

**ANALISIS HUBUNGAN ISTIMEWA DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEBIJAKAN HARGA JUAL
SERTA KEWAJARAN TRANSAKSI (STUDI KASUS PADA PERUSAHAAN PT. MM DAN PT. SK)****Tarima Putri Salsabillah¹, Soemaryono²**^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Alamat: Jl. Dukuh Kupang XXV No. 54, SurabayaKorespondensi penulis : tarimasalsabillah@gmail.com**ABSTRAK**

Penelitian ini mengkaji hubungan istimewa serta dampaknya terhadap kebijakan harga jual dan kewajaran transaksi pada PT. Mega Motif (PT MM) dan PT. Sinar Karpas (PT SK). Keterkaitan yang kuat dari sisi kepemilikan dan operasional membuat transaksi penjualan antarkeduanya berpotensi tidak sepenuhnya mengikuti mekanisme pasar. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan sumber data berupa dokumen perusahaan (misalnya daftar harga dan rekap penjualan), observasi proses penetapan harga, serta informasi pendukung dari pihak terkait untuk memahami alasan bisnis dan alur pengambilan keputusan harga. Kewajaran harga diuji memakai metode *Comparable Uncontrolled Price* (CUP) internal, yaitu membandingkan harga jual kepada pihak berelasi dengan harga kepada pihak independen untuk produk sebanding pada periode yang sama. Hasil analisis menunjukkan harga kepada pihak berelasi cenderung lebih rendah dengan selisih sekitar 3,10%-12,80%, yang secara agregat menimbulkan selisih Dasar Pengenaan Pajak dan berimplikasi pada potensi PPN kurang bayar. Temuan ini menegaskan perlunya penguatan tata kelola transaksi pihak berelasi melalui kebijakan harga tertulis berbasis harga pasar wajar, uji internal CUP secara berkala sebagai mekanisme kontrol, serta perapian dokumentasi dan alur persetujuan transaksi agar kepatuhan pajak dan akuntabilitas pelaporan tetap terjaga.

Kata Kunci : Hubungan Istimewa, Transaksi Pihak Berelasi, Kebijakan Harga Jual, Kewajaran Transaksi, *Comparable Uncontrolled Price* (CUP) internal

Article HistoryReceived: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026Plagiarism checker no 1619
Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Lanskap bisnis saat ini memperlihatkan transaksi antar entitas yang saling terhubung makin sering terjadi, baik melalui kepemilikan saham, relasi manajemen, maupun keterkaitan aktivitas operasional. Situasi ini menciptakan dinamika tersendiri karena keputusan ekonomi tidak selalu terbentuk dari pasar yang benar-benar bebas. Dalam praktik, kedekatan relasi dapat memengaruhi cara perusahaan menentukan langkah strategis maupun keputusan harian.

Bagian yang paling sering terkena dampak dari transaksi berelasi adalah kebijakan harga jual. Transaksi pihak berelasi (*related party transaction*) dapat berupa jual beli, pertukaran barang atau jasa, hingga perpindahan dana antara perusahaan dan pihak yang punya keterkaitan khusus seperti anak perusahaan, afiliasi, keluarga, atau direksi (Capital et al., 2024). Kondisi ini bisa memunculkan perlakuan yang berbeda dan akhirnya memengaruhi penilaian kinerja serta posisi keuangan. Karena itu, kewajaran kebijakan harga pada transaksi berelasi perlu diuji.

Pengujian kewajaran menjadi sangat penting ketika harga tidak mencerminkan kondisi pasar yang wajar. Dari sisi perpajakan, *transfer pricing* dipahami sebagai penetapan harga atas produk jadi, setengah jadi, atau jasa dalam satu kelompok usaha yang memiliki hubungan istimewa (Rachman et al., 2024). Skema harga transfer dapat mengubah pembagian laba antar entitas dan berpengaruh pada beban pajak.

Melalui Peraturan Menteri Keuangan Nomor 172 Tahun 2023, pemerintah menekankan kewajiban penerapan prinsip tersebut untuk transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa. Regulasi ini mendorong perusahaan menyiapkan dokumentasi dan dasar penetapan harga yang bisa dipertanggungjawabkan. Dokumen menjadi krusial karena menjadi pegangan saat ada klarifikasi atau pemeriksaan.

Kebutuhan penelitian makin jelas karena harga yang tidak wajar dapat mengaburkan penilaian kinerja sekaligus membuka celah risiko pajak. Harga yang terlalu rendah bisa menggeser laba ke entitas tertentu, sedangkan harga yang terlalu tinggi dapat menekan laba entitas lainnya. Ketimpangan semacam ini berpotensi memunculkan penilaian negatif dari investor, kreditur, maupun regulator karena dianggap menimbulkan distorsi ekonomi.

Di pasar modal, perhatian terhadap kewajaran transaksi afiliasi juga cukup kuat. POJK No. 42 Tahun 2020 mewajibkan emiten memperoleh pendapat kewajaran (*fairness opinion*) dari penilai independen untuk transaksi afiliasi. Ketentuan ini menegaskan bahwa uji kewajaran diperlukan untuk melindungi kepentingan pemegang saham dan memastikan transaksi tidak merugikan pihak tertentu. Praktik ini menunjukkan bahwa standar kewajaran tidak hanya berasal dari teori, tetapi juga dari praktik profesional yang berkembang.

Objek penelitian dipilih pada PT. Mega Motif dan PT. Sinar Karpet karena keduanya memiliki hubungan usaha yang erat, terutama pada aspek distribusi dan pembiayaan. Ketergantungan tersebut berpotensi membentuk kebijakan harga internal yang tidak sepenuhnya berbasis pasar jika kontrolnya lemah. Tanpa pembatas administratif dan dokumentasi yang jelas, kewajaran transaksi berelasi akan lebih mudah dipertanyakan. Karena itu, analisis perlu dilakukan secara menyeluruh agar penilaian tidak hanya bertumpu pada angka, tetapi juga pada alasan bisnis dan alur keputusan.

Secara konsep, transaksi pihak berelasi semestinya mengikuti prinsip *arm's length*, yaitu diperlakukan seolah terjadi antara dua pihak independen. Prinsip ini menuntut nilai transaksi yang sebanding dengan kondisi pasar bebas sehingga tidak dipengaruhi kepentingan relasi khusus. Dalam tata kelola, konsep keadilan juga menekankan perlakuan yang setara, seimbang, dan tidak merugikan pemangku kepentingan (Saputri, 2024). Pembuktiannya membutuhkan analisis kesebandingan dan metode uji yang dapat dipertanggungjawabkan.

Di Indonesia, pengujian kewajaran juga didukung ketentuan teknis, salah satunya Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang mengatur penentuan harga wajar serta kebutuhan dokumentasi. Regulasi ini menuntut konsistensi, keterbukaan, dan bukti yang kuat agar kebijakan harga dapat diterima otoritas pajak. Jika aspek ini tidak terpenuhi, risiko koreksi fiskal akan meningkat. Karena itu, kajian yang menilai proses dan bukti kewajaran menjadi penting untuk memperkuat kepatuhan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tantangan utama uji kewajaran umumnya berasal dari keterbatasan pembanding dan lemahnya dokumentasi. Sari Sekar dan Salamun Suyono (2023) menemukan bahwa perusahaan yang berupaya patuh tetap kesulitan memperoleh pembanding yang relevan, sehingga dibutuhkan sinergi fungsi keuangan, pajak, dan audit. Sitanggang dan Silaban (2021) juga menegaskan bahwa pengungkapan pihak berelasi dalam laporan keuangan belum cukup jika tidak disertai bukti bahwa transaksi sudah sesuai pasar wajar. Temuan-temuan ini memperlihatkan adanya jarak antara kewajiban

mengungkapkan transaksi dan kualitas pembuktian kewajarannya. Celah tersebut menjadi alasan pentingnya studi kasus untuk melihat praktik nyata di perusahaan. Dengan begitu, penelitian ini diharapkan memberi gambaran yang lebih utuh tentang implementasi prinsip kewajaran di lapangan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk hubungan istimewa antara PT. Mega Motif dan PT. Sinar Karpet, baik pada aspek operasional maupun keuangan. Penelitian juga menelaah bagaimana hubungan istimewa memengaruhi kebijakan penetapan harga jual antar entitas berelasi. Selain itu, penelitian menilai apakah kebijakan harga yang berjalan sudah mencerminkan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha sesuai regulasi. Dari sisi manfaat, penelitian ini diharapkan menambah referensi kajian akuntansi terkait transaksi pihak berelasi, kebijakan harga, dan *arm's length principle*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif murni untuk menilai kewajaran harga jual dalam transaksi pihak berelasi. Pendekatan ini dipilih karena lebih mampu menangkap alasan manajerial, pertimbangan bisnis, dan konteks organisasi yang memengaruhi keputusan penetapan harga.

Fokus kajian tidak berhenti pada menghitung selisih harga dibanding pembanding, tetapi menelusuri bagaimana kebijakan harga terbentuk. Dalam kerangka tersebut, peneliti menjadi instrumen utama yang menafsirkan pengalaman para pihak yang terlibat transaksi dan menyusun makna dari data berbentuk narasi.

Data dihimpun sebagai cerita yang kontekstual dan diuji keandalannya melalui triangulasi. Sejalan dengan pandangan bahwa realitas itu menyatu, terus berubah, dan kaya makna, metode kualitatif dinilai tepat untuk menggali fenomena ini (Nursanjaya, 2021).

Unit analisis mencakup transaksi penjualan karpet dan produk terkait, termasuk margin, diskon, serta ketentuan pembayaran. Sementara itu, unit observasi meliputi fungsi keuangan, perpajakan, penjualan, dan pengendalian internal dari dua perusahaan yang terlibat.

Desain penelitian menggunakan studi kasus untuk mengumpulkan dan mengolah data secara mendalam dalam konteks tertentu. Studi kasus dipahami sebagai cara menelaah satu kasus secara rinci agar hubungan antar temuan dapat dipahami secara utuh (Putri, 2024).

Objek penelitian terdiri dari dua entitas yang memiliki hubungan istimewa, yakni PT. Mega Motif sebagai perusahaan dagang karpet dan produk sejenis, serta PT. Sinar Karpet sebagai entitas dengan lini usaha serupa yang pasokan barangnya berasal dari PT. Mega Motif. Kajian difokuskan pada ekosistem transaksi dan kebijakan harga jual di antara kedua entitas dalam horizon pelaporan yang relevan.

Data penelitian memadukan data primer dan data sekunder agar gambaran yang dibangun lebih lengkap. Data primer diperoleh melalui wawancara semi terstruktur dan observasi proses bisnis penetapan harga pada fungsi terkait, dengan pemilihan informan secara purposive supaya informasi berasal dari pihak kunci (Sugiyono, 2018 dalam Retno, 2021).

Data sekunder dipakai untuk menguji dan melengkapi temuan lapangan melalui bahan yang sudah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Dokumen yang digunakan meliputi SOP/kebijakan harga, daftar harga internal, invoice, faktur pajak, serta laporan keuangan yang dipilih karena berkaitan langsung dengan transaksi berelasi (Sugiyono, 2018 dalam Retno, 2021).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik, yaitu dokumentasi, observasi, dan wawancara. Dokumentasi dilakukan dengan menelaah laporan keuangan, bukti transaksi, struktur kepemilikan, dan arsip lain yang relevan untuk memetakan hubungan istimewa serta kebijakan harga (Yudhawasthi, 2023).

Observasi dilakukan dengan melihat langsung aktivitas operasional dan alur transaksi antar entitas, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali penjelasan lebih dalam mengenai alasan penetapan harga, dasar pembandingan, pembagian fungsi dan risiko, serta mekanisme persetujuan. Wawancara bersifat semi terstruktur agar tetap fleksibel tetapi terarah, meskipun menuntut keterampilan pewawancara dan berisiko memunculkan bias bila tidak dikendalikan (Yudhawasthi, 2023).

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan merangkum data mentah melalui pengodean dan pengelompokan agar pola dan tema utama terlihat (Retno, 2021; Agama et al., 2022).

Penyajian data dilakukan dengan menata hasil reduksi dalam format yang terstruktur sehingga pola, kecenderungan, dan hal yang menyimpang lebih mudah dibaca. Tahap ini membantu menghubungkan temuan lapangan dengan argumen teoretis sekaligus mempermudah penarikan simpulan yang masuk akal (Qomarudin & Halimah, 2024).

Tahap terakhir adalah menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi untuk menafsirkan pola yang muncul serta menguji kekuatannya berdasarkan bukti. Verifikasi dilakukan dengan mengecek konsistensi terhadap catatan lapangan, telaah dokumen, serta umpan balik partisipan bila diperlukan, agar simpulan yang dihasilkan kredibel dan dapat ditelusuri (Yudhawasthi, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

PT. Mega Motif dan PT. Sinar Karpet merupakan bisnis keluarga dalam satu lingkup kepemilikan, sehingga arah keputusan strategis banyak dipengaruhi oleh dua saudara kandung, Haikal Wijaya dan Santoso Wijaya. Kepemilikan keduanya seimbang, masing-masing memegang 50% di tiap perusahaan, sehingga kontrol dan risiko relatif terbagi rata. Susunan ini membuat pengambilan keputusan cenderung mempertimbangkan keberlanjutan usaha sekaligus menjaga nama baik keluarga.

PT. Mega Motif didirikan pada 2015 dan bergerak sebagai perusahaan dagang yang melayani jual beli, dengan mayoritas pelanggan berasal dari luar pulau atau luar domisili perusahaan. Produk yang dipasarkan meliputi karpet, permadani, selimut, dan barang sejenis, sehingga aktivitas utamanya berputar pada kelancaran arus barang dan pemenuhan permintaan pasar. Karakter pelanggan lintas wilayah juga menuntut pengelolaan penjualan dan dokumentasi yang rapi.

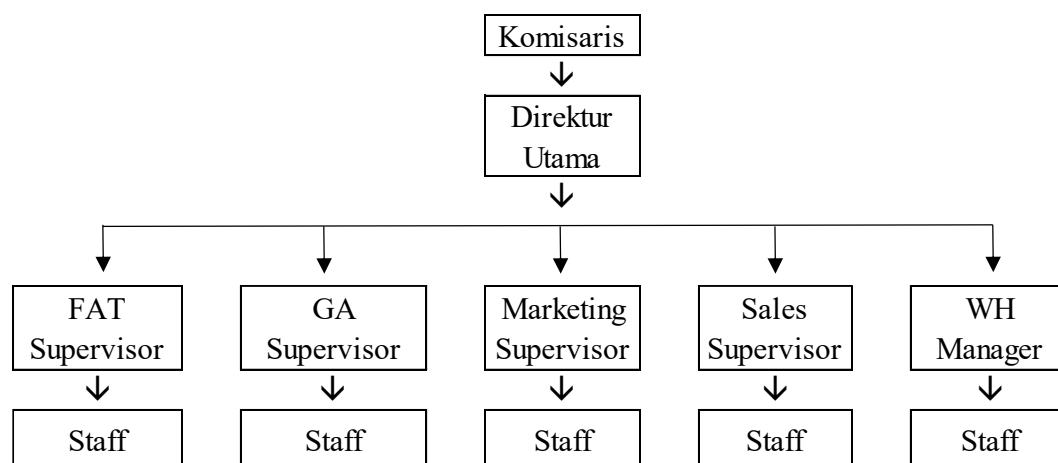
Pada 2020, keluarga pemilik membentuk PT. Sinar Karpet untuk memperlebar jalur penjualan, terutama menyasar pelanggan dalam kota yang cenderung membeli langsung sebagai konsumen akhir. Pola permodalannya tetap setara dan kuat, sehingga PT. Sinar Karpet memiliki dukungan dana yang cukup untuk menopang operasional dan pemasaran. Seluruh barang dagangannya berasal dari PT. Mega Motif, sehingga terbentuk rantai pasok internal yang jelas.

Dari sisi fasilitas, kedua perusahaan beralamat di Surabaya untuk kepentingan administrasi, tetapi PT. Sinar Karpet tidak memiliki kantor sendiri dan menyewa ruang kantor milik PT. Mega Motif. Akibatnya, aktivitas keduanya berlangsung di alamat yang sama dan

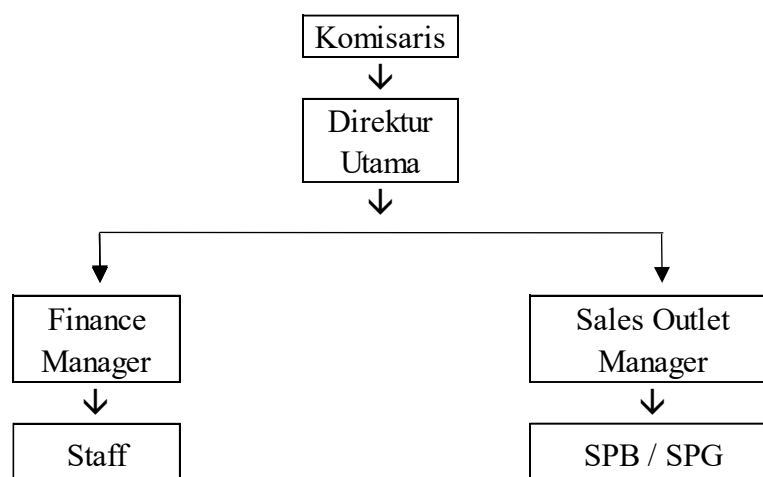
interaksi harian menjadi sangat dekat. Kondisi ini memang memudahkan koordinasi, namun tetap membutuhkan batas administrasi yang tegas agar identitas transaksi dan pencatatan masing-masing tidak tercampur.

Kedekatan kepemilikan dan operasional tersebut membentuk hubungan istimewa yang terlihat dari modal, relasi keluarga, sampai keterkaitan proses bisnis sehari-hari. PT. Mega Motif berfungsi sebagai sumber barang dan pengelola suplai, sedangkan PT. Sinar Karpet memperkuat pasar lokal lewat penjualan langsung. Ketergantungan ini bisa memunculkan kebijakan harga internal yang kurang mencerminkan pasar jika kontrol dan dokumentasinya tidak memadai.

Struktur organisasi PT. Mega Motif memakai pola lini bertingkat, sehingga kewenangan dan tanggung jawab bergerak dari manajemen puncak ke level pelaksana. Peran komisaris dan direktur menjaga arah perusahaan, sementara fungsi FAT, GA, *marketing*, *sales*, dan gudang mengelola kegiatan harian secara terkoordinasi. Sementara itu, struktur PT. Sinar Karpet juga bertingkat, dengan penekanan pada operasional outlet, pengelolaan penjualan langsung, serta ketertiban pencatatan keuangan.



Tabel 1 Struktur Organisasi PT. Mega Motif



Tabel 2 Stuktur Organisasi PT. Sinar Karpet

Produk perusahaan dikelompokkan dalam enam kategori utama, yaitu bantal, handuk, karpas, selimut, sajadah, dan matras agar pelanggan lebih mudah memilih kebutuhan. Total ada 85 produk dengan variasi model dan spesifikasi, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan penawaran dengan preferensi yang berbeda-beda. Rentang harganya dibentuk oleh faktor

bahan, ukuran, mutu, dan desain, sekaligus membagi segmen pasar dari produk dasar sampai varian unggulan.

Kebijakan penjualan dan harga disusun untuk menyesuaikan karakter transaksi dengan pihak independen maupun pihak berelasi. Pada pihak independen, perusahaan menghadapi risiko piutang dan memberikan layanan pengiriman premium, sehingga biaya logistik dan risiko perjalanan menjadi komponen penting dalam harga. Pada pihak berelasi, pengaturan pengiriman bisa lebih fleksibel, tetapi prosedur dan pencatatannya tetap harus jelas agar transparan dan mudah ditelusuri.

Data penjualan PT Mega Motif tahun 2022 menunjukkan ragam produk sekaligus perbedaan tingkat perputaran tiap item, sehingga kontribusi masing-masing produk terhadap penjualan dapat dibaca. Rekap penjualan memuat jumlah terjual, harga per unit termasuk PPN, serta pemisahan nilai menjadi DPP, PPN, dan total penjualan. Secara total, tahun 2022 mencatat DPP Rp 15.008.078.030 dan PPN Rp 1.617.478.870, dengan total penjualan Rp 16.625.556.900 sebagai dasar analisis lanjutan.

PT. Mega Motif
Rekap Penjualan Tahun 2022 (Per Customer)

Nomor	Nama Customer	DPP	PPN	Jumlah
1	CV. BERKAH KARPET NUSANTARA	731.190.991	80.431.009	811.622.000
2	PT. PRIMA KARPET ABADI	327.960.360	36.075.640	364.036.000
3	TOKO KARPET SINAR JAYA	383.148.444	41.432.556	424.581.000
4	KARPET & INTERIOR MAJU MAKMUR	821.404.324	84.983.676	906.388.000
5	CV. KARYA KARPET MANDIRI	82.640.541	9.090.459	91.731.000
6	TOKO MEGA KARPET INDONESIA	323.522.576	34.361.924	357.884.500
7	KARPET SENTRA LANTAI	152.207.727	16.450.773	168.658.500
8	TOKO KARPET HARMONI RUMAH	732.912.342	79.192.658	812.105.000
9	CV. SUBUR DUTA KARPETINDO	194.217.772	21.172.228	215.390.000
10	TOKO INTAN KARPET SEJAHTERA	1.309.126.605	141.028.395	1.450.155.000
11	KARPET RUMAH CANTIK	618.107.207	67.039.793	685.147.000
12	CV. BUMI AYU KARPET	210.916.249	22.480.251	233.396.500
13	TOKO INDO KARPET BERSAMA	279.998.538	30.124.962	310.123.500
14	PT. SINAR KARPET	509.036.292	54.677.606	563.713.898
15	TOKO KARPET SAMUDRA	5.939.774.184	642.115.315	6.581.889.499
16	CV. SENTOSA KARPET UTAMA	723.603.767	78.089.733	801.693.500
17	TOKO KARPET CAHAYA TIMUR	10.484.685	1.153.315	11.638.000
18	KARPET PREMIUM CENTER	195.738.075	20.977.425	216.715.500
19	TOKO KARPET BANDUNG RAYA	181.752.252	19.992.748	201.745.000
20	CV. KARPET MULIA PERKASA	422.532.899	44.693.601	467.226.500
21	TOKO KARPET LESTARI JAYA	857.802.195	91.914.805	949.717.000
Total Penjualan Tahun 2022 (Per Customer)		15.008.078.027	1.617.478.870	16.625.556.897

Tabel 3 Data Penjualan PT. Mega Motif Tahun 2022 per Customer

Masalah penelitian bermula dari penjualan PT. Mega Motif kepada PT. Sinar Karpet pada 2022 sebesar Rp 509.036.292 yang dinilai dipengaruhi hubungan istimewa. Dalam kondisi pengendalian pemilik yang sama, harga dan skema transaksi berpotensi tidak sepenuhnya mengikuti pasar, misalnya karena pertimbangan harga internal atau kemudahan operasional. Situasi ini menjadi sensitif karena dapat memicu pertanyaan otoritas pajak jika nilai DPP dan dokumen penyerahan tidak menunjukkan kewajaran.

Dalam konteks PPN, ketika harga jual dipengaruhi hubungan istimewa, DPP seharusnya merujuk pada harga pasar wajar saat penyerahan. Risiko muncul ketika nilai penyerahan secara substansi tidak tercermin utuh dalam pelaporan, misalnya karena DPP menggunakan harga internal yang lebih rendah atau dokumen pendukungnya lemah. Tahun 2022 menjadi krusial karena perusahaan menerima SP2DK, sehingga periode tersebut menggambarkan kondisi sebelum pembenahan dan saat perhatian fiskus terhadap kewajaran transaksi meningkat.

Uji kewajaran dilakukan memakai metode *Comparable Uncontrolled Price* (CUP) internal dengan membandingkan harga jual ke pihak berelasi dan harga jual ke pihak independen untuk barang yang sama pada periode yang sebanding. Hasil per item menunjukkan hampir semua produk yang diuji memiliki harga ke pihak berelasi lebih rendah, dengan selisih sekitar 3,10% hingga 12,80% dan pola yang berulang di beberapa kategori. Secara agregat, DPP pihak berelasi Rp 509.036.294 dibanding DPP wajar versi internal CUP Rp 545.565.315, sehingga selisih DPP Rp 36.529.021 dan potensi PPN kurang bayar 11% dari nilai DPP sebesar Rp 4.018.192.

PT. Mega Motif
Rekap Penjualan ke PT. Sinar Karpet Tahun 2022 (per Barang)

Nama Barang	Harga Jual ke Pihak Berelasi				Harga Jual ke Pihak Independen sesuai Harga Umum Lainnya				
	Qty	@ Inc PPN	DPP	PPN	@ Inc PPN	DPP	PPN	% Selisih	Selisih DPP
Bantal Leher Travel	102	Rp 40.500	3.721.622	409.378	Rp 43.500	3.997.297	439.703	7.41%	275.676
Bantal Tidur Microfiber	140	Rp 40.500	5.108.108	561.892	Rp 44.000	5.549.550	610.450	8.64%	441.441
Karpet Anak Motif Kartun	50	Rp 47.000	2.136.364	213.636	Rp 53.500	2.409.910	240.991	12.80%	273.546
Karpet Anyam Sintetis	1.025	Rp 49.500	45.833.108	4.904.392	Rp 52.000	48.018.018	5.139.099	4.77%	2.184.910
Karpet Bulat Motif	465	Rp 49.000	20.451.269	2.183.731	Rp 52.000	21.783.784	2.325.946	6.52%	1.332.514
Karpet Bulu Halus	80	Rp 56.000	4.036.036	443.964	Rp 59.500	4.288.288	471.712	6.25%	252.252
Karpet Bulu Halus Motif	547	Rp 52.000	25.625.225	2.818.775	Rp 55.500	27.350.000	3.008.500	6.73%	1.724.775
Karpet Bulu Korea	120	Rp 86.520	9.353.514	1.028.886	Rp 96.000	10.378.378	1.141.622	10.96%	1.024.865
Karpet Cendol Premium	350	Rp 52.000	16.272.727	1.627.273	Rp 56.000	17.657.658	1.765.766	8.51%	1.384.930
Karpet Kecil Sudut	146	Rp 46.000	6.050.450	665.550	Rp 50.000	6.576.577	723.423	8.70%	526.126
Karpet Lantai Minimalis	30	Rp 54.500	1.486.364	148.636	Rp 61.000	1.648.649	164.865	10.92%	162.285
Karpet Motif Geometris	66	Rp 54.000	3.210.811	353.189	Rp 58.500	3.478.378	382.622	8.33%	267.568
Karpet Motif Scandinavia	310	Rp 48.000	13.424.652	1.455.348	Rp 51.500	14.382.883	1.558.919	7.14%	958.231
Karpet Rasfur Motif	113	Rp 53.000	5.395.495	593.505	Rp 57.000	5.802.703	638.297	7.55%	407.207
Karpet Rasfur Polos	451	Rp 49.500	20.068.501	2.182.999	Rp 52.500	21.331.081	2.319.932	6.29%	1.262.580
Karpet Runner Lorong	270	Rp 48.000	11.676.290	1.208.710	Rp 51.000	12.405.405	1.284.189	6.24%	729.115
Matras Pilek Anti	55	Rp 49.000	2.427.928	267.072	Rp 52.500	2.601.351	286.149	7.14%	173.423
Matras Tipis Serbaguna	250	Rp 49.500	11.148.649	1.226.351	Rp 53.000	11.936.937	1.313.063	7.07%	788.288
Sajadah Beludru Motif	175	Rp 47.000	7.409.910	815.090	Rp 49.000	7.725.225	849.775	4.26%	315.315
Sajadah Lipat Salu	28	Rp 41.500	1.046.847	115.153	Rp 45.500	1.147.748	126.252	9.64%	100.901
Sajadah Travel Waterproof	1.010	Rp 40.500	36.851.351	4.053.649	Rp 44.500	40.490.991	4.454.009	9.88%	3.639.640
Selimut Anak Motif Dino	110	Rp 50.000	4.954.955	545.045	Rp 53.500	5.301.802	583.198	7.00%	346.847
Selimut Anak Motif Princess	50	Rp 50.000	2.252.252	247.748	Rp 52.500	2.364.865	260.135	5.00%	112.613
Selimut Bulu Halus	89	Rp 52.000	4.185.979	442.021	Rp 55.000	4.409.910	465.766	5.35%	223.931
Selimut Bulu Lembut	480	Rp 89.400	38.659.459	4.252.541	Rp 98.000	42.378.378	4.661.622	9.62%	3.718.919
Selimut Cozy Blanket	105	Rp 52.000	5.007.535	512.465	Rp 56.500	5.344.595	547.185	6.73%	337.060
Selimut Flanel Motif	50	Rp 49.500	2.229.730	245.270	Rp 51.500	2.319.820	255.180	4.04%	90.090
Selimut Flanel Polos	39	Rp 49.000	1.721.622	189.378	Rp 53.000	1.862.162	204.838	8.16%	140.541
Selimut Motif Bunga	174	Rp 50.000	7.837.838	862.162	Rp 54.000	8.464.865	931.135	8.00%	627.027
Selimut Motif Daun	200	Rp 49.500	9.000.000	900.000	Rp 51.500	9.279.279	927.928	3.10%	279.279
Selimut Motif Geometris	126	Rp 52.000	5.902.703	649.297	Rp 54.500	6.186.486	680.514	4.81%	283.784
Selimut Motif Stripe	84	Rp 47.500	3.594.595	395.405	Rp 51.000	3.859.459	424.541	7.37%	264.865
Selimut Premium Warna Tosca	830	Rp 49.500	38.175.676	4.109.324	Rp 54.000	40.378.378	4.344.324	5.77%	2.202.703
Selimut Rasfur Abu	63	Rp 49.500	2.809.459	309.041	Rp 53.500	3.036.486	334.014	8.08%	227.027
Selimut Rasfur Coklat	354	Rp 49.000	15.839.115	1.606.885	Rp 53.000	16.902.703	1.714.144	6.71%	1.063.587
Selimut Rasfur Motif	640	Rp 53.000	30.511.384	3.238.616	Rp 56.000	32.288.288	3.428.108	5.82%	1.776.904
Selimut Rasfur Tebal	1.872	Rp 48.500	83.618.771	8.895.229	Rp 53.500	90.227.027	9.599.153	7.90%	6.608.256
Total Penjualan ke Pihak Berelasi			509.036.294	54.677.606	Total	545.565.315	58.607.068	Total Selisih	36.529.021

Tabel 4 Data Penjualan ke PT. Sinar Karpet Tahun 2022

Perbedaan harga kepada pihak berelasi sebenarnya masih bisa diterima jika ada alasan bisnis yang dapat dibuktikan, seperti diskon volume, efisiensi distribusi, atau perbedaan termin pembayaran maupun tingkat layanan. Namun, karena transaksinya berelasi, beban pembuktian menjadi lebih besar dan harus didukung pembandingan serta penyesuaian keterbandingan yang jelas. Jika dasar komersialnya tidak kuat, maka penyesuaian DPP ke harga pasar wajar menjadi konsekuensi yang berpengaruh pada pembetulan SPT Masa PPN dan berpotensi merembet ke SPT Tahunan PPh Badan.

Arah usulan perbaikan menitikberatkan pada pembetulan dan penyelarasan pelaporan pajak 2022, terutama menyesuaikan DPP transaksi berelasi ke nilai wajar berdasarkan hasil internal CUP serta menyelar selisih PPN. Selain itu, perusahaan perlu menetapkan kebijakan harga tertulis berbasis harga pasar wajar, menjalankan uji internal CUP secara berkala sebagai kontrol, dan memperkuat dokumentasi serta alur persetujuan transaksi pihak berelasi. Dengan langkah tersebut, perusahaan memiliki sistem peringatan dini, bukti yang mudah ditelusuri, dan tata kelola yang lebih kuat untuk menekan risiko koreksi pada periode berikutnya.

SIMPULAN

Hubungan istimewa antara PT. Mega Motif dan PT. Sinar Karpet terlihat sangat kuat jika dilihat dari kepemilikan, ikatan keluarga, dan keterhubungan kegiatan operasional. Kepemilikan yang masih berada dalam satu keluarga, ditambah pengelolaan usaha yang saling terkait, memberi ruang bagi satu entitas untuk memengaruhi keputusan ekonomi entitas lainnya. Hal ini tampak dari adanya rantai pasok internal, pemakaian fasilitas yang lokasinya berdekatan, serta tingkat ketergantungan PT. Sinar Karpet yang tinggi terhadap suplai barang dari PT. Mega Motif.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa kedekatan tersebut ikut membentuk kebijakan penetapan harga jual antarperusahaan berelasi. Pengujian kewajaran dengan metode *Comparable Uncontrolled Price* (CUP) internal menunjukkan harga jual ke pihak berelasi cenderung lebih rendah dibanding harga ke pihak independen untuk produk yang sama, sehingga selisihnya berulang pada beberapa kategori. Selisih yang terjadi menjadi sinyal bahwa transaksi belum sepenuhnya sejalan dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*).

Dampaknya bukan hanya urusan administrasi, tetapi juga ke aspek perpajakan, terutama potensi PPN kurang bayar dan perlunya pembetulan pelaporan agar nilai transaksi mengikuti harga pasar wajar saat penyerahan. Karena itu, perusahaan disarankan membuat kebijakan tertulis untuk harga transaksi pihak berelasi dengan acuan utama harga pasar wajar atau price list yang juga dipakai untuk pihak independen. Perusahaan perlu menjalankan uji kewajaran secara berkala (bulanan atau triwulanan) melalui internal CUP, melengkapi dokumen transaksi (invoice, faktur pajak, bukti serah terima/surat jalan, *price list* periode berjalan, serta catatan alasan bisnis), dan memperkuat kemampuan tim lewat pelatihan untuk fungsi keuangan, pajak, dan penjualan agar keputusan harga serta pelaporan pajak lebih seragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, P., Di, I., & Medan, M. A. N. (2022). *Jurnal Penelitian , Pendidikan dan IMPLEMETASI METODE OUTDOOR LEARNING DALAM*. 3(2), 147-153.
- Capital, I., Value, F., Capital, I., & Perusahaan, N. (2024). 1) , 2) 1-2. 6(2), 509-521.
- Ilmu, J., Bisnis, A., Studi, P., Bisnis, A., Ilmu, F., Politik, I., & Malikussaleh, U. (2021). *MEMAHAMI PROSEDUR PENELITIAN KUALITATIF: Panduan Praktis untuk Memudahkan Mahasiswa Dr. Nursanjaya, S.Ag, M.Pd 1) 1. 04(01)*, 126-141.
- Iswanti, P., Dhea, C., Sari, P., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). *ANALISIS PRICING GLOBAL DALAM PEMASARAN INTERNASIONAL : STRATEGI DAN*. 8(30), 1082-1088.
- Rachman, Y. T., Abdul, R., Rachmat, H., & Bagja, H. N. (2024). *TINJAUAN PAJAK ATAS AKTIVITAS TRANSFER PRICING DI INDONESIA Universitas Widyatama Jl . Cikutra No . 204 A Bandung Email : Yoga.tantular@widyatama.ac.id*. 15-22.
- Raymondo, Sitanggan. Firmansyah, Amrie (2021). *Transaksi dengan Pihak Berelasi dan Praktik Transfer Pricing di Indonesia*.
- Saputri, T. P. (2024). *Prinsip Kewajaran Sebagai Batasan Vicarious Liability Perseroan Terbatas*. 8(April), 249-268.
- Yudhawasthi, C. M. (2023). *Dokumen dalam perspektif ilmu komunikasi*. 9008(105), 43-58. <https://doi.org/10.55981/j.baca.2023.1126>