telah dirumuskan berdasarkan analisis dan pembahasan di Bab IV, serta mencoba untuk memberikan saran-saran

yang berguna bagi pihak-pihak tertentu yang dijelaskan pada sub bab tujuan dan manfaat penelitian dalam bab I.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1. Aktiva Tak Berwujud (*Intangible Assets*) dan Royalti

Aktiva tidak berwujud atau dalam bahasa Inggris *Intangible Assets*, mempunyai beberapa terminologi yang digunakan di seluruh dunia seperti *intellectual asset*, *intellectual property*, *intellectual capital*, dan *knowledge capital*. Namun sekarang ini cenderung dalam konteks yang sama, sehingga istilah-istilah tersebut dapat untuk saling dipertukarkan tanpa menyesatkan pengertian masing-masing. Pada awalnya mungkin terdapat sedikit perbedaan, namun semuanya merujuk kepada realita yang sama, yaitu *a nonphysical asset* yang tidak memiliki wujud secara fisik tetapi memiliki potensi untuk mengalirkan manfaat dimasa depan (*future benefits*) bagi pemilik atau pemakainya.

##### 2.1.1. Aktiva Tak Berwujud

###### 2.1.1.1. Definisi Aktiva Tak Berwujud

Pengertian aktiva tak berwujud dari beberapa standar akuntansi yang berlaku saat ini adalah :

*International Accounting Standard Committee (IASC)* dalam standar akuntansi aktiva tak berwujud yaitu *International Accounting Standard (IAS) no 38*.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Barry J. Epstein & Eva K. Jermakowicz, *Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards 2007*, (New Jersey: John Willey & Sons, Inc., 2007), pg. 274.

*"An intangible asset is an identifiable non-monetary asset without physical substance".*

Ikatan Akuntan Indonesia juga mengeluarkan standar akuntansi untuk aktiva tak berwujud yang merupakan serapan dari IAS 38 yaitu Pernyataan Standar Akuntansi (PSAK) no. 19. Aktiva tak berwujud dijelaskan sebagai berikut:

Aktiva tidak berwujud adalah aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau tujuan administratif.<sup>9</sup>

Sementara *Brookings Task Force* yang dikutip oleh Michael J. Mard, et al, mendefinisikan *intangible asset* :<sup>10</sup>

*...nonphysical factors that contribute to or are used in producing goods or providing services, or that are expected to generate future productive benefits for the individuals or firms that control the use of those factors.*

Dari ketiga definisi yang dikutip tersebut, dapat disimpulkan bahwa *intangible asset* merupakan asset yang tidak mempunyai bentuk fisik tetapi memiliki nilai karena dapat/diperkirakan memberikan manfaat bagi perusahaan atau orang yang memilikinya

---

<sup>9</sup> Ikatan Akuntan Indonesia, Standar Akuntansi Keuangan, PSAK no. 19 (Jakarta; Salemba Empat, 2007) para. 8

<sup>10</sup> Michael J. Mard, et al., *Valuation for Financial Reporting; Intangible Assets, Goodwill, and Impairment Analysis, SFAS 141 and 142*, (New York: John Willey & Sons, Inc., 2002), pg. 16.

### 2.1.1.2. Keteridentifikasian dan Klasifikasi Aktiva tidak Berwujud

Aktiva tak berwujud harus dapat dideskripsikan secara jelas dan mempunyai ciri-ciri, harus dapat untuk dimiliki, kepemilikan tersebut dapat dialihkan, tercipta dari aktifitas dalam periode waktu yang dapat diidentifikasi, dan biasanya dapat dipelihara dalam jangka waktu tertentu, serta keberadaannya memiliki legalitas dan dilindungi undang-undang. Seperti dirumuskan oleh *The RICS Machinery and Business Assets Faculty* berikut ini (RICS; 2006) :<sup>11</sup>

*In order to be a candidate for financial valuation, an intangible asset should have the following characteristics:*

- 1. The asset should be subject to specific identification and recognisable description.*
- 2. The asset should be subject to the right of private ownership, and the private ownership should be transferable.*
- 3. It should have been created or come into existence at an identifiable time or as the result of an identifiable event and is typically subject to maintenance.*
- 4. The asset should be subject to legal existence and protection.*
- 5. There should be tangible evidence or manifestation of the existence of the asset.*

*International Accounting Standard Committee (IASB)* dalam standar akuntansi aktiva tak berwujud yaitu *International Accounting Standard (IAS) no 38:*

12

*The recognition of an item as an intangible asset requires an entity to demonstrate that the item meets:*

- (a) the definition of an intangible asset; and*

---

<sup>11</sup>Royal Institution of Chartered Surveyor (RICS), Valuation of Intangible Assets; Four Case Studies (UK; Valuation Consulting Limited, 2006), pg. 8

<sup>12</sup>International Accounting Standar Board, *IAS 38: Intangible Assets*; <<http://www.iasb.org/nr/rdonlyres/149d67e2-6769-4e8f-976d-6babe783d90/0/ias38.pdf>> (Feb. 2008)

*(b) the recognition criteria.*

*This requirement applies to costs incurred initially to acquire or internally generate an intangible asset and those incurred subsequently to add to, replace part of, or service it. An asset meets the identifiability criterion in the definition of an intangible asset when it:*

- (a) is separable, ie is capable of being separated or divided from the entity and sold, transferred, licensed, rented or exchanged, either individually or together with a related contract, asset or liability; or*
- (b) arises from contractual or other legal rights, regardless of whether those rights are transferable or separable from the entity or from other rights and obligations.*

*An intangible asset shall be recognised if, and only if:*

- (a) it is probable that the expected future economic benefits that are attributable to the asset will flow to the entity; and*
- (b) the cost of the asset can be measured reliably.*

Kemudian PSAK no 19, mirip dengan apa yang dicakup dalam IAS 38, tentang keteridentifikasian dan pengakuan aktiva tak berwujud dijelaskan :<sup>13</sup>

19. Dalam mengakui suatu pos sebagai aktiva tidak berwujud, perusahaan perlu menunjukkan bahwa pos tersebut memenuhi:
  - (a) definisi aktiva tidak berwujud (lihat paragraf 8-18); dan
  - (b) kriteria pengakuan sebagaimana diatur dalam Pernyataan ini (lihat paragraf 20-49)
20. Aktiva tidak berwujud diakui jika, dan hanya jika:
  - (a) kemungkinan besar perusahaan akan memperoleh manfaat ekonomis masa depan dari aktiva tersebut; dan
  - (b) biaya perolehan aktiva tersebut dapat diukur secara andal.

Farok J. Contractor mengklasifikasikan aktiva tidak berwujud dalam kerangka yang dinamakannya *Corporate Knowledge* :<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Ikatan Akuntan Indonesia, *Ibid.*, para. 19-20

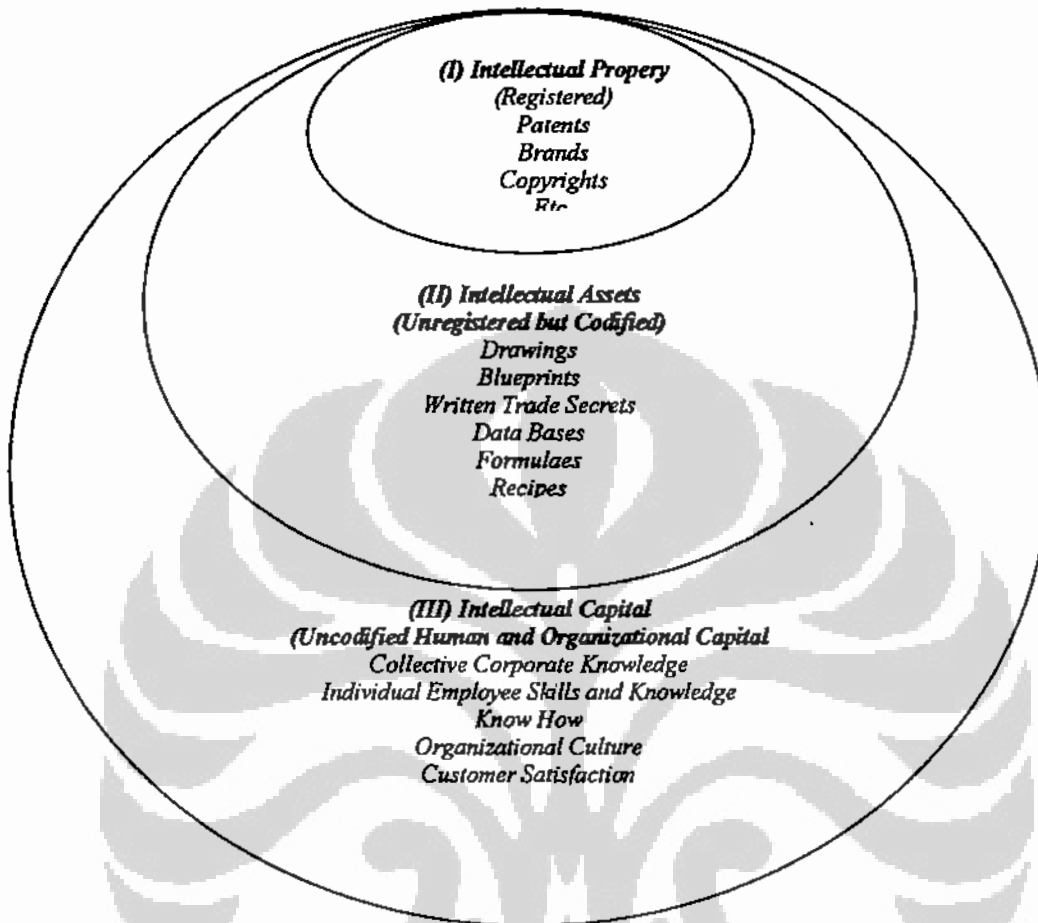
<sup>14</sup> Farok J. Contractor, *Valuation of Intangible Assets in Global Operation*, (Westport; Quorum Books, 2001) pgs., 6-7

*There are three types of corporate knowledge. These comprise (I) formally registered Intellectual Property Rights, such as patents or brand names. We can define more broadly (II) Intellectual Assets, which comprise both the above registered property rights as well as codified but unregistered corporate knowledge. Examples of the latter are drawings, software, data bases, blueprints, formulae, manuals, and trade secrets, all of which are likely to be in written form, but deliberately not registered with government authorities. Finally, category (III) comprises uncodified Human and Organizational Capital, or expertise that resides in the thinking of employees and in organizational routines.*

Dalam kerangka yang digambarkan oleh Contractor, *Intellectual Property* yang terdaftar secara formal merupakan *Corporate Knowledge* yang paling spesifik dan pemiliknya mempunyai hak eksklusif karena terdaftar secara legal. Kemudian lebih luas lagi, disamping yang terdaftar tadi termasuk juga yang dilindungi undang-undang namun bukan *corporate knowledge* yang terdaftar. Ini disebut sebagai *Intellectual Asset*. Kemudian yang paling luas, selain termasuk *intellectual property* dan *Intellectual Asset* lainnya, juga termasuk modal SDM dan organisasional yang tidak dikodifikasi dan keahlian yang terletak pada daya pikir karyawan dan dalam budaya organisasi.



**Gambar 2**  
***Schematic Grouping of Corporate Knowledge***



*Source: Farok J. Contractor, Valuation of Intangible Assets in Global Operations, pg. 7*

Beberapa lembaga dan institusi yang berkompeten dari Negara-negara maju, telah mencoba merumuskan klasifikasian aktiva tak berwujud. Diantaranya berikut ini :

**Tabel 1**  
*Examples of taxonomies for intellectual assets*

<p><b>OECD Technology Economy Project (1992)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>Intangible investments in technology, e.g. R&amp;D, design, development engineering, scanning and search activities, technology acquisition and licensing</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Enabling intangible investments, e.g. human resources, organisation and information structures</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Intangible investments in markets, e.g. market exploration, market development including brands, market organisation including developing customer information</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Investments in software, e.g. computer-controlled manufacturing processes, quality control, testing, storage, handling and services systems such as sales and delivery</i></li> </ul>
<p><b>International Federation of Accountants (1998)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>Human capital, e.g. know-how, education, vocational qualification, workrelated knowledge, occupational assessments, psychometric assessments, work-related competencies, entrepreneurial élan, innovativeness, proactive and reactive abilities, changeability</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Relational capital, e.g. brands, customers, customer loyalty, company names, backlog orders, distribution channels, business collaborations, licensing agreements, favourable contracts, franchising agreements</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Organisational capital which comprises:</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Intellectual property, e.g. patents, copyrights, design rights, trade secrets, trademarks, service marks</i></li> <li><input type="checkbox"/> <i>Infrastructure assets, e.g. management philosophy, corporate culture, management processes, information systems, networking systems, financial relations</i></li> </ul>
<p><b>The Brookings Institution Task Force on Understanding Intangibles (2001)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> <i>Assets that can be owned and sold, e.g. intellectual property, contracts, business agreements, licenses and franchise rights, quotas and resource allocations, employment contracts</i></li> </ul>

	<input type="checkbox"/> <i>Assets that can be controlled but not separated out and sold, e.g. business secrets, in-process R&amp;D, business processes</i> <input type="checkbox"/> <i>Intangibles that may not be wholly controlled by the firm, e.g. human capital, core competencies, organisational capital, relationship capital</i>
<i>European Commission, MERITUM Project (2002)</i>	<input type="checkbox"/> <i>Human capital, e.g. innovation capacity, creativity, know-how, previous experience, teamwork capacity, employee flexibility, tolerance for ambiguity, motivation, satisfaction, learning capacity, loyalty, formal training, education</i> <input type="checkbox"/> <i>Relational capital, e.g. resources linked to the external relationships of the firm with customers, suppliers and R&amp;D partners.</i> <input type="checkbox"/> <i>Structural capital, e.g. knowledge that stays with the firm after the staff leaves</i>
<i>Japan, Ministry of Economy, Trade and Industry, Interim Report by Subcommittee on Management &amp; Intellectual Assets (2005)</i>	<input type="checkbox"/> <i>Human resources</i> <input type="checkbox"/> <i>Organizational assets</i> <input type="checkbox"/> <i>Related structural assets</i>

*Source: OECD ; Intellectual Assets and Value Creation: Implications for Corporate Reporting, 10 December 2006, pg. 11*

Walaupun terdapat banyak pendapat atau alternatif yang ditawarkan dalam pengklasifikasian *intellectual asset* yang telah disusun pada saat ini, namun yang paling banyak diadopsi adalah klasifikasi *intangible asset* yang diajukan oleh *European Commission through the Meritum project*. Panduan atau *Guidelines* tersebut diciptakan oleh para peneliti dari universitas-universitas di Eropa. *Intellectual capital guidelines* ini diantaranya digunakan di Australia, Jerman, Japan,

Switzerland dan juga dalam berbagai paper dan karya tulis akademis di seluruh dunia.<sup>15</sup>

OECD membuat pengklasifikasian khusus pada aktiva tak berwujud dalam *OECD Transfer Pricing Guidelines*. Terminologi yang digunakan oleh OECD untuk aktiva tak berwujud adalah *Intangible Property*. Pada *chapter VI, OECD Transfer Pricing Guidelines; "Special Consideration for Intangible Property"*, fokus diberikan kepada *intangible property* yang terkait dengan aktifitas komersial. Oleh karena itu disebut *Commercial Intangibles*.<sup>16</sup>

*Commercial intangibles include patents, know-how, designs, and models that are used for the production of a good or provision of service, as well as intangible rights that are themselves business asset transferred to customers or used in operation of business (e.g., computer software). Marketing Intangible are a special type of commercial intangible with a somewhat different nature, as discussed below, For purposes of clarity, commercial intangibles other than marketing intangibles are referred to as "Trade Intangibles".*

Jadi, berdasarkan *OECD transfer pricing guidelines* tersebut, dalam *commercial intangibles*, terdapat dua klasifikasi *intangible property*, yaitu *marketing intangibles* dan *trade intangibles*. Perbedaannya dapat dijelaskan dalam definisi yang dibuat oleh *guidelines* tersebut sebagai berikut:<sup>17</sup>

*Trade Intangibles often are created through risky and costly research and development (R&D) activities, and the developer generally tries to recover*

---

<sup>15</sup>Organization for Economic Co-operation Development (OECD), *Intellectual Assets and Value Creation: Implication for Corporate Reporting*, 10 December 2006, Pg. 11

<sup>16</sup>Organizatin for Economic Co-operation and Development; *OECD Transfer Pricing Guidelines For Multinational Enterpises and Tax Administration*; Ch VI, para. 6.3

<sup>17</sup>Organizatin for Economic Co-operation and Development; *ibid.*, para. 6.4

*the expenditures on these activities and obtain a return thereon through product sales, service contracts, or license agreements.*

*Marketing Intangibles include trademarks and tradenames that aid in the commercial; exploitation of a product or service, customer lists, distribution channels, and unique name, symbols or pictures that have an important promotional value for the product concerned.*

*Trade intangible, (termasuk paten)* umumnya dihasilkan melalui R&D yang memakan biaya dan beresiko tinggi. Pengeluaran yang dilakukan tersebut, umumnya akan dipulihkan (*recovery*) melalui penjualan *produk*, kontrak *service* atau *lisence agreement*. Sedangkan *Marketing intangible*, termasuk *trademark* dan *tradenam* nilainya tergantung kepada banyak faktor, diantaranya sejarah tentang kualitas produk, *service* yang tersedia dibawah nama atau merk yang bersangkutan, tingkatan *quality control* dan R&D yang senantiasa berkelanjutan, kemudahan untuk menemukan barang dan jasa di pasar, karena peningkatan dan keberhasilan pengeluaran untuk promosi.

#### 2.1.1.3. Hak Paten

*Intellectual property*, yang menekankan kepada suatu penemuan (*invention*) baru yang meningkatkan kapabilitas proses produksi suatu barang atau penyediaan jasa, kemudian penemuan tersebut didaftarkan pada lembaga yang kompeten adalah hak paten (*Patent Right*). Jadi Paten merupakan pemberian (*grant*) oleh penguasa/pemerintah kepada penemu (*inventor*) atas temuannya dalam wujud

perlindungan terhadap hak penemu tersebut dalam jangka waktu tertentu. Seperti dijelaskan oleh Martin J. Elgison berikut ini:<sup>18</sup>

*A patent is a government grant that protects an inventor's rights in an invention for a limited period of time. It is effective only within the country that issues the patent. In the United States, an applicant may receive a "utility" patent, good for 17 years, for inventing a new and useful product, process for manufacturing, composition of matter, or any new and useful improvement thereof.*

Kemudian, pakar hukum Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dari Indonesia,

OK. Saidin mendefinisikan paten sebagai berikut:<sup>19</sup>

Paten merupakan suatu hak khusus berdasarkan undang-undang diberikan kepada si pendapat/si penemu (*uitvinder/inventor*) atau menurut hukum pihak yang berhak memperolehnya, atas permintaannya yang diajukannya kepada pihak penguasa, bagi temuan baru di bidang teknologi, perbaikan atas temuan yang sudah , cara kerja baru, atau menemukan suatu perbaikan baru dalam cara kerja, untuk selama jangka waktu tertentu yang dapat diterapkan dalam bidang industri.

Hukum paten memberikan hak monopoli dalam jangka waktu tertentu kepada pemegangnya, sebagai penghargaan atas suatu hasil temuan sebagai akibat dari diungkapkannya detail dari temuan tersebut kepada publik. Pengungkapan atas detail temuan tersebut merupakan persyaratan mutlak untuk memperoleh hak paten. Tidak boleh ada substansi dari temuan tersebut yang disembunyikan atau ditahan oleh

---

<sup>18</sup> Martin J. Elgison, *Capitalizing on the Financial Value of Patents, Trademarks, Copyrights and Other Intellectual Property, Corporate Cashflow*. Atlanta: Nov 1992. Vol. 13, Iss. 12; pg. 30

<sup>19</sup> H. OK. Saidin, S.H., M.Hum., *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*, (Jakarta; RajaGrafindo Persada, 2004) hal.227.

penemu untuk tidak diungkapkan. Setelah jangka waktu tertentu tersebut (misalnya di Inggris tidak lebih dari 20 tahun)<sup>20</sup>, maka temuan tersebut menjadi milik umum.

Sebagaimana umumnya *intellectual property right*, paten juga merupakan property yang dimiliki seseorang/perusahaan yang dapat diserahkan, diberikan izin penggunaan, atau dikuasakan kepada pihak lain seperti halnya hipotek.

Untuk menentukan nilai paten, maka perlu diketahui kekuatan tawar menawar (*Determining Bargaining Power*) paten tersebut di pasar. Di Amerika Serikat biasanya digunakan beberapa kriteria yang disebut *The Georgia-Pacific Factors*:<sup>21</sup>

1. *Royalties received for the patent tending to prove an established royalty*
2. *Rates paid for comparable patents*
3. *Nature and scope of the license*
4. *Licensor's established policy and marketing program*
5. *Commercial relationship between the licensor and licensee*
6. *Effect on sales of other products of the licensee*
7. *Duration of the patent and term of the license*
8. *Established profitability of the products made under the patent*
9. *Advantages of the patent over old modes or devices*
10. *Benefits of the patent to users*
11. *Infringer's use of the patent*
12. *Customary profit split*
13. *Portion of the profit credited to the patented invention*
14. *The opinion of qualified experts*
15. *The amount that would be agreed upon by a willing licensor and a willing licensee*

---

<sup>20</sup> David I. Bainbridge, *Intellectual Property*, (London; Pitman Publishing, 1992) pg. 241

<sup>21</sup> Lauren J. Stiroh, *Unreasonable Royalties*, (Nera Economic Consultant-How Market Works, 2002)

#### 2.1.1.4. *Brand* atau *Trademark*

*Trademarks* atau *service marks* adalah kata-kata, simbol-simbol atau kombinasi diantara keduanya yang merupakan identitas dari suatu perusahaan atau sumber dari suatu produk dan jasa. Dengan adanya *trademark* akan membedakan perusahaan yang satu dengan yang lainnya terutama merujuk kepada produk yang dihasilkannya. Menurut ensiklopedi wikipedia, pengertian dari *trademark* adalah:<sup>22</sup>

*A trademark or service mark or mark is a distinctive sign or indicator of some kind which is used by an individual, business organization or other legal entity to identify uniquely the source of its products and/or services to consumers, and to distinguish its products or services from those of other entities. A trademark is a type of intellectual property, and typically comprises a name, word, phrase, logo, symbol, design, image, or a combination of these elements.*

Pemilik *trademark* yang telah terdaftar bisa memperoleh perlindungan hukum dari pembajakan *trademark*-nya oleh pihak-pihak yang tidak memiliki hak untuk menggunakan merknya. Namun di bawah system *common law*, suatu *trademark* tidak wajib terdaftar. Pemilik tetap dapat mengajukan tuntutan atas pelanggaran hak atas merk. Akan tetapi perlindungan mungkin hanya sebatas wilayah geografis dimana merk tersebut telah digunakan atau dalam wilayah geografis dimana merk tersebut mungkin akan dikembangkan lebih luas.

Yang membedakan *trademark* dengan *patent* dan *copyright* adalah bahwa *trademark* umumnya tidak bisa ditransfer kecuali bersama-sama dengan *underlying assets*-nya pada saat yang bersamaan pula. Hal ini berpengaruh terhadap transaksi

---

<sup>22</sup> Wikipedia Encyclopedi, Trademark<<http://en.wikipedia.org/wiki/Trademark>> (Feb. 2008)



peminjaman *trademark* yang lebih terjamin, disebabkan juga karena pemilik menuntut suatu jaminan hak atas *underlying "hard" assets*.

Terminologi atau istilah-istilah merk, *brand* dan *logo* terkadang digunakan secara bergantian dan saling dapat menggantikan satu sama lainnya dengan *trademark*. Jika ditelusuri dalam kamus, maka antara *brand* dan *trademark* tersebut dapat dikatakan sebagai sinonim. Bagaimanapun, penggunaan istilah-istilah *brand* dan *branding* saat ini semakin meningkatkan konsep yang berbeda dan umumnya konsep ini lebih cenderung digunakan pada konteks *marketing* atau *advertising*.

*Brand* adalah suatu *trademark* atau nama pembeda untuk mengidentifikasi suatu produk atau pabrikan. Perbedaan utama yang muncul adalah, bahwa *trademark* lebih tepat sebagai definisi legal (*legal definition*) dari *brand*. Mungkin dapat diasumsikan, bahwa batasan etimologis diperlukan untuk lebih memberikan kepastian dalam terminology hukum tentang apa sebenarnya *brand* tersebut, karena pengertian secara tradisional tidaklah tepat. Salah satu contohnya, jika *trademark* merujuk kepada satu representasi tunggal (*single representation*) dari sebuah simbol (misalnya: *Windows* memiliki banyak *trademark* yang diasosiasikan dengan *brand Windows*, diantaranya, nama, bermacam-macam versi logo, dan lain-lain), sementara *brand* bisa menjadi *multiple representation* dari sebuah objek-objek yang secara konseptual berdiri sendiri ( *brand Windows* termasuk namanya dan berbagai macam logo). Jadi dengan demikian *trademark* dapat dikatakan adalah bagian (*subset*) dari *brand*, namun keduanya merujuk kepada simbol-simbol yang membedakan antara

produk sebuah perusahaan dengan perusahaan lainnya. Oleh karena itu banyak pakar yang menggunakan istilah-istilah tersebut dalam artikel-artikel yang membahas *intangible property* tanpa mendalami masing-masing menjadikannya sebuah sinonim dan kata yang dapat saling menggantikan (*interchangeability*)<sup>23</sup>.

Pengukuran terhadap nilai *brand* yang dimiliki oleh perusahaan sampai saat ini masih banyak diperdebatkan. Oleh karena itu, tidak mengherankan, banyak perusahaan yang memiliki asset yang berharga dalam bentuk *intangible* seperti *brand* atau *trademark*, tidak melaporkannya dalam laporan keuangan perusahaan. Padahal keberadaan *brand* tersebut menentukan kemampuan perusahaan memperoleh keuntungan sekarang dan di masa yang akan datang.

Empat pendekatan berbeda, yaitu metode-metode *cost*, harga pasar, nilai guna ekonomis, dan pengenaan royalti, bisa diterapkan oleh perusahaan untuk menentukan nilai *brand* dan *trademarknya*. Seperti dijelaskan oleh *Intangible Business Ltd.*, perbedaan masing-masing pendekatan adalah sebagai berikut:<sup>24</sup>

- *Cost: This method looks at all the costs that were incurred in creating a brand or what it might cost to recreate a brand hypothetically. This valuation methodology is, in reality, very rarely used as the costs incurred are more often than not substantially less than the actual value of the brand in the same way as the price of a property is not identical to the cost of the raw materials and labour utilised in building it.*

---

<sup>23</sup> Cristopher Kenton, *Marketonomy: And the brand played on*, <<http://www.typepad.com/t/trackback/2274595>> (March, 2008)

<sup>24</sup> *Intangible Business Ltd., Brand Valuation: Why and How*, <<http://www.intangiblebusiness.com/Brand-Services/Marketing-Services/News/Brand-valuation-why-how-467.html>> (Feb. 2008)

- *Market value: It is theoretically possible to estimate a brand's value based on market transactions involving comparable brands. However this process relies on two factors the first being that these market transactions are publicly available, which is often not the case, and the second being that they are comparable, this is also unlikely as brands by their very nature are unique.*
- *Economic use: This process records the economic value of the brand in its current use, to its current owner. It is similar to a cash flow valuation that analysts use to value shares merely focussing on the gross profit attributable to selling a branded rather than a non-branded good. Originally economic use valuations were based on a multiple of historical brand attributable earnings however they are now more commonly based on the discounted value of future brand earnings.*
- *Royalty Relief: This valuation process is based on the assumption that if the company in question did not own its own brand it would need to license one from someone that did. In doing so a royalty rate charge would be made based on turnover. The fact that the company does own a brand leads to the name 'royalty relief' as it does not need to incur this charge. Future sales (rather than future gross profit as for the Economic use approach) are forecast, a royalty rate applied to provide an income attributable to the brand that is then discounted back to a net present value.*

*Cost method* menentukan nilai *brand* berdasarkan biaya-biaya yang telah dikeluarkan atau biaya yang mungkin untuk menghasilkan kembali. Metode ini dalam prakteknya sangat jarang digunakan, nilai actual dari brand sangat jauh berbeda dengan nilai biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan *brand* tersebut. Sementara metode *market value* untuk menentukan harga pasar harus ada transaksi pembandingan atas brand yang diukur. Proses tersebut tergantung apakah pasar berlangsungnya transaksi-transaksi tersebut secara tersedia secara terbuka, dan apakah transaksi-transaksi tersebut betul-betul dapat diperbandingkan mengingat masing-masing *brand* memiliki sifat dan keunikan tersendiri.

Kemudian metode *economic use* mencoba menentukan nilai ekonomis *brand* berdasarkan nilai gunanya saat ini bagi pemiliknya sekarang. Caranya seperti menghitung *cash flow* yang membandingkan *gross profit* antara dengan maupun tanpa *brand*. Sekarang ini bahkan disempurnakan dengan menggunakan metode *discounted cash flow* atas laba dimasa-masa yang akan datang dari *brand*. Dan terakhir metode *royalty relief*. Metode ini didasarkan atas asumsi bahwa perusahaan yang tidak memiliki *brand* akan membutuhkan *brand* dari pihak lain melalui lisensi. Pihak pemilik akan membebankan *royalty* berdasarkan *turnover*. *Future sales* akan diprakirakan dan *royalty rate* akan dikenakan untuk menetapkan *income* yang dapat dihubungkan terhadap *brand* yang kemudian di-*present value*-kan berdasarkan *discount rate* yang berlaku.

### 2.1.2. Royalti

Dalam prakteknya, royalti biasa ditemui dalam kesepakatan pemberian ijin (*license agreement*) atas penggunaan *intangible asset* dan penentuan nilai suatu *intangible asset*. Banyak sekali aset-aset tak berwujud yang digunakan dalam aktifitas bisnis saat ini yang memiliki nilai guna yang tinggi, seperti paten, *copyright*, dan *trademark* atau *brand*.

Royalti adalah suatu mekanisme distribusi keuntungan diantara pemilik dan pengguna *intangible property*. Tarif royalti yang diterapkan mengacu kepada suatu

persentase tertentu yang dikenakan terhadap *underlying asset* (misalnya: penjualan produk/jasa) yang dapat diatribusikan kepada *intangible property* yang diserahkan.

Jika satu perusahaan memberikan lisensi *intellectual property* kepada perusahaan afiliasinya, penting untuk menetapkan tarif royaltinya. Bagaimana menghitung tarif royalti yang *arm's length* dalam transaksi *intercompany licensing* atas *intangible property* merupakan isu yang sangat kompleks dan dapat ditinjau dari berbagai perspektif.

Penilaian *intellectual property* untuk tujuan bisnis umumnya menggunakan tiga metode dasar, yaitu: harga pengganti (*replacement cost*), nilai guna (*value in use*) dan harga pasar wajar (*fair market value*). Metode harga pengganti terkait dengan bagaimana *intellectual property* dapat diciptakan, sementara nilai guna didasarkan atas kegunaan apa yang yang diperoleh oleh pelaku bisnis dari investasi yang dikeluarkannya atas *intangible property* tersebut. Sementara nilai pasar wajar didasarkan atas keberadaan pembanding yang relatif seimbang dengan *intellectual property* yang diukur di pasar yang kompetitif. OECD dan umumnya otoritas pajak menginginkan bahwa perusahaan menerapkan "*the arm's-length standard*" yang dapat dilakukan dengan menggunakan satu atau beberapa dari tiga metode tersebut.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup> Alexander Voegelé, Stuart Harshbarger and Nihan Mert-Beydilli, *Calculating royalties based on comparable market opinion*, *International Tax Review*, no. 24, pgs. 22-23

Untuk melakukan penilaian (*valuation*) terhadap *intangible property*, sehingga dapat menentukan nilai royalty rate, Monica Boos merekomendasikan tiga pendekatan, yaitu *cost approach*, *market approach*, dan *income approach*.<sup>26</sup>

#### 1. *The Cost Approach*

Pendekatan ini menentukan nilai dari suatu *intangible* berdasarkan biaya-biaya untuk menciptakan dan mentransfernya. Metode ini menyatakan secara tidak langsung bahwa nilai *intangible* sama dengan biaya-biaya pengembangannya dan oleh sebab itu dibangun atas asumsi bahwa semakin tinggi biaya pengembangannya, maka semakin tinggi pula nilai dari *intangible* tersebut. Hal tersebut tentu hampir selalu tidak akurat berdasarkan realita, ketika mengukur nilai dari *intangibles*.

Pendekatan ini, merujuk kepada prinsip-prinsip dasar ekonomi, meliputi prinsip-prinsip substitusi, harga keseimbangan, eksternalitas dan ekspektasi. Masing-masing prinsip tersebut menghasilkan satu fungsi khusus dalam proses valuasi.

Prinsip substitusi menyatakan bahwa investor tidak akan mau membayar suatu investasi lebih dari harga untuk membeli atau untuk mengembangkan investasi lain yang memiliki kegunaan yang sama. Keseimbangan harga merujuk kepada posisi *demand* dan *supply*. Prinsip eksternalitas meliputi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi nilai dari *intangibles*. Faktor-faktor tersebut yang dapat menyebabkan *intangible* yang baru terbentuk lebih berharga atau kurang

---

<sup>26</sup> Monica Boos, *International Transfer Pricing: The valuation of intangible assets*, The Hague; Kluwer Law International, 2003, pgs. 75 - 87

berharga dibandingkan biaya-biaya yang telah dikeluarkannya. Prinsip ekspektasi mencerminkan risiko dan ketidakpastian dalam pengestimasian terhadap aliran-aliran biaya-biaya dan manfaat moneter di masa depan.

Pengukuran biaya-biaya dan manfaat merupakan topik yang senantiasa diperdebatkan. Untuk mengukur biaya-biaya dengan *cost approach*, beberapa metode tersedia yaitu: *historic cost*, *trend historic cost*, *reproduction cost*, dan *replacement cost*.

*Historic cost* mungkin merupakan metode yang paling sederhana, dimana hanya menghitung biaya-biaya historis yang terlibat dalam membangun subyeknya yaitu *intangibles*. Tidak semudah untuk menghitungnya, kesulitan yang mungkin timbul dalam menghitung dan adanya ambiguitas dalam alokasi biaya-biaya pengembangan historis, menyebabkan metode ini tidak mudah untuk diterima. Masalah yang kompleks dalam metode ini adalah dalam menentukan kapan tepatnya pengembangan actual terhadap subyek *intangible* dimulai dan kapan berakhir.

*Trend Historic cost* adalah metode yang merupakan variasi dari *historic cost*. Pada metode ini, biaya historis disesuaikan dengan pertimbangan faktor inflasi berdasarkan index faktor, dan kemudian biaya-biaya yang dihimpun secara historis disajikan kembali (*restated*) dalam jumlah nilai tukar sekarang (*current currency*).

Metode *reproduction cost* mencoba menentukan nilai *intangible* dengan mengacu kepada berapa biaya untuk pembuatan replika yang betul-betul sama dengan *intangible* yang dinilai. Sementara metode *replacement cost*, bukan kepada replika *intangible*, namun menekankan kepada fungsi dan kegunaan yang sama. Metode *replacement cost* mungkin lebih baik dan relatif memuaskan dalam menentukan nilai *intangible* mengingat metode ini mengacu kepada fungsi dan kegunaan yang tentunya telah mengalami peningkatan dan perbaikan dari tahun ke tahun.

## 2. *The Market Approach*

Pendekatan pasar menentukan nilai dari suatu *intangible* berdasarkan harga yang dibayar untuk *intangible* yang sama atau serupa dalam transaksi-transaksi yang sebanding antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Penilaian atas suatu *intangible* berdasarkan harga eksternal tersebut, untuk dapat diterapkan tersebut sangat tergantung kepada dapat diperbandingkannya *intangible* yang ditransfer itu sendiri, dan fakta-fakta serta kondisi-kondisi dari transaksi. Pertama yang dibutuhkan adalah keberadaan pasar yang layak terhadap subyek asset; kedua, transaksi-transaksi yang terjadi di pasar tersebut harus dalam kerangka *arm's length*; ketiga, *contractual term* dan *timing* yang tepat dari transaksi harus dapat diketahui; dan yang terakhir faktor-faktor ekonomi, lingkungan dan politik yang mempengaruhi nilai dari suatu barang harus dipertimbangkan dan diperbandingkan.



Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, *comparable analysis* melalui beberapa langkah yaitu: Menemukan pasar untuk transaksi-transaksi yang *arm's length*; meyakinkan akurasi dari data dan menyesuaikannya terhadap data transaksional jika perlu dan memungkinkan; menyeleksi unit-unit pembanding yang relevan dan mengembangkan suatu analisis perbandingan terhadap masing-masingnya; bandingkan transaksi-transaksi *arm's length* dengan subyek intangible; dan terakhir, rekonsiliasi berbagai indikasi nilai kedalam suatu indikasi nilai tunggal atau rentang nilai (*range of values*).

Elemen-elemen mendasar yang harus diperhitungkan ketika menggunakan pendekatan pasar secara umum dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu: kategori pertama berisi elemen-elemen *market-based* seperti hak legal dan kesepakatan-kesepakatan finansial dan kontraktual. Kategori kedua berisi elemen-elemen *asset-based* seperti industri, teknologi, fungsi, dan karakteristik-karakteristik ekonomi dari *intangible* yang relevan. Sedangkan kategori ketiga berisi *hard and soft asset* diluar *intellectual property* seperti geografis atau territorial, dan karakteristik sosio-kultural atau politik

### 3. *The Income Approach*

Pendekatan ini mengukur nilai suatu *intangible* berdasarkan estimasi nilai dari manfaat ekonomi yang akan diterima di masa depan yang mungkin akan dihasilkan selama perkiraan sisa masa manfaatnya. Pendekatan ini memiliki tiga

komponen utama yaitu: penetapan dan pengestimasiian manfaat dimasa yang akan datang, pilihan atas suatu metode penilaian yang layak, dan acuan *discount rate* dan *capitalization rate*.

Komponen pertama merujuk kepada identifikasi, pemisahaan, dan kuantifikasi manfaat ekonomis yang dapat diatribusikan kepada intangible. Manfaat di masa depan dapat dicerminkan dari beberapa *proxi*, seperti pendapatan, laba, laba sebelum atau sesudah pajak, *operating cash flow* atau *net cash flow*, juga penghematan biaya, pengurangan pajak, atau subsidi. Namun yang penting aliran manfaat harus benar-benar terkait secara langsung dengan keberadaan *intangible*.

Komponen kedua, merujuk kepada metode-metode penilaian yang bisa digunakan agar aliran manfaat pada komponen pertama agar dapat diestimasi. Secara umum, metode-metode tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu (a) metode kapitalisasi (*capitalization methods*) dan (b) metode-metode diskonto (*discount methods*).

Berdasarkan manfaat ekonomis yang bakal diterima selama umur manfaat *intangible*, kemudian MNE harus menentukan apakah men-*discount* atau *capitalize* manfaat-manfaat tersebut dengan suatu *discount rate* atau *capitalization rate* yang layak. Hal ini membawa kita kepada komponen penting yang ketiga dari *income approach* yang telah disebut diatas (*discount and capitalization rate*).

Baik *discount rate* maupun *capitalization rate* berusaha untuk memastikan bahwa aliran *income* dari periode-periode waktu yang berbeda dapat diperbandingkan. *Discount rate* dan *capitalization rate* merupakan fungsi-fungsi dari variabel-variabel ekonomi yang termasuk *risk free interest rate*, *exchange rate risk*, *expected inflation rate*, dan risiko dan ketidakpastian tentang manfaat ekonomis yang diestimasikan terhadap *intangible* tersebut.

Salah satu contoh dari *discount methods* adalah *Discounted Future Benefit or Cash Flow Method*. Metode ini berisi tiga variabel kunci, yaitu: (1) *interest rate/discount rate* yang relevan, (2) waktu dan jumlah periode-periode di masa depan selama manfaat dapat diterima, (3) jumlah manfaat yang dapat diterima disetiap periode tersebut. Ketiga variabel kunci ini harus diestimasikan. Sebagai langkah pertama, perkiraan manfaat di masa depan yang langsung terkait dengan penggunaan *intangible* akan diproyeksikan. Proyeksi tersebut harus mempertimbangkan sisa umur manfaat dari *intangible* dimaksud yang dapat bervariasi tergantung jenis atau tipe dari *intangible* tersebut. Sebagai contoh, manfaat teknologi mungkin akan menurun dari tahun ke tahun karena faktor keusangan, akan tetapi *trademark* sebaliknya cenderung meningkat seiring perbaikan reputasi dari tahun ke tahun. Setelah umur manfaat dan manfaat diproyeksikan, kemudian baru menentukan acuan *discount rate*.

Kemudian contoh dari *capitalization methods* adalah *Capitalized Royalty Income Method*. Variasi dari *Income method* ini menerapkan suatu pendekatan

*counterfactual* dengan suatu pemikiran bahwa suatu *intangible* dinilai berdasarkan perhitungan jumlah *royalty income* yang dapat dihasilkan jika *intangible* tersebut dilisensikan kepada pihak ketiga di pasar (yaitu antara memiliki dan tidak memiliki *intangible*). Sebagai langkah awal, perjanjian lisensi yang *arm's length* dan dapat diperbandingkan dianalisis untuk menentukan *royalty rate* yang wajar terhadap *intangible* dimaksud. Kemudian perkiraan pendapatan bersih yang akan dihasilkan *intangible* diestimasi dan dikalikan dengan *royalty rate*. Hasilnya adalah berupa estimasi *royalty income* yang secara hipotesis dapat dihasilkan ketika *intangible* tersebut dilisensikan. Terakhir memperoleh acuan *capitalization rate*. Setelah *capitalization rate* ditentukan, *royalty income* tersebut dikapitalisasi dengan cara anuitas selama perkiraan umur dari *intangible*. Hasil dari proses tersebut adalah nilai yang mencerminkan nilai wajar dari *intangible* tersebut.

## 2.2. **Supply Chain Management Models pada Grup Usaha Multinasional**

*Supply chain management models* semakin banyak digunakan oleh perusahaan-perusahaan multinasional di seluruh dunia. Salah satu alasan yang menyebabkannya adalah strategi menurunkan biaya sebagai akibat dari sentralisasi *regional support functions*, dan juga sentralisasi kepemilikan dan manajemen terhadap *Intellectual property*. Aktifitas-aktifitas bisnis yang demikian ditenggarai

telah meningkatkan peluang *transfer pricing*, yang seringkali menyebabkan penurunan *taxable income* di negara yang *high-tax jurisdiction*.

*Supply chain* merupakan rantai *supply* produk, yang melingkupi semua pergerakan dan penyimpanan terhadap bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi dari titik awal hingga titik akhir konsumsi. Sementara jika berkaitan dengan jasa dari awal persiapan hingga jasa diberikan kepada konsumen.

Sedangkan *supply chain management* adalah proses perencanaan, implementasi dan pengendalian operasional dari *supply chain* seefisien mungkin. Definisi yang diberikan oleh salah satu asosiasi profesional di Amerika Serikat, *the Council of Supply Chain Management Professionals*, adalah sebagai berikut:<sup>27</sup>

*Supply Chain Management encompasses the planning and management of all activities involved in sourcing, procurement, conversion, and logistics management activities. Importantly, it also includes coordination and collaboration with channel partners, which can be suppliers, intermediaries, third-party service providers, and customers. In essence, Supply Chain Management integrates supply and demand management within and across companies. More recently, the loosely coupled, self-organizing network of businesses that cooperates to provide product and service offerings has been called the extended enterprise.*

Bagi pelaku ekonomi yang rasional dan positif, hal terpenting adalah bahwa pengembangan secara konsisten *supply chain management model* bertujuan untuk menghasilkan daya saing (*competitive advantage*) perusahaan, diantaranya;

---

<sup>27</sup> The Council of Supply Chain Management Professionals, *Definition of Supply Chain Management*, <<http://cscmp.org/AboutCSCMP/Definitions/Definitions.asp>> (March, 2008)

memenuhi kebutuhan pelanggan dan menekan biaya-biaya usaha. Apakah keputusan tersebut berakibat peningkatan atau penurunan pengenaan pajak efektif grup usaha multinasional, merupakan pertimbangan kedua, tetapi bukan berarti kurang penting.

Menurut Chopra dan Meindi, tujuan semua bentuk supply chain adalah:<sup>28</sup>

*The objective of every supply chain should to maximize the overall value generated. The value a supply chain generates is the difference between what the final product is worth to customer and the costs the supply chain incurs in filling the customer's request. For most commercial supply chains, value will be strongly correlated with supply chain profitability (also known as supply chain surplus), the difference between the revenue generated from the customer and the overall cost across the supply chain.*

Tujuan dari setiap *supply chain* adalah untuk memaksimalkan *overall value* yang akan dihasilkan. Nilai yang dihasilkan oleh suatu *supply chain* adalah perbedaan antara nilai manfaat produk akhir yang diterima oleh konsumen dengan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan.

Persyaratan utama bagi tujuan-tujuan perpajakan adalah penetapan harga atas transaksi-transaksi yang muncul dari *supply chain model* apapun, harus dalam kerangka *arm's length* basis. Penting untuk digarisbawahi bahwa *transfer pricing* bukanlah suatu opsi maupun skema *tax planning*, melainkan lebih kepada suatu kebutuhan pendistribusian beban kepada semua entitas dalam satu grup perusahaan, termasuk entitas yang beroperasi semata-mata hanya di satu negara.

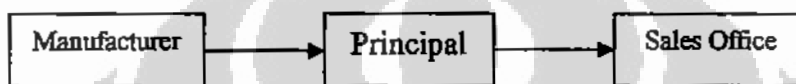
---

<sup>28</sup> Sunil Chopra and Peter Meindl, *Supply Chain Management-Strategy, Planning & Operations*, 3<sup>rd</sup> ed., (New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2007), pg. 21

Beberapa model *supply chain management* yang mendapatkan perhatian serius oleh otoritas-otoritas perpajakan di negara maju adalah.<sup>29</sup>

- a. Struktur manajemen *supply chain* yang sederhana membagi fungsi produksi, *managing* (termasuk memegang *valuable intangible asset*) dan *selling* berikut ini:

**Gambar 3**  
**Struktur Manajemen *Supply Chain* Sederhana**



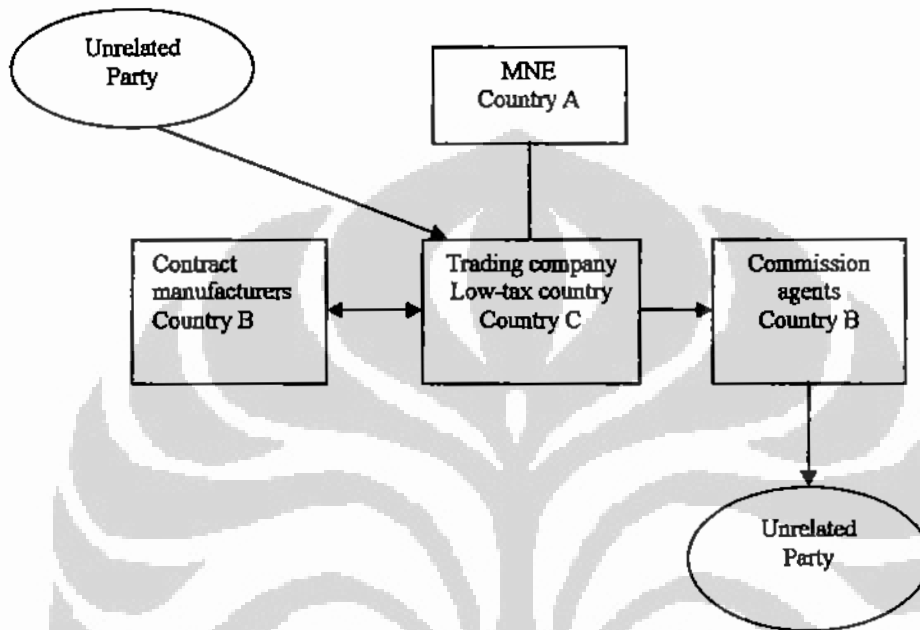
- b. Struktur *centralized-supply chain management* yang lebih kompleks: *Multinational Enterprise* (MNE) mendirikan *trading co.* di negara yang *low-tax regime*, dimana semua *intangible property* yang bernilai dari perusahaan ditempatkan disini. Perusahaan ini juga akan mendanai aktifitas-aktifitas dan menanggung resiko-resiko dari fungsi-fungsi yang dijalankan di *high-tax countries*. *Trading company* melakukan pembelian semua bahan baku yang dibutuhkan. Antara *trading co* dengan *contract manufacturers* terdapat *contract manufacturing agreement*. *Trading co.* memiliki semua *intangible property* yang berhubungan dengan proses pabrikasi produk-produk dan mengizinkan *contract manufacturer* menggunakan *intangible-intangible property* tersebut semata-mata untuk memproduksi produk bagi

---

<sup>29</sup> IBFD, "Comparatif Survey: Supply Chain Management, Introduction", ITPJ, July/August 2006, pg. 170

*trading co.* Kegiatan penjualan dan pemasaran di *high-tax countries* dilakukan oleh *commission agent* untuk kepentingan *trading co.*

**Gambar 4**  
**Struktur *Centralized-Supply Chain Management* yang Lebih Kompleks**



### 2.3. Menentukan Kepemilikan atas Aktiva Tak Berwujud (*ownership of intangible property*)

Setelah memahami dan mengidentifikasi aktiva tak berwujud (*intangible asset and intangible property*) dan royalti, langkah berikutnya adalah mengidentifikasi kepemilikan atas aktiva tak berwujud tersebut. Menentukan kepemilikan atas *intangible property*, baik dalam hal kepemilikan legal (*legal ownership*) maupun kepemilikan secara ekonomis (*economic ownership*) merupakan langkah yang mengarahkan perhatian kita tentang siapa yang berhak menerima penghasilan dan



siapa yang harus menanggung beban atas penggunaan *intangible property*. Juga perlu diperhatikan munculnya kepemilikan bersama diantara perusahaan-perusahaan dalam satu grup, karena *cost contribution arrangements*.

### 2.3.1. *Legal Ownership* dan *Economic Ownership*

Antara *legal ownership* dan *economic ownership* atas *intangible property*, dalam prakteknya bisa menyatu pada satu pihak namun bisa juga terpisah, berdasarkan kontribusi dari masing-masing pihak yang terlibat dalam pengembangan, pembentukan dan pemeliharaan atas *intangible property*. Sebagai contoh, biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menciptakan, mendaftarkan dan memelihara suatu *intangible property*, dan biaya-biaya untuk mengembangkan *value* dari *intangible property* tersebut dalam kepemimpinan pasar, dapat digunakan sebagai dasar untuk menentukan bagian pihak-pihak yang terlibat terhadap kepemilikan *intangible property*. Seperti yang dipaparkan oleh Dirk Van Stappen dan kawan-kawan dari KPMG Belgia:<sup>30</sup>

*In a traditional business model, the legal owner of intangibles is often also the economic owner of the intangibles and remains liable for maintaining or increasing the intangible value. However, the economic and legal ownership of intangible property should not necessarily be situated within a same legal entity. In practice, one can often observe companies owning the legal property of an intangible, whereas other group entities are developing and maintaining it (that is, incurring expenses in order to increase and maintaining the intangible value) and therefore possess the economic ownership of the intangibles.*

---

<sup>30</sup>Dirk Van Stappen, et.al., *Belgium: Rulings recognize economic and legal ownership of Intangibles*, <<http://www.internationaltaxreview.com/Default.asp?Page=10&PUBID=35&ISS=21935&SID=633634&SM=&SearchStr=>> (Feb. 2008)

Dalam model bisnis tradisional, *legal owner* dari *intangibles*, sering juga merupakan *economic owner*-nya dan berkewajiban untuk mempertahankan atau meningkatkan nilai *intangible* tersebut sendiri. Namun, *economic* dan *legal ownership* atas *intangible property* tidak harus berada pada satu entitas legal yang sama. Dalam prakteknya, sering ditemukan perusahaan yang menjadi pemilik *legal* satu *intangible property*, sementara entitas-entitas grup yang lainnya mengembangkan dan mempertahankannya (mengeluarkan biaya-biaya untuk meningkatkan dan mempertahankan nilai dari *intangible property* tersebut) sehingga menjadikannya pemilik *intangible property* secara ekonomis (*economic ownership*).

Contoh yang sering terjadi, adanya pemisahan antara *economic* dan *legal ownership* adalah pada *marketing intangibles* (misalnya; *trademark*), tetapi bisa juga terjadi pada jenis-jenis *trade intangible* seperti *know-how* dan *software*.

Walaupun dari sudut pandang hukum, seseorang dapat memberi argumen bahwa *income* yang dihasilkan oleh *intangible property* adalah milik *legal owner*-nya, argumentasi dari sudut pandang ekonomi timbul untuk mempertahankan prinsip pola pembagian laba (*a profit split*) antara pemilik legal and pemilik ekonomisnya (*economic owner*) dari *intangible property*. Pengadilan pajak di beberapa Negara sering berpendirian bahwa return yang lebih tinggi dikehendaki atas investasi yang dibuat dalam bentuk *intangible* oleh entitas-entitas bisnis yang tidak memiliki *legal ownership* atas *intangible*. Semuanya tergantung kepada bagaimana profil resiko

yang akan ditanggung, disamping dalam suatu bentuk *service fee arrangement* dengan *mark-up* yang wajar atau *operating margin* yang lebih besar dan lebih mencerminkan pengembalian atas upaya mengembangkan dan memelihara *intangible property* tersebut.

HM Revenue and Custom (HMRC) otoritas pajak di Inggris (*United Kingdom*) membagi jenis kepemilikan atas *intangible property* sebagaimana dijelaskan dalam INTM464070 - *Transfer pricing: types of transactions*.<sup>31</sup>

*There are two classes of ownership. A person may have more than one type of interest in a particular asset.*

- *Legal ownership – some intangible property such as copyrights, patents, etc. can be protected from infringement. The degree of protection will depend on the country where protection is sought. Title to the intellectual property will be registered in the name of the legal owner.*
- *Economic ownership (sometimes referred to beneficial ownership) – intangible property is created, and in most cases the creation is an expensive process. The rewards for exploiting the intangible property should accrue to the economic owner.*

Internal Revenue Service (IRS) mendefinisikan kepemilikan atas *intangible property* dengan *Treas. Reg. § 1.482-4* sebagai berikut.<sup>32</sup>

- (f)(3) Ownership of intangible property—*  
*(i) Identification of owner—*  
*(A) In general.*

---

<sup>31</sup>HM Revenue and Custom, *INTM464070- Transfer pricing: types of transactions* <<http://www.hmrc.gov.uk/manuals/intmanual/intm464070.htm>> (Feb. 2008)

<sup>32</sup>Internal Revenue Service, *Treasury Regular Section 1.482*, <[http://a257.g.akamaitech.net/7/257/2422/26mar20071500/edocket.access.gpo.gov/cfr\\_2007/apr/qtr/pdf/26cfr1.482-4.pdf](http://a257.g.akamaitech.net/7/257/2422/26mar20071500/edocket.access.gpo.gov/cfr_2007/apr/qtr/pdf/26cfr1.482-4.pdf)> (Feb. 2008)

*The legal owner of an intangible pursuant to the intellectual property law of the relevant jurisdiction, or the holder of rights constituting an intangible pursuant to contractual terms (such as the terms of a license) or other legal provision, will be considered the sole owner of the respective intangible for purposes of this section unless such ownership is inconsistent with the economic substance of the underlying transactions. See § 1.482-1(d)(3)(ii)(B) (identifying contractual terms).*

*If no owner of the respective intangible is identified under the intellectual property law of the relevant jurisdiction, or pursuant to contractual terms (including terms imputed pursuant to § 1.482-1(d)(3)(ii)(B)) or other legal provision, then the controlled taxpayer who has control of the intangible, based on all the facts and circumstances, will be considered the sole owner of the intangible for purposes of this section.*

Menurut para praktisi pajak di Amerika Serikat, seperti yang dikutip Markham dari Ackerman and Hobster, aturan tersebut dapat menyebabkan terjadinya reklasifikasi kepemilikan terhadap *intangible* tertentu untuk tujuan-tujuan pajak, yang kemudian menyebabkan suatu *transfer pricing adjustment*.<sup>33</sup>

*Certain marketing intangibles, such as trademarks and trade names legally owned by a parent company, may be attributed by tax authorities to a subsidiary distributor that uses the intangibles or pays for advertising and promotion of the trademarks and trade names in specified geographic market. By reclassifying the distributor as an owner of such intangibles, tax authorities require a higher return to the tax owner, often resulting in adjustments to the transfer pricing between parent and subsidiary.*

Sementara *OECD Transfer Pricing Guidelines*, tidak memberikan aturan yang khusus untuk menentukan kepemilikan atas *intangible asset* untuk tujuan *transfer pricing*. Konsekuensinya, beberapa praktisi pajak berpendapat bahwa *Guidelines*

---

<sup>33</sup> Michelle Markham, *The Transfer Pricing of Intangibles*, (Netherland; Kluwer Law International, 2005), pg. 48

tersebut lebih menekankan pentingnya *economic ownership*, sementara yang lainnya berpendapat justru *legal ownership* yang diberikan prioritas utama.<sup>34</sup>

Namun pada paragraph 6.36 sampai dengan 6.39 *OECD Guidelines*, dapat ditemukan panduan khusus dalam hal analisis *transfer pricing* yang diterapkan pada aktifitas marketing yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang bukan pemilik marketing intangible. Referensi yang diberikan disini pada *legal owner* dari *marketing intangible*, merupakan kontra posisi dari *marketer* atau *distributor*. Akan tetapi hal apa yang harus dipertimbangkan untuk menetapkan *legal ownership* tersebut tidak diatur.<sup>35</sup>

#### 2.4. Penentuan Nilai Wajar (*Arm's Length Principle*) atas Transaksi *Intangible Property* Dalam Konteks *Transfer Pricing*

Metode-metode *arm's length* dalam penentuan kewajaran *transfer pricing* transaksi *intangible asset* dalam perusahaan asosiasi adalah:

1. *The Traditional Transaction Methods* (lebih dikenal dengan *traditional methods*), yang terdiri:
  - a. *the Comparable Uncontrolled Price (CUP) method*
2. *Profit-Based Methods/ Transactional Profit Methods*
  - a. *the Comparable Profit method*, dan
  - b. *the Transactional Net Margin method (TNMM)*.

---

<sup>34</sup> *Ibid.*, pg. 50

<sup>35</sup> *Ibid.*

### 3. Profit Split Methods

- a. *the Comparable Profit Split Method*
- b. *the Contribution Profit Split Method*
- c. *the Residual Profit Split Method*

#### 2.4.1. Comparable Uncontrolled Price (CUP).<sup>36</sup>

Metode ini mencoba untuk menetapkan *arm's length price* dengan membandingkan *controlled transaction* dengan *uncontrolled transaction* dalam penyerahan suatu asset atau pemberian jasa yang saling dapat diperbandingkan. Metode ini pada dasarnya dapat digunakan pada transaksi-transaksi:

- a. Penyerahan barang (*transfer of goods*)
- b. Pemberian jasa (*provision of services*)
- c. Aktiva tak berwujud (*Intangibles*)
- d. Pinjaman (*Loans, provision of finance*)

Metode CUP harus ditentukan dengan mengikuti cara berikut.<sup>37</sup>

1. Identifikasi harga yang dibebankan atau dibayar terhadap harta yang diserahkan atau jasa yang diberikan dalam kondisi transaksi-transaksi yang bebas (*comparable uncontrolled transaction*);

---

<sup>36</sup> Ibid., pgs. 95-97: Metode CUP merupakan penerapan OECD atas metode yang identik dengan yang diterapkan Amerika Serikat *the Comparable Uncontrolled Transaction (CUT) method*. Metode ini menentukan apakah jumlah yang dikenakan (*charged*) untuk suatu transaksi *transfer intangible property* yang *controlled* (misalnya, pada pihak asosiasi) adalah *arm's length* dengan jumlah yang dikenakan terhadap transaksi yang sama atau sebanding dengan pihak yang *independent* (*comparable uncontrolled transaction*)

<sup>37</sup> <http://fmaccounting.com/transfer-pricing-in-india-methods-of-tp-selection-of-the-most-appropriate-part-c-2/>

2. Harga tersebut disesuaikan berdasarkan perbedaan jika ada, antara transaksi internasional dan transaksi tidak dikendalikan tersebut, atau antara perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam transaksi dimaksud, yang mungkin secara material mempengaruhi harga dalam pasar yang terbuka;
3. Harga yang telah disesuaikan tersebut, ditetapkan sebagai *arm's length price* dalam transaksi internasional;
4. Harga wajar (*arm's length price*) tersebut dibandingkan dengan harga yang dikenakan dalam transaksi internasional yang diperiksa;
5. Jika harga yang dikenakan dalam transaksi internasional yang diperiksa lebih rendah dibandingkan *arm's length price* atau harga yang dibayarkan dalam transaksi internasional yang diperiksa lebih tinggi dari *arm's length price*, maka penyesuaian akan dilakukan terhadap harga yang dikenakan atau dibayarkan sebesar selisihnya.

#### 2.4.2. *Comparable Profits Method (CPM)*

Metode ini diperkenalkan oleh otoritas pajak Amerika Serikat, *Internal Revenue Service (IRS)*, melalui *Treas. Reg. Section 1.482-5(a)*<sup>38</sup>

*In general. The comparable profits method evaluates whether the amount charged in a controlled transaction is arm's length based on objective measures of profitability (profit level indicators) derived from uncontrolled taxpayers that engage in similar business activities under similar circumstances.*

CPM mengevaluasi sifat *arm's length* atas transaksi-transaksi yang dikendalikan (*controlled transaction*) dengan menggunakan ukuran-ukuran yang objektif atas profitabilitas yang dihasilkan dari transaksi-transaksi oleh wajib pajak-wajib pajak yang tidak dalam satu pengendalian dan dalam aktifitas bisnis serta kondisi lingkungan yang sama. Alat ukur objektif yang jadi pembanding tersebut adalah *Profit Level Indicators (PLIs)*. Jika CPM lebih fokus kepada perbandingan laba

<sup>38</sup> Internal Revenue Service, *Ibid.*,

<[http://www.ustransferpricing.com/26CFR\\_1\\_482\\_complete.pdf](http://www.ustransferpricing.com/26CFR_1_482_complete.pdf)> (March, 2008)

operasi melalui penggunaan PLIs, sementara itu metode CUP fokus kepada suatu perbandingan terhadap produk.<sup>39</sup>

#### **2.4.3. Transaction Net Margin Method (TNMM)**

Metode ini terutama memfokuskan kepada *net margin* yang diserahkan oleh perusahaan asosiasi di luar negeri (*foreign parties*) dalam transaksi-transaksi yang dikendalikan dibandingkan jika dilakukan dalam kondisi transaksi yang tidak dikendalikan. TNMM diperkenalkan oleh *OECD Guidelines* sebenarnya secara substansi sama dengan CPM di seksi 482 *US Tax Code*. Penamaan ini lebih kepada kehati-hatian, karena cukup lama OECD menolak ide *profit-based methods*<sup>40</sup>

*It is significant that OECD uses the word 'transactional' naming this method, as they are swift to emphasize that it is applicable to specific controlled transactions which are given individualized attention, and not to some aggregate of financial data of controlled and uncontrolled enterprises, as is the case with the CPM. The TNMM compares the net profit margins (as opposed to gross profit or intermediate margins) from controlled and uncontrolled transactions relative to an appropriate base, such as sales, costs or assets.*

Beberapa jenis transaksi dimana TNMM biasa digunakan adalah:

1. Penyerahan atau pemberian jasa-jasa
2. Pendistribusian barang jadi akhir dimana metode *resale price* tidak cukup layak digunakan.
3. Transfer produk semi jadisemi-finished goods.

---

<sup>39</sup> Michelle Markham, *Ibid.*, pg. 107

<sup>40</sup> *Ibid.*, pgs. 110-111



Beberapa langkah yang harus dilakukan dalam TNMM:<sup>41</sup>

1. Identifikasikan *net profit margin* yang dicapai oleh suatu perusahaan dari transaksi internasional. *Net profit margin* dapat dihitung berdasarkan perbandingan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan, penjualan yang terkait, asset-asset yang digunakan, atau dasar yang relevan lainnya;
2. Identifikasi *Net profit margin* yang diperoleh dalam transaksi sebanding yang bebas (*comparable uncontrolled transaction*);
3. Kemudian *net profit margin* ini disesuaikan dengan mempertimbangkan perbedaan, jika ada, antara transaksi internasional dengan transaksi sebanding yang bebas tersebut. Perbedaan-perbedaan tersebut harus yang secara material mempengaruhi *net profit margin* dalam pasar yang terbuka;
4. *Net profit margin* setelah penyesuaian kemudian ditetapkan untuk menentukan *arm's length price* dalam transaksi internasional yang diperiksa.

#### 2.4.4. Comparable Profit Split Method (CPSM)

Metode CPSM tergantung kepada upaya mencari laba atas transaksi-transaksi yang dapat diperbandingkan diantara dua perusahaan yang tidak memiliki hubungan istimewa. Regulasi yang diterapkan melalui *Treas. Reg. Section 1.482-6(c)* ini menjelaskan bahwa suatu *comparable profit split* diperoleh melalui kombinasi *operating profit* dari *uncontrolled taxpayers* yang transaksi-transaksi dan aktifitas-aktifitasnya sama dengan apa yang berlaku pada *controlled taxpayer* dalam aktifitas bisnis yang relevan.<sup>42</sup>

*In general, A comparable profit split is derived from the combined operating profit of uncontrolled taxpayers whose transactions and activities are similar to those of the controlled taxpayers in the relevant business activity. Under this method, each uncontrolled taxpayer's percentage of the combined operating profit or loss is used to allocate the combined operating profit or loss of the relevant business activity.*

---

<sup>41</sup> <http://fmaccounting.com/transfer-pricing-in-india-methods-of-tp-selection-of-the-most-appropriate-part-c-2/>

<sup>42</sup> Internal Revenue Service, *Ibid.*,  
<[http://www.ustransferpricing.com/26CFR\\_1\\_482\\_complete.pdf](http://www.ustransferpricing.com/26CFR_1_482_complete.pdf)> (March, 2008)

Kemudian Alexander Voegele dan kawan-kawan, dari *Nera Economic Consulting*, menjelaskan penggunaan CPSM sebagai berikut:<sup>43</sup>

*Under the comparable profit split method, the shares of overall or residual profit (or loss) are determined based on third party evidence from an uncontrolled transaction in which the combined return on assets is similar to the controlled situation and there is a similar division of functions, costs, and risks between the independent parties in the uncontrolled situation and the affiliates in the controlled situation.*

#### **2.4.5. Contribution Profit Split Method<sup>44</sup>**

Analisis pada metode ini, gabungan *profit (total contribution)* dibagi (*split*) diantara entitas-entitas yang tergabung dalam *value chain* grup multinasional berdasarkan perimbangan relatif atas kontribusi yang dapat dikaitkan atau diasosiasikan kepada masing-masing entitas tersebut. Untuk menetapkan pembagian tersebut, *OECD Guidelines* merekomendasikan penggunaan data diluar pasar *external market*. Dalam praktek, penetapan nilai relatif dari kontribusi masing-masing entitas bisa berdasarkan data eksternal dan atau data internal.

Secara umum metode ini cocok digunakan ketika perbandingan-perbandingan yang bersifat langsung (*direct comparables*) tidak dapat digunakan. Ketika pembagian laba (*split of the profits*) didasarkan pada data keuangan internal untuk mengalokasikan laba, metode ini secara efektif dapat menghasilkan "*rate of return pricing*".

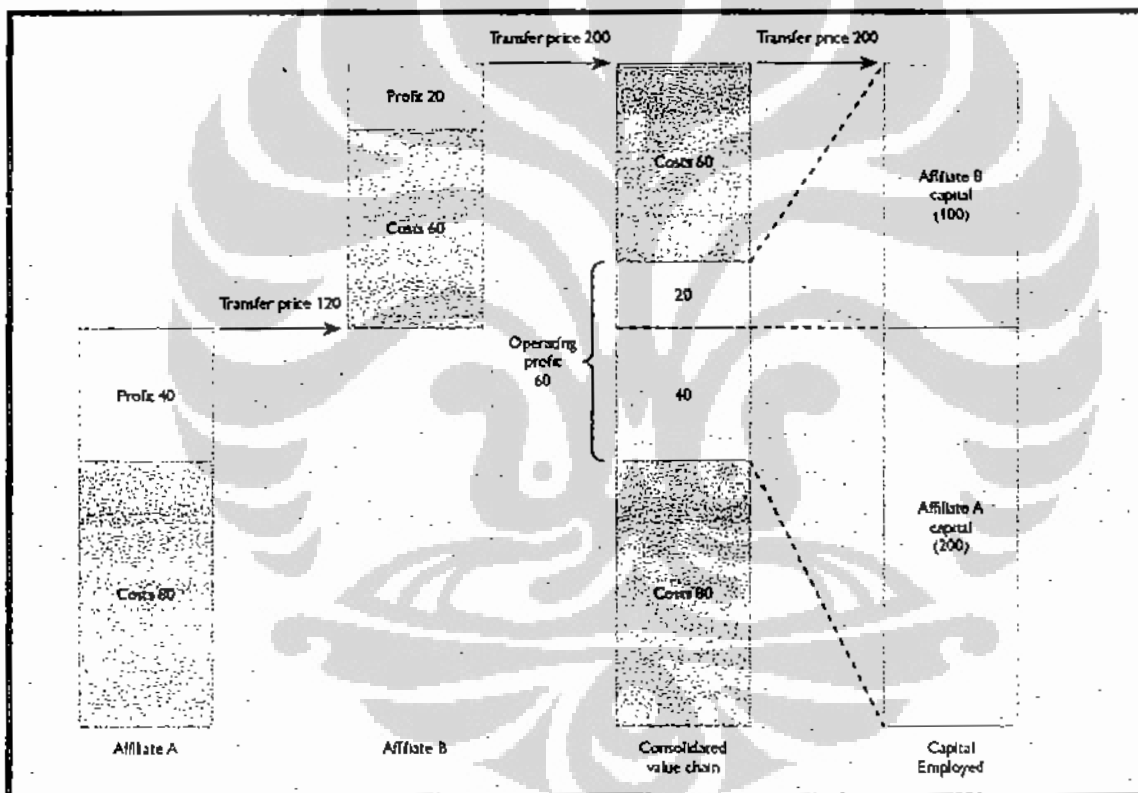
---

<sup>43</sup> Alexander Voegele, et.al., *Ibid.*, pgs. 23-24

<sup>44</sup> *Ibid.*, pg. 24

Pada metode ini, gabungan laba atau rugi (*the combined profits or losses*) yang diperoleh oleh dua atau lebih entitas dalam *value chain* dari suatu transaksi atau rangkaian transaksi dibagi berdasarkan beberapa dasar alokasi; hasil *profit split* kemudian diterapkan dengan penetapan harga transfer yang sesuai dengan alokasi yang pilih. Ilustrasi *Contribution Profit Split* dapat digambarkan seperti pada diagram berikut ini:

**Gambar 5**  
**Contribution Profit Split Method**



Source: Alexander Voegelé, et.al, Calculating royalties based on comparable market opinion, *International Tax Review*, no. 24, pg. 24

#### 2.4.6. *Residual Profit Split Method (RPM)* <sup>45</sup>

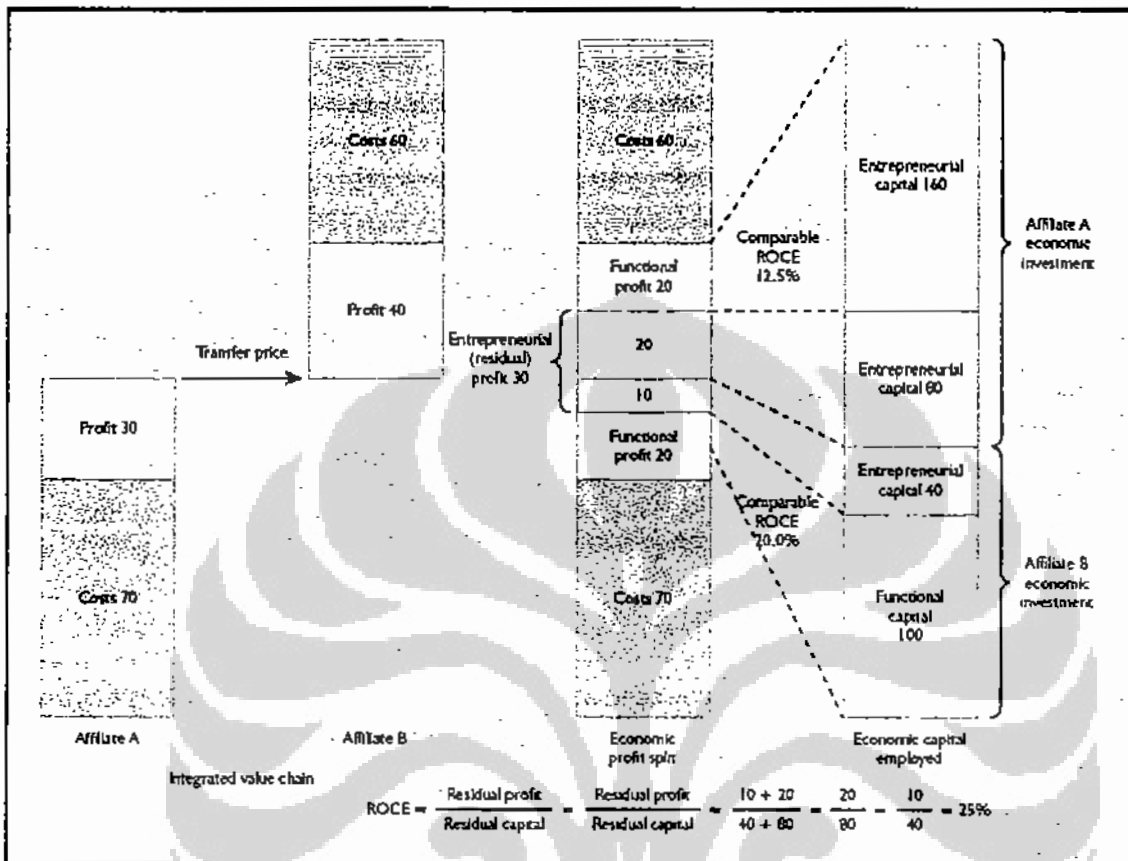
Sebagai alternatif, RPM menggunakan “*two-step approach*” untuk menentukan suatu alokasi yang *arm's-length* atas laba atau rugi baik dari kontribusi-kontribusi yang bersifat rutin maupun yang tidak rutin (*routine and non-routine contributions*). Langkah pertama, RPM memerlukan suatu alokasi laba untuk menetapkan *market return* bagi kontribusi rutin yang dihasilkan oleh satu *controlled taxpayer* pada aktifitas bisnis yang terkait. Langkah berikutnya, setiap *residual profit* yang *attributable* kepada *non-routine intangibles* harus dialokasikan diantara masing-masing *controlled taxpayer* berdasarkan nilai kontribusi relatif dari *non-routine intangible property* kepada masing entitas yang terkait.

Pada RPM ini, hanya satu bagian atau residual dari laba usaha konsolidasi—bagian yang berasal dari *intangible property* yang bersifat *entrepreneur* atau *non-routine*—yang dapat dihubungkan dengan pihak afiliasi berdasarkan prinsip-prinsip *profit split*. Sementara yang lainnya atau jumlah laba operasi yang bersifat rutin dapat diatribusikan kepada asset-aset yang bersifat rutin pula, yang dibandingkan dengan fungsi yang sejenis yang independen di pasar (*market benchmark*).

---

<sup>45</sup> Ibid., pg. 25

**Gambar 6**  
**Residual Profit Split Method**



Source: Alexander Voegelé, et.al, *Calculating royalties based on comparable market opinion*, *International Tax Review*, no. 24, pg. 25

#### 2.4.7. Kompensasi berbasis *Royalty Rates*

Jika pengguna *intangible property* diharuskan membayar kompensasi kepada pemilik *intangible property* di negara yang berbeda, yang merupakan perusahaan asosiasinya, dalam bentuk royalti, maka pertanyaan yang diajukan oleh otoritas pajak di kedua negara perusahaan-perusahaan itu berada adalah apakah jumlahnya sudah memenuhi prinsip *arm's length*. Berbagai metode dapat digunakan untuk

memenuhi kriteria tersebut. Metode-metode tersebut sebaiknya digunakan sesuai karakteristik yang telah ditentukan, diantaranya seperti dijelaskan oleh Voegel dan kawan-kawan sebagai berikut:

*All transfer pricing methods can be used to a certain extent to calculate intercompany royalties. Practitioners will use the comparable uncontrolled transaction (CUT) method, when comparable royalties can be found, the cost plus (CP) method for common IP development and cost allocation systems, the resale price method (RPM) when IP is sublicensed to third parties, or a variety of the profit split method using a transactional net margin method (TNMM) approach when financial information is available for comparable companies. The profit split methods are the most widely applied in practice.*

Seperti dijelaskan sebelumnya, bahwa salah satu metode untuk menentukan nilai (*valuation*) dari *intangible property* adalah *royalty relief*. Jadi nilai *intangible property* ditentukan oleh mekanisme pasar dalam menentukan berapa royalti yang disepakati diterima oleh pemilik dan dibayar oleh pengguna *intangible property* tersebut. Terkait penentuan *royalty rate*, Thayne Forbes, managing director *Intangible Business Ltd.*, menjelaskan:<sup>46</sup>

*Once the context is established, and if the relief from royalty method is the primary valuation method, royalty rates will be extremely important. They are also likely to have some influence over other valuation parameters such as forecast sales growth and the discount rate. Sales on which royalties are calculated.*

*Royalties are based on sales and so it is helpful to have an understanding of the market, its projected growth, competitor activity and the brand's market share. This will give projected sales of branded products to which the royalty rate can be referenced. We set out below an analysis for a hypothetical menswear brand in Italy, and it can be seen the analysis helps in assessing the branded sales which will ultimately drive the royalties.*

---

<sup>46</sup>Thayne Forbes, *Intangible Business Ltd., Royalty rates: The key Drivers*, <[http://www.intangiblebusiness.com/store/data/files/128-Royalty\\_rates\\_the\\_key\\_drivers.pdf](http://www.intangiblebusiness.com/store/data/files/128-Royalty_rates_the_key_drivers.pdf)> (March, 2008)

Regulasi di Amerika Serikat dalam menentukan *arm's length royalty rates*, *Treas. Reg. Section 1.482-2(d)(iii)(1968)* seperti yang dikutip oleh oleh Markham berikut ini:<sup>47</sup>

*In the United States, the 1968 regulations stated that, where comparable uncontrolled transactions for the same or similar intangibles could no be found, other factors would need to be considered in determining an arm's length royalty rate. The following 12 factors were listed:*

- 1. prevailing rate in the same industry or for similar property;*
- 2. competing offers or bids;*
- 3. terms of the licensing, such as limitation on the geographic area covered and the exclusive character of the license;*
- 4. uniqueness of the property and the period of time for which it is likely to remain unique;*
- 5. duration and extent of legal protection of the property;*
- 6. value of services rendered by the licensor to licensee in connection with the license;*
- 7. licensee's prospective profits or cost savings;*
- 8. licensee's capital investment and start-up cost;*
- 9. availability of substitutes;*
- 10. arm's length rates and prices paid by unrelated parties where the property is resold or sublicensed to unrelated parties;*
- 11. cost of developing the intangible property;*
- 12. other relevant facts or circumstances*

Dalam kondisi tidak dapat ditentukan atau ditemukan transaksi-transaksi sebanding yang bebas atau intangible yang sama atau sejenis tidak ditemukan, maka faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan untuk menentukan tarif royalti ada 12 faktor, yaitu tarif dalam industri yang sama atau sejenis, penawaran kompetisi, klausul-klausul kontrak lisensi, keunikan, durasi dan perpanjangan ijin, nilai service yang menyertai, prospek keuntungan atau penghematan biaya bagi penerima lisensi,

---

<sup>47</sup> Michelle Markham, *Ibid.*, pg. 76

investasi modal dan biaya *start-up*, keberadaan substitusi, harga jika dijual kembali atau di sub lisensikan kepada pihak independen, biaya pengembangan, dan fakta-fakta dan kondisi lainnya yang relevan.

## **2.5. Ketentuan-Ketentuan dan Peraturan Perpajakan yang Berlaku di Indonesia Mengenai *Transfer Pricing* atas *Intangible Property***

Undang-undang dan ketentuan pajak penghasilan di Indonesia, saat ini, masih sedikit sekali pasal-pasal yang mengatur aktiva tak berwujud atau *intangible asset*. Ketentuan yang ada hanya berkaitan dengan ketentuan amortisasi aktiva tak berwujud, pada pasal 11A UU no 7 tahun 83 sebagaimana telah dirubah terakhir kali dengan UU no 17 tahun 2000. Namun dalam kaitannya dengan *transfer pricing*, belum ada aturan yang bersifat khusus dalam mempertimbangkan adanya transfer *intangible asset*.

Sementara, untuk ketentuan yang mengatur tentang *transfer pricing*, diantaranya adalah:

- I. Penggunaan harga wajar diatur dalam Undang-undang PPh pasal 10 ayat, yaitu tentang penentuan harga perolehan atau harga penjualan dalam hal terjadi jual beli harta yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa. Sementara jika transaksi dilakukan oleh pihak-pihak yang dipengaruhi oleh hubungan istimewa, pasal 18 ayat 3a menjelaskan DJP 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, sebagaimana dimaksud dalam ayat (4), yang berlaku selama suatu periode tertentu dan mengawasi pelaksanaannya serta melakukan renegotiasi setelah periode tertentu tersebut berakhir.

## II. Pengaturan jika terdapat hubungan istimewa adalah UU PPh pasal 18 ayat 4;<sup>48</sup>

Hubungan istimewa sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) dan (3a), Pasal 8 ayat (4), Pasal 9 ayat (1) huruf f, dan Pasal 10 ayat (1) 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.

## III. Kewenangan Direktorat Jendral Pajak dalam melakukan penyesuaian transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa pada pasal 18 ayat 3;<sup>49</sup>

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.

---

<sup>48</sup> Direktorat Jendral Pajak RI, *Undang-Undang no 7 tahun 83 sebagaimana telah dirubah terakhir kali dengan Undang-Undang no 17 tahun 2000* <[http://www.pajak.go.id/peraturan/view\\_doc?docid=2&searchterm=None](http://www.pajak.go.id/peraturan/view_doc?docid=2&searchterm=None)> (March, 2008)

<sup>49</sup> idem

IV. Metode-metode untuk menentukan harga wajar (*arm's length price*) dalam transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, tidak diatur di dalam UU PPh, namun pada pasal 28 ayat 7 UU tentang KUP menjelaskan bahwa pembukuan diselenggarakan dengan cara atau system yang lazim digunakan di Indonesia. Oleh karena itu, pembukuan merujuk kepada Standar Akuntansi Keuangan, kecuali peraturan perundang-undangan pajak menentukan lain. PSAK no 7 menentukan harga wajar tersebut dapat menggunakan metode-metode:

- a. Metode harga pasar bebas yang dapat diperbandingkan
- b. Metode harga penjualan kembali
- c. Metode biaya-plus
- d. Metode lainnya

Ini sejalan dengan KEP-01/PJ.7/1993 tanggal 9 Maret 1993, bahwa metode-metode tersebut digunakan dalam pemeriksaan kewajaran harga. Hanya pada metode lainnya, ditambahkan menjadi metode lainnya yang dapat diterima. Sementara SE-04/PJ.7/1993 (seri TP-1) memberikan beberapa contoh kasus transfer pricing dan perlakuan perpajakannya, metode yang dipakai adalah:<sup>50</sup>

1. Metode harga pasar sebanding (*Comparable uncontrolled price method*)
2. Pendekatan harga jual minus (*Sales minus/Resale price method*)

---

<sup>50</sup> Muhammad Ali Shodiqin, *Kajian atas International Transfer Pricing dan Aspek Pemeriksaan Pajaknya (Studi Kasus: Indonesia China dan Australia)*, Karya Akhir Magister Akuntansi, Universitas Indonesia, 2007)

3. Pendekatan harga pokok plus (*Cost plus method*)

4. Pendekatan Tingkat Laba perusahaan sebanding (*Comparable profit method*)

5. Metode sebanding yang disesuaikan (*Comparable adjustable method*)

V. Keputusan Menteri Keuangan no. 545/KMK.04/2000 sebagaimana dirubah dengan PMK no. 123/PMK.03/2006, ketentuan pemeriksaan yang berhubungan dengan transfer pricing yang terdapat dalam ketentuan tersebut adalah jika pada saat dilakukan pemeriksaan ternyata terdapat indikasi adanya transfer pricing, maka sesuai pasal 3 ayat (7) keputusan tersebut, lingkup pemeriksaannya ditingkatkan menjadi pemeriksaan lapangan (jika sebelumnya hanya pemeriksaan kantor). Sebelumnya SE-04/PJ.7/1993 tanggal 9 Maret 1993 tentang Petunjuk Penanganan Kasus-kasus *Transfer Pricing* (seri TP-1) berisi petunjuk penanganan kasu-kasus *transfer pricing* atau yang mengandung indikasi adanya transfer pricing serta contoh-contoh kasus dan perlakuan perpajakannya.

VI. Penggunaan sumber data pembanding, KEP-01/PJ.7/1993 Bab I paragraph 4.2 menjelaskan:<sup>51</sup>

Sumber-sumber Informasi Sebagai Pembanding

Pengajian kewajaran *Transfer Price* sangat memerlukan data pembanding (komparabilitas).

Data pembanding dari pihak ketiga perlu didapatkan dari sumber-sumber informasi, misalnya :

1. Business News; mengenai kegiatan usaha tertentu maupun mengenai tarif/harga barang-barang yang berlaku.
2. Brosur-brosur dan majalah-majalah business dan ekonomi lainnya.

---

<sup>51</sup>Direktorat Jendral Pajak RI, KEP no. 01/PJ.7/1993, [http://www.pajak.go.id/filez/lampiran/93PJ7\\_KEP01.htm](http://www.pajak.go.id/filez/lampiran/93PJ7_KEP01.htm)> (March, 2008)

3. Badan Pengembangan Ekspor Nasional (BPEN) dan Ditjen Daglu Departemen Perdagangan; data mengenai harga pasaran komoditi di Luar Negeri.
4. SGS/Ditjen Bea Cukai; data mengenai harga patokan barang-barang impor.
5. BAPEKSTA; data mengenai kuantitas, harga, jenis barang ekspor/impor.
6. PDBI (Pusat Data Business Indonesia); data mengenai ikhtisar kegiatan operasi perusahaan sejenis, harga dari barang/bahan ekspor dan impor.
7. PDIP (Pusat Data dan Informasi Perpajakan); misalnya data mengenai :
  - rasio laba kotor per KLU
  - rasio laba bersih per KLU
  - rasio hutang terhadap Modal per KLU
  - dll.
8. BPS (Biro Pusat Statistik); data mengenai ekspor dan impor.
9. Departemen-departemen teknis lainnya sehubungan dengan data aktivitas perusahaan yang bersangkutan dan perusahaan sejenis yang diperiksa.
10. Dan lain-lain sumber informasi.

VII. Mengenai kewajiban mendokumentasikan transaksi, Peraturan Pemerintah (PP)

nomor 80 tahun 2007 tentang Tata cara Pelaksanaan Hak dan Kewajiban Perpajakan berdasarkan UU KUP, pada pasal 16 ayat (2) menjelaskan bahwa, dalam hal wajib pajak melakukan transaksi dengan para pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak, kewajiban menyimpan dokumen lain, meliputi dokumen dan atau informasi tambahan untuk mendukung bahwa transaksi yang dilakukan dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> Christine, SE, Ak, M. Int. Tax, "Sejauh Mana Tanggung Jawab dan Profesionalisme Akuntan Publik Terhadap Praktek Transfer Pricing di Indonesia?" Inside Tax Edisi 05, Maret 2008.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Kerangka Pemikiran

Bagi perusahaan multinasional, menentukan lokasi bagi unit-unit usahanya dalam rangka menetapkan fungsi-fungsi, resiko dan asset yang akan diletakkan pada unit-unit tersebut, merupakan strategi untuk memperoleh manfaat dan bertujuan untuk menghasilkan *competitive advantage* perusahaan, diantaranya, memenuhi kebutuhan pelanggan dan menekan biaya-biaya usaha. Apakah keputusan tersebut berakibat peningkatan atau penurunan pengenaan pajak efektif secara grup multinasionalnya, hal tersebut merupakan pertimbangan kedua, tetapi bukan berarti kurang penting.

Semakin banyaknya perusahaan multinasional yang mentransfer *intangible asset*-nya ke negara-negara yang dikategorikan *Tax haven Country*, kemudian membebaskan royalti kembali ke afiliasinya yang beroperasi di dalam negeri sudah merupakan *aggressive tax planning* yang semata-mata untuk menghindari pembayaran pajak tanpa ada motivasi bisnis yang baik. Hal ini telah menimbulkan perhatian serius otoritas pajak di berbagai negara dan ditanggapi dengan pengembangan *General Anti Avoidance Rule* yang mempersempit celah bagi *aggressive tax planning* oleh perusahaan-perusahaan multinasional tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengetengahkan analisis terhadap kesiapan peraturan-

peraturan perpajakan Indonesia khususnya pajak penghasilan, dalam menangkul skema-skema *transfer pricing* atas pemanfaatan *Intangible Property* diantara unit-unit yang dikendalikan oleh perusahaan multinasional.

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi otoritas pajak di Indonesia dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan pencegahan "*abuse of transfer pricing*" khususnya pada pemanfaatan *intangible property* yang mungkin merugikan bagi negara. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan seperti berikut ini:

Dalam bagan pada Gambar 7 berikut ini, terjadi transfer *intangible property* dari perusahaan induk atau perusahaan asosiasi di luar negeri, kepada afiliasinya atau anak perusahaan di dalam negeri. Kemudian atas transfer tersebut, maka perusahaan di dalam negeri memiliki kewajiban membayar remunerasi kepada perusahaan di luar negeri sebagai imbalan atas penggunaan *intangible property* tersebut.

Atas pembayaran yang dikeluarkan tersebut, maka perusahaan dalam negeri berhak untuk membebankannya sebagai biaya usaha. Oleh karena itu dalam perhitungan pajak badan, biaya-biaya tersebut akan muncul sebagai *deductible expense* yang akan mempengaruhi jumlah penghasilan kena pajak perusahaan di dalam negeri tersebut.

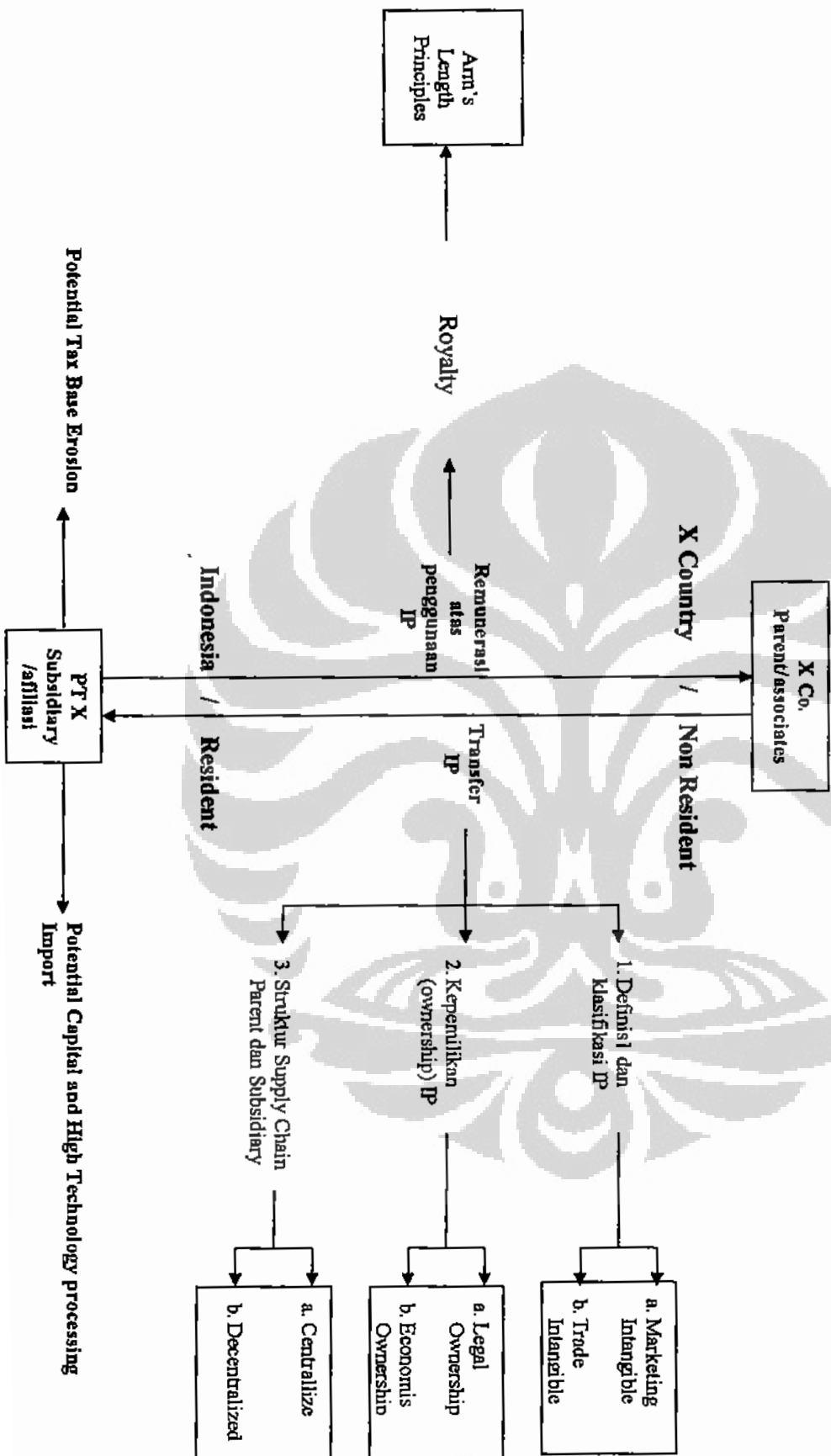
peraturan perpajakan Indonesia khususnya pajak penghasilan, dalam menangkai skema-skema *transfer pricing* atas pemanfaatan *Intangible Property* diantara unit-unit yang dikendalikan oleh perusahaan multinasional.

Diharapkan agar hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi otoritas pajak di Indonesia dalam merumuskan kebijakan yang berkaitan dengan pencegahan "*abuse of transfer pricing*" khususnya pada pemanfaatan *intangible property* yang mungkin merugikan bagi negara. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini secara sistematis dapat digambarkan seperti berikut ini:

Dalam bagan pada Gambar 7 berikut ini, terjadi transfer *intangible property* dari perusahaan induk atau perusahaan asosiasi di luar negeri, kepada afiliasinya atau anak perusahaan di dalam negeri. Kemudian atas transfer tersebut, maka perusahaan di dalam negeri memiliki kewajiban membayar remunerasi kepada perusahaan di luar negeri sebagai imbalan atas penggunaan *intangible property* tersebut.

Atas pembayaran yang dikeluarkan tersebut, maka perusahaan dalam negeri berhak untuk membebankannya sebagai biaya usaha. Oleh karena itu dalam perhitungan pajak badan, biaya-biaya tersebut akan muncul sebagai *deductible expense* yang akan mempengaruhi jumlah penghasilan kena pajak perusahaan di dalam negeri tersebut.

**Gambar 7**  
**Kerangka Pemikiran Transfer Intangible Property**





Dalam kondisi transaksi seperti dalam gambar tersebut, terjadi antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, maka tidak akan timbul masalah atau isu *transfer pricing*, karena umumnya akan diserahkan kepada mekanisme pasar dan *willingness to pay* oleh perusahaan yang menjadi *licensee*. Namun dalam kondisi seperti dalam skema yang digambarkan, isu *transfer pricing* mengemuka seiring dengan adanya aliran pembayaran dari satu yurisdiksi pajak ke yurisdiksi pajak lainnya. Kondisi ini rentan terhadap praktek penyalahgunaan mekanisme *cross border transfer pricing*, karena grup perusahaan multinasional dapat memindahkan *income* dari satu negara yang *high-tax jurisdiction* ke negara yang *low tax jurisdiction* (*income shifting*).

Indonesia termasuk negara yang *high tax jurisdiction* di mata perusahaan multinasional, oleh karena itu rentan terjadinya praktek penyalahgunaan *transfer pricing* (*abuse of transfer pricing*). Hal ini ditunjang oleh belum memadainya ketentuan perpajakan yang mengatur tentang pencegahannya. Dampak yang diakibatkan oleh praktek tersebut adalah kerugian negara karena kehilangan potensi penghasilan dari sumber pajak.

Dari model kerangka pemikiran tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerimaan negara yang bersumber dari pajak merupakan variabel terikat (*dependent variable*) yang ditentukan oleh keberadaan peraturan yang efektif menangkal *transfer pricing intangible property* sebagai variabel bebasnya. Jika terdapat aturan yang

memadai yang mengatur tentang *intangible property* dan aspek *transfer pricing*-nya, maka semakin banyak potensi penerimaan negara yang dapat diselamatkan. Demikian juga sebaliknya.

Indikator-indikator yang digunakan untuk menentukan keberadaan aturan yang spesifik dalam ketentuan dan perundang-undangan pajak di Indonesia mengenai aspek *transfer pricing* dalam *intangible property* adalah:

1. Pendefinisian dan klasifikasi *Intangible Property*
2. Penentuan kepemilikan atas *Intangible Property*
3. Pertimbangan *supply chain management model* dalam grup perusahaan multinasional dalam mewaspadai *abuse of transfer pricing*
4. Penentuan harga transaksi yang wajar (*arm's length principles*) dalam pembebanan remunerasi penggunaan *intangible property* dalam bentuk *royalty*, *lump-sum royalty* dan *bundling price*.

### 3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kualitatif.<sup>53</sup> Jenis penelitian kualitatif digunakan karena lebih cenderung mengandalkan interpretasi atau hal-hal yang kritis, menerapkan praktek logika, dan mengikuti model *non linear*. Penelitian kualitatif lebih menekankan untuk menguji kasus-kasus yang timbul dalam kehidupan

---

<sup>53</sup>Terdapat dua jenis penelitian, yaitu kualitatif dan kuantitatif.

social. Sementara penelitian kuantitatif lebih mengandalkan pendekatan positif (*positive approach*) dengan menggunakan pandangan-pandangan yang mendukung, membangun logika, dan mengikuti model *linear*. Penelitian kuantitatif juga lebih menekankan akurasi pengukuran variabel dan tes hipotesis.<sup>54</sup>

Penelitian kualitatif cenderung bersifat deskriptif, naturalistik, dan berhubungan dengan sifat data yang murni kualitatif. Contoh metode kualitatif adalah studi kasus, observasi, dan historis. Dalam penelitian ini tidak mengenal populasi dan tidak pula sampel.<sup>55</sup>

Pemilihan jenis penelitian kualitatif disebabkan oleh:

1. Objek penelitian yaitu isu-isu seputar *intangible property* dan *transfer pricing* merupakan kasus-kasus sosial dan unik;
2. Penelitian bersifat naturalistik, karena mempelajari objek secara apa adanya tanpa bermaksud melakukan manipulasi dan intervensi;
3. Analisis dilakukan secara induktif dengan cara mendalami data untuk menemukan dimensi dan hubungan yang penting;
4. Pengumpulan data lebih bersifat longgar, fleksibel, dan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung kebutuhan;

---

<sup>54</sup> W. Lawrence Neuman. *Social Research Methods: Qualitatif and Quantitatif Approaches*, 4<sup>th</sup> ed., (USA: Allyn and Bacon, 2000), pg. 122.

<sup>55</sup> Prasetya Irawan. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, (Jakarta: DIA FISIP UI, 2006) hlm. 52

5. Data-data yang tersedia bersifat kualitatif (data verbal) dan kutipan langsung berupa ketentuan-ketentuan dan aturan-aturan *transfer pricing* atas *intangible property* dari beberapa organisasi (OECD) dan otoritas pajak (Indonesia, Amerika Serikat, Australia dan Malaysia);
6. Penelitian kualitatif digunakan karena lebih cenderung mengandalkan interpretasi atau *critical analysis* atas obyek penelitian, serta menghasilkan pemikiran yang mendalam dalam memberikan jawaban atas masalah-masalah yang diteliti.

### 3.3. Metode Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode deskriptif (*descriptive study*)<sup>56</sup>. Studi deskriptif dilakukan untuk memastikan dan mendeskripsikan karakteristik dari variabel-variabel yang berhubungan dengan masalah tertentu. Tujuan studi deskriptif adalah untuk memberikan profil atau mendeskripsikan aspek-aspek yang relevan dengan masalah-masalah tertentu. Studi deskriptif dapat berbentuk sederhana baik ukuran, kedalaman data, dan kedalaman

---

<sup>56</sup> Uma Sekaran, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 4<sup>th</sup> ed., (USA: John Willey & Sons, Inc, 2003), pg 121. Terdapat 4 metode penelitian yaitu penemuan (*exploratory*), deskriptif (*descriptive*) Tes hipotesis (*hypothesis testing*) dan studi kasus (*case study*).

analisisnya. Bisa juga lengkap dengan data yang lebih luas, detail, dan analisis yang lebih mendalam pula.<sup>57</sup> serta investigasi yang lebih mendalam pula.

Studi deskriptif pada dasarnya adalah untuk memberikan suatu profil atau deskripsi aspek-aspek yang relevan dengan masalah tertentu. Dengan studi deskriptif, manfaat yang dapat diperoleh antara lain:<sup>58</sup>

1. Mengetahui karakteristik suatu grup pada situasi tertentu;
2. Berpikir secara sistematis tentang aspek-aspek pada situasi tertentu;
3. Memberikan ide-ide untuk melakukan pemeriksaan atau penelitian lebih jauh;
4. Membantu membuat keputusan-keputusan tertentu.

Pemilihan jenis penelitian ini didasarkan atas pertimbangan bahwa dalam membahas karya akhir ini akan diuraikan dan dideskripsikan serta dilakukan analisis atas hal-hal yang berhubungan dengan pelaksanaan *transfer pricing* atas *intangible property*, perbandingan aspek perpajakannya di Indonesia dengan perbandingan terhadap OECD dan ketiga negara yang dipilih, dampak kondisi yang berlaku saat ini bagi Indonesia dan alternatif penyelesaian masalah.. Selanjutnya dicoba untuk memberikan saran-saran yang dapat digunakan oleh otoritas pajak di Indonesia, untuk mengatasi masalah-masalah yang ada.

---

<sup>57</sup> Donald R. Cooper and Pamela S. Schindler, *Business Research Methods*, 6<sup>th</sup> ed., (Singapore: Irwin-McGraw-Hill, 1998), pg. 141

<sup>58</sup> Uma Sekaran, *ibid.*, 122

### 3.3.1. Sumber Data

Data dapat dibedakan menjadi data primer dan data sekunder. Pengertian data primer dan data sekunder dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### A. Data Primer

Data primer berhubungan dengan informasi yang diperoleh pertama kali atas variabel yang berhubungan erat dengan tujuan khusus dari studi yang dilakukan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti khususnya untuk mencari jawaban atas pertanyaan yang terdapat dalam penelitian.<sup>59</sup>

#### B. Data Sekunder

Data sekunder berhubungan dengan informasi yang dikumpulkan dari sumber yang sudah ada (literatur). Data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan oleh orang lain selain peneliti yang sedang melakukan penelitian. Data sekunder tersebut dapat berasal dari internal maupun eksternal dan diakses melalui internet, dari bacaan yang sudah direkam atau informasi yang dipublikasikan.

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan dan direkam sebelumnya oleh orang lain dan biasanya bersifat historis, sudah disusun, dan tidak memerlukan

---

<sup>59</sup> Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler, *Ibid.*, pg. 256

akses terhadap responden atau subyek tertentu.<sup>60</sup> Data Sekunder dapat digunakan untuk tujuan sebagai berikut:<sup>61</sup>

- b. Memenuhi kebutuhan atas referensi tertentu atau kutipan atas hal-hal tertentu.
- c. Data sekunder merupakan bagian integral dari riset yang lebih besar atau hasil riset untuk menyesuaikan *cost and benefit* dilakukannya riset yang utama (*primary research*).
- d. Data sekunder dapat digunakan sebagai dasar dari penelitian jika situasi tidak memungkinkan untuk dilakukannya *primary research* karena faktor fisik, legal atau biaya.

Kemudian sumber data juga dibedakan menjadi sumber data primer dan sumber data sekunder. Perbedaannya dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>62</sup>

#### A. Sumber Data Primer

Sumber data primer dapat berasal dari individu, *focus group*, panel dari responden yang khusus dibuat oleh peneliti dan opini-opini atas masalah tertentu dari waktu ke waktu atau dari sumber lain.

---

124 <sup>60</sup> William G. Zikmund, *Business Research Methods*, 6<sup>th</sup> ed, (USA: Harcourt Inc., 2000), pg.

<sup>61</sup> Donald R. Cooper & Pamela S. Schindler, *Ibid.*, pg. 257

<sup>62</sup> Uma Sekaran, *ibid.*, pgs. 219-223

Sumber individu misalnya dari wawancara, kuesioner, atau observasi terhadap individu. *Focus group* merupakan forum diskusi yang terdiri atas 8 sampai dengan 10 orang dengan keahlian tertentu dengan seorang moderator yang melakukan pembahasan atas masalah tertentu dalam waktu sekitar 2 jam. Panel, hampir sama dengan *focus group*.

*Focus group* hanya melakukan pertemuan satu kali, sedangkan panel lebih dari satu kali. Perbedaan lain adalah anggota panel bukan berasal dari kelompok keahlian tertentu melainkan dipilih secara acak. Sumber data lain misalnya dari hasil penelusuran atas suatu ukuran (*trace measures*). Misalnya perbedaan merek akan menjadi ukuran tingkat konsumsi suatu produk.

#### B. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dapat diperoleh dari misalnya arsip perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri yang dimuat di media massa, *website*, internet, dan lain-lain. Ada beberapa sumber data sekunder, termasuk buku-buku, indikator ekonomi yang dipublikasikan, data sensus, data statistik, database, media massa, laporan tahunan perusahaan, dan sebagainya.

Penelitian ini menggunakan kedua jenis data tersebut, baik data primer maupun data sekunder. Data primer dikumpulkan dari hasil wawancara (*interview*) terhadap beberapa narasumber yang aktifitas maupun jabatannya banyak



berhubungan dengan masalah *transfer pricing*. Sedangkan data sekunder dikumpulkan dari buku-buku, jurnal ilmiah, materi kuliah, dan dari sumber-sumber lainnya misalnya *browsing* di internet.

Metode pengumpulan data merupakan bagian integral dari desain riset. Proses pengumpulan data dapat dilakukan dengan melalui responden atau tanpa responden tergantung metode yang dipakainya. Sangat penting untuk meminimalkan kesalahan dalam pengumpulan data misalnya inkonsistensi data dan kesalahan perekaman data responden.<sup>63</sup> Beberapa metode pengumpulan data dapat dijelaskan sebagai berikut.<sup>64</sup>

1. *Interview*

*Interview* dilakukan dengan mewawancarai responden untuk memperoleh informasi atas suatu masalah tertentu.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan dengan maksud untuk mengumpulkan jawaban dari masing-masing responden.

3. *Observasional Study*

---

<sup>63</sup> William G. Zikmund, *Ibid.*, pg. 65

<sup>64</sup> Uma Sekaran, *Ibid.*, pgs. 225-257

*Observational study* merupakan metode pengumpulan data tanpa memerlukan adanya responden seperti metode-metode *interview* dan kuesioner. Observasi dilakukan dengan melakukan investigasi terhadap masalah tertentu. *Observasional study* membantu untuk memahami masalah yang kompleks melalui observasi secara langsung dan jika mungkin, dapat membuat klarifikasi atas masalah-masalah tertentu. Data yang diperoleh dari *observasional study* tidak terkontaminasi oleh subyektifitas dari responden.

Pengumpulan data dalam penelitian kualitatif tidak bersifat terstruktur, terfokus, *rigid*, dan spesifik, seperti dalam penelitian kuantitatif, tetapi lebih bersifat longgar, fleksibel, dan dapat berubah sewaktu-waktu tergantung kebutuhan. Instrumen atau teknik yang paling sering digunakan adalah wawancara, studi dokumentasi, observasi langsung terhadap obyek penelitian.<sup>65</sup>

Untuk melakukan penelitian ini, digunakan dua metode pengumpulan data yang dianggap paling sesuai dengan topik dan permasalahan yang diangkat. Pertama, pengumpulan data yang dipakai untuk mendukung analisis yang dilakukan dengan melakukan observasi (*observasional study*) melalui studi literatur dan dokumentasi. Caranya adalah dengan membaca dan mempelajari sejumlah literatur, artikel, jurnal ilmiah, ketentuan-ketentuan perpajakan dan pedoman *transfer pricing* di Indonesia dan negara-negara lain yang dijadikan perbandingan. Tujuan observasi ini adalah

---

<sup>65</sup> Prasetya Irawan, *Ibid.*, hal. 52-53

untuk mencari konsep-konsep yang sesuai dengan konteks permasalahan yang dihadapi. Dengan berbagai sumber literatur tersebut, dicoba untuk melakukan penelaahan terhadap dasar-dasar teori yang akan dipakai sebagai dasar untuk melakukan analisis dalam karya akhir ini.

Kedua, pengumpulan data melalui wawancara terhadap beberapa narasumber untuk mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan masalah *transfer pricing* terkait penyerahan *intangible property*, baik dari kalangan birokrat (Dirjen Pajak), praktisi perpajakan internasional, maupun akademisi yang berkompeten terhadap masalah tersebut.



## BAB IV

### PEMBAHASAN

Perkembangan globalisasi yang meningkatkan *cross border transaction* telah mendorong berkembangnya isu-isu *transfer pricing* diantara perusahaan-perusahaan *related party* yang berkedudukan pada dua atau lebih negara atau yurisdiksi perpajakan. Diantara isu-isu tersebut, transaksi-transaksi antara *related party* dalam transfer *intangible property* telah meningkat pesat dalam kasus-kasus *transfer pricing*. Oleh karena itu, banyak otoritas pajak terutama di negara-negara maju yang tergabung sebagai anggota OECD sangat memberikan perhatian khusus dalam hal ini.

Bagaimanakah dengan Indonesia? Untuk meneliti sejauh mana otoritas pajak di Indonesia mampu mengatasi isu-isu *transfer pricing* dalam hal *intangible property*, maka perlu diikuti tahapan-tahapan mulai dari identifikasi *intangible property*, penentuan kepemilikan, dan menentukan kewajaran penetapan harga transfer. Disamping itu perlu juga dicermati bagaimana pandangan otoritas pajak terhadap model-model *suply chain management* dari grup perusahaan multinasional, yang menentukan ada tidaknya isu *transfer pricing* yang patut diwaspadai.

#### 4.1. Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Mengakomodasi dan Menentukan Pengertian tentang *Intangible Property* dan Royalti

Sebagai langkah pertama dalam menentukan dapat diterimanya suatu transaksi yang melibatkan *intangible property* adalah dengan mengidentifikasi keaslian atau *authenticity* atas *intangible property* itu sendiri. *Intangible property* merupakan aset bagi wajib pajak yang memiliki karakteristik tidak memiliki bentuk fisik, namun dapat dibedakan dari aset-aset lainnya dan mempunyai ciri-ciri yang khusus atau keunikan tersendiri. *Intangible property* ini dilindungi oleh hukum atau norma yang berlaku umum, dan bisa dipindahtangankan antara satu Wajib Pajak ke Wajib Pajak lainnya. Poin penting yang harus diperhatikan oleh otoritas pajak adalah *intangible property* yang ditransfer kepada perusahaan atau Wajib Pajak di Indonesia harus dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Wajib Pajak tersebut. Jika tidak dapat dibuktikan adanya manfaat yang berkelanjutan yang akan diperoleh oleh Wajib Pajak di Indonesia, seharusnya transaksi tersebut harus ditolak.

Dalam ketentuan dan perundang-undangan pajak penghasilan Indonesia aturan yang menyebutkan definisi dan kriteria tentang aktiva tidak berwujud atau khususnya *intangible property* selalu berkenaan dengan pembayaran royalti.

Penjelasan pada UU PPh pasal 4 ayat (1) huruf h menyebutkan:<sup>66</sup>

Pada dasarnya imbalan berupa royalti terdiri dari tiga kelompok, yaitu imbalan sehubungan dengan penggunaan :

---

<sup>66</sup>Undang-undang Republik Indonesia No. 17 tahun 2000, tentang Perubahan Ketiga Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan

1. hak atas harta tak berwujud, misalnya hak pengarang, paten, merek dagang, formula, atau rahasia perusahaan;
2. hak atas harta berwujud, misalnya hak atas alat-alat industri, komersial, dan ilmu pengetahuan. Yang dimaksud dengan alat-alat industri, komersial dan ilmu pengetahuan adalah setiap peralatan yang mempunyai nilai intelektual, misalnya peralatan-peralatan yang digunakan di beberapa industri khusus seperti anjungan pengeboran minyak (drilling rig), dan sebagainya;
3. informasi, yaitu informasi yang belum diungkapkan secara umum, walaupun mungkin belum dipatenkan, misalnya pengalaman di bidang industri, atau bidang usaha lainnya. Ciri dari informasi dimaksud adalah bahwa informasi tersebut telah tersedia sehingga pemiliknya tidak perlu lagi melakukan riset untuk menghasilkan informasi tersebut. Tidak termasuk dalam pengertian informasi di sini adalah informasi yang diberikan oleh misalnya akuntan publik, ahli hukum, atau ahli teknik sesuai dengan bidang keahliannya, yang dapat diberikan oleh setiap orang yang mempunyai latar belakang disiplin ilmu yang sama.

Namun demikian, tidak ada pengklasifikasian lebih lanjut aktiva tidak berwujud tersebut baik sebagai *marketing intangible* maupun *trade intangible*. Padahal identifikasi *Intangible Property* ini merupakan langkah pertama yang harus diatur terlebih dahulu sebelum menentukan layak tidaknya pembayaran royalti atau bentuk kompensasi lainnya kepada pihak *transferee*, terutama jika terjadi diantara *related party*.

Pengaturan royalti sendiri dalam peraturan dan undang-undang pajak di Indonesia, relatif lebih banyak ditemukan dibandingkan *underlying asset*-nya sendiri (*intangible property*). Royalti diatur pada pasal 4 ayat 1 huruf h tentang obyek pajak penghasilan. Kemudian sehubungan dengan royalti yang dibayarkan kepada *non resident*, diatur pada pasal 26 UU PPh. Disini tidak mengatur definisi maupun karakteristik royalti, apalagi *underlying asset*-nya. Hanya disebutkan bahwa setiap

pembayaran royalti kepada pihak di luar negeri dikenakan pemotongan PPh pasal 26 20% dari nilai bruto.

Jika penerima royalti (*beneficial owner*) merupakan resident di negara *treaty partner* Indonesia, maka ketentuan dalam *article 12* (umumnya) tentang *royalties* akan berlaku. *Tax Treaty* Indonesia - Amerika Serikat sebagai contoh, disini tentang royalti diatur pada *article 13*. Pada paragraf 3 *article 13* ini, memberikan definisi yang cukup luas tentang royalti adalah:<sup>67</sup>

(a).....*payments of any kind made as consideration for the use of, or the right to use, copyright of literary, artistic, or scientific works (including copyrights of motion pictures and films, tapes or other means or reproduction used for radio or television broadcasting), patents, designs, models, plans, secret, processes or formulas, trademarks, or for information concerning industrial, commercial or scientific experience. It also includes gains derived from the sale, exchange, or other dispositions of any such property or rights to the extent that the amounts realized on such sale, exchange or other disposition for consideration are contingent on the productivity, use, or disposition of such property or rights.*

(b) .....*payments by a resident of one of the Contracting States for the use of, or the right to use, industrial, commercial or scientific equipment, but not including ships, aircraft or containers the income from which is exempt from tax by the other Contracting State under Article 9 (Shipping and Air Transport).*

#### A. OECD Guidelines<sup>68</sup>

*OECD Guidelines* memberikan definisi yang konsisten secara umum terhadap *Intangible property*. *Intangible property* termasuk hak penggunaan *industrial assets*, seperti *patent, trademark, tradename, design or model, literary and artistic property*

---

<sup>67</sup> Direktorat Jenderal Pajak RI, *Tax Treaty Indonesia – United States of America*, <<http://www.dannydarussalam.com/engine/artikel/lampiran/Amerika%20Serikat.pdf>> (March, 2008)

<sup>68</sup> Michelle Markham, *Ibid.*, pgs. 41-44

*right*, dan *intellectual property* seperti *know-how* dan *trade secret*. *Chapter VI OECD Guidelines* memberikan fokus kepada *commercial intangibles* yang kemudian dipecah menjadi dua klasifikasi: *Trade Intangibles* dan *Marketing Intangibles*.

*Trade intangible*, diantaranya paten, diidentifikasi oleh *OECD Guideline* umumnya dihasilkan melalui R&D yang memakan biaya dan beresiko tinggi. Pengeluaran yang dilakukan tersebut, umumnya akan dipulihkan (*recovery*) melalui penjualan *produk*, kontrak jasa atau *licence agreement*. Sedangkan *Marketing intangible*, termasuk *trademark*, *OECD Guidelines* mengidentifikasi nilainya tergantung kepada banyak faktor, diantaranya sejarah tentang kualitas produk, jasa yang tersedia dibawah nama atau merek yang bersangkutan, tingkatan *quality control* dan R&D yang senantiasa berkelanjutan, kemudahan untuk menemukan barang dan jasa di pasar, karena peningkatan dan keberhasilan pengeluaran untuk promosi.

*OECD Guidelines* membandingkan paten dan *trademark* untuk menjelaskan perbedaan antara *trade* dan *marketing intangibles* dalam hal penciptaan hak (*rights*), periode waktu penggunaan, keunikan, biaya-biaya yang terlibat dalam menghasilkan, bentuk-bentuk pengalihan (*modes of transfer*), dan lain-lain. Paten pada dasarnya berhubungan dengan kegiatan produksi barang, sementara *trademark* memberikan manfaat dalam hal mempromosikan barang atau jasa untuk dijual. Dalam hal penciptaan hak atas *intangible*, paten memberikan hak kepada pemilik untuk menggunakan temuannya tersebut dalam periode waktu tertentu dan dibatasi undang-undang. Sedangkan kepemilikan atas *trademark* pada dasarnya dapat berkelanjutan.



Nilai *trademark* sering meningkat seiring berjalannya waktu karena keterbuktian akan kualitas produk yang dipromosikan dibawah *trademark* tersebut.

Patent cenderung untuk dikaitkan dengan produk-produk dan jasa-jasa tertentu yang unik, dan bisa menciptakan monopoli atas item-item tersebut, sementara *trademark* tidak bisa memberikan itu. Kompetitor bisa saja menjual produk yang mirip atau sama sekalipun, sepanjang menggunakan identitas yang berbeda. Biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan suatu item yang kemudian dipatenkan biasanya besar, karena biasanya melalui proses R&D yang memakan biaya dan beresiko tinggi, sementara *trademark* sebaliknya tidak membutuhkan biaya besar untuk menghasilkan legalitas *trademark* baru. Biaya-biaya relatif besar disini akan terkait dengan kegiatan marketing dan promosi yang dilakukan. *Trademark* dapat dijual, dilisensikan, atau dapat dipindah-pindahkan dari satu pihak ke pihak lainnya.

Akan sangat sulit untuk memilah antara penghasilan yang bersumber dari *trade* dan *marketing intangible*. Pada industri-industri yang *research-oriented*, *trademark* dan *tradenam*e akan menjadi komponen yang penting dalam melindungi penghasilan yang merupakan buah dari riset-riset dimasa yang lalu sekaligus menjalankan proyek-proyek yang baru, dikarenakan patent umumnya terbatas. Kepercayaan terhadap *brand* dan pengakuan atas *trademark* kemudian menjadi hal penting dalam meyakinkan keberlangsungan nilai komersial produk tetap terjaga setelah patent kadaluarsa ataupun dalam kondisi tidak ada patent yang dikembangkan. *Intangible property* yang kemudian dapat diklasifikasikan baik sebagai *trade* maupun

*marketing intangible* ini disebut *hybride intangibles*. Beberapa *trademark* jadi bernilai melalui kedua aktifitas baik marketing maupun manufaktur, sehingga penentuan *arm's length royalty rate* tergantung kepada evaluasi terhadap jenis aktifitas mana yang paling dominan menentukan nilai *trademark* tersebut.

#### B. Ketentuan di Amerika Serikat

Dalam *Treas. Reg. Sec 1.482-4(b)* untuk tujuan seksi 482 *Internal Revenue Code (IRC)*, definisi *intangible* adalah setiap aset-aset yang meliputi salah satu dari enam kategori besar yang dijelaskan secara khusus dalam aturan tersebut, yaitu:<sup>69</sup>

1. *Patent*, temuan, formula, proses, disain, pola (*patterns*), atau *know-how*;
2. *Copyrights* dan kesusasteraan, musikal, atau komposisi artistik;
3. *Trademark*, *trade names*, atau *brand names*;
4. Waralaba, lisensi, atau kontrak;
5. Metode, program, system, prosedur, kampanye, survey, penelitian, *forecast*, estimasi, daftar pelanggan atau data-data teknis, dan
6. Setiap jenis lainnya yang sama dengan itu yang memperoleh nilainya utamanya dari kandungan intelektualitas daripada keterkaitan secara fisik

---

<sup>69</sup> *Ibid.*, pgs. 38-39

Dijelaskan bahwa tiap-tiap jenis tersebut harus memiliki nilai yang secara substansial dapat dipisahkan dari jasa-jasa (*services*) yang dapat tergabung pada awalnya.

*Section 482* ini mendefinisikan *intangible property* dikaitkan dengan daftar (*list of items*) yang diatur dalam ketentuan, yang masing-masingnya harus mempunyai nilai yang substansial sebagai properti yang independen. Jika dibandingkan dengan definisi yang diberikan oleh *OECD Guidelines*, apa yang didefinisikan dalam *section 482* terlihat relatif lebih sederhana dan sempit, dan belum memberikan klasifikasi yang jelas. Namun keberadaan aturan tersebut, membuktikan bahwa IRC telah memiliki pemahaman tentang perkembangan *intangible property* dalam dunia bisnis saat ini.

Meskipun IRC *sec. 482* tidak memberikan definisi tentang *patent*, namun dalam setiap kasus yang diputus *US tax court*, yang berkaitan dengan *patent* baik antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa maupun tidak, selau merujuk kepada *United State Code (USC) title 35-Patents chapter 10*. Disebutkan bahwa *patent* adalah setiap penemuan (*invention or discovery*) dalam proses (seni atau metode) dan termasuk penyempurnaan atas penggunaan proses, mesin, manufaktur, komposisi zat atau material yang sudah ada atau dikenal. *US Tax Court*

hampir selalu menggunakan alat uji *The Georgia Pacific Factors* dalam menentukan ada tidaknya nilai dan *bargaining power* dari *patent*.<sup>70</sup>

Sementara *trademark* dibawah regulasi *USC title 15* secara umum merupakan simbol-simbol, gambar, atau kata pembeda yang melekat pada masing-masing penjual yang menunjukkan keaslian produknya. *Trademark* juga bisa diberikan kepada penerapan bentuk kemasan yang berbeda dan unik, kombinasi warna, disain gedung, *product style*, dan penampilan secara keseluruhan. Namun baik *trademark* maupun *patent*, dalam *Sec. 482 IRC* ditekankan harus memiliki nilai yang secara substansial dapat dipisahkan dari jasa-jasa (*services*) yang dapat tergabung pada proses pengalihannya, untuk dapat diterima sebagai *intangible property* yang memenuhi ketentuan.

### C. Ketentuan di Australia

Undang-undang PPh Australia yaitu *Division 13 of the Income Tax Assessment Act 1936 (ITAA)* tidak mencakup definisi *intangible asset* selengkap yang diberikan *OECD Guideline* maupun dibandingkan dengan *section 482 IRC*. Hanya pada *section 136AA(1)* menyatakan definisi properti juga termasuk jasa-jasa

---

<sup>70</sup> Lauren J. Stiroh, *Ibid.*

(*services*) yang secara luas diartikan termasuk suatu pemberian hak-hak (*the conferring of rights*), manfaat-manfaat atau hak-hak istimewa (*privileges*) yang terhutang pembayaran dalam bentuk royalti.<sup>71</sup>

Namun the *Australian Taxation Rulings (TR)* memberikan penegasan bahwa definisi *intangible property* menurut ketentuan pajak Australia mengacu kepada *OECD Guidelines*. Seperti TR 98/11 menyebutkan bahwa dalam mengidentifikasi keberadaan *intellectual asset* yang digunakan dalam bisnis wajib pajak, mengacu kepada tiga kategori aset. Pertama, merujuk ke *para. 6.3 OECD Guidelines; internal, trade* atau *manufacturing intangibles*, diantaranya paten, prosedur-prosedur, disain, *database*, rahasia dagang, *R&D, software, customer list*, sistem informasi. Kedua, merujuk ke *para. 6.4 OECD Guidelines; External* atau *marketing intangibles*, diantaranya *brand, trademark*, lisensi, waralaba, *contractual rights*, hubungan dengan pelanggan dan supplier (*customer and supplier relationship*). Terakhir, *human capital* atau kompetensi-kompetensi yang terdaftar, sebagai contoh pengetahuan yang dimiliki oleh para manajer, *engineer*, karyawan produksi, dan spesialis fungsional termasuk yang harus jadi pertimbangan utama keberadaan tenaga ahli (*skilled*) dan berpengalaman.

---

<sup>71</sup> *Ibid.*, Pg. 44

#### D. Ketentuan di Malaysia

Otoritas pajak di Malaysia, *Inland Revenue Board Malaysia* (IRBM) sejak tanggal 2 Juli 2003, telah mengeluarkan peraturan Garis Panduan Pindahan Harga (*Malaysian Transfer Pricing Guidelines/MTPG*). Payung hukumnya adalah *Section 140 Income Tax Act 1967* yang menyatakan bahwa IRBM dapat melakukan penyesuaian terhadap suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa jika IRBM yakin bahwa transaksi tersebut tidak mencerminkan suatu harga wajar. Walaupun bukan anggota OECD, namun MTPG mengacu kepada *OECD Guidelines*.<sup>72</sup>

MTPG memberikan "*special consideration*" terhadap *intangible property*. Identifikasi terhadap *intangible property* ini, dijelaskan pada paragraf 8.1; jenis-jenis *intangible property* termasuk *patent, know-how, invention, trademark, brand name, copyright, registered designs, franchise, license*, kesusasteraan dan *artistic property rights*, dan bentuk-bentuk sejenis lainnya, yang dinilai berdasarkan bobot *intellectual* atau *intangible content*-nya. *Intangible property* seperti *trademarks* dan *trade name* umumnya diklasifikasikan sebagai *marketing intangible*. Sementara beberapa *intangible property* diantaranya paten, yang dihasilkan melalui aktifitas R&D yang mahal dan beresiko, diklasifikasikan sebagai *trade intangible*.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Niken Susanti, Malaysia: Pedoman Harga Transfer, Inside Tax, edisi 01, November, 2007

<sup>73</sup> Inland Revenue Board Malaysia; Malaysian Transfer Pricing Guidelines, 2003, para. 8.1

Dalam hal transfer *intangible property* diantara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, pada paragraf 8.2, mengidentifikasi dua model transaksi yaitu:<sup>74</sup>

1. *Outright sale* (jual sekaligus) atau sebagian, atau dalam bentuk pemberian/hadiah, atau dalam bentuk *capital contribution*;
2. Dalam bentuk sewa (*lease*) atau pemberian lisensi dimana royalti dibayarkan

Selanjutnya MTPG menegaskan, terkait dengan sifat *intangible property*, yang pada dasarnya merupakan produk yang unik, maka pertimbangan dan penanganan yang khusus harus diberikan, termasuk diantaranya:<sup>75</sup>

- Menentukan eksistensi atau keberadaan *intangible property* tersebut. Aktifitas-aktifitas *marketing* yang dilakukan yang terdiri dari riset pasar, promosi produk, dan lain-lain tidak harus menghasilkan suatu aset bisnis. Demikian juga tidak semua pengeluaran untuk R&D akan menghasilkan suatu *trade intangible*. Dalam hal demikian, biaya-biaya yang terjadi dapat diperlakukan sebagai *current expense*. Perlakuan terhadap aktifitas-aktifitas tersebut bergantung kepada analisis fungsional yang dilakukan untuk menetapkan *comparability*-nya

---

<sup>74</sup> Ibid., para. 8.2

<sup>75</sup> Ibid., para. 8.3

- Evaluasi terhadap *Terms of Agreement* diantara pihak yang mentransfer dan yang menerima *transfer intangible property*;
- *Outright sale* atau *licensing agreement* untuk kewajiban pembayaran royalti;
  - jika royalti harus dibayarkan, bagaimana dasar penentuannya;
  - Apakah harga produk yang ditransfer diantara mereka telah termasuk kompensasi penggunaan *intangible property*, jika demikian apakah pembayaran lainnya dalam bentuk royalti atau pembayaran atas pemakaian teknologi juga dilakukan terhadap produk yang sama;
  - Dalam hal *marketing intangibles* jika pihak yang bukan sebagai pemilik legalnya melaksanakan aktifitas-aktifitas marketing, bagaimanakan pihak *marketer* tersebut harus memperoleh kompensasi.

Mengenai paten, diatur pada paragraf 8.4., menyebutkan bahwa sifat dan durasi dari paten, ketentuan hukum paten dalam wilayah atau negara yang relevan, nilai dari produk akhir yang dihasilkan yang terkait dengan penggunaan paten harus dipertimbangkan dalam melakukan evaluasi terhadap kewajaran transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Sedangkan dalam hal *marketing intangibles* diantaranya *trademark* dan *brand*, nilai tambah (*value added*) yang dihasilkan *trademark* harus memperhitungkan penerimaan pelanggan (*consumer*



*acceptability*), cakupan geografis, pangsa pasar, volume penjualan dan lain-lain yang terkait dengan nilai *trademark* atau *brand*.<sup>76</sup>

#### **4.2. Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Mengantisipasi Model-Model *Supply Chain Management* dari Grup Perusahaan Multinasional yang Beroperasi di Indonesia**

Sampai saat ini Indonesia belum merilis *transfer pricing guidelines*, kecuali hanya dikeluarkan dalam bentuk keputusan Dirjen Pajak KEP 01/PJ.7/1993 yang dijabarkan dengan SE-04/PJ.7/1993 tentang petunjuk penanganan kasus-kasus *transfer pricing*.

Sebagaimana negara-negara yang terkategori *high tax jurisdiction*, ada kecenderungan perusahaan-perusahaan besar di Indonesia mengalami degradasi fungsi, terutama PMA yang masuk dalam jaringan *international supply chain* dari suatu MNE. Bahkan perusahaan yang didirikan dan menjadi besar di Indonesia, *brand* atau *trademark*-nya berkembang dan mengakar di Indonesia, kemudian diambil alih oleh suatu MNE besar di luar negeri.

Selanjutnya *valuable intangible property* (*brand, patent*, dan lain-lain) direlokasi ke asosiasinya di luar negeri, sementara perusahaan di dalam negeri dicituk menjadi hanya sebagai *contract manufacturer* dan *sales commision*. Paling ekstrim, perusahaan yang berdiri dan besar di Indonesia tanpa *foreign investment*, kemudian mendirikan *Special Purpose Entity* di *low tax countries*, merelokasi fungsi,

---

<sup>76</sup> Ibid., para. 8.4

resiko dan *valuable intangible property* ke sana, kemudian melakukan *income shifting* melalui *royalty charged*, *management fee*, atau bentuk-bentuk *transfer pricing* lainnya guna mengurangi *taxable income* di Indonesia. Maka terkait isu restrukturisasi *supply chain* pada MNE di Indonesia, kita belum dapat berharap banyak bahwa kebijakan dan peraturan *anti tax avoidance* yang ada dapat menangkalnya.

Dalam kasus *contract manufacturer*, kelemahan dapat dilihat dari keberadaan Keputusan Menteri Keuangan no. 543/KMK.03/2002 yang hanya mengatur tentang jasa maklon dibidang produksi mainan anak-anak saja. Ada beberapa hal yang dapat dikritisi dalam ketentuan tersebut:

1. Pengaturan tentang jasa maklon atau *contract manufacturing* pada KMK tersebut sangat menyederhanakan definisi dari *contract manufacturing* itu sendiri. *Contract manufacturing* tidak hanya dapat terjadi di produksi mainan anak-anak saja. Kemudian dalam *contract manufacturing*, bisa saja perusahaan tersebut melakukan pembelian bahan baku sendiri (dalam jumlah yang dikendalikan *principal*), kemudian menjual produk yang dihasilkan selain kepada *principal* utamanya, dalam jumlah relatif sedikit ke *unrelated party*, supaya tidak ditengarai sebagai *contract manufacturer*. Jadi seharusnya penentuan tentang suatu perusahaan itu adalah *contract manufacturer* atau bukan harus berangkat dari analisis fungsi yang dijalankannya dalam model *supply chain management* globalnya.

2. Keberadaan KMK tersebut, bertentangan dengan *Non Discrimination Rules*, karena hanya dikenakan pada jenis produksi mainan anak-anak, sementara pada jenis industri produk yang lain tidak berlaku. Namun anehnya perusahaan yang dikenai aturan tersebut tidak pernah protes, seolah ketentuan tersebut menguntungkan bagi mereka, sehingga mereka memanfaatkannya.
3. Banyak manufaktur yang tidak menyatakan/merahasiakan identitas usahanya sebagai *contract manufacturer* meskipun secara *nature* dilihat dari fungsi yang dijalankan dalam skema global *supply chain*-nya merupakan *contract manufacturer*. Bagi mereka dengan tidak ditetapkannya sebagai *contract manufacturer*, maka sah saja untuk mengalami kerugian, bahkan dapat membebankan royalti atas penggunaan *intangible property* dari *principal*-nya. Dalam ketentuan umum yang berlaku pada banyak otoritas pajak termasuk yang direkomendasikan oleh *OECD Guidelines*, *low risk manufacturer* atau *contract manufacturer* tidak dapat diterima kondisi perusahaan jenis ini mengalami kerugian,<sup>77</sup> dan tidak diperkenankan membayar royalti kepada *principal*.

Dalam menghadapi skema-skema *transfer pricing* tersebut, terdapat dua alternatif yang harus dipertimbangkan oleh otoritas pajak Indonesia. Pertama adalah, mengembangkan *transfer pricing rules* yang rinci dan komprehensif. Caranya bisa

---

<sup>77</sup>Darussalam dan Danny Septriadi, "Abuse of TP di Indonesia: Real or Myth", *Inside Tax* edisi 01, November, 2007

dengan mengadopsi secara selektif *OECD guidelines* atau studi banding dengan *transfer pricing rules* di negara-negara berkembang yang telah menerapkannya (seperti; Malaysia, Thailand, Vietnam dan lain-lain). Kedua bisa meniru langkah yang dilakukan oleh Meksiko yang mengenakan norma (*deem profit*) untuk bentuk-bentuk usaha tertentu yang menjalankan fungsi-fungsi terbatas dalam *international supply chain* suatu MNE. Di Meksiko, kegiatan yang memerlukan *labour-intensive (low risk manufacturer/contract manufacturer)* disebut *Maquiladora*.<sup>78</sup> Meksiko menetapkan *safe harbour test* untuk menentukan penghasilan kena pajak adalah minimal dari jumlah berikut ini (mana lebih besar antara):

- 6,9% dari nilai harta yang digunakan untuk menjalankan usaha *maquiladora* di Meksiko, termasuk nilai aktiva tetap dan persediaan barang dagang yang dimiliki oleh perusahaan induk yang berhubungan erat dengan proses produksi di Meksiko; atau
- 6,5% dari beban pokok penjualan dan beban operasional, tetapi tidak termasuk beban keuangan dan laba atau rugi kurs

Dalam kondisi saat ini, langkah yang paling tepat diadopsi oleh Indonesia adalah alternatif kedua, karena relatif lebih mudah, murah, namun memberikan kepastian hukum yang cukup bagi wajib pajak. Bagaimanapun dalam era globalisasi, *transfer pricing* dan *supply chain management* merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari. Menolak maupun membiarkannya bebas bermain dalam yurisdiksi pajak

---

<sup>78</sup> *Idem*.

kita, bukan merupakan langkah yang bijak, karena tidak sejalan dengan arus globalisasi dan pencapaian pertumbuhan ekonomi nasional.

#### A. *Ketentuan di Amerika Serikat*<sup>79</sup>

Otoritas pajak di Amerika Serikat, semakin fokus untuk mengaudit struktur-struktur *supply chain* tersebut sebagai akibat potensi perubahan *taxable income* dari MNE yang menerapkannya. Berbeda dengan kebanyakan negara-negara lain yang menjadikan *PE rules* sebagai benteng terhadap struktur-struktur *supply chain*, *Internal Revenue Service (IRS)* lebih cenderung menggunakan *transfer pricing rules* untuk mengevaluasi apakah upaya restrukturisasi *supply chain* perusahaan dapat diterima atau tidak. Jika menduga telah timbul PE, maka audit harus diarahkan untuk menentukan apakah jumlah *income* yang *attributable* kepada PE, *arm's length* atau tidak. Padahal ini merupakan satu pertanyaan tentang *transfer pricing*. Dalam seluruh kasus sebenarnya, IRS segera beralih kepada pertanyaan *transfer pricing*, tanpa menduga tentang timbulnya PE.

Meskipun terdapat kemungkinan terjadi benturan dengan *PE rules*, namun ketika isu (*supply chain management*) tersebut dijalankan secara kompeten dengan melibatkan para *international tax expert* selama tahap perencanaan, jarang sekali timbul masalah tersebut di Amerika Serikat. Sangat mungkin sekali, IRS akan

---

<sup>79</sup> Deloris R. Wright, United States: "Supply Chain Management", ITPJ, July/August 2006, pg. 202-207

mengantisipasi struktur-struktur tersebut melalui *Subpart F anti deferral rule (CFC Rules)* atau seksi-seksi lain dari *Internal Revenue Code* dalam kasus-kasus dimana perencanaan tidak dilakukan dengan hati-hati dan teliti.

Jadi dari perspektif aplikasi di Amerika Serikat, penting sekali untuk menggunakan dan memperoleh bantuan/asistensi *professional international tax* ketika merencanakan suatu kegiatan restrukturisasi *supply chain*.

#### B. *Ketentuan di Australia*<sup>80</sup>

Secara teoritis, berbagai struktur-struktur *supply chain* mungkin untuk diterapkan di Australia. Namun berdasarkan pengalaman, yang paling baik bagi struktur pajak dan hukum tergantung kepada sifat (*nature*) operasional bisnis perusahaan di masa depan dan kesepakatan-kesepakatan diantara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Kondisi yang banyak berlaku di Australia adalah *inbound investment*, dimana perusahaan-perusahaan di Australia merupakan *subsidiaries* dari MNE di luar negeri. Dalam struktur *supply chain*-nya bentuk-bentuk yang umum termasuk: *toll* atau *contract manufacturing*, *limited risk distribution*, *quasi-commissionaires* dan *commission agent*. Isu PE khususnya sangat relevan terhadap *inbound investment* di Australia, sementara isu CFC menjadi salah satu isu-isu utama perpajakan Australia sehubungan dengan *outbound investment*.

*The Australian Taxation Office (ATO)* sangat familiar dengan konsep-konsep

---

<sup>80</sup> Shannon Smit, Australia: "Supply Chain Management", ITPJ, September/October 2006, pg. 249-252

ini dan sebelumnya telah menyatakan dalam program uji kepatuhannya:

*“ We are also examining ways to measure the profit attributable to Australia where there has been a hollowing out of the Australian business in company structures, or reorganizations that purport to transfer risks and functions to low-tax countries”*.<sup>81</sup>

ATO mengakui bahwa MNE butuh untuk mereview struktur *supply chain*-nya agar lebih kompetitif. Namun ATO berkepentingan untuk meyakinkan bahwa pajak yang dibayarkan dalam struktur yang baru tersebut konsisten dengan perencanaan bisnis dan prinsip *arm's length*. ATO menginginkan kejelasan bahwa dampak yang timbul terhadap *tax base* wajib pajaknya karena perubahan nyata dalam bisnis dan bukan semata-mata karena keberadaan *legal contract* yang dilakukan.

Umumnya *principal* dari banyak *inbound investment* di Australia berkedudukan di Singapura. Karena para *principal* ini memegang semua fungsi *strategic management*, *intangible property* dan risiko usaha, maka diharapkan tentu memperoleh *residual profit* dalam struktur *supply chain*. ATO biasanya tidak hanya melakukan review terhadap fungsi-fungsi, asset-aset, dan resiko-resiko operasional mereka di Australia, tetapi juga mempertimbangkan berapa kontribusi nilai ekonomis operasional di Australia terhadap keseluruhan *supply chain*-nya baik global maupun regional. Dalam beberapa situasi, ATO bahkan harus pergi ke negara-negara *principal* berkedudukan dan menginterview *key management*-nya.

---

<sup>81</sup> ATO Compliance Program 2003/04, “Out Compliance Focus: Profit Shifting”, at 46.

#### **4.3. Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Menentukan Kepemilikan (*ownership*) atas *Intangible Property***

Langkah selanjutnya untuk memberikan perhatian khusus terhadap *transfer pricing* atas *intangible property*, adalah mengidentifikasi kepemilikannya (*ownership of the intangible property*). Menentukan kepemilikan atas *intangible property*, baik dalam hal kepemilikan legal (*legal ownership*) maupun kepemilikan secara ekonomis (*economic ownership*) merupakan langkah yang mengarahkan perhatian kita tentang siapa yang berhak menerima penghasilan dan siapa yang harus menanggung beban atas penggunaan *intangible property*. Juga perlu diperhatikan munculnya kepemilikan bersama diantara perusahaan-perusahaan dalam satu grup, karena *cost contribution arrangements*.

Dalam keputusan Dirjen Pajak KEP 01/PJ.7/1993 tentang Pedoman Pemeriksaan Pajak Terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa, tidak memberikan perhatian khusus terhadap *intangible property* sebagai bagian dari skema *transfer pricing* yang harus dicermati. Meskipun dijelaskan, bahwa untuk memperoleh informasi lebih jauh tentang isu *transfer pricing* Wajib Pajak yang diperiksa, perlu dipelajari dokumen-dokumen perjanjian dengan pihak afiliasi di luar negeri, termasuk perjanjian lisensi/royalti (*licensing/royalty agreements*). Namun tidak dijelaskan kerangka pemikiran atau dasar penilaian yang akan melandasi pemeriksa untuk menentukan hubungan informasi dengan kewajaran transaksi khususnya transfer *intangible property*.



Demikian juga dalam SE-04/PJ.7/1993 tentang petunjuk penanganan kasus-kasus *transfer pricing*, hal yang terkait dengan *intangible property*, dijelaskan hanya dalam bentuk perilaku kekurangwajaran pembebanan royalti sebagai imbalan dari penggunaan *intangible property* dari *related party*. Padahal sebelum menentukan kewajaran harga transfer (*arm's length principle*) *intangible property* diantara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, harus jelas dulu identifikasi jenis dan kepemilikannya.

#### A. *OECD Guidelines*<sup>82</sup>

*OECD Transfer Pricing Guidelines*, tidak memberikan aturan yang khusus dalam menentukan kepemilikan atas *intangible asset* untuk tujuan *transfer pricing*. Konsekuensinya, beberapa praktisi pajak berpendapat bahwa *Guidelines* tersebut lebih menekankan pentingnya *economic ownership*, sementara yang lainnya berpendapat justru *legal ownership* yang diberikan prioritas utama.

Pada paragraph 6.36 sampai dengan 6.39 *OECD Guidelines*, dapat ditemukan panduan khusus hanya dalam hal analisis *transfer pricing* yang diterapkan pada aktifitas *marketing* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang bukan pemilik *marketing intangible*. Referensi yang diberikan disini pada *legal owner* dari *marketing intangible*, merupakan kontra posisi dari *marketer* atau *distributor*. Akan tetapi hal apa yang harus dipertimbangkan untuk menetapkan *legal ownership*

---

<sup>82</sup> Michelle Markham, *Ibid.*, pgs. 50

tersebut tidak diatur.

*OECD Guidelines* pada *paragraph 2.4 (chapter II)* mengakui bahwa perusahaan asosiasi dapat melegitimasi berdasarkan alasan-alasan bisnis, struktur suatu *intercompany transfer* atas *intangible property* menurut cara yang tidak akan dipertimbangkan oleh perusahaan-perusahaan yang independen. Pengakuan bahwa pada kenyataannya anggota-anggota dari suatu MNE tidaklah perusahaan independen dan terpisah, mengindikasikan adanya pendekatan yang fleksibel dan realistis dalam *OECD Guidelines* ini. Pendekatan seperti itu bertolak belakang dengan pendekatan yang berusaha mencapai kondisi hubungan komersial yang independen, seperti yang diperlihatkan melalui pemaksaan "*legal ownership test*" yang diterapkan regulasi di Amerika Serikat. Penekanan secara umum atas penerimaan realitas ekonomi dalam *OECD Guidelines* tersebut mungkin dapat diinterpretasikan sebagai dukungan terhadap "*economic ownership test*".

#### B. *Ketentuan di Amerika Serikat*

Dibawah regulasi *Sec. 482 IRC*, evaluasi terhadap kewajaran transaksi *related party* yang melakukan transfer atas *intangible property*, berdasarkan metode-metode yang diatur dalam regulasi, belum akan dilakukan sampai kepemilikan atas *intangible asset* oleh satu anggota dalam suatu grup dibawah pengendalian yang sama, telah ditentukan.<sup>83</sup> *Sec. 482* memiliki *the ownership rules for intangible property*, pada

---

<sup>83</sup> *Ibid.*, pg. 48

*Treas. Reg. Sec. 1.482-4(f)(3)* yang mengidentifikasi *controlled taxpayer* mana yang harus mengakui pendapatan yang dihasilkan sehubungan dengan keberadaan *intangible property (the income attributable to intangible property)*. Jika anggota lainnya dari grup yang dalam satu pengendalian membantu pemilik dalam mengembangkan atau meningkatkan nilai dari *intangible property* tersebut, maka mereka harus memperoleh imbalan yang layak (*arm's length consideration*) dari si pemilik legalnya. Regulasi lebih lanjut membedakan antara "*owner of intangible*" dengan "*assister*", yang mungkin berhak menerima kompensasi dari pemilik atas input yang diberikannya.

Pada 4 Agustus 2006, dikeluarkan *Temporary Regulation under Code Sec. 482* sehubungan dengan "*the ownership of intangible property*" dan kontribusi oleh satu *controlled taxpayer* atas nilai *intangible property* yang dimiliki oleh *controlled taxpayer* lainnya. Aturan baru yang berlaku efektif setelah 31 Desember 2006 tersebut, memberikan beberapa perubahan dan klarifikasi penting dibandingkan aturan sebelumnya terkait "*the ownership rules for intangible property*". Beberapa perubahan tersebut adalah:<sup>84</sup>

1. Mempertahankan namun mengklarifikasi *the legal ownership rule* untuk menentukan kepemilikan atas *intangible property* yang dilindungi secara legal (dilindungi undang-undang IP di Amerika Serikat);

---

<sup>84</sup> Charles S. Triplett and Jason M. Osborn, "The New Temporary Intangibles Ownership Regulations", *Global Tax Briefing*, Vol. 9, Issue No. 4 June 20, 2007

2. Menetapkan bahwa masing-masing *intangibles* hanya mempunyai satu pemilik yang diakui berdasarkan *Treas. Reg. §1.482-4*;
3. Menggunakan standar "*a practical control*" untuk menentukan *ownership* atas *intangible property* yang tidak memiliki atau tidak dapat ditentukan *legal owner*-nya; dan
4. Menghapus *the developer-assister rule* yang ada pada regulasi sebelumnya dengan persyaratan umum yang harus dipenuhi bahwa *controlled taxpayer* yang memberikan kontribusi kepada nilai suatu *intangibles* yang dimiliki oleh *controlled taxpayer* lainnya harus menerima kompensasi yang wajar (*arm's length compensastion*).

Berdasarkan regulasi tersebut, diketahui bahwa *Temp. Reg.* mengakui *legal owner* atas suatu *intangible* menjadi satu-satunya pemilik atas *intangible* tersebut. Ini berbeda dengan aturan sebelumnya yang memungkinkan terjadinya kepemilikan atas satu *intangible* oleh lebih dari satu pihak. Dalam satu contoh pada *Temp. Reg.* menjelaskan, dalam kontrak lisensi atas suatu *underlying intangible* misalnya *trademark*, maka dapat timbul dua *intangible* yang berbeda dan terpisah (berdasarkan pengertian dalam *Treas. Reg. § 1.482-4(b)*) yaitu *trademark* itu sendiri dan lisensi penggunaannya. Disebutkan dalam hal ini, *licensor trademark* adalah *legal owner* dari *trademark* tersebut, sedangkan *licensee* adalah *legal owner* dari *licensee right*.

Namun *Temp. Reg.* tetap mempertahankan pengambilalihan (*override*) "*economic substance*" terhadap aturan umum *legal ownership*. *Overriding* ini

dimaksudkan oleh *Treasury Department* dan *IRS* sebagai perlindungan atas ketentuan formal kepemilikan yang murni tersebut, jika berdampak bagi tujuan dari *Code Sec. 482*, akan berakibat ketidakkonsistenan dalam *arm's length standard*. Intervensi berdasarkan substansi ekonomi dapat diterapkan dalam kondisi seperti kasus suatu MNE memusatkan registrasi terhadap semua *patent*, *copyright*, dan *intangible property* lainnya di seluruh dunia pada satu *controlled taxpayer*, yang tidak memikul biaya-biaya atas pengembangan *intangible-intangible* tersebut.

### C. *Ketentuan di Australia*

*Division 13 of the ITAA 1936* tidak mengatur tentang kepemilikan baik *legal* maupun *economic ownership of intangible property*. Namun *Tax Ruling 1998 (TR 98/11)* menyebutkan pentingnya identifikasi *legal* atau *economic ownership* jika ditemukan *intellectual asset* yang signifikan dalam suatu transaksi *transfer pricing*.<sup>85</sup> Juga penting untuk mengidentifikasi pihak-pihak yang memiliki kontribusi dalam pengembangan secara ekonomis aset-aset, dan apakah mereka telah memperoleh imbalan yang layak. *Ruling* ini sepertinya telah meramalkan akan terjadinya *overlapping* antara *legal* dan *economic ownership* dimana *legal owner* pada awalnya dianggap sebagai pemilik atas *intangible property*.

---

<sup>85</sup> Australian Tax Office, *Tax Ruling 98/11*, *Incom Tax: Documentation and practical issues associated with setting and reviewing transfer pricing in international dealings*, para. 5.40.

Namun demikian, TR 98/11 juga memberikan contoh dimana satu perusahaan menjadi *legal owner* atas *marketing intangible* berupa *trademark* atau *tradenname*, yang secara legal dilindungi dan dilisensikan kepada para anak perusahaannya di negara-negara berbeda yang secara terpisah memproduksi, memasarkan dan mendukung nama baik/image dari *trademark* atau *trade name* tersebut. Dalam situasi tersebut, wajib pajak disarankan untuk mengidentifikasi kontribusi masing-masing pihak dalam setiap *manufacturing (trade)* dan/atau *marketing intangibles*, sebagai suatu *shared economic ownership* terhadap *intangible property* yang dihasilkan dari kontribusi relatif yang diberikan dari masing-masing pihak.<sup>86</sup>

Walau tidak digambarkan secara jelas, hal tersebut mencerminkan kecenderungan regulasi pajak Australia terhadap pemakaian alat *uji economic ownership* atas *intangible property*.<sup>87</sup>

Contoh lainnya adalah tentang paten. Suatu proses produksi yang dipatenkan mungkin memiliki daya guna, tetapi mungkin memperlihatkan sedikit kemajuan atau disain yang cukup sederhana seputar aspek-aspek yang dipatenkan tersebut dalam rangka mencapai *outcome* yang sama dengan yang bukan paten. *Intangible* sejenis ini tidaklah memberikan nilai signifikan dan tidak harus memperoleh *reward* yang relatif

---

<sup>86</sup> *Ibid.*, para. 5.41.

<sup>87</sup> Michelle Markham, *Ibid.*, pg. 51

sebanding dengan suatu "*breakthrough patent*" yang mampu menghasilkan "*sustainable competitive advantage*".<sup>88</sup>

#### D. *Ketentuan di Malaysia*

MTPG secara spesifik tidak mengatur tentang analisis kepemilikan atas *intangible property* dalam kasus *transfer pricing*. Namun dalam paragraf 8.3 menjelaskan dalam menentukan eksistensi atau keberadaan *intangible property* tersebut, aktifitas-aktifitas *marketing* yang dilakukan yang terdiri dari riset pasar, promosi produk, dan lain-lain tidak harus menghasilkan suatu aset bisnis. Demikian juga tidak semua pengeluaran untuk R&D akan menghasilkan suatu *trade intangible*. Dalam hal demikian, biaya-biaya yang terjadi dapat diperlakukan sebagai *current expense*. Perlakuan terhadap aktifitas-aktifitas tersebut bergantung kepada analisis fungsional yang dilakukan untuk menetapkan *comparability*-nya. Secara implisit, MTPG cenderung menentukan *legal ownership* dalam penentuan pemilik atas suatu *intangible property*.

Lebih lanjut dalam paragraf yang sama huruf D, penekanan dalam evaluasi terhadap *Terms of Agreement* diantara pihak yang mentransfer dan yang menerima transfer *intangible property*. Dijelaskan bahwa dalam hal *marketing intangibles* setiap aktifitas marketing oleh pihak yang bukan *legal owner*-nya, yang memberikan kontribusi bagi pengembangan dan kenaikan nilai dari *intangible property* tersebut,

---

<sup>88</sup> Australian Tax Office, *Ibid.*, para. 5.42.

harus ditentukan kompensasi yang *arm's length* atas kontribusi tersebut. Jadi kontribusi tersebut tidak akan menyebabkan timbulnya kepemilikan atas *intangible property* secara bersama-sama (*economic ownership*) akan tetapi kontribusi yang dikeluarkan harus memperoleh kompensasi dengan nilai wajar (*arm's length compensastion*) dari pemiliknya.<sup>89</sup>

#### **4.4. Analisis Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Menentukan Kewajaran Remunerasi yang Dibayarkan atas Penggunaan *Intangible Property* dalam Konteks *Transfer Pricing***

Undang-undang no 7 tahun 1983 sebagaimana telah dirubah terakhir kali dengan UU no 17 tahun 2000, tidak mengatur tentang penetapan harga wajar (*arm's length price*) dalam transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Namun pada pasal 28 ayat 5 UU tentang KUP menjelaskan bahwa pembukuan diselenggarakan dengan cara taat azas dengan pengertian sesuai dengan sistem yang lazim digunakan di Indonesia. Oleh karena itu, pembukuan merujuk kepada Standar Akuntansi Keuangan, kecuali peraturan perundang-undangan pajak menentukan lain. PSAK no 7 menentukan harga wajar tersebut dapat menggunakan metode-metode harga pasar bebas yang dapat diperbandingkan (sama dengan *CUT*), harga penjualan kembali (*Resale Price*), biaya-plus (*cost plus*), dan metode lainnya (*others*).

---

<sup>89</sup> Inland Revenue Board Malaysia; *Ibid.*, para. 8.3



Namun sebelumnya KEP-01/PJ.7/1993 tanggal 9 Maret 1993, bahwa metode-metode pemeriksaan kewajaran harga sama dengan yang ada di PSAK no. 7 tersebut. Hanya pada metode lainnya, ditambahkan menjadi metode lainnya yang dapat diterima. Sementara SE-04/PJ.7/1993 (seri TP-1) memberikan beberapa contoh kasus transfer pricing dan perlakuan perpajakannya.

Tidak terdapat pernyataan tentang metode yang paling direkomendasikan dalam menangani transaksi transfer *intangible property*. Oleh karena itu disimpulkan bahwa semua metode yang dapat diterapkan terhadap *tangible property*, akan pula diterapkan terhadap *intangible property*.

Dalam pelaksanaan pemeriksaan pajak, menurut KEP-01/PJ.7/1993 tersebut (lampiran Bab 3) dapat digunakan lebih dari satu metode sehingga diperoleh gambaran mengenai perhitungan harga wajar yang lebih realistis, khususnya dalam hal data pembukuan kurang lengkap.

KEP-01/PJ.7/1993 menyatakan pemeriksa perlu menentukan harga yang wajar (*arm's length price*) atas transaksi-transaksi yang dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok, salah satunya penentuan imbalan atas jasa, imbalan karena penggunaan harta atau hak (aktiva tidak berwujud). Untuk itu pertama-tama upaya yang dilakukan oleh pemeriksa pajak adalah analisis SPT dan Laporan Keuangan Wajib Pajak. Ini bertujuan untuk mendeteksi adanya ketidakwajaran harga penjualan atau pembelian di antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Analisis rasio laporan keuangan Wajib Pajak tahun-tahun sebelumnya, rasio-rasio dari perusahaan sejenis (yang diperoleh misalnya melalui hasil pemeriksaan dari perusahaan sejenis, atau konfirmasi ke Pusat Pengolahan Data dan Informasi Perpajakan), atau sumber-sumber lainnya digunakan, namun hasil analisa ini baru merupakan indikasi yang perlu diperhatikan secara khusus pada saat mendapatkan pembuktian di lapangan. Rasio Operasi misalnya, dengan membandingkan rasio ini dengan rasio perusahaan sejenis akan diperoleh indikasi pembebanan biaya-biaya yang mungkin tidak wajar, misalnya mengenai; biaya bunga pinjaman, biaya penelitian dan pengembangan, biaya royalti, dan biaya Induk Perusahaan/Kantor Pusat yang dibebankan kepada Wajib Pajak yang diperiksa.

Pada paragraf 1.4.2. lampiran Keputusan tersebut, dijelaskan tentang penggunaan analisis fungsi sebagai cara untuk pengenalan usaha wajib pajak. Usaha wajib pajak dapat dipahami dengan mempelajari isian daftar pertanyaan dan hasil wawancara secara langsung dengan Wajib Pajak yang diperiksa data dari pihak ketiga. Daftar pertanyaan sebagaimana tertulis pada lampiran I, II, III, IV dan V Keputusan tersebut merupakan analisis fungsional atas kegiatan Wajib Pajak (Dengan modifikasi seperlunya pertanyaan tersebut dapat dipakai untuk menganalisis fungsi dari beberapa badan anggota perusahaan multinasional yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak dalam negeri Indonesia).

Daftar isian yang digunakan untuk membuat analisis fungsional tersebut ada kejanggalan dengan munculnya terminologi BUT berdampingan dengan induk. Padahal padanan induk perusahaan adalah anak perusahaan. Lagi pula konteks *transfer pricing* adalah antara induk dan anak di dua atau lebih yurisdiksi pajak berbeda. Kalau BUT maka tidak diperkenankan membebankan atau membayar kompensasi seperti bunga, royalti dan lain-lainnya.

Tidak dijelaskan, adanya ketentuan untuk memilih metode yang paling sesuai atau layak dalam menghasilkan perhitungan paling dapat dipercaya (*reliable*) *arm's length price*. Kondisi-kondisi yang relevan dengan wajib pajak seharusnya dijelaskan dan diatur dengan peraturan pajak yang mengikat, untuk dapat membenarkan pilihan terhadap metode yang digunakan wajib pajak pada saat melakukan transaksi-transaksi dengan afliasinya. Akibatnya membuka peluang interpretasi meluas tentang metode *arm's length* yang dapat digunakan tanpa mempertimbangkan metode-metode lain yang lebih reliabel dan seharusnya digunakan menurut kondisi sebenarnya pada wajib pajak.

Secara umum Keputusan tersebut memberikan panduan berupa program pemeriksaan pajak terkait isu *transfer pricing* bagi otoritas pajak. Tetapi Keputusan tersebut tidak mengikat kepada wajib pajak, namun hanya sebagai pedoman untuk menghindari *potential dispute* dengan otoritas pajak, jika menghadapi proses pemeriksaan. Jika kasus tersebut sampai ke pengadilan perpajakan, tidak akan

menjadi dasar yang kuat, karena tidak merupakan bagian dari hukum pajak (*public domain*).

#### A. *OECD Guidelines*<sup>90</sup>

*OECD Guidelines* merekomendasikan Wajib Pajak untuk memilih metode *transfer pricing* yang dapat memberikan estimasi terbaik atas *arm's length price*, dengan mempertimbangkan fakta-fakta dan kondisi yang terkait dengan kasus, gabungan dari ketersediaan bukti dan relatif dapat diandalkannya beragam metode-metode yang dipertimbangkan. *OECD Guidelines* juga memperlihatkan fleksibilitas terkait penggunaan metode-metode *transfer pricing*, dimana grup-grup MNE diberikan kebebasan untuk metode-metode selain yang telah diatur, sepanjang memberikan hasil yang memuaskan dalam penerapan *arm's length principle*.

*OECD Guidelines* menerima lima metode *transfer pricing* yang dapat konsisten dengan *arm's length principle*, yaitu metode-metode; *Comparable Uncontrolled Price*, *Resale Price*, *Cost Plus*, *Profit Split*, dan *Transactional net margin*. *Guidelines* ini tidak mendisain metode yang spesifik terkait *transfer intangible property*, namun penggunaan *CUP* dan *Profit Split* sangat disarankan. Ketika masing-masing metode tidak dapat memberikan hasil yang kongklusif, maka kombinasi dari metode-metode tersebut dapat digunakan untuk mengatasi kasus-kasus yang cukup sulit.

---

<sup>90</sup> Michelle Markham, *Ibid.*, pgs. 92-93

Berdasarkan *OECD Guidelines*, perbandingan *dengan uncontrolled transactions* hanya akan relevan jika karakteristik-karakteristik yang relevan secara ekonomis dari situasi yang sedang diperbandingkan memang *comparable*. Dan faktor-faktor yang menentukan komparabilitas tersebut adalah:

1. Karakteristik khusus dari *property*; dalam kasus *intangible property*, bentuk transaksi (misalnya dalam bentuk lisensi atau penjualan), jenis dari *property* (misalnya *paten*, *trademark* atau *know how*), durasi dan tingkat perlindungan, dan manfaat yang diharapkan dari penggunaan *property* tersebut.
2. Fungsi-fungsi yang dijalankan oleh masing-masing pihak (mempertimbangkan aset-aset yang digunakan dan resiko-resiko yang dihadapi)
3. Setiap klausul kontrak (*any contractual terms*)
4. Kondisi ekonomi (*economic circumstances*) yang dihadapi oleh pihak-pihak yang terlibat
5. Strategi-strategi bisnis yang dijalankan oleh pihak-pihak yang terlibat

Hal tersebut memperjelas bahwa *OECD Guidelines* menginginkan wajib pajak harus mendasarkan *transfer pricing*-nya dengan *related party* berdasarkan kriteria dalam analisis dan harus mendokumentasikan dasar penentuan harga yang telah diatur. Namun demikian, sejumlah usaha yang direkomendasikan oleh OECD

tersebut masih kurang dibandingkan yang dipersyaratkan dibawah regulasi Amerika Serikat untuk menghindari denda pajak atas *transfer pricing adjustment* yang material.

#### B. *Ketentuan di Amerika Serikat*

Regulasi baru di Amerika Serikat menganut prinsip "*Best Method Rule*" yang diajukan dengan maksud untuk menghindari sistem hirarki yang kaku (*rigid*) yang telah diterapkan sebelumnya. Aturan tersebut mengharuskan Wajib Pajak untuk memilih metode penentuan harga yang menurut fakta-fakta dan kondisi yang mendasari reviewnya, memberikan ukuran yang paling dapat dipercaya untuk menghasilkan *arm's length price*, dibandingkan metode-metode lainnya yang mungkin untuk diterapkan. Dikaitkan dengan *arm's length rate* terhadap royalti ditentukan dengan menggunakan ketentuan metode terbaik tersebut. Baik Wajib Pajak maupun IRS diharuskan menggunakan pertimbangan yang sungguh-sungguh (*considerable judgment*) dalam menerapkan standar kewajaran (*arm's length*).

Regulasi *transfer pricing* di Amerika Serikat membolehkan perusahaan-perusahaan untuk memeriksa dan menguji metode-metode yang berbeda (termasuk metode-metode *transactional-based* dan *profit-based*) untuk menentukan metode mana yang memberikan hasil yang paling dapat dipercaya. Tidak ada prioritas untuk satu jenis metode dalam regulasi, dan tidak ada metode yang dianggap lebih dapat dipercaya dibandingkan metode yang lainnya. Lebih fleksibelnya regulasi yang

berlaku saat ini juga diindikasikan oleh adanya fakta bahwa Wajib Pajak dibolehkan untuk menetapkan nilai yang *arm's length* melalui penggunaan suatu metode yang lain dan tidak diatur secara spesifik dalam regulasi, sepanjang didokumentasikan dengan layak. Jadi disini, Wajib Pajak akan menguji berbagai macam metode berbeda untuk memilih mana yang terbaik. Tidak diharuskan untuk menentukan *inapplicability* atas metode-metode lain yang tidak dipilih, namun jika terdapat metode lain yang lebih handal, maka metode yang lain tersebut harus digunakan.

Terkait dengan metode *arm's length* pada transfer atas *intangible property*, Sec. 482 merancang beberapa metode tertentu yang diijinkan diantaranya CUT (*based on traditional arm's length price comparison*), *Comparable Profits* dan *Profit Split method* (keduanya menggunakan *arm's length return*). Metode-metode yang tidak ditentukan dalam regulasi dapat diijinkan sepanjang menghasilkan ukuran *arm's length* yang paling *reliable* berdasarkan ketentuan "*the Best Method Rule*".

Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam penentuan metode yang paling baik tersebut adalah:

1. Penggunaan transaksi-transaksi pihak yang independen yang dapat dibandingkan (*Comparable Uncontrolled Transaction*) dan derajat komparabilitasnya (*degree of comparability*) dengan transaksi-transaksi wajib pajak yang diperiksa

2. Kualitas yaitu kelengkapan dan akurasi/ketepatan data yang dijadikan dasar pertimbangan (*the Quality of underlying data*)
3. Dapat diandalkannya asumsi-asumsi yang digunakan dalam analisis (*the Reliability of assumptions*)

Wajib pajak diharuskan memilih metode yang memberikan derajat komparabilitas yang terbaik dalam menganalisis transaksi *related party*-nya yang tidak hanya berdasarkan akurasi data, tetapi juga berdasarkan luas cakupan informasi seperti periode waktu pencatatan. Analisis fungsional akan menentukan apakah aktifitas-aktifitas yang signifikan secara ekonomis dari transaksi-transaksi yang dikendalikan dan tidak dikendalikan cukup serupa/sama.

Regulasi di Amerika Serikat dalam menentukan *arm's length royalty rates*, *Treas. Reg. Section 1.482-2(d)(iii)(1968)*, dimana jika tidak ditemukan *comparable uncontrolled transactions intangible property* yang sama atau serupa, faktor-faktor lain yang harus dipertimbangkan dalam menentukan *arm's length royalty rate* adalah 12 faktor berikut:

1. Rate yang berlaku dalam industri yang sama atau untuk jenis property yang sama (*prevailing rate in the same industry or for similar property*);
2. Penawaran yang bersaing (*competing offers or bids*);
3. Klausul dalam perjanjian (*terms of the licensing*), diantaranya pembatasan wilayah yang dicakup dan eksklusifitas dari lisensi;



4. Kekhasan dari property (*uniqueness of the property*) dan seberapa lama bisa mempertahankan keunikannya. (*the period of time for which it is likely to remain unique*);
5. Durasi dan perpanjangan masa perlindungan atas property (*duration and extent of legal protection of the property*);
6. Nilai dari jasa yang diberikan oleh *licensor* kepada *licensee* terkait dengan pemberian lisensi;
7. Prospek laba yang akan diperoleh atau penghematan biaya (*licensee's prospective profits or cost savings*);
8. Investasi modal dalam lisensi (*licensee's capital investment*) dan *start-up cost*;
9. Ketersediaan substitusi dari property (*availability of substitutes*);
10. Harga wajar (*arm's length rates and prices*) yang dibayar oleh pihak yang independen jika properti dijual kembali atau disublisensikan kepada pihak ketiga yang bebas;
11. Biaya pengembangan *Intangible property* (*cost of developing the intangible property*);
12. Fakta-fakta, situasi dan kondisi lainnya yang relevan (*other relevant facts or circumstances*)

### C. *Ketentuan di Australia*

ATO menggunakan pendekatan OECD yang telah dimodifikasi. Dalam memilih metode yang paling layak (*appropriate*), ATO menganjurkan untuk mempertimbangkan faktor-faktor berikut ini:

1. Sifat dari aktifitas-aktifitas yang diuji (*the nature of the activities being examined*);
2. Ketersediaan, cakupan dan reliabilitas dari data yang digunakan untuk analisis (*the availability, coverage, and reliability of the data*);
3. Tingkat komparabilitas transaksi-transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan transaksi-transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang bebas (*the degree of comparability between the controlled and uncontrolled transactions under consideration*); dan
4. Sifat dan luasnya asumsi-asumsi yang digunakan (*the nature and extent of any assumptions*).

Sementara metode-metode *arm's length pricing* yang disetujui oleh ATO juga mengadopsi lima metode-metode yang dianjurkan di OECD Guidelines, yang menggunakan atribut-atribut komparabilitas yang sama dengan regulasi Amerika Serikat dan OECD Guidelines. Sementara jika metode-metode *traditional transaction* seperti CUP, *Resale Price Method* atau *Cost Plus* belum memberikan kepastian tentang reliabilitas nilai yang dihasilkan, mungkin disebabkan tingkat komparabilitas

faktor-faktor dan kualitas data-data yang digunakan rendah, maka metode-metode yang lainnya harus digunakan sebagai pengecekan setiap metode yang digunakan harus bertujuan untuk menghasilkan perhitungan *arm's length* yang akurat.

ATO juga menyatakan bahwa di Australia dimungkinkan untuk menggunakan metode-metode yang jauh berbeda dengan yang diatur dalam OECD *Guidelines*, misalnya dengan *indirect methods*. Namun ATO akan tetap menganalisisnya berdasarkan kondisi yang secara fundamental akan dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang benar-benar independen berlaku dalam posisi yang dilakukan oleh wajib pajak yang diperiksa.

Metode-metode *arm's length* atas *transfer pricing* tidak diatur dalam *Division 13 ITAA*, melainkan diatur dalam *public taxation rulings*. Otoritas pajak umumnya terlihat menerapkan metode-metode yang memperoleh dukungan secara internasional, mengadopsi metode terbaik yang layak terhadap kondisi-kondisi kasus tertentu. Namun *tax ruling* Australia masih kurang dalam memberikan *practical assistance* dalam memilih metode yang terbaik dan layak tersebut. Oleh karena itu dianjurkan bagi Wajib Pajak untuk mendokumentasikan dengan baik alasan-alasan mereka memilih metode tersebut pada saat digunakan.

#### D. Ketentuan di Malaysia<sup>91</sup>

Metodologi-metodologi *arm's length pricing* yang dianut oleh MTPG secara umum adalah metode-metode *comparable uncontrolled price*, *resale price*, dan *cost plus*, yang disebut sebagai metode tradisional. Kemudian juga terdapat metode-metode lainnya yaitu *profit split* dan *transactional net margin*.

Menurut MTPG, *comparability* merupakan syarat pertama (*pre-requisite*) untuk menerapkan semua metode-metode *transfer pricing* yang sesuai dengan prinsip *arm's length*. Transaksi-transaksi dikatakan dapat diperbandingkan (*comparable*) jika tidak terdapat perbedaan yang material antara transaksi-transaksi yang diperbandingkan atau penyesuaian yang akurat dan beralasan dapat dilakukan untuk mengeliminasi perbedaan material dari transaksi-transaksi tersebut.

Pada paragraf 6, dijelaskan faktor-faktor untuk menentukan *comparability* sebagai berikut:

1. Karakteristik dari properti atau jasa yang diperiksa (*Characteristics of Property or Services*); Dalam kasus *intangible property*, bentuk transaksi dan jenis dari *intangible property* harus dipertimbangkan.
2. Fungsi-fungsi yang dijalankan (*Functions Performed*) oleh masing-masing pihak; meliputi penentuan bagaimana fungsi-fungsi (termasuk *product design, manufacturing, marketing, advertising*, dan R&D), aset-aset (seperti: *plant and machinery*, termasuk *intangible property*) dan resiko-

---

<sup>91</sup> Inland Revenue Board Malaysia; *Ibid.*, paras. 5 to 8

resiko dalam bisnis (termasuk: *market risks*, *financial risks* termasuk *exchange rate risks* dan resiko-resiko terkait sukses atau gagalnya R&D yang dilakukan oleh MNE) didistribusikan diantara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi yang direview.

3. Keadaan perekonomian (*Economic Circumstances*); termasuk lokasi geografis pasar, ketersediaan substitusi, dan pengaruh adanya intervensi pemerintah terhadap penentuan harga atas barang dan jasa yang dijadikan perbandingan dan masa (*timing*) transaksi terjadi.
4. Strategi bisnis (*Business Strategies*); strategi bisnis yang relevan dalam menentukan *comparability* termasuk inovasi dan pengembangan produk baru, tingkat diversifikasi, skema penetrasi pasar, pemilihan saluran distribusi, dan lokasi dan *market level*. Dalam menganalisis *comparability*, penting untuk mengetahui apakah perusahaan yang independen akan menerapkan strategi yang sama dalam kondisi yang sama dengan wajib pajak dan jika begitu bagaimanakah *reward* yang layak diharapkan.

IRBM dalam MTPG paragraf 8.4 memberikan panduan tentang penerapan *arm's length principle* terhadap transfer *intangible property*. MTPG menekankan pada konsep perbandingan (*comparability*) dan dasar pemilihan atas metode-metode yang paling layak untuk diaplikasikan kepada *intangible property* sama seperti perlakuan pada *tangible property*. Hanya saja dalam hal *arm's length royalty rate*,

tidak relevan untuk metode *Cost Plus* dan *Resale Plus*. Analisis *comparability* harus mempertimbangkan :

2. Manfaat yang diharapkan (*the expected benefits*) dari *intangible property* dalam *controlled* maupun *uncontrolled transactions*;
3. Dalam hal paten, sifat (*nature*) dan masa berlaku (*duration*) dari paten tersebut, undang-undang paten (*patent laws*) dari negara-negara yang terkait, nilai (*value*) dari produk akhir yang dapat dikaitkan (*attributable*) dengan paten tersebut;
4. Dalam hal *marketing intangibles* (misalnya *trademark*), nilai tambah (*value added*) dari *trademark* yang mempertimbangkan penerimaan konsumen (*consumer acceptability*), luas wilayah geografis (*geographical significance*), pangsa pasar, volume penjualan dan lain-lain;
5. Diakui bahwa untuk menemukan *comparable uncontrolled transactions* dalam transaksi *intangible property* merupakan tugas yang tidak mudah. Karena itu, metode *profit split* sering digunakan. Dalam menetapkan *comparability* atau nilai relatif dari kontribusi masing-masing pihak, jumlah, sifat, dan pengaruh dari biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengembangan dan mempertahankan *intangible property* harus diperiksa.

#### 4.5. Analisis Pengaruh dan Dampak Ketentuan-Ketentuan dan Peraturan Perpajakan Indonesia Saat ini Mengenai *Transfer Pricing* atas *Intangible Property* Terhadap Potensi Berkurangnya Penerimaan Pajak Negara

Beberapa kasus berikut ini, bila terjadi di Indonesia, bisakah ketentuan-ketentuan perpajakan Indonesia mencegahnya?

1. PT A merupakan perusahaan manufaktur *consumer goods* yang berdiri di Indonesia telah puluhan tahun. Produk yang dihasilkan dibawah *trademark* perusahaan telah diakui kualitasnya oleh konsumen di seluruh wilayah Indonesia dan kawasan regional. Citra produk tersebut telah dibangun puluhan tahun melalui R&D berkelanjutan yang memakan biaya dan resiko yang besar. Sehingga kalau orang berbicara tentang produk tersebut yang terbayang adalah nama *brand* yang dimiliki perusahaan. Kemudian suatu grup MNE raksasa internasional yang bergerak dalam industri yang sama dengan *brand* global mengambil alih pemilikan dan kendali terhadap perusahaan. Setelah proses tersebut, produk yang dihasilkan diberi label tambahan berupa *brand* induk. Jadi sekarang pada kemasan produk tersebut terdapat dua *brand* yang berdampingan. Produk tersebut sebagian besar (misalnya >80%) dipasarkan di dalam negeri. Jika perusahaan induk membebankan royalti atau bentuk kompensasi lainnya

- kepada anak perusahaan (wajib pajak Indonesia), dapatkah hal tersebut ditolak oleh kebijakan pajak Indonesia?
2. Suatu perusahaan wajib pajak dalam negeri melakukan R&D untuk mengembangkan metode-metode proses produksinya di dalam negeri. Karena menurut UU PPh, biaya-biaya R&D yang dilakukan di Indonesia, boleh dibebankan sebagai biaya pajak. Kemudian atas temuan proses baru tersebut, dipatenkan oleh induk perusahaan di luar negeri sekaligus menjadikannya sebagai *legal owner* atas *intangible property* tersebut. Atas penggunaan paten tersebut, yang sebenarnya dihasilkan di dalam negeri, perusahaan induk/afiliasi yang menjadi pemilik legal paten tersebut mengenakan royalti kepada perusahaan wajib pajak dalam negeri. Apakah peraturan pajak di Indonesia dapat menentukan bahwa perusahaan di dalam negeri memiliki kepemilikan secara substansi ekonomi (*economic ownership*) atas *intangible property* tersebut, sehingga menolak untuk mengakui beban royalti?

Dari dua contoh kasus diatas, dapat kita simpulkan bahwa aturan tentang identifikasi *intangible property* secara definitif sangat diperlukan untuk pertimbangan eksistensi keberadaannya dalam isu-isu *transfer pricing* atas *intangible property*. Karakteristik yang harus dimiliki oleh suatu *intangible property* sehingga bernilai dan layak untuk dibayar, perlu diatur guna menghindari pengenaan beban yang tidak semestinya dan bertujuan untuk mengalihkan laba dari satu negara ke negara lainnya



(terutama dengan *tax rate* lebih rendah). Kemudian analisis tentang kepemilikan atas *intangible property*, baik secara legal maupun substansi ekonomi, harus dimiliki dalam peraturan pajak terkait guna memberikan kemampuan bagi otoritas pajak, menolak pembebanan kompensasi atas pemanfaatan *intangible property* yang tidak seharusnya.

Sayangnya di Indonesia belum terdapat *Transfer Pricing Guidelines*, atau aturan sejenis yang memadai. Dari aturan yang ada, tidak terdapat perhatian yang khusus terkait kasus *intangible property*. Peraturan yang ada baik P3B maupun ketentuan domestik baru mengatur tentang pengenaan royalti, atas jenis-jenis transaksi pemanfaatan hak atas beberapa jenis aktiva tidak berwujud. Tanpa menganalisis lebih lanjut *underlying asset (intangible property)* penyebab timbulnya hak atau kewajiban royalti, akan sangat mudah bagi wajib pajak (terutama grup MNE) untuk menggunakan skema-skema diatas tanpa dapat ditolak oleh otoritas pajak.

Dr Yusuf Anwar, mantan Menteri Keuangan RI pernah menenggarai banyaknya praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh MNE dengan tujuan mengecilkan penghasilan kena pajak di Indonesia. Beliau mengungkapkan di depan sidang Komisi IX DPR RI, dalam tahun 2005 bahwa “ratusan perusahaan penanaman modal yang beroperasi di Indonesia selalu menyatakan rugi bertahun-tahun dan

belum sepenuhnya membayar pajak...".<sup>92</sup> Praktek transaksi *transfer pricing* membawa efek negatif berupa hilangnya potensi penerimaan negara yang seharusnya diterima, akibat *income shifting* yang dilakukan oleh MNE yang semata-mata bertujuan untuk penghindaran pengenaan pajak (*aggressive tax planning*).

Isu tentang *abuse of transfer pricing* mungkin dapat dilihat dari berita yang dimuat salah satu harian Ibukota, bahwa pada tahun 2002, 70% PMA tidak bayar pajak karena laporan keuangannya merugi.<sup>93</sup> Pada tahun 2005 oleh harian yang sama, kembali berita kontroversial dengan topik 750 PMA di Indonesia merugi selama 5 tahun berturut-turut, sehingga tidak membayar pajak.<sup>94</sup>

Permasalahan yang dihadapi oleh Indonesia sebagaimana negara-negara berkembang lainnya yang diidentifikasi oleh Mc.Lure dalam Prasetyo, salah satunya yang paling utama; kurangnya aturan yang dapat digunakan sebagai landasan hukum untuk mengatasi masalah *transfer pricing* ini. 41% dari negara-negara yang disurvei belum mencakup tentang jasa, bahkan 2/3 sama sekali tidak menyinggung transfer teknologi. Penerimaan pajak merupakan andalan bahkan pada APBN RI tahun-tahun belakang ini, telah menjadi sumber penerimaan utama. Namun justru dari sektor pajak ini kerap mengalami erosi karena kegiatan penghindaran pajak baik melalui *avoidance* maupun *evasion*. *Tax avoidance* masih berada dalam koridor hukum.

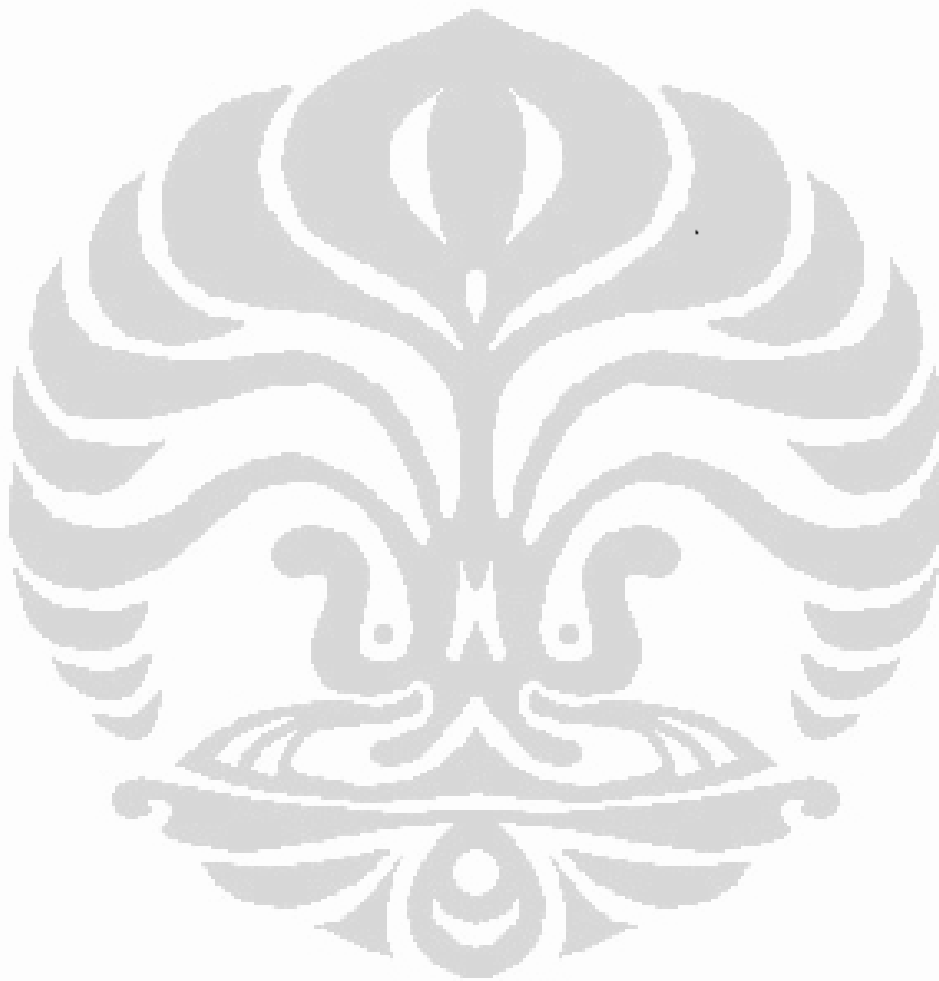
---

<sup>92</sup> Erwin Silitonga, "Transfer Mispricing", Inside Tax, Edisi 01 November 2007, hal. 12

<sup>93</sup> Kompas, 28 Agustus 2002

<sup>94</sup> Ibid., 23 November 2005

Kalau wajib pajak melanggar aturan *anti tax avoidance*, pelanggarannya tidak tergolong ke dalam tindakan kriminal dan sanksinya berupa denda. Pengaruh *tax avoidance* sendiri pada penerimaan pajak ditengarai cukup besar.<sup>95</sup>



---

<sup>95</sup> Kristian Agung Prasetyo, "Pengaruh Transfer Pricing dan Tax Haven Terhadap Penerimaan Pajak (Bagian II)", *Inside Tax* Edisi 05, Maret 2008, hal. 39&40.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

1. Sebagai langkah pertama dalam menentukan dapat diterimanya suatu transaksi yang melibatkan *intangible property* penting untuk mengidentifikasi keaslian atau *authenticity* atas *intangible property* itu sendiri. Indonesia belum memiliki peraturan yang memberikan perhatian khusus terhadap *intangible property*. Hanya aturan berupa daftar aktiva tidak berwujud atau khususnya *intangible property* yang berkenaan dengan pembayaran royalti. Pada penjelasan UU PPh pasal 4 ayat (1) huruf h. Tetapi tidak ada pengklasifikasian aktiva tidak berwujud tersebut baik sebagai *marketing intangible* maupun *trade intangible*. Royalti diatur pada pasal 4 ayat 1 huruf h tentang obyek pajak penghasilan dan *Tax treaty article 12*. Sementara *OECD Guidelines* memberikan definisi yang konsisten secara umum terhadap *Intangible property* dan Australia menyatakan aturannya mengadopsi apa yang ada dalam *OECD Guidelines*. Seperti Indonesia, IRS memberikan definisi sendiri hanya berupa daftar *intangible property* yang ada di *Treas. Reg. Sec 1.482*, namun sistem peradilan pajak di sana kuat dan mampu memanfaatkan sumber-sumber hukum lainnya serta yurisprudensi. Malaysia dalam

MTPG juga telah memberikan definisi dan klasifikasi *intangible asset*, yang agak mirip dengan *OECD Guidelines*.

2. Terkait isu restrukturisasi *supply chain* pada MNE, ketentuan perpajakan di Indonesia belum bisa memberikan *anti tax avoidance* yang memadai. Ada kecenderungan perusahaan-perusahaan besar di Indonesia mengalami degradasi fungsi, terutama PMA yang masuk dalam jaringan *international supply chain* dari suatu MNE. Selanjutnya *valuable intangible property* (*brand, patent, dan lain-lain*) direlokasi ke asosiasinya di luar negeri, dan perusahaan di dalam negeri hanya sebagai *contract manufacturer* dan *sales commission*. Atau perusahaan dalam negeri, mendirikan *Special Purpose Entity* di *low tax countries*, merelokasi fungsi, resiko dan *valuable intangible property* ke sana, kemudian melakukan *income shifting* melalui *royalty charged, management fee*, atau bentuk-bentuk *transfer pricing* lainnya guna mengurangi *taxable income* di Indonesia. Dalam ketentuan umum yang berlaku pada banyak otoritas pajak termasuk yang direkomendasikan oleh *OECD Guidelines, low risk manufacturer* atau *contract manufacturer*, tidak dapat diterima kondisi perusahaan jenis ini mengalami kerugian, dan tidak diperkenankan membayar royalti kepada principal. Sementara dengan peraturan yang ada di Indonesia saat ini, tidak ada pelarangan atau prosedur untuk membatalkan skema-skema seperti itu secara tegas.
3. Menentukan kepemilikan atas *intangible property*, baik dalam hal kepemilikan legal (*legal ownership*) maupun kepemilikan secara ekonomis

(*economic ownership*) penting untuk mengetahui siapa yang berhak menerima penghasilan dan siapa yang harus menanggung beban atas penggunaan *intangible property*. Baik KEP 01/PJ.7/1993 maupun SE-04/PJ.7/1993, tidak menyinggung tentang kepemilikan atas *intangible property*, baik secara *legal ownership* maupun *economic ownership*. *OECD Guidelines*, juga tidak memberikan aturan yang khusus untuk menentukan kepemilikan atas *intangible asset* untuk tujuan *transfer pricing*. Tetapi pada *paragraph 6.36 - 6.39* dapat ditemukan referensi tentang *legal ownership* terkait *marketing intangible* dan *paragraph 2.4 (chapter II)* memberikan referensi penggunaan *economic ownership*. Australia juga memberikan penegasan dalam TR 98/11 pentingnya menganalisis *legal* dan *economic ownership*. Sementara di Amerika Serikat, lebih cenderung kepada *legal ownership*. Ketentuan terbaru bahkan menegaskan azas kepemilikan legal secara tunggal atas *intangible property*. Namun demikian IRS tetap mempertahankan intervensi berdasarkan substansi ekonomi (*economic ownership*) dapat diterapkan dalam kondisi-kondisi tertentu. Malaysia meskipun tidak secara spesifik mengatur analisis kepemilikan, namun pada pragraf 8 MTPG menjelaskan kecenderungan penerapan *legal ownership test*.

4. Metode-metode pemeriksaan kewajaran harga transfer dijelaskan dalam KEP-01/PJ.7/1993 tanggal 9 Maret 1993, bahwa sama dengan yang ada di PSAK no. 7 tersebut. Hanya pada metode lainnya, ditambahkan menjadi metode lainnya yang dapat diterima. Sementara SE-04/PJ.7/1993 (seri TP-

- 1) memberikan beberapa contoh kasus *transfer pricing* dan perlakuan perpajakannya. Tidak terdapat pernyataan tentang metode yang paling direkomendasikan dalam menangani transaksi transfer *intangible property*. Sementara Amerika Serikat menerapkan the *Best Method rule* dengan rekomendasi metode-metode CUT, CP dan PS. OECD *Guidelines* menganut *flexible methods* dan menyarankan CUP dan PS dan Australia *appropriate methods*. Malaysia meskipun tidak memberikan petunjuk metode yang paling tepat dalam hubungan dengan transfer intangibles, namun MTPG menekankan pada konsep perbandingan (*comparability*) dan dasar pemilihan atas metode-metode yang paling layak untuk diaplikasikan kepada *intangible property* sama seperti perlakuan pada *tangible property*.
5. Belum adanya *Transfer Pricing Guidelines*, atau aturan sejenis yang memadai, serta tidak terdapatnya perhatian yang khusus terkait kasus *intangible property* yang mengharuskan analisis lebih mendalam *underlying asset (intangible property)* penyebab timbulnya hak atau kewajiban royalti, menyebabkan lemahnya penerapan *anti tax avoidance rule* untuk mengantisipasi wajib pajak (terutama grup MNE) untuk menggunakan skema-skema yang merugikan potensi penerimaan pajak negara. Praktek transaksi *transfer pricing* membawa efek negatif berupa hilangnya potensi penerimaan negara yang seharusnya diterima, akibat *income shifting* yang dilakukan oleh MNE yang semata-mata bertujuan untuk penghindaran pengenaan pajak (*aggressive tax planning*).

## 5.2. Saran-Saran

1. Regulasi perpajakan di Indonesia sudah saatnya memberikan perhatian khusus terhadap berkembangnya transaksi-transaksi *intangible property* terutama yang melibatkan *related parties*. Regulasi harus memberikan definisi yang konsisten dan jelas terhadap *intangible property*. Juga pengklasifikasian jenis-jenis *intangible property*. Perlu diingatkan bahwa peraturan pajak harus *up to date* terhadap perkembangan bisnis, dimana sekarang ini, *intangible asset* semakin berkembang pesat dan memberikan kontribusi yang semakin besar dalam aset yang dimiliki perusahaan-perusahaan modern dan MNE. Untuk mengisi kekosongan dalam aturan, peraturan pajak sebaiknya juga mempertimbangkan referensinya dengan undang-undang HAKI yang telah terlebih dahulu berkembang dan kontekstual dalam hubungannya dengan *Intangible property*.
2. Bagaimanapun dalam era globalisasi, *transfer pricing* dan *supply chain management* merupakan fenomena yang tidak dapat dihindari. Menolak maupun membiarkannya bebas bermain dalam yurisdiksi pajak kita, bukan merupakan langkah yang bijak, karena tidak sejalan dengan arus globalisasi dan pencapaian pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam menghadapi skema-skema *transfer pricing* tersebut, terdapat dua alternatif yang harus dipertimbangkan oleh otoritas pajak Indonesia. Pertama adalah, mengembangkan *transfer pricing rules* yang rinci dan komprehensif. Caranya bisa dengan mengadopsi secara selektif *OECD guidelines* atau



studi banding dengan *transfer pricing rules* di negara-negara berkembang yang telah menerapkannya (seperti; Malaysia, Thailand, Vietnam dan lain-lain). Kedua bisa meniru langkah yang dilakukan oleh Meksiko yang mengenakan norma (*deem profit*) untuk bentuk-bentuk usaha tertentu yang menjalankan fungsi-fungsi terbatas dalam *international supply chain* suatu MNE. Dalam kondisi saat ini, langkah yang paling tepat diadopsi oleh Indonesia adalah alternatif kedua, karena relatif lebih mudah, murah, namun memberikan kepastian hukum yang cukup bagi Wajib Pajak.

3. Ketentuan perpajakan Indonesia harus memasukkan ketentuan tentang kepemilikan atas *intangible property*, baik dalam hal kepemilikan legal (*legal ownership*) maupun kepemilikan secara ekonomis (*economic ownership*). Karena ini merupakan langkah yang mengarahkan perhatian kita tentang siapa yang berhak menerima penghasilan dan siapa yang harus menanggung beban atas penggunaan *intangible property*. Bisa juga difokuskan terhadap *legal ownership* seperti yang diterapkan oleh Malaysia dan Amerika Serikat, namun atas aktifitas-aktifitas yang terkait dengan peningkatan dan mempertahankan nilai *intangible property* oleh pihak yang bukan *legal owner* harus memperoleh kompensasi yang wajar. Panduan *transfer pricing* (KEP 01/PJ.07/1993), terkait analisis fungsi pada table I dan II, sebaiknya lebih terstruktur dan dikelompok-kelompokkan ke dalam fungsi-fungsi yang dijalankan, asset-aset yang digunakan dan resiko-resiko yang ditanggung anak maupun induknya. Juga analisis informasi, sebaiknya dilengkapi dengan standar penilaian yang akan

melandasi pemeriksa untuk menentukan hubungan informasi dengan kewajaran transaksi khususnya tentang kepemilikan atas *intangible property* yang diserahkan/dilisensikan.

4. Rekomendasi yang diberikan terhadap metode *arm's length pricing* dalam *transfer intangible property*, sebaiknya menekankan kepada kewajiban untuk mempertanggungjawabkan metode yang dipilih adalah metode yang paling tepat ataupun paling *reliable* dalam kondisi yang sebenarnya pada diri Wajib Pajak. Harus diatur berbagai faktor yang akan jadi pertimbangan baik bagi Wajib Pajak maupun otoritas pajak untuk menganalisis kelayakan suatu metode yang digunakan. Jadi Wajib Pajak diharuskan untuk mendokumentasikan alasan-alasan pemilihannya tersebut, dan merupakan dasar pertimbangan dalam rangka mencapai *arm's length price* yang paling layak dan *reliable*. Dengan demikian bagi otoritas pajak memiliki legitimasi dalam melakukan penyesuaian atau penolakan terhadap *transfer pricing* yang dilakukan Wajib Pajak, sedangkan Wajib Pajak juga memiliki kepastian hukum dalam mengatur *transfer pricing intangible property*nya.
5. Sebaiknya pemerintah Indonesia khususnya otoritas pajak segera merancang proposal panduan *transfer pricing* yang juga meliputi perhatian khusus terhadap transaksi *intangible property*. Kemudian pada saat bersamaan, meningkatkan ketersediaan SDM di Direktorat Jenderal Pajak yang memiliki kompetensi yang tinggi di bidang *cross border transfer pricing*, baik secara *insourcing* (meningkatkan kemampuan karyawan

intern di DJP) maupun *outsourcing* (bekerja sama atau menyewa tenaga konsultan/profesional pajak yang berkompeten di bidang ini), untuk menghadapi MNE yang biasanya memiliki sepasukan konsultan pajak yang sangat ahli di bidang yang sama.

6. Masalah *transfer pricing* termasuk transfer *intangible property* merupakan isu-isu utama dalam *international taxation*. Seiring berkembangnya teknologi dan meningkatnya proporsi *intellectual property* dalam suatu perusahaan yang modern, ditambah globalisasi bisnis yang meningkatkan *cross border transaction*, menyebabkan masalah ini semakin beragam dan kompleks. Diharapkan dari karya akhir ini akan mendorong para akademisi di bidang pajak untuk memperdalam pembahasan-pembahasan yang telah dicetuskan, dan menjadi kajian ilmiah yang lebih dalam dan fokus.

## BIBLIOGRAFI

- Bainbridge, David I., *Intellectual Property*, London; Pitman Publishing, 1992
- Berry, John, *Tangibles Strategies for Intangible Assets: How to manage and measure your company's brand, patent, intellectual property*, New York: McGraw-Hill, 2005
- Beutel, Philip A., and Ray, Bryan, "Grasping the Value of Intangible Assets", *International Tax Journal*, Vol 30, no. 1, Winter 2004
- Bonano, William E., "Proposed Section 482 Services and Intangible Property Ownership Regulations— Selected Issues", Pillsbury Winthrop LLP, 2004
- Chopra, Sunil and Meindl, Peter, *Supply Chain Management-Strategy: Planning & Operations*, 3<sup>rd</sup> ed., New Jersey; Pearson Prentice Hall, 2007
- Christine, "Sejauh Mana Tanggung Jawab dan Profesionalisme Akuntan Publik Terhadap Praktek Transfer Pricing di Indonesia?" *Inside Tax* Edisi 05, Maret 2008.
- Contractor, Farok J., *Valuation of Intangible Assets in Global Operation*, Westport; Quorum Books, 2001
- Cooper, Donald R., and Schindler, Pamela S., *Business Research Methods*, 6<sup>th</sup> ed., Singapore: Irwin-McGraw-Hill, 1998
- Direktorat Jendral Pajak RI, Undang-Undang no 7 tahun 83 sebagaimana telah dirubah terakhir kali dengan Undang-Undang no 17 tahun 2000 <[http://www.pajak.go.id/peraturan/view\\_doc?docid =2&searchterm=None](http://www.pajak.go.id/peraturan/view_doc?docid =2&searchterm=None)> (March, 2008)
- , KEP no. 01/PJ.7/1993, [http://www.pajak.go.id/filez/lampiran/93PJ7\\_KEP01.htm](http://www.pajak.go.id/filez/lampiran/93PJ7_KEP01.htm)> (Maret, 2008)
- Dornbusch, Rudiger, *Macroeconomics*, 9<sup>th</sup> ed., New York; McGraw Hill, 2004
- Elgison, Martin J., Capitalizing on the Financial Value of Patents, Trademarks, Copyrights and Other Intellectual Property, Corporate Cashflow, Atlanta: Nov 1992. Vol. 13, Iss. 12, <<http://proquest.umi.com/pqdweb?did=1011691&sid=3&Fmt=&clientId=45625&ROT=309&VName=POD>> (Januari, 2008)

- Elliot, Jamie and Emmanuel, Clive, "International Transfer Pricing: Searching for Patterns", *European Management Journal* Vol. 18, No. 2, pp. 216–222, 2000, Elsevier Science Ltd, 2000
- Epstein, Barry J., and Jermakowicz, Eva K., *Interpretation and Application of International Financial Reporting Standards 2007*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2007
- Forbes, Thayne, Intangible Business Ltd., "Royalty rates: The key Drivers", <[http://www.intangiblebusiness.com/store/data/files/128-Royalty\\_rates\\_the\\_key\\_drivers.pdf](http://www.intangiblebusiness.com/store/data/files/128-Royalty_rates_the_key_drivers.pdf)>(March, 2008)
- Haig, Matt, *Brand Royalty: How the world's top100 brands thrive and survive*, London: Kogan Page, 2004
- , "Make Brands Make Their Mark", *International Tax Review*. London: Vol. 12, Iss. 2 Feb 2001
- Haigh, David, "The need for tax planning when valuing brands", *The International Tax Report*, Feb 1997;
- Hand, John, and Lev, Baruch, *Intangible Assets Values Measures, and Risks*, Oxford: Oxford University Press, 2003
- Hastbacka, Mildred A., "Valuation of Technology Intangibles for Transfer Pricing: Time for Industry Initiatives?" *Tax Notes International*, 20 October 2003, p. 265
- HM Revenue and Custom, INTM464070- Transfer pricing: types of transactions <<http://www.hmrc.gov.uk/manuals/intmanual/intm464070.htm>> (Feb. 2008)
- International Bureau of Fiscal Development, "Comparatif Survey: Supply Chain Management, Introduction", *ITPJ*, July/August 2006
- Ikatan Akuntan Indonesia, *Standar Akuntansi Keuangan*, Jakarta; Salemba Empat, 2007
- Intangible Business Ltd., "Brand Valuation: Why and How", <<http://www.intangiblebusiness.com/Brand-Services/Marketing-Services/News/Brand-valuation-why--how~467.html>> (Feb. 2008)
- Internal Revenue Service, Treasury Regular Section 1.482, <[http://a257.g.akamaitech.net/7/257/2422/26mar20071500/edocket.access.gpo.gov/cfr\\_2007/aprqrtr/pdf/26cfr1.482-4.pdf](http://a257.g.akamaitech.net/7/257/2422/26mar20071500/edocket.access.gpo.gov/cfr_2007/aprqrtr/pdf/26cfr1.482-4.pdf)>(Feb. 2008)

- International Accounting Standar Board, International Accounting Standard (IAS) 38: Intangible Assets; <<http://www.iasb.org/nr/rdonlyres/149d67e2-6769-4e8f-976d-6babe783d90/0/ias38.pdf>> (Feb. 2008)
- Irawan, Prasetya, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: DIA FISIP UI, 2006
- Neuman , W. Lawrence, *Social Research Methods: Qualitatif and Quantitatif Approaches*, 4<sup>th</sup> ed., USA: Allyn and Bacon, 2000
- Mard, Michael J., *Valuation for Financial Reporting: Intangible Assets, Goodwill, and Impairment Analysis, SFAS 141 and 142*, New York: John Willey & Sons, Inc., 2002
- Markham, Michelle, *The Transfer Pricing of Intangibles*, Netherland; Kluwer Law International, 2005
- Monica Boos, *International Transfer Pricing: The valuation of intangible assets*, The Hague; Kluwer Law International, 2003
- Royal Institution of Chartered Surveyor (RICS), *Valuation of Intangible Assets: Four Case Studies*, UK; Valuation Consulting Limited, 2006
- Organization for Economic Co-operation and Development; OECD Transfer Pricing Guidelines For Multinational Enterprises and Tax Administration
- Saidin, H. OK. , *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual: Intellectual Property Rights*, Jakarta; RajaGrafindo Persada, 2004
- Sekaran, Uma, *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 4<sup>th</sup> ed., USA: John Willey & Sons, Inc, 2003
- Shodiqin, Muhammad Ali, "Kajian atas International Transfer Pricing dan Aspek Pemeriksaan Pajaknya (Studi Kasus: Indonesia China dan Australia)", *Karya Akhir Magister Akuntansi*, Universitas Indonesia, 2007
- Stiroh, Lauren J., *Unreasonable Royalties*, Nera Economic Consultant-How Market Works, 2002
- The Council of Supply Chain Management Professionals, Definition of Supply Chain Management, <<http://cscmp.org/AboutCSCMP/Definitions/Definitions.asp>> (March, 2008)

- Triplett, Charles S. Osborn, and Jason M, "The New Temporary Intangibles Ownership Regulations" *Global Tax Briefing*, Vol. 9, Issue No. 4 June 20, 2007
- Van Stappen, Dirk, et.al., "Belgium: Rulings recognize economic and legal ownership of Intangibles", <<http://www.internationaltaxreview.com/Default.asp?Page=10&PUBID=35&ISS=21935&SID=633634&SM=&SearchStr=>> (Feb. 2008)
- Voegele, Alexander, Harshbarger, Stuart, and Mert-Beydilli, Nihan, "*Calculating royalties based on comparable market opinion*", *International Tax Review*, no. 24
- Widodo, Widi, "Penentuan Nilai Royalti atas Marketing Intangibles dalam Perspektif Transfer Pricing", *Inside Tax* Edisi 03, 2008
- Wikipedia Encyclopedi, Trademark <<http://en.wikipedia.org/wiki/Trademark>> (Feb. 2008)
- Zikmund, William G., *Business Research Methods*, 6<sup>th</sup> ed, USA: Harcourt Inc., 2000

## GLOSSARY

- Arm's Length Principle* : Prinsip dasar dalam *transfer pricing* yang menekankan kewajaran transaksi diantara *related party* berdasarkan kondisi yang sama dengan transaksi yang melibatkan *non-related party*
- Brand* : Adalah suatu *trademark* atau nama pembeda untuk mengidentifikasi suatu produk atau pabrikan. Perbedaan utama yang muncul adalah, bahwa *trademark* lebih tepat sebagai definisi legal (*legal definition*) dari *brand*
- Commercial Intangibles* : *Intangible property* yang terkait dengan aktifitas komersial *OECD Transfer Pricing Guidelines*; "*Special Consideration for Intangible Property*", fokus kepada jenis ini
- Comparable Profit Split Method* : *Arm's length price* diperoleh melalui kombinasi *operating profit* dari *uncontrolled taxpayers* yang transaksi-transaksi dan aktifitas-aktifitasnya sama dengan apa yang berlaku pada *controlled taxpayer* dalam aktifitas bisnis yang relevan
- Comparable Uncontrolled Price (CUP) method* : Menetapkan *arm's length price* dengan membandingkan *controlled transaction* dengan *uncontrolled transaction* dalam penyerahan suatu asset atau pemberian jasa yang saling dapat diperbandingkan
- Contract Manufacturer* : Suatu perusahaan manufaktur (*manufacturer*) yang terikat dalam perjanjian dimana perusahaan tersebut melakukan proses pabrikasi (*manufacturing*) untuk pihak yang lainnya dalam perjanjian (*contract*)
- Contribution Profit Split Method* : Analisis pada metode ini, gabungan *profit (total contribution)* dibagi (*split*) diantara entitas-entitas yang tergabung dalam *value chain* grup multinasional berdasarkan perimbangan relatif atas kontribusi yang dapat dikaitkan atau diasosiasikan kepada masing-masing entitas tersebut
- Economic ownership* : Kepemilikan atas suatu property tidak menekankan kepada azas legalitas tetapi lebih menekankan substansi ekonominya
- Hak Paten : Suatu pemberian (*grant*) oleh penguasa/pemerintah kepada penemu (*inventor*) atas temuannya dalam wujud



		perlindungan terhadap hak penemu tersebut dalam jangka waktu tertentu
<i>High-tax countries</i>	:	Negara-negara yang diidentifikasi memiliki tariff pengenaan pajak yang tinggi.
<i>Intangible Asset</i>	:	Aktiva non-moneter yang dapat diidentifikasi dan tidak mempunyai wujud fisik serta dimiliki untuk digunakan dalam menghasilkan atau menyerahkan barang atau jasa, disewakan kepada pihak lainnya, atau tujuan administratif
<i>Intellectual Property/Intangible Property</i>	:	<i>Intangible asset</i> yang terdaftar secara formal merupakan <i>Corporate Knowledge</i> yang paling spesifik dan pemilikinya mempunyai hak eksklusif karena terdaftar secara legal
<i>Intellectual Asset</i>	:	<i>Intangible asset</i> yang dilindungi undang-undang namun bukan <i>corporate knowledge</i> yang terdaftar
<i>Intellectual Capital</i>	:	Selain termasuk <i>intellectual property</i> dan <i>Intellectual Asset</i> lainnya, juga termasuk modal SDM dan organisasional yang tidak dikodifikasi dan keahlian yang terletak pada daya pikir karyawan dan dalam budaya organisasi
<i>Legal ownership</i>	:	Konsep kepemilikan atas suatu property yang menekankan kepemilikan berdasarkan perlindungan secara legal (dilindungi undang-undang di suatu negara)
<i>Low-tax countries atau Tax Haven Countries</i>	:	Negara-negara yang diidentifikasi memiliki tariff pengenaan pajak yang rendah dan atau peraturan pajak yang memberikan kesempatan luas untuk tidak dikenakan pajak. Menurut OECD Negara-negara yang pengaturan pajaknya: (i) dalam pertukaran informasi kurang efektif; (ii) kurang transparan ; (iii) tidak mensyaratkan aktifitas-aktifitas yang substansial
<i>Marketing intangibles</i>	:	<i>Commercial Intangible</i> yang umumnya dihasilkan melalui R&D yang memakan biaya dan beresiko tinggi. Pengeluaran yang dilakukan tersebut, umumnya akan dipulihkan ( <i>recovery</i> ) melalui penjualan <i>produk</i> , kontrak <i>service</i> atau <i>lisence agreement</i> . Contoh: Paten
<i>Multinational Enterprise</i>	:	Perusahaan atau grup perusahaan yang melakukan kegiatan bisnis di dua atau lebih Negara
<i>Profit-Based Methods / Transactional Profit Methods</i>	:	Mengevaluasi sifat <i>arm's length</i> atas transaksi-transaksi yang dikendalikan ( <i>controlled transaction</i> ) dengan menggunakan ukuran-ukuran yang objektif ( <i>Profit Level Indicators</i> ) atas profitabilitas yang dihasilkan dari transaksi-transaksi oleh wajib pajak-wajib pajak yang tidak dala satu pengendalian dan dalam aktifitas bisnis

<i>Residual Profit Split Method</i>	:	serta kondisi lingkungan yang sama Menggunakan " <i>two-step approach</i> " untuk menentukan suatu alokasi yang <i>arm's-length</i> atas laba atau rugi baik dari kontribusi-kontribusi yang bersifat rutin maupun yang tidak rutin ( <i>routine and non-routine contributions</i> )
Royalti	:	Suatu mekanisme distribusi keuntungan diantara pemilik dan pengguna <i>intangible property</i> . Tarif royalti yang diterapkan mengacu kepada suatu persentase tertentu yang dikenakan terhadap <i>underlying asset</i> (misalnya: penjualan produk/jasa) yang dapat diatribusikan kepada <i>intangible property</i> yang diserahkan
<i>Supply chain</i>	:	Merupakan rantai <i>supply</i> produk, yang melingkupi semua pergerakan dan penyimpanan terhadap bahan baku, barang dalam proses, dan barang jadi dari titik awal hingga titik akhir konsumsi. Sementara jika berkaitan dengan jasa dari awal persiapan hingga jasa diberikan kepada konsumen
<i>Supply Chain Management</i>	:	Proses perencanaan, implementasi dan pengendalian operasional dari <i>supply chain</i> seefisien mungkin
<i>The Georgia-Pacific Factors</i>	:	Suatu kriteria untuk menentukan nilai paten di Amerika Serikat berdasarkan kekuatan tawar-menawar ( <i>Determining Bargaining Power</i> ) paten tersebut di pasar.
<i>Trademarks</i> atau <i>service marks</i>	:	Kata-kata, simbol-simbol atau kombinasi diantara keduanya yang merupakan identitas dari suatu perusahaan atau sumber dari suatu produk dan jasa
<i>Transactional Net Margin method (TNMM)</i>	:	Metode ini terutama memfokuskan kepada <i>net margin</i> yang diserahkan oleh perusahaan asosiasi di luar negeri ( <i>foreign parties</i> ) dalam transaksi-transaksi yang dikendalikan dibandingkan jika dilakukan dalam kondisi transaksi yang tidak dikendalikan
<i>Transfer Pricing</i>	:	Bagian dari <i>tax law</i> dan <i>economics</i> yang fokus kepada usaha untuk meyakinkan bahwa harga-harga yang dikenakan diantara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa atas transfer barang, jasa, dan <i>intangible property</i> sesuai dengan prinsip kewajaran ( <i>arm's length</i> )

## Lampiran

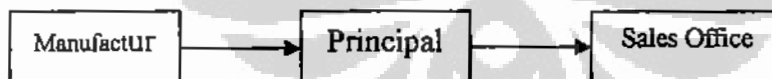
# PRAKTEK TRANSFER PRICING ATAS “INTANGIBLE PROPERTY” DI INDONESIA PANDUAN UNTUK INTERVIEW

### 1. Apakah Ketentuan Perpajakan Indonesia dapat Menentukan Pengertian tentang *Intangible Property* dan Royalti

- a. Pentingnya aturan yang memberikan definisi dan klasifikasi intangible property dan royalti
- b. Apakah undang-undang dan ketentuan PPh yang ada saat ini sudah cukup atau relatif memadai
- c. Ketentuan yang dapat dijadikan dasar untuk mendefinisikan dan mengidentifikasi intangible property khususnya patent dan trademark di Indonesia
- d. Jika tidak ada, bagaimana sikap otoritas pajak untuk mengantisipasinya. Penerapan undang-undang lainnya seperti UU HAKI relevansinya dalam masalah ini.
- e. Pengaturan tentang royalti dalam undang-undang dan ketentuan PPh, termasuk treaty.

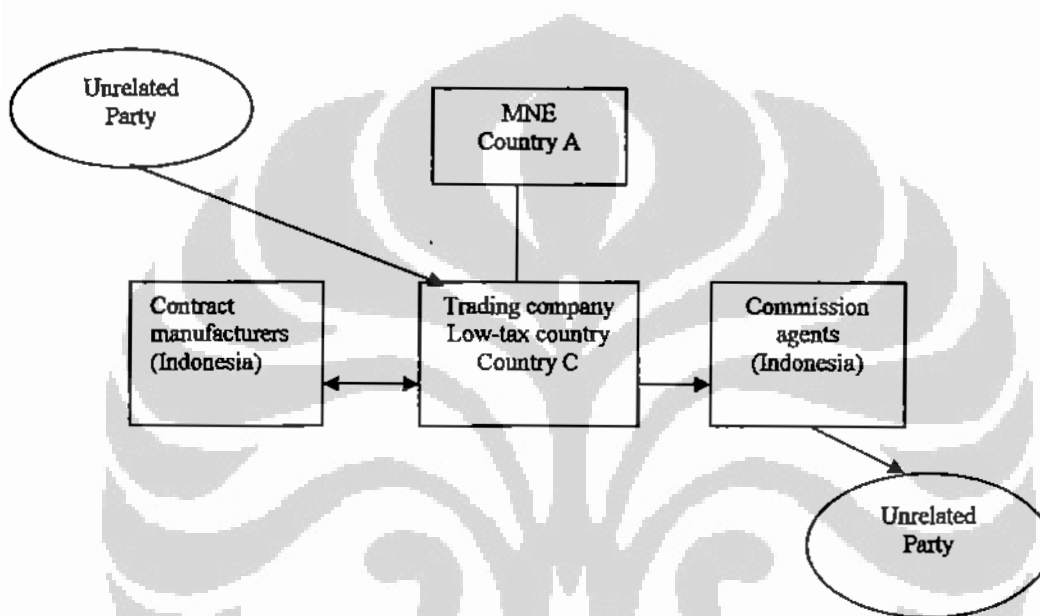
### 2. Bagaimana Ketentuan Perpajakan Indonesia dalam Mengantisipasi Model-Model *Supply Chain Management* dari Grup Perusahaan Multinasional yang Beroperasi di Indonesia

- a. Menangkal *supply chain management model* yang agresif terhadap tindakan *income shifting* ke *low tax countries*.
- b. Dalam model *supply chain management* berikut ini :



Bagaimana penentuan kewajaran remunerasi yang seharusnya diterima oleh *contract manufactures* dan *sales office*.

- c. Jika model supply chain management multinational enterprises (MNE) seperti berikut ini:



MNE mendirikan trading co. di negara yang low tax regime, dimana semua intangible property yang bernilai dari perusahaan ditempatkan disini. Perusahaan ini juga akan mendanai aktifitas-aktifitas dan menanggung resiko-resiko dari fungsi-fungsi yang dijalankan di high-tax countries. Trading company melakukan pembelian semua bahan baku yang dibutuhkan. Antara trading co dengan contract manufacturers terdapat contract manufacturing agreement. Trading co. memiliki semua intangible property yang berhubungan dengan proses pabrikasi produk-produk dan mengizinkan contract manufacturer menggunakan intangible-intangible property tersebut semata-mata untuk memproduksi produk bagi trading co. Kegiatan penjualan dan pemasaran di high-tax countries (Indonesia) dilakukan oleh commission agent untuk kepentingan trading co.

Dari model tersebut pertanyaannya adalah:

- d. Bagaimanakah seharusnya masing-masing pihak yang terlibat dalam struktur tersebut memperoleh remunerasi dari aktifitas yang dijalankannya. Apakah terdapat preferensi atas metode transfer pricing yang specific oleh DJP.
  - e. Model-model atau struktur-struktur lainnya yang patut diwaspadai dalam konteks transfer pricing yang melibatkan intangible property.
3. **Bagaimana Ketentuan Perpajakan Indonesia Menentukan Kepemilikan (*ownership*) atas *Intangible Property***
- a. Ketentuan PPh kita tentang *legal ownership* dan *economic ownership* terhadap *intangible property*.
  - b. Seberapa penting identifikasi kepemilikan atas *intangible property* dalam isu *transfer pricing*.
  - c. Kemampuan UU PPh kita menolak skema pembayaran remunerasi atas penggunaan *intangible property* dengan dasar *economic ownership* juga mencakup perusahaan Indonesia afiliasi di Indonesia.
  - d. Sikap otoritas pajak Indonesia dalam menentukan kewajiban transaksi *intangible property* berdasarkan kepemilikan secara substansi ekonomi atas intangible tersebut?
4. **Bagaimana Ketentuan Perpajakan Indonesia Menentukan Kewajiban Remunerasi yang Dibayarkan atas Penggunaan *Intangible Property* dalam Konteks *Transfer Pricing***
- a. Apakah undang-undang dan ketentuan PPh yang ada saat ini sudah cukup atau relatif memadai.
  - b. Dari berbagai metode *arm's length* yang ada, apakah ketentuan PPh memberikan spesifikasi khusus untuk keterterapannya dalam berbagai kasus transfer pricing yang melibatkan intangible property.
  - c. Bagaimana seharusnya pengaturan dalam ketentuan PPh tentang isu transfer pricing khusus terhadap transaksi intangible property.
5. **Dampak yang mungkin timbul dari praktek *Transfer Pricing* atas *Intangible Property* Terhadap Potensi Berkurangnya Penerimaan Pajak Negara dalam kondisi aturan pajak yang berlaku di Indonesia saat ini**
6. **Saran-saran dan masukan yang patut dipertimbangkan oleh otoritas pajak dan pemerintah Indonesia untuk memperbaiki kondisi saat ini, baik jangka pendek maupun jangka panjang.**