



UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA
ATMA JAYA
Tepercaya Kualitas Lulusannya

PROSIDING SEMINAR NASIONAL
HUKUM BISNIS
DALAM PERSPEKTIF
PEMBANGUNAN
DI INDONESIA

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniaNya kepada kita semua atas terselenggaranya Seminar Nasional dan *Call for Papers* dengan tema “ **Hukum Bisnis dalam Perspektif Pembangunan di Indonesia**” pada tanggal 25 Januari 2017 dengan baik dan diterbitkannya Prosiding ini. Tema tersebut kami pilih karena melihat bahwasanya saat ini perekonomian dan bisnis di Indonesia berkembang cukup pesat, tidak saja di lingkup nasional tetapi juga internasional. Dalam perkembangan dunia bisnis ini, hukum sebagai suatu sarana pembangunan masyarakat diharapkan dapat mendukung kegiatan perekonomian dan bisnis demi terciptanya perlindungan serta kepastian hukum. Menyadari hal ini, tidak ada kata lain kecuali hukum harus lebih berkembang mengikuti jaman, komprehensif dan dilakukan pembaharuan-pembaruan pada bidang-bidang hukum, khususnya dalam bidang Hukum Ekonomi Bisnis.

Kami selaku panitia berharap semoga prosiding ini bermanfaat bagi semua peserta Seminar Nasional dan *Call for Papers*. Tidak lupa kami juga sampaikan terima kasih kepada para pemakalah, peserta, dan panitia atas semua kontribusinya.

Demikian dari kami, apabila terdapat kekurangan dalam pelaksanaan acara, atas nama panitia, mohon maaf yang sebesar-besarnya. Saran dan kritik kami harapkan demi perbaikan pelaksanaan kegiatan berikutnya.

Jakarta, Maret 2017

Ketua Panitia

Rr. Adeline Melani, S.H., M.Hum.

DAFTAR ISI

Hak Konstitusional Peserta Jaminan Kesehatan Nasional <i>Arief Suryono</i>	1
Rekonstruksi Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) Untuk Memperkuat <i>Access To Justice</i> Bagi Konsumen <i>A. Joko Purwoko</i>	15
Proses Pendaftaran Hak Kekayaan Industri <i>Deswita Rosra</i>	35
Aspek Hukum Pelayanan Jasa Perbankan Berbasis Internet <i>Handriyanto Wijaya</i>	53
Menggagas Kembali Akses Penyelesaian Sengketa Di Luar Pengadilan Dan Peluang Prospek Penguatannya: Studi Peran Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen (BPSK) di Indonesia <i>Yusuf Shofie</i>	71
Pemberdayaan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Dalam Meningkatkan Perekonomian Daerah <i>Kurniawan</i>	85
Mediasi Perbankan Dalam Rangka Mewujudkan Perlindungan Terhadap Nasabah <i>Agus Prihartono dan Rani Sri Agustina</i>	101
Peranan Hukum Dalam Pembangunan Ekonomi Masyarakat Desa Ditinjau Dari Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Desa <i>Maslihati Nur Hidayati</i>	127
Problematika Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pasca Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2011 Di Jawa Timur <i>H. Sudarsono</i>	149
Perkembangan Persaingan Usaha Dalam Pengelolaan Sumber Daya Alam Di Wilayah Kepulauan Dalam Menghadapi Pasar Bebas ASEAN <i>Novyta Uktolseja</i>	161
Dampak Pasar Bebas ASEAN Terhadap Produk Pangan Lokal Yang Tidak Bermerek (Studi Empiris Pada Pengusaha Produk Lokal Di Kota Ambon) <i>Agustina Balik</i>	171
Perlindungan Hukum Terhadap Inovasi Di Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Salah Satu Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Indonesia <i>Abdul Atsar</i>	183

Keterik
Undang
Tinjau
Kedua
Ruang
Praktik
Persepsi
Akses
Pengun
Baruan
Sektor

1	Keterikatan Investasi Dengan Penyerapan Tenaga Kerja Di Indonesia Ditinjau Dari Undang-Undang Penanaman Modal (Undang Undang Nomor 25 Tahun 2007)	
15	<i>Utji Sri WulanWuryandari</i>	197
35	Keadilan Berkontrak	
53	<i>Richardus Handojo Wiwoho</i>	215
71	Praktik Transfer Price Dalam Hubungan Istimewa Transaksi Bisnis Antar Anggota Perusahaan Multinasional Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha	
85	<i>Dessy Sunarsi</i>	239
101	Pengaturan Merger Bank Di Indonesia Dikaitkan Dengan Qualified ASEAN Banking (QAB) Dalam Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)	
127	<i>Stella Delarosa dan Wurianalya Maria Novenanty</i>	255
149		
161		
171		
183		

**PRAKTIK TRANSFER PRICE DALAM HUBUNGAN ISTIMEWA
TRANSAKSI BISNIS ANTAR ANGGOTA PERUSAHAAN
MULTINASIONAL DALAM PERSPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA**

Dessy Sunarsi

Fakultas Hukum Universitas Sahid Jakarta

dessynew@ymail.com

Abstract

Transfer Pricing is a price for supply of goods or services in returning for the delivery of which has been agreed by both parties in the transaction of business financial and other transactions. In a group of companies, transfer pricing (intercompany pricing, intercorporate pricing) is the price calculated for the control of management on the transfer of goods and services within the group of companies. The practice of transfer pricing with no price equal to the market price in a related business transactions between members of multinational companies, so the price becomes reasonable. This is often true in the oligopoly market where there is a collective agreement in terms of price and quota causing inequity real competition. For that, it needs further discussion about the fairness of this competition. Practiced research finding indicates that the existence of price and quota agreements together that apply to members of the oligopoly market will lead to unfair competition. Of course, this situation becomes very interesting to be studied and discussed. In order to create legal certainty competition. Indonesian competition laws prohibit the activities of an oligopoly. On the other hand oligopoly is very difficult to be detected and prevented.

Keywords: Transfer Price, Competition Law, Business Transactions, a special relationship.

Abstrak

Transfer Pricing merupakan sejumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis finansial maupun transaksi lainnya. Dalam suatu group perusahaan, transfer pricing (intercompany pricing,

intercorporate pricing) merupakan harga yang diperhitungkan untuk pengendalian manajemen (management control) atas transfer barang dan jasa dalam satu group perusahaan. Praktik transfer pricing dengan harga tidak sama dengan harga pasar dalam hubungan istimewa transaksi bisnis antar anggota perusahaan multinasional sehingga harga menjadi tidak wajar. Hal ini sering berlaku dalam pasar oligopoly dimana terdapat kesepakatan bersama dalam hal harga dan kuota sehingga menimbulkan ketidakadilan persaingan yang sebenarnya. Untuk itu, perlu dibahas lebih lanjut tentang keadilan persaingan ini. Hasil penelitian praktis mengindikasikan adanya kesepakatan harga dan kuota bersama yang berlaku bagi anggota pasar oligopoly akan menimbulkan persaingan yang tidak sehat. Tentunya keadaan ini menjadi sangat menarik untuk dikaji dan dibahas. Dalam upaya menciptakan kepastian hukum persaingan usaha. Hukum persaingan usaha Indonesia melarang adanya kegiatan *oligopoly*. Dilain pihak praktik oligopoly ini sangat sulit untuk dideteksi dan dicegah.

Kata Kunci: *Transfer Price*, Hukum Persaingan Usaha, Transaksi Bisnis, hubungan istimewa.

A. Pendahuluan

Semenjak berlakunya Undang-Undang RI Nomor 1 Tahun 1967 tentang Penanaman Modal Asing, kegiatan penanaman modal di Indonesia semakin marak sehingga banyak perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi di lebih satu negara dibawah pengendalian suatu pihak tertentu²⁶⁷. Untuk mengendalikan dan mengkoodinasikan bisnis regionalnya, perusahaan membentuk holding company dan/atau kantor perwakilan (head quarter). Pembentukan cabang, anak, holding company dan/atau kantor perwakilan tersebut semakin memperkuat aliansi strategi perusahaan multinasional untuk mempertahankan dan menumbuhkembangkan pangsa pasar ekspor dan impor di berbagai negara lainnya²⁶⁸.

Di dalam lingkungan perusahaan multinasional, terjadi berbagai transaksi antar anggota yang meliputi penjualan barang dan jasa, lisensi hak dan harta tak berwujud lainnya, penyediaan pinjaman dan sebagainya. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota korporasi tersebut dikenal dengan sebutan transfer price (harga transfer).

267 Darussalam. Danny Septriadu. Konsep dan Aplikasi Cross Border Transfer Price. Danny Darrussalam Tax Center, 2008. hal 1.

268 Gunadi. Pajak Internasional. FEUI, Jakarta. 2007. hal. 221

Transaksi antar anggota pada perusahaan multinasional dapat dikatakan sebagai transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Praktik transfer pricing umumnya terjadi antara perusahaan-perusahaan yang memiliki hubungan istimewa tersebut. Transfer pricing merupakan isu sentral saat ini yang dialami oleh seluruh dunia yang terhubung dalam jaringan perdagangan internasional.

Beberapa perusahaan yang berada dalam satu grup apakah karena kepemilikan/penguasaan baik yang berskala nasional, regional maupun global, pada umumnya bekerja berdasarkan suatu rencana strategis, taktis dan operasional yang telah dikaji dan dipertimbangkan secara seksama. Kebijakan harga atau imbalan yang diputuskan tentunya dipertimbangkan suatu penalaran yang rasional dan akan menguntungkan grup perusahaan secara keseluruhan²⁶⁹.

Kebijakan harga transfer pada umumnya diarahkan pada maksimalisasi efisiensi grup secara totalitas dan oleh karena itu menguntungkan bisnis (investasi) global perusahaan tersebut. Secara umum transfer pricing merupakan jumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis (insania) maupun transaksi lainnya. Dalam suatu grup perusahaan, transfer pricing (sering disebut dengan istilah *intercompany pricing*, *intercorporate pricing*, *internasional pricing* atau *internal pricing*), merupakan harga yang dipertimbangkan untuk pengendalian manajemen (*management central*) atas transfer barang dan jasa dalam satu grup perusahaan²⁷⁰. Transfer pricing tersebut bermula dari usaha pengendalian yang dilakukan oleh satu pihak pada pihak lainnya melalui kepemilikannya, misalnya antara induk dengan anak perusahaan atau antar perusahaan afiliasinya²⁷¹.

Pada prinsipnya praktik transfer pricing dengan harga tidak sama dengan harga pasar dapat diborong oleh karena alasan pajak (*tax motive*) maupun bukan pajak (*non-taxmotive*)²⁷². Motivasi pajak atas praktik transfer pricing dilaksanakan dengan sedapat mungkin memindahkan penghasilan dari negara dengan beban pajak mahal ke negara dengan beban pajak terendah atau minimal atau kalau mungkin nihil. Salah satu rekayasa pengalihan misalnya dalam bentuk pembayaran *royalty* karena dengan sangat langkanya standar harga (tarif) pasar *tax royalty* maka akan sangat sulit bagi administrasi pajak untuk mengatasinya²⁷³. Karena pajak, secara ekonomis, merupakan beban usaha yang mengurangi laba setelah pajak dan sekaligus daya beli perusahaan secara keseluruhan. Kebijakan *transfer pricing* akan mengarahkan pada pertimbangan meminimalisasi total beban pajak global perusahaan²⁷⁴. Sedangkan

269 *Ibid.*, hal. 272

270 *Ibid.*, hal. 222

271 *Ibid.*

272 *Ibid.*, hal. 223

273 *Ibid.*

274 *Ibid.*, hal. 222

motivasi bukan pajak adalah adanya jaminan *sustainability* atau kesinambungan perusahaan dalam jangka panjang, dimana perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dalam satu group dapat memperoleh harga spesial di bawah harga pasar yang memungkinkan mereka dapat mengeksploitasi keuntungan sebesar mungkin dalam penjualan produknya, yang pada akhirnya dapat menjadi pemimpin pasar.

Selanjutnya sehubungan dengan harga barang (bahan) input produksi. Lecres menyatakan bahwa berdasarkan studi tahun 1985 perusahaan multinasional yang beroperasi di ASEAN memakai dasar selain harga pasar dalam menghitung transfer pricingnya. Fakta yang ada menunjukkan bahwa perusahaan demikian tega secara artifisial finansial membuat perusahaan di Indonesia bertahun-tahun menderita rugi secara hukum perusahaan dan logika sehat bisnis seharusnya sudah bangkrut dan tutup²⁷⁵.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, menarik untuk dikaji pengaruh hubungan istimewa pada praktik *transfer price* dikaitkan dengan meneliti peraturan perundang-undangan di bidang Hukum Pesaingan Usaha yang berlaku di Indonesia saat ini dalam membatasi pengaruh hubungan istimewa pada praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh Group- Group Perusahaan nasional maupun perusahaan multinasional di Indonesia Transfer pricing dulunya merupakan salah satu cara pengusaha dalam mengoperasikan usahanya untuk mengukur kinerja setiap departemen dalam satu perusahaan. *Transfer pricing* digunakan untuk mengukur efektifitas departemen dari suatu perusahaan untuk melihat kinerja keseluruhan perusahaan tersebut²⁷⁶. Makna arti tersebut berubah dimana pergeseran laba yang mengakibatkan kerugian di dunia perpajakan. Pergeseran ini digunakan oleh Waib Pajak sebagai salah satu cara tax planning untuk menghemat pajak dengan menggunakan kelemahan peraturan di suatu negara. Biasanya tax planning ini dilakukan oleh perusahaan multinasional yang bergerak atau yang mempunyai anak perusahaan di berbagai Negara.

Definisi Transfer Pricing menurut Organization For Economic Co-operation And Development (OECD)²⁷⁷ adalah sebagai harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota group dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang sesuai bagi groupnya. Berdasarkan laporan OECD, faktor pajak dapat menjadi pemicu dilakukannya transfer pricing terutama jika tujuan mereka lebih terfokus pada jumlah total laba setelah pajak daripada bentuk dari mana mereka mendapatkan laba tersebut (OECD,1979). Definisi transfer pricing menurut Hongren²⁷⁸ yaitu :

275 *Ibid.*, hal. 223

276 Suandy, Ery, Perencanaan Pajak. Salemba empat, Jakarta, 2006, hal. 3.

277 OECF Committee on Fiscal Affairs, Transfer Pricing and Multinational Enterprises. Paris, 1979.

278 Hongren, Datar, dan Proster, Cost Accounting, Manajerial Emphasis. 12th Edition. Pearson Education inc. London, 2006, hal 12

The e
is sup
diker
segm
dari
di sa
deng
dalar
untul

B.
I.

peng
kemt
distri
yang
di hu
distri
kons
akun
prod
meng
dan
unit
peny
ke di
ment
prod

diur
Peru
tekn
besa
atau
verti
yang
yang

278

The amount charged by one segment of an organization for a product or service that is supplies to another segment of the same organization.” Yang berarti harga yang dikenakan oleh satu segmen organisasi atas barang atau jasa yang disalurkan kepada segmen lainnya didalam organisasi yang sama. Menurut Suandy (2006), pengertian dari “*transfer pricing* adalah tindakan mengalokasikan laba dari entitas perusahaan di satu negara ke entitas perusahaan negara lain, dalam satu group perusahaan dengan tujuan untuk meminimalisir bahkan menghindari pajak”. Dan memang dalam praktik perusahaan mul;tinasional, praktik *Transfer pricing* ini lebih populer untuk mensiasati penguranga pajak penghasilan perusahaan.

B. Pembahasan

I. Transfer Pricing Dalam Persepektif Integrasi Vertikal²⁷⁹

Dalam suatu proses produksi ada beberapa tahap yang harus dilalui mulai dari pengumpulan bahan baku sampai memprosesnya menjadi barang setengah jadi dan kemudian menjadi barang jadi. Proses produksi itu kemudian dilanjutkan dengan distribusi barang dan atau jasa dari distributor sampai ke konsumen akhir. Tahapan yang dilalui tersebut merupakan suatu rangkaian produksi yang meliputi unit usaha di hulu sampai dengan hilir. Setiap tahap yang dilalui dalam proses produksi dan distribusi mengandung margin antara harga dengan biaya produksi. Dengan demikian konsumen akhir akan membayar sebuah produk dengan harga yang merupakan akumulasi biaya produksi dan margin pada setiap tahap yang dilalui sejak dari proses produksi sampai distribusi. Integrasi vertikal adalah perjanjian yang bertujuan untuk menguasai beberapa unit usaha yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu. Integrasi vertikal bisa dilakukan dengan strategi penguasaan unit usaha produksi ke hulu dimana perusahaan memiliki unit usaha hingga ke penyediaan bahan baku maupun ke hilir dengan kepemilikan unit usaha hingga ke distribusi barang dan jasa hingga ke konsumen akhir. Integrasi vertikal mampu menurunkan efek negatif dari struktur pasar monopoli yang ada pada setiap tahap produksi dan distribusi.

Integrasi vertikal dapat membatasi margin ganda sehingga konsumen dapat diuntungkan karena bisa mendapatkan produk dengan harga yang lebih murah. Perusahaan juga diuntungkan dengan strategi ini melalui pemanfaatan efisiensi teknis dan efisiensi biaya transaksi sehingga laba total yang didapatkan akan lebih besar dibandingkan bila mereka harus membeli bahan baku dari perusahaan lain atau mendistribusikan produknya lewat perusahaan lain. Namun demikian integrasi vertikal dapat juga menghambat persaingan karena dapat meningkatkan biaya yang harus ditanggung pesaing untuk mengakses bahan baku atau jalur distribusi yang dibutuhkan untuk menjual produknya. Selain itu integrasi vertikal juga dapat

279 KPPU-RI. Pedoman Integrasi Vertikal. Jakarta, hal. 3-5

mengurangi ketersediaan bahan baku dan meningkatkan modal yang dibutuhkan untuk masuk ke pasar. Atau dengan kata lain integrasi vertikal dapat menimbulkan hambatan untuk masuk ke sebuah pasar. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (selanjutnya ditulis UU No.5 Tahun 1999) mengatur perjanjian integrasi vertikal dalam pasal 14 yang berbunyi: "Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk menguasai sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung maupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat." Bila kita perhatikan isi ketentuan pasal 14 UU No.5 Tahun 1999, tampak dengan jelas bahwa kaidah yang digunakan untuk menganalisis pasal ini adalah diperlukannya bukti-bukti yang menunjukkan telah terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan atau merugikan masyarakat. Integrasi vertikal memiliki efek procompetitive dan anti-competitive sehingga hanya integrasi vertikal yang mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat dan merugikan masyarakat yang akan dilarang. Integrasi vertikal dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas manajemen, proses manufaktur dan/atau operasi serta distribusi atau pemasaran produk/jasa sampai kepada konsumen akhir. Meskipun demikian integrasi vertikal juga dapat menciptakan anti persaingan dan praktek monopoli yang pada gilirannya menciptakan inefisiensi dan kegagalan pasar.

Integrasi vertikal merupakan perjanjian yang terjadi antara beberapa pelaku usaha yang berada pada tahapan produksi/operasi dan atau distribusi yang berbeda namun saling terkait. Bentuk perjanjian yang terjadi berupa penggabungan beberapa atau seluruh kegiatan operasi yang berurutan dalam sebuah rangkaian produksi/operasi. Mekanisme hubungan antar satu kegiatan usaha dengan kegiatan usaha lainnya yang bersifat integrasi vertikal dalam perspektif hukum persaingan. khususnya UU No. 5 Tahun 1999 digambarkan dalam suatu rangkaian produksi/ operasi yang merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam suatu rangkaian langsung maupun tidak langsung (termasuk juga rangkaian produksi barang dan atau jasa substitusi dan atau komplementer).

Integrasi vertikal dapat terjadi: a) antara suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lain yang berperan sebagai pemasoknya, b) antara suatu pelaku usaha dengan pelaku usaha lain yang berperan sebagai pembelinya. Suatu kegiatan usaha yang dikategorikan sebagai integrasi vertikal ke belakang atau ke hulu yaitu apabila kegiatan tersebut mengintegrasikan beberapa kegiatan yang mengarah pada penyediaan bahan baku dari produk utama. Sebagai contoh adalah ketika pelaku usaha yang memproduksi minyak goreng memperluas usahanya dengan mengintegrasikan kegiatan penyediaan CPO (crude palm oil) yang merupakan

baha
terse
CPC
verti
seba
bebe
ketik
untu
miny
kons
distr
Perja
prod
mene
pada
dan e
mela
Kepe
yaitu
2) In
Dari
integ
sama
secar
pesai
perus
maka
CPO
pada
minya
langs
teori
menir
akhir
usaha
seball
keuntu

alasan

bahan baku utama dari produksi minyak goreng. Perusahaan minyak goreng tersebut memutuskan untuk melakukan perjanjian yang mengikat dengan produsen CPO. Tindakan perusahaan minyak goreng tersebut disebut sebagai integrasi vertikal ke belakang atau ke hulu. Sedangkan kegiatan usaha yang dikategorikan sebagai integrasi vertikal ke hilir adalah apabila kegiatan tersebut mengintegrasikan beberapa kegiatan yang mengarah pada penyediaan produk akhir. Sebagai contoh ketika pelaku usaha yang memproduksi minyak goreng tersebut memutuskan untuk memperluas cakupannya dengan mengintegrasikan kegiatan distribusi minyak goreng dan toko swalayan untuk menjual minyak goreng langsung ke konsumen akhir. Perjanjian yang mengikat antara produsen minyak goreng dengan distributornya serta toko swalayan digolongkan sebagai integrasi vertikal ke hilir. Perjanjian yang mengikat di antara pelaku usaha yang berada pada rangkaian produksi berurutan dapat mengambil berbagai macam bentuk. Dalam jangka menengah integrasi vertikal dapat dilakukan pelaku usaha dengan mengikat diri pada: a) suatu penyewaan jangka panjang (long term leases), b) joint ventures, dan c) kemitraan. Perjanjian integrasi vertikal yang bersifat jangka panjang adalah melalui perpindahan kepemilikan yang terjadi lewat proses Merger dan Akuisisi. Kepemilikan atau penguasaan aset perusahaan dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: 1) Integrasi vertikal melalui penguasaan atas seluruh aset perusahaan, dan 2) Integrasi vertikal melalui penguasaan hanya atas sebagian aset perusahaan. Dari skema di Gambar 1 terlihat juga bahwa pelaku usaha yang melakukan integrasi vertikal tidak sedang saling bersaing di dalam pasar bersangkutan yang sama, sehingga perjanjian integrasi vertikal tidak memiliki pengaruh anti-persaingan secara langsung (direct anticompetitive effect) yang berakibat pada berkurangnya pesaing horisontal. Pada contoh produsen minyak goreng sebelumnya, apabila perusahaan 10 tersebut melakukan integrasi ke belakang dengan produsen CPO, maka dengan jelas dapat diketahui bahwa perusahaan minyak goreng dan produsen CPO bukanlah pelaku usaha yang saling bersaing, karena mereka tidak berada pada pasar bersangkutan yang sama. Dengan demikian jumlah pesaing perusahaan minyak goreng di pasar minyak goreng tidak mengalami perubahan sebagai akibat langsung dari integrasi vertikal tersebut. Sebaliknya, berdasarkan prinsip dasar teori persaingan dan dampak ekonomi, integrasi vertikal umumnya ditujukan untuk meningkatkan efisiensi yang berakibat pada peningkatan kesejahteraan konsumen akhir (consumer welfare). Namun bukan berarti integrasi vertikal oleh pelaku usaha akan selalu menciptakan efisiensi dan kesejahteraan konsumen tetapi justru sebaliknya dapat pula menciptakan ekonomi biaya tinggi/inefisiensi, harga dan keuntungan yang tidak wajar melalui praktek anti persaingan/ monopoli.

Rasionalitas pelaku usaha untuk melakukan praktek integrasi vertikal, baik alasan yang bersifat pro-persaingan maupun yang bersifat anti-persaingan akan

diuraikan pada sub bagian berikut ini. Alasan pelaku usaha melakukan integrasi vertikal Terdapat beberapa alasan mengapa pelaku usaha memutuskan untuk melakukan integrasi vertikal, yaitu:

1. Efisiensi Tujuan pelaku usaha melakukan efisiensi melalui integrasi vertikal adalah mencapai harga yang bersaing dari produk atau jasa yang dipasarkan. Efisiensi dari integrasi vertikal dicapai melalui pengurangan penggunaan suatu proses/peralatan teknis (technical efficiency), penghematan biaya transaksi (transaction cost), dan pengurangan margin ganda (double marginalization) atau secara keseluruhan meniadakan biaya-biaya yang tidak perlu yang sebenarnya dapat dihindari. Keunggulan teknis dapat dicapai melalui perbaikan atau peningkatan teknologi sehingga proses manufaktur atau proses operasi berjalan lebih efisien (penggunaan input yang lebih kecil dengan hasil yang sama) dan atau lebih produktif (menghasilkan output yang lebih besar dengan input yang sama). Sebagai ilustrasi, sebuah perusahaan pengalengan daging membutuhkan pasokan daging mentah dari rumah pemotongan hewan dan peternakan. Jika perusahaan pengalengan daging dan peternakan adalah perusahaan yang terpisah dan independen, maka untuk menjamin kualitas daging mentah dibutuhkan gudang dengan pendingin di rumah pemotongan dan alat transportasi yang memiliki pendingin (cold storage) yang berarti ada biaya pengangkutan dan pendinginan daging. Apabila kedua perusahaan tersebut memutuskan untuk berintegrasi vertikal, maka biaya pendinginan dalam bentuk gudang pendinginan di rumah pemotongan hewan dapat dihilangkan, karena rumah pemotongan hanya memasok sesuai kebutuhan 11 perusahaan pengalengan daging yang terintegrasi. Koordinasi di bawah satu atap juga akan meningkatkan efisiensi biaya. Efisiensi lain yang dihasilkan dari integrasi vertikal adalah berkurangnya biaya transaksi yang muncul akibat dari aktivitas transaksi antar tingkatan produksi dan atau distribusi yang berbeda. Dengan melakukan integrasi vertikal, biaya transaksi tersebut dapat diinternalkan sehingga perusahaan dapat melakukan penghematan biaya. Penghematan biaya transaksi tersebut antara lain muncul dari penghematan biaya ekonomi dalam mencari pasokan bahan baku, melakukan negosiasi, kontrak, dan pengawasan terhadap pemasok atau distributor. Ilustrasi lainnya, sebuah perusahaan penerbitan dan media memerlukan pasokan kertas sebagai bahan baku utama. Jika perusahaan penerbitan dan produsen kertas merupakan perusahaan yang terpisah dan independen, maka untuk mendapatkan pasokan kertas yang dibutuhkan, perusahaan penerbitan akan melakukan seleksi terhadap beberapa produsen kertas. Seleksi tersebut mencakup berbagai unsur, seperti harga, kualitas, kuantitas, dan pelayanan tambahan yang dapat diberikan oleh produsen kertas. Proses ini tentunya memakan waktu dan biaya. Setelah proses

seleksi dilakukan, tahap selanjutnya adalah melakukan negosiasi. Tahapan ini juga tentunya memakan waktu dan biaya. Setelah negosiasi selesai, tahapan berikutnya adalah pembuatan dan penandatanganan kesepakatan kontrak. Hal ini juga memerlukan waktu dan biaya, termasuk biaya untuk memonitoring pelaksanaan kontrak. Biaya-biaya yang muncul dari transaksi pembelian pasokan kertas oleh perusahaan penerbitan tersebut dapat diminimalkan ketika perusahaan penerbitan melakukan integrasi vertikal dengan produsen kertas. Efisiensi juga dapat muncul dari pengurangan marjin ganda yang dilakukan oleh pelaku-pelaku usaha yang berada pada tingkatan produksi dan atau distribusi yang saling terkait. Marjin ganda muncul ketika perusahaan di tiap tingkatan produksi dan atau distribusi yang berbeda menerapkan marjin untuk memaksimalkan keuntungan. Dengan adanya integrasi vertikal marjin ganda dapat dihilangkan dimana marjin hanya diterapkan oleh satu unit bisnis yang telah melakukan integrasi vertikal. Sebagai contoh, sebuah perusahaan manufaktur perangkat genggam elektronik menjual produknya ke distributor dengan marjin 5% dari biaya produksi. Distributor kemudian memutuskan untuk menjual produk tersebut ke pengecer dengan marjin sebesar 15%. Sementara itu pengecer dengan pertimbangannya sendiri menetapkan harga jual kepada konsumen akhir dengan marjin sebesar 20%. Keputusan penerapan marjin di masing-masing tingkatan didasarkan atas pertimbangan mereka sendiri tanpa dipengaruhi oleh tingkatan di atasnya. Akibat penerapan marjin yang berlipat-lipat ini, maka harga jual pada konsumen akhir menjadi sangat tinggi tanpa bisa dikontrol oleh perusahaan manufaktur tersebut. Harga yang tinggi tersebut dapat berimplikasi pada penurunan penjualan yang tidak dikehendaki oleh perusahaan manufaktur. Apabila perusahaan manufaktur tersebut memutuskan untuk melakukan perjanjian integrasi vertikal dengan 12 distributor dan pengecer, maka perusahaan manufaktur dapat mengontrol harga di tingkat konsumen akhir, dan marjin yang dikenakan tidak perlu berulang. Efisiensi yang dihasilkan dari kegiatan integrasi vertikal ini berdampak pada biaya produksi dan biaya organisasi yang lebih rendah, sehingga pelaku usaha dapat memproduksi barang dan jasa dengan kualitas yang lebih baik dan biaya yang ditanggung masyarakat menjadi lebih rendah. Keuntungan ini akan membuat kesejahteraan konsumen menjadi lebih tinggi, yang merupakan tujuan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Salah satu tujuan pelaku usaha untuk melakukan integrasi vertikal adalah upaya untuk mengurangi ketidakpastian pasokan bahan baku yang dapat muncul. Pelaku usaha memutuskan untuk melakukan integrasi vertikal ke hulu dengan maksud untuk mengontrol kepastian pasokan bahan baku. Misalkan, sebuah perusahaan pembuat keju memerlukan pasokan susu segar

sebagai bahan utama pembuatan keju. Apabila pasokan susu tersendat karena berbagai faktor (seperti manajemen peternakan yang sedang bermasalah) maka produksi keju juga akan terhambat. Dengan integrasi vertikal, ketidakpastian akibat kesalahan manajemen peternakan tersebut dapat diminimalkan karena pasokan susu dapat dikontrol. Sedangkan keputusan untuk melakukan integrasi vertikal ke hilir diarahkan untuk meningkatkan kontrol atas jejaring distribusi dan pengecer agar akses terhadap konsumen meningkat. Contohnya, sebuah perusahaan manufaktur kendaraan bermotor roda dua melakukan transaksi penjualan dengan dealer kendaraan bermotor. Kemampuan dealer melakukan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan kendaraan bermotor roda dua tersebut tidak dapat dipengaruhi oleh perusahaan manufaktur. Apabila dealer tidak melakukan strategi pemasaran dan penjualan yang agresif maka penjualan dapat terpengaruh karena akses konsumen akhir terhadap produk kendaraan bermotor roda dua tersebut terbatas. Untuk itu perusahaan manufaktur dapat memutuskan untuk melakukan perjanjian integrasi vertikal dengan dealer. Dengan adanya perjanjian tersebut, maka perusahaan manufaktur dapat ikut memikirkan strategi-strategi bisnis untuk menarik minat konsumen seperti memberikan pelaksanaan pameran, pemberian diskon ataupun bonus, ataupun penambahan pelayanan purna jual. Dengan demikian kepastian pemasaran dan penjualan dapat meningkat. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka integrasi vertikal inilah yang dimaksud dengan hubungan istimewa dalam transaksi bisnis transfer pricing. Dimana dalam ketentuan peraturan perundang-undangan di Indonesia definisi hubungan istimewa hanya jelas terdapat dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan pasal 18 ayat 4 hubungan istimewa adalah hubungan antara Wajib Pajak dengan pihak lain dalam hal : a. Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain; hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih; atau hubungan di antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir. 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 baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat. Pelaku usaha dapat melakukan Transfer pricing adalah saat pelaku usaha memberikan harga yang lebih rendah kepada perusahaan yang terintegrasi dibawahnya dengan tujuan membuat biaya produksi lebih rendah sehingga akan mengakibatkan harga jual yang lebih rendah dibanding pesaingnya karena biaya produksi

III. T

O
yang me
kepentir

Pr

sesama
dan beri
diantara
, oligop
pesaingn
makin be

Oli
menghas
memberi
kenyataan
dengan n
ketidakad

yang relatif lebih rendah. Tujuannya adalah menekan biaya yang terjadi di level terbawah (dari unit ritel ke tangan konsumen) yang akan menjadi relatif lebih rendah dibandingkan dengan biaya produk yang tidak berasal dari proses integrasi vertikal. Dari sisi mekanisme, tindakan transfer pricing merupakan aplikasi konsep pengurangan marjin ganda yang telah dijelaskan sebelumnya pada bagian efisiensi. Pengurangan marjin ganda dikategorikan sebagai efisiensi karena menguntungkan konsumen karena konsumen membayar barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah. Transfer pricing dapat memberikan keuntungan kepada pelaku usaha yang melakukannya karena dapat meningkatkan volume penjualan. Melalui integrasi vertikal, pelaku usaha juga dapat melakukan subsidi silang antara perusahaannya. Manfaat subsidi silang didapat ketika pelaku usaha yang terintegrasi membebaskan transfer pricing kepada anak perusahaannya yang berbeda (menjadi lebih murah) dibanding dengan biaya yang dibebankan kepada pelaku usaha yang berada di luar jaringannya. Kerugian akibat pembebanan harga subsidi atau harga yang lebih murah tersebut akan dikompensasi melalui keuntungan penjualan bahan baku ke pelaku usaha yang bukan merupakan jaringan integrasinya. Sementara pelaku usaha yang tidak terintegrasi dengan perusahaan tersebut akan menderita kerugian (riil maupun potensial) akibat adanya subsidi silang yang dilakukan oleh perusahaan pesaing yang terintegrasi tersebut.

III. Transfer Pricing Dalam Perspektif Perjanjian Yang Dilarang Oligopoli

Oligopoly adalah sekumpulan pengusaha lebih dari satu dan kurang dari 11 yang melakukan kerjasama satu sama lain dalam berbagai hal yang berkaitan dengan kepentingan bisnis²⁸⁰.

Praktik oligopoli ini memungkinkan terjadinya transfer pricing diantara sesama anggota kelompok bisnis tersebut, yang menjadikan mereka semakin kuat dan berkembang. Keadaan ini dimungkinkan akibat adanya hubungan istimewa diantara para pengusaha yang memiliki kepentingan bersama. Secara de facto, oligopoly telah menjadi serangan mematikan bagi perkembangan bisnis para pesaingnya, sehingga keadilan dalam berusaha menjadi tidak merata. Yang besar makin besar yang kecil makin kecil.

Oligopoly jika dilakukan secara serempak oleh seluruh pelaku pasar akan menghasilkan suatu gerakan efisiensi dan efektifitas bisnis yang tentunya dapat memberi keuntungan pada semua pihak baik produsen maupun konsumen. Namun kenyataannya, praktik oligopoly hanya dilakukan oleh kelompok tertentu saja, dengan mengesampingkan keberadaan pelaku pasar lainnya, sehingga melahirkan ketidakadilan tersebut.

280 David Freud, *Strategic Management: International Cases*, New York, 2012, hal. 134

Praktik oligopoly dalam dunia bisnis sangat sulit untuk dikendalikan mengingat hubungan istimewa hanya terjadi pada mereka yang memiliki kesamaan kepentingan yang berbasis kesamaan sejarah dan didasari oleh kesamaan suku atau ras atau agama tertentu. Dari sudut pandang Hukum persaingan usaha Indonesia, praktik oligopoly yang tidak merata tentunya sangat perlu dikendalikan dengan kepastian hukum yang mengaturnya. Undang-Undang nomor 5 tahun 1999 memasukkan perjanjian Oligopoly sebagai salah satu perjanjian yang dilarang sesuai Pasal 4 ayat (1) dan ayat (2) yang berbunyi Ayat (1) : Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat. Ayat (2) : Pelaku usaha patut diduga atau dianggap secara bersama-sama melakukan penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa, sebagaimana dimaksud ayat (1), apabila 2 (dua) atau 3 (tiga) pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha menguasai lebih dari 75% (tujuh puluh lima persen) pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

2.3. Analisis Yang Digunakan Dalam Perspektif Hukum Persaingan Usaha

Ada dua Analisis pendekatan yang diatur dalam Undang-Undang No 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak sehat, yaitu pendekatan Perse Illegal dan Rule of Reason.

a. Perse Illegal Istilah perse illegal berarti "illegal dengan sendirinya". Terminologi ini berkenaan dengan keadaan yang tidak memerlukan bukti yang tidak relevan atau pendukung atas suatu kejadian. Perse berarti suatu tindakan yang dengan sendirinya adalah ilegal. Jadi, suatu tindakan adalah ilegal yang tidak memerlukan bukti lain dari keadaan di sekitarnya atau pendukung lain. Tindakannya adalah ilegal karena undang-undang atau hukum. Karena itu perse illegal merupakan sebuah larangan yang sangat keras. Apa pun alasannya suatu perbuatan yang memenuhi syarat sebuah larangan maka perbuatan tersebut dianggap melanggar hukum, kendati pun perbuatan itu bermaksud atau berdampak baik. Sebaliknya perbuatan tersebut dibebaskan dari pelanggaran hukum bila tidak memenuhi syarat sebuah larangan, kendati pun perbuatan tersebut bermaksud dan berdampak tidak baik. Sebagai contoh "orang berbaju merah dilarang masuk rumah", apapun alasannya orang berbaju merah dilarang masuk rumah. Sebaliknya apa pun alasannya orang yang tidak berbaju merah boleh masuk rumah. Contoh yang lebih kongkrit seorang pengusaha dilarang membuat perjanjian atau kesepakatan dengan pesaingnya untuk secara bersama-sama menetapkan harga jual. Apapun alasannya apa pun dampaknya maka perbuatan secara bersama-sama menetapkan harga jual tersebut dilarang. Di Amerika Serikat pada masa lalu dan juga di kebanyakan negara yang telah memiliki undang-undang antimonopoli. penetapan harga secara bersama (price fixing), pengaturan harga ritel (retail price maintenance), pembagian wilayah pasar (geographic market division), boikot oleh

kelom
sebagi
b. Rub
lebih l
of reas
strukt
atau p
monop
merugi
monop
undang
jalanny
sebagi
dampak
mengak
Pembuk
sebagai
selama
tertentu
pelangg
adalah s
usaha. A
usaha te
Pelaku
berbentu
atau mel
sendiri
kegiatan
pelaku u
jika pel
Indonesia
tidak me
perusaha
wialyah
dibuktika
batasan a
memahan

kelompok (group boycotts), dan perjanjian tertutup (tying arrangements) digolongkan sebagai perse illegal tanpa memerlukan alasan kenapa tindakan tersebut dilakukan.

b. Rule of Reason Dewasa ini terjadi transformasi pelaksanaan perse illegal yang lebih luwes dan ramah terhadap pasar (market friendly). Transformasi ke arah rule of reason lebih mewarnai pelaksanaan undang-undang antimonopoli. Bukan lagi struktur yang menjadi pokok masalah tetapi lebih kepada conduct atau behaviour atau perilaku. Undang-undang No.5 Tahun 1999 tidak melarang struktur pasar monopoli atau oligopoli atau posisi dominan. Yang dilarang adalah perilaku yang merugikan (injurious conduct). Sepanjang mereka tidak menyalahgunakan kekuatan monopoli, oligopoli atau posisi dominan yang merugikan, mereka tidak melanggar undang-undang. Pembuktian mengenai conduct adalah wilayah rule of reason yang jalannya memang panjang dan melelahkan. Pasal-pasal dalam UU No.5 Tahun 1999 sebagian besar bersifat rule of reason yang memerlukan pembuktian mengenai dampak. Pasal-pasal rule of reason umumnya diakhiri dengan kalimat "...yang mengakibatkan praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat..."²⁸¹

c. Pembuktian Unsur Atas Pelanggaran UU No.5 Tahun 1999 atas transfer Pricing sebagai bagian praktik Persaingan Usaha Tidak Sehat Proses pemeriksaan di KPPU selama ini adalah proses pembuktian unsur-unsur yang diminta oleh pasal tertentu dalam Undang-undang. Sebagai contoh bagaimana membuktikan terjadinya pelanggaran Pasal 14 Undang-Undang No 5 Tahun 1999 terkait Integrasi Vertikal adalah sebagai berikut: Unsur-unsur yang harus dibuktikan adalah: 1) Unsur pelaku usaha. Apakah pelaku usaha yang dimaksud memenuhi unsur atau tidak maka pelaku usaha tersebut haruslah memenuhi ketentuan Pasal 1 angka 5 yang menyatakan: Pelaku usaha adalah setiap orang atau perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi. Kita harus melakukan pengujian apakah pelaku usaha yang sedang diperiksa memenuhi ketentuan ini atau tidak. Misalnya jika pelaku usaha tersebut didirikan dan berkedudukan bukan di wilayah Republik Indonesia, dan pelaku usaha tersebut tidak melakukan kegiatan di Indonesia tentu tidak memenuhi unsur pelaku usaha. Ketentuan sebaliknya akan berlaku jika perusahaan tersebut didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia. 2) Unsur membuat perjanjian. Harus dibuktikan ada perjanjian atau tidak. Hanya undang-undang tidak memberikan batasan apakah perjanjian tersebut tertulis atau tidak tertulis. Karena itu kami memahami bahwa perjanjian tersebut bisa tertulis atau tidak tertulis. Jika memang

281 Sutrisno Iwantoro. <https://serambilukum.wordpress.com/2011/01/16/perse-illegal-dan-rule-of-reason-dalam-hukum-persaingan-usaha/>.

ada perjanjian yang tertulis maka pembuktiannya lebih mudah, tetapi jika perjanjian bersifat tidak tertulis maka pembuktiannya cukup rumit. 3) Unsur pelaku usaha pesaingnya. Perjanjian tersebut harus dilakukan dengan pelaku usaha pesaingnya. Jika perjanjian tersebut dilakukan dengan pelaku usaha yang bukan pesaingnya maka tentu tidak memenuhi unsur yang diminta. 4) Unsur menetapkan harga barang dan atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggan. Perjanjian tersebut harus memuat ketentuan tentang kepakatan menetapkan harga barang atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan. Jika perjanjiannya bukan untuk menetapkan harga barang atau jasa yang harus dibayar oleh konsumen atau pelanggan perusahaan-perusahaan tersebut maka juga tidak memenuhi unsur yang dimintakan. 5) Unsur pasar bersangkutan yang sama. Istilah yang sering digunakan adalah relevan market, pasarnya haruslah sama dimana perusahaan-perusahaan tersebut melakukan persaingan, misalnya wilayah geografisnya sama, atau wilayah demografisnya sama, atau sasaran pasarnya sama. Jika pasarnya berbeda tentu tidak memenuhi unsur tersebut. Seluruh unsur-unsur tersebut harus dipenuhi, jika ada salah satu unsur tidak terpenuhi dengan sendirinya tidak dapat dinyatakan sebagai sebuah pelanggaran²⁸².16 Menurut pendapat penulis, bahwa untuk menganalisis praktik transfer pricing itu menyebabkan praktik persaingan usaha yang tidak sehat. Analisis yang lebih lanjut adalah menggunakan pendekatan *rule of reason*. Dalam pendekatan *rule of reason* ini diperlukan pembuktian apakah perjanjian tersebut membawa dampak positif atau negatif. Dalam industri yang strukturnya oligopoli memang ada dua kemungkinan ekstrim. Ekstrim yang pertama adalah terjadi kartel, dimana antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa melakukan kesepakatan baik formal maupun terselubung (*tacit collusion*), misalnya untuk mengatur harga, produksi, wilayah pemasaran, atau wilayah pelanggan. Hal ini akan menimbulkan terjadinya perang harga atau *price war*. Perang harga terjadi diantara pesaing untuk saling menurunkan harga dalam rangka mendapatkan pelanggan. Lebih-lebih saat ini diduga terjadi banyak cacat hukum dalam proses pemeriksaan di (Komisi Pengawas Persaingan Usaha) KPPU. Pelanggaran dalam hukum acara adalah titik yang sangat kritis pada saat perkara diperiksa oleh pengadilan negeri dan Mahkamah Agung. Karena hukum acara dan penerapan hukum memang menjadi fokus di lembaga peradilan tersebut. Jika terjadi cacat prosedur selama pemeriksaan di KPPU maka kemungkinannya pokok perkara tidak diperiksa, dan putusan KPPU dibatalkan.

C. Penutup

Berdasarkan pembahasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut: a. Integrasi vertikal dalam perpektif Hukum Persaingan usaha

²⁸² *Ibid.*

menjadi
transaks

Pa

member

dibawal

mengak

produks

level ter

rendah

vertikal

sesama

berkemb

para per

telah m

sehingg

yang ke

pendeka

diperten

sangat p

yang da

mengen

kita tida

keras da

kreatifit

juga har

dan pasa

jika pasa

antara 1

Keberad

Usaha (1

dengan

Jangan i

menjadi bagian terjadinya dan yang dimaksud dengan hubungan istimewa dalam transaksi bisnis transfer pricing.

Pelaku usaha dapat melakukan *Transfer pricing* adalah saat pelaku usaha memberikan harga yang lebih rendah kepada perusahaan yang terintegrasi dibawahnya dengan tujuan membuat biaya produksi lebih rendah sehingga akan mengakibatkan harga jual yang lebih rendah dibanding pesaingnya karena biaya produksi yang relatif lebih rendah. Tujuannya adalah menekan biaya yang terjadi di level terbawah (dari unit ritel ke tangan konsumen) yang akan menjadi relatif lebih rendah dibandingkan dengan biaya produk yang tidak berasal dari proses integrasi vertikal. b. Praktik oligopoli ini memungkinkan terjadinya transfer pricing diantara sesama anggota kelompok bisnis tersebut, yang menjadikan mereka semakin kuat dan berkembang. Keadaan ini dimungkinkan akibat adanya hubungan istimewa diantara para pengusaha yang memiliki kepentingan bersama. Secara *de facto*, oligopoly telah menjadi serangan mematikan bagi perkembangan bisnis para pesaingnya, sehingga keadilan dalam berusaha menjadi tidak merata. Yang besar makin besar yang kecil makin kecil. c. Dalam perdebatan sering orang mempertentangkan antara pendekatan perse illegal dan pendekatan *rule of reason*. Seharusnya tidak perlu dipertentangkan keduanya karena justru komplemen saling melengkapi. Perse illegal sangat penting khususnya untuk mencegah perbuatan-perbuatan yang berbahaya yang dampaknya sangat luas, karena itu secara keras dilarang tanpa pembuktian mengenai dampak. Sementara pendekatan *rule of reason* juga sangat penting agar kita tidak semena-mena menghukum pelaku usaha secara serampangan. Tindakan keras dan serampangan akan sangat distortif, mengganggu, dan bahkan mematikan kreatifitas dan inovatinsi yang diperlukan bagi kemajuan ekonomi. Sebaliknya kita juga harus menghindarkan diri dari upaya untuk mempertukarkan antara pasal perse dan pasal *rule of reason*, jika pasalnya perse harus diperlakukan secara perse, dan jika pasalnya *rule of reason* harus diperlakukan secara *rule of reason*. Menkaburkan antara keduanya hanya menambah ketidak pastian hukum di negeri ini. d. Keberadaan Undang-Undang No 5 Tahun 1999 dan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi dan demokrasi ekonomi dengan mendorong kegiatan usaha lebih maju melalui praktek berusaha yang sehat. Jangan justru sebaliknya menjadi sumber distorsi baru dalam kegiatan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Darussalam, Danny Sepriadu, Konsep dan Aplikasi Cross Border Transfer Price. Danny Darrusssalam Tax Center, 2008.
- David Freud, Strategic Management, Prentice Hall, New York, 2012..
- Gunadi, Pajak Internasional, FEUI, Jakarta, 2007. Horngren, Datar, dan Proster. Cost Accounting, Manajerial Emphasis, 12th Edition, Pearson Education inc. London, 2006.
- Indonesia, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Lembaran Negara republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33
- Indonesia, Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Perubahan Keempat Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan, Lembaran Negara republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 133
- KPPU-RI, Pedoman Integrasi Vertikal, Jakarta, OECF Committee on Fiscal Affairs. Transfer Pricing and Multinational Enterprises, Paris, 1979 Suandy, Erly. Perencanaan Pajak, Salemba empat, Jakarta, 2006.
- Sutrisno Iwantoro, <https://serambihukum.wordpress.com/2011/01/16/perse-illegal-dan-rule-of-reason-dalamhukum-persaingan-usaha/> , ditelusuri pada tanggal 5 Desember 2016