

PUTUSAN

Nomor PUT-000073.15/2020/PP/M.XXA Tahun 2021

“DEMI KEADILAN BERDASARKAN KETUHANAN YANG MAHA ESA”

PENGADILAN PAJAK

Memeriksa dan memutus sengketa pajak dengan Acara Biasa pada tingkat pertama dan terakhir, atas sengketa pajak terhadap Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor : KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019, tentang keberatan atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018, yang terdaftar dalam berkas sengketa Nomor : 000073.15/2020/PP telah mengambil putusan sebagai berikut dalam sengketa antara:

PT Mondelez Indonesia Manufacturing, NPWP 01.071.001.0-057.000, beralamat di South Quarter Tower B, Lt. 2, Unit A-I, Jl. R. A. Kartini Kav. 8, Cilandak Barat Cilandak, Jakarta Selatan, 12430 d/h Gd. Graha Inti Fauzi Lt. 10, Jl. Buncit Raya No. 22, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, dalam hal ini diwakili oleh Sdr. Fery Ngalusi, Jabatan Direktur berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham Diluar Rapat PT Mondelez Indonesia Manufacturing Nomor : 44 tanggal 20 Desember 2018, untuk selanjutnya disebut sebagai **Pemohon Banding**;

MELAWAN

Direktur Jenderal Pajak, berkedudukan di Jl. Jenderal Gatot Subroto No. 40-42 Jakarta 12190, untuk selanjutnya disebut sebagai **Terbanding**;

Pengadilan Pajak tersebut :

Telah membaca Penetapan Ketua Pengadilan Pajak Nomor : PEN-448/PP/2020 tanggal 9 Juli 2020;

Telah membaca Surat Banding Pemohon Banding Nomor : 146/MIM/TAX/I/2020 tanggal 7 Januari 2020;

Telah membaca Surat Uraian Banding Terbanding Nomor: S-1462.SUB/WPJ.07/2020 tanggal 2 April 2020;

Telah mendengar keterangan para pihak yang bersengketa dalam persidangan;

Telah membaca dan memeriksa bukti-bukti tertulis maupun surat lainnya yang disampaikan para pihak yang diajukan dalam persidangan;

TENTANG DUDUK SENKETA

Menimbang, bahwa Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 diterbitkan oleh Kantor Pelayanan Pajak Penanaman Modal Asing Empat dengan perhitungan sebagai berikut : *α*

1.	Penghasilan Netto		Rp. 165.273.121.283,00
2.	Penghasilan Kena Pajak		Rp. 165.273.121.283,00
3.	Pajak Penghasilan yang Terutang		Rp. 41.318.280.250,00
4.	Pengembalian PPh Pasal 24 yang telah diperhitungkan tahun lalu		Rp. 0,00
5.	Jumlah PPh Terutang		Rp. 41.318.280.250,00
6.	Kredit Pajak		
	a. PPh ditanggung Pemerintah	Rp. 0,00	
	b. Dipotong/dipungut oleh pihak lain		
	b.1. PPh Pasal 21	Rp. 0,00	
	b.2. PPh Pasal 22	Rp. 5.613.642.847,00	
	b.3. PPh Pasal 23	Rp. 0,00	
	b.4. PPh Pasal 24	Rp. 0,00	
	b.5 Lain-lain	Rp. 0,00	
	b.6. Jumlah	Rp. 5.613.642.847,00	
	c. Dibayar Sendiri :		
	c.1. PPh Pasal 22	Rp. 0,00	
	c.2. PPh Pasal 25	Rp. 0,00	
	c.3. PPh Pasal 29	Rp. 0,00	
	c.4. STP (Pokok Kurang Bayar)	Rp. 0,00	
	c.5. Fiskal Luar Negeri	Rp. 0,00	
	c.6. Lain-lain	Rp. 0,00	
	c.7. Jumlah	Rp. 0,00	
	d. Diperhitungkan		
	d.1. SKPPKP	Rp. 0,00	
	e. Jumlah pajak yang dapat dikreditkan		Rp. 5.613.642.847,00
7.	Pajak yang tidak/kurang bayar		Rp. 35.704.637.403,00
8.	Sanksi Administrasi :		
	a. Bunga Pasal 13 (2) KUP	Rp. 14.281.854.961,00	
	b. Kenaikan Pasal 13 (3) KUP	Rp.	
	c. Bunga Pasal 13 (5) KUP	Rp.	
	d. Kenaikan Pasal 13A KUP	Rp.	
	e. Kenaikan Pasal 17C (5) KUP	Rp.	
	f. Kenaikan Pasal 17D (5) KUP	Rp.	
	g. Jumlah Sanksi Administrasi		Rp. 14.281.854.961,00
9.	Jumlah PPh yang Kurang bayar		Rp. 49.986.492.364,00
10.	Jumlah yang disetujui berdasarkan Pembahasan Hasil Akhir Pemeriksaan		Rp. (5.613.642.847,00)

Menimbang, bahwa atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan a quo, Pemohon Banding mengajukan keberatan dengan Surat Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018 dan dengan Keputusan Terbanding Nomor : KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 permohonan Pemohon Banding tersebut ditolak, sehingga dengan surat Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020 Pemohon Banding mengajukan banding;

Menimbang, bahwa Pemohon Banding dalam Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, pada pokoknya mengemukakan hal-hal sebagai berikut ini :

bahwa Pemohon Banding mengajukan banding terhadap Keputusan Terbanding nomor : KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 tentang Keberatan atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Badan nomor 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 Tahun Pajak 2016 yang dikeluarkan oleh Kantor Wilayah DJP Jakarta Khusus, selanjutnya disebut **Terbanding**; *ak*

I. Pemenuhan Ketentuan Formal Pengajuan Banding

1. bahwa Pemohon Banding mengajukan banding berdasarkan ketentuan Pasal 27 ayat (1) Undang-undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-undang Nomor 16 tahun 2009 (UU KUP), yaitu mengajukan banding atas keputusan keberatan;
2. bahwa pemenuhan Ketentuan Pasal 35 Undang-undang Pengadilan Pajak:
 - a. bahwa Surat Banding ini dibuat dalam bahasa Indonesia dan ditujukan kepada Pengadilan Pajak;
 - b. bahwa Surat Banding disampaikan masih dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sejak diterima Keputusan yang dibanding, karena surat Keputusan Keberatan Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 diterima pada tanggal 22 Oktober 2019;
3. bahwa pemenuhan Ketentuan Pasal 36 Undang-undang Pengadilan Pajak:
 - a. bahwa terhadap 1 (satu) Keputusan diajukan 1 (satu) Banding;
 - b. bahwa Banding diajukan dengan disertai alasan-alasan yang jelas dan dicantumkan tanggal diterima surat keputusan yang dibanding, bahwa alasan-alasan dimaksud adalah sebagaimana yang diuraikan pada bagian selanjutnya dari surat banding ini. Sedangkan mengenai tanggal diterima surat keputusan yang dibanding adalah sebagaimana tercantum pada paragraf sebelumnya dari surat banding ini;
 - c. bahwa keputusan keberatan yang dibanding dilampirkan sebagai bagian dari surat ini;
4. bahwa pemenuhan Ketentuan Pasal 37 Undang-undang Pengadilan Pajak:

bahwa Surat Banding ditandatangani oleh Fery Ngalusi jabatan selaku direktur yang dibuktikan dengan Akta Nomor 44 tanggal 20 Desember 2018;

bahwa dengan demikian Surat Banding yang diajukan Pemohon Banding terhadap Surat Keputusan Terbanding Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 telah memenuhi ketentuan formal sebagaimana dipersyaratkan dalam UU KUP dan UU Pengadilan Pajak;

II. Mengenai Ketetapan Semula dan Keputusan Yang Dibanding

bahwa Pemohon Banding telah menerima Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Badan Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 Tahun Pajak 2016 yang diterbitkan berdasarkan hasil pemeriksaan pajak oleh Direktur Jenderal Pajak, dengan rincian perhitungan sebagai berikut:

No.	Uraian	Menurut		
		Wajib Pajak	Fiskus	Pembahasan Akhir (Dinetujui)
1	2	3	4	5 = (4-3)
1	Penghasilan Bruto atau Peredaran Usaha / Bruto	1,531,738,063,472	1,531,738,063,472	1,531,738,063,472
2	Harga Pokok Penjualan	1,184,468,993,807	1,184,468,993,807	1,184,468,993,807
3	Penghasilan Bruto atau Laba Bruto (1-2)	347,269,069,665	347,269,069,665	347,269,069,665
4	Pengurang Penghasilan Bruto atau Biaya Usaha	409,584,038,360	409,584,038,360	409,584,038,360
5	Penghasilan Neto dalam negeri (3-4)	(62,314,968,695)	(62,314,968,695)	(62,314,968,695)
6	Penghasilan Neto dalam negeri lainnya	-	-	-
a.	Penghasilan dari luar usaha	(83,064,846,886)	120,777,702,872	(83,064,846,886)
b.	Penghasilan jasa / pekerjaan bebas	-	-	-
c.	Penghasilan sehubungan dengan pekerjaan bebas	-	-	-
d.	Lain-lain	-	-	-
e.	Jumlah (a + b + c + d)	(83,064,846,886)	120,777,702,872	(83,064,846,886)

7	Fasilitas penanaman modal berupa pengurang penghasilan neto	-	-	-
8	Penyesuaian fiskal			
	a. Penyesuaian Fiskal Positif	121,461,484,851	121,461,484,851	121,461,484,851
	b. Penyesuaian Fiskal Negatif	14,651,097,745	14,651,097,745	14,651,097,745
	c. Jumlah (a - b)	106,810,387,106	106,810,387,106	106,810,387,106
9	Penghasilan neto luar negeri	-	-	-
10	Jumlah penghasilan neto (5 + 6.e - 7 + 8.c + 9)	(38,569,428,475)	165,273,121,283	(38,569,428,475)
11	Zakat /sumbangan keagamaan yang bersifat wajib	-	-	-
12	Kompensasi Kerugian	-	-	-
13	Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP)	-	-	-
14	Penghasilan kena pajak (10 - 11 - 12 - 13)	(38,569,428,475)	165,273,121,283	(38,569,428,475)
15	PPh Terutang (Tarif x 14)	-	41,318,280,250	-
16	Penghasilan yang seharusnya tidak terutang PPh (Pasal 17 ayat (2) KUP)	-	-	-
17	Pengembalian PPh Pasal 24 yang telah diperhitungkan tahun lalu	-	41,318,280,250	-
18	Jumlah PPh Terutang (15+16)	-	41,318,280,250	-
19	Kredit Pajak:			
	a. PPh ditanggung Pemerintah	-	-	-
	b. Dipotong / Dipungut pihak lain:			
	b.1. PPh Pasal 21	-	-	-
	b.2. PPh Pasal 22	5,613,642,847	5,613,642,847	5,613,642,847
	b.3. PPh Pasal 23	-	-	-
	b.4. PPh Pasal 24	-	-	-
	b.5. Lain-lain	-	-	-
	b.6. Jumlah (b.1 + b.2 + b.3 + b.4 + b.5)	5,613,642,847	5,613,642,847	5,613,642,847
	c. Dibayar Sendiri:			
	c.1. PPh Pasal 22	-	-	-
	c.2. PPh Pasal 25	-	-	-
	c.3. PPh Pasal 29	-	-	-
	c.4. STP (Polok Kurang Bayar)	-	-	-
	c.5. Lain-lain	-	-	-
	c.6. Jumlah (c.1 + c.2 + c.3 + c.4 + c.5)	-	-	-
	d. Diperhitungkan			
	d.1. SKPLB	-	-	-
	d.2. SKPPKP	-	-	-
	d.3. Jumlah (d.1 + d.2)	-	-	-
	e. PPh yang seharusnya tidak terutang (Pasal 17 ayat (2) KUP):			
	e.1. Dibayar dengan NPWP pihak lain	-	-	-
	e.2. Dibayar dengan NPWP sendiri	-	-	-
	e.3. Telah dipotong/dipungut	-	-	-
	e.4. Jumlah (e.1 + e.2 + e.3)	-	-	-
	f. Jumlah Pajak yang dapat dikreditkan ((a + b.6 + c.7 - d.3) atau e.4)	5,613,642,847	5,613,642,847	5,613,642,847
20	Pajak tidak/ kurang dibayar	(5,613,642,847)	35,704,637,403	(5,613,642,847)
21	Sanksi Administrasi	-	14,281,854,961	-
22	Jumlah PPh yang lebih dibayar/seharusnya tidak terutang (20 - 21)	(5,613,642,847)	49,986,492,364	5,613,642,847

bahwa atas ketetapan tersebut, Pemohon Banding telah mengajukan keberatan kepada Terbanding dengan surat Nomor 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018;

No.	Uraian	Menurut		Koreksi yang diajukan Keberatan
		Wajib Pajak	Fiskus	
1	2	3	4	5 = (4-3)
1	Penghasilan Bruto atau Peredaran Usaha / Bruto	1,531,738,063,472	1,531,738,063,472	-
2	Harga Pokok Penjualan	1,184,468,993,807	1,184,468,993,807	-
3	Penghasilan Bruto atau Laba Bruto (1-2)	347,269,069,665	347,269,069,665	-
4	Pengurang Penghasilan Bruto atau Biaya Usaha	409,584,038,360	409,584,038,360	-
5	Penghasilan Neto dalam negeri (3-4)	(62,314,968,695)	(62,314,968,695)	-
6	Penghasilan Neto dalam negeri lainnya			
	a. Penghasilan dari luar usaha	(83,064,846,886)	120,777,702,872	203,842,549,758
	b. Penghasilan jasa / pekerjaan bebas	-	-	-
	c. Penghasilan sehubungan dengan pekerjaan bebas	-	-	-
	d. Lain-lain	-	-	-
	e. Jumlah (a + b + c + d)	(83,064,846,886)	120,777,702,872	203,842,549,758
7	Fasilitas penanaman modal berupa pengurang penghasilan neto	-	-	-
8	Penyesuaian fiskal			
	a. Penyesuaian Fiskal Positif	121,461,484,851	121,461,484,851	-
	b. Penyesuaian Fiskal Negatif	14,651,097,745	14,651,097,745	-
	c. Jumlah (a - b)	106,810,387,106	106,810,387,106	-
9	Penghasilan neto luar negeri	-	-	-
10	Jumlah penghasilan neto (5 + 6.e - 7 + 8.c + 9)	(38,569,428,475)	165,273,121,283	203,842,549,758
11	Zakat /sumbangan keagamaan yang bersifat wajib	-	-	-
12	Kompensasi Kerugian	-	-	-
13	Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP)	-	-	-
14	Penghasilan kena pajak (10 - 11 - 12 - 13)	(38,569,428,475)	165,273,121,283	203,842,549,758
15	PPh Terutang (Tarif x 14)	-	41,318,280,250	41,318,280,250
16	Penghasilan yang seharusnya tidak terutang PPh (Pasal 17 ayat (2) KUP)	-	-	-
17	Pengembalian PPh Pasal 24 yang telah diperhitungkan tahun lalu	-	41,318,280,250	-
18	Jumlah PPh Terutang (15+16)	-	41,318,280,250	41,318,280,250

c.	Dibayar Sendiri:			
	c.1. PPh Pasal 22			
	c.2. PPh Pasal 25			
	c.3. PPh Pasal 29			
	c.4. STP (Pokok Kurang Bayar)			
	c.5. Lain-lain			
	c.6. Jumlah (c.1 + c.2 + c.3 + c.4 + c.5)			
d.	Diperhitungkan			
	d.1. SKPLB			
	d.2. SKPPKP			
	d.3. Jumlah (d.1 + d.2)			
e.	PPh yang seharusnya tidak terutang (Pasal 17 ayat (2) KUP):			
	e.1. Dibayar dengan NPWP pihak lain			
	e.2. Dibayar dengan NPWP sendiri			
	e.3. Telah dipotong/dipungut			
	e.4. Jumlah (e.1 + e.2 + e.3)			
f.	Jumlah Pajak yang dapat dikreditkan ((a + b.6 + c.7 - d.3) atau e.4)	5,613,642,847	5,613,642,847	
20	Pajak tidak/kurang dibayar	(5,613,642,847)	35,704,637,403	41,318,280,250
21	Sanksi Administrasi		14,281,854,961	14,281,854,961
22	Jumlah PPh yang lebih dibayar/seharusnya tidak terutang (20 - 21)	(5,613,642,847)	49,986,492,364	55,600,135,211

bahwa atas surat keberatan yang diajukan Pemohon Banding, telah diterbitkan Surat Keputusan Terbanding Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 dengan perhitungan sebagai berikut :

Uraian	Semula	Ditambah/ Dikurangi	Menjadi
a. Penghasilan Neto	165,273,121,283	-	165,273,121,283
b. Kompensasi Kerugian	-	-	-
c. Penghasilan Kena Pajak	165,273,121,283	-	165,273,121,283
d. Pajak Penghasilan (PPh) Terutang	41,318,280,250	-	41,318,280,250
e. Kredit Pajak	5,613,642,847	-	5,613,642,847
f. PPh Kurang / (Lebih) Bayar	35,704,637,403	-	35,704,637,403
g. Sanksi Administrasi	14,281,854,961	-	14,281,854,961
h. Jumlah PPh yang masih harus / (lebih) dibayar	49,986,492,364	-	49,986,492,364

III. Mengenai Pokok Sengketa dan Alasan Banding

bahwa yang menjadi pokok sengketa dalam permohonan banding ini adalah koreksi Terbanding yang tidak disetujui oleh Pemohon Banding, perhitungan pajak terutang menurut Pemohon Banding adalah sebagai berikut :

No	Uraian	Menurut		Koreksi yang diajukan Banding
		Keputusan Keberatan	Pemohon Banding	
1	Penghasilan Netto	165,273,121,283	(38,569,428,475)	203,842,549,758
2	Kompensasi Kerugian	-	-	-
3	Penghasilan Kena Pajak	165,273,121,283	(38,569,428,475)	203,842,549,758
4	PPh Terutang	41,318,280,250	-	41,318,280,250
5	Kredit Pajak	5,613,642,847	5,613,642,847	-
6	PPh Kurang (Lebih) Bayar	35,704,637,403	(5,613,642,847)	41,318,280,250
7	Sanksi Administrasi	14,281,854,961	-	14,281,854,961
8	Jumlah Pajak ymh (Lebih Dibayar)	49,986,492,364	(5,613,642,847)	55,600,135,211

bahwa alasan yang mendasar banding atas koreksi yang diajukan banding di atas adalah sebagai berikut:

Uraian	Menurut		Koreksi Yang Diajukan Banding
	Keputusan Keberatan	Pemohon Banding	
Penghasilan Luar Usaha	120.777.702.872	(83.064.846.886)	203.842.549.758

Menurut Terbanding

Proses pemeriksaan

bahwa dasar koreksi Pemeriksa Pajak yang tercantum dalam Risalah Pembahasan:

bahwa berdasarkan pengujian penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha pada transaksi afiliasi terkait kegiatan pemasaran/promosi milik pihak afiliasi selaku pemegang merek atas produk di Indonesia, terdapat koreksi positif penghasilan dari luar usaha atas biaya kegiatan pemasaran/promosi merek pihak afiliasi yang diperhitungkan pemeriksa sebagai remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi yang dilakukan Wajib Pajak di Indonesia sebesar Rp.203.842.549.758,00

Dasar hukum:

Pasal 18 ayat (3) dan (4) UU PPh

PER-43/PJ/2010 s.t.d.d PER-32/PJ/2011

PER/22/PJ/2013

SE-50/PJ/2013

OECD Transfer Pricing Guidelines dan BEPS Project Actions 8-10: 2015 Final Reports

Proses keberatan

bahwa Argumen Peneliti Pajak yang tercantum dalam SPUH:

Penjelasan:

1. bahwa Pemeriksa melakukan koreksi Positif atas Penghasilan Luar Usaha Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 203.842.549.758,00 dengan penjelasan sebagai berikut:
 - bahwa berdasarkan Pengujian Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha pada Transaksi Afiliasi terkait kegiatan Pemasaran/Promosi merek milik pihak afiliasi selaku pemegang merek atas produk di Indonesia, terdapat koreksi positif penghasilan dari luar usaha atas kegiatan pemasaran/promosi merek pihak afiliasi yang diperhitungkan Pemeriksa sebagai remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding di Indonesia;
 - bahwa berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Risiko, Pemohon Banding diklasifikasikan sebagai service provider (agen) yang melakukan fungsi kegiatan promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and Enhancement of Marketing Intangibles);
 - bahwa atas remunerasi kegiatan pemasaran/promosi merek milik pihak afiliasi selaku pemegang merek atas produk di Indonesia yang menjadi hak Pemohon Banding merupakan penghasilan bagi Pemohon Banding;
2. bahwa atas koreksi tersebut Pemohon Banding mengajukan keberatan dengan alasan:
 - a. bahwa Pemohon Banding bukan merupakan agen sehingga sudah sewajarnya untuk tidak meminta penggantian atas biaya pemasaran/promosi;
 - b. bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP melainkan hak distribusinya sendiri;
3. bahwa berdasarkan Kertas Kerja Pemeriksaan diketahui
 - a. bahwa pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Pemohon Banding : *ak*

No.	Nama lawan transaksi	Jenis hubungan istimewa	Dasar Hukum
1	PT Mondelez Indonesia	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
2	Mondelez Eastern Europe, Middle East and Africa Fze	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
3	Mondelez Australia (Foods) Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
4	Mondelez Hongkong Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
5	Mondelez Japan Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
6	Mondelez Malaysia Sales Sdn Bhd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
7	Mondelez New Zealand	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
8	Mondelez Philippines Inc	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
9	Mondelez Singapore Pte Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
10	Mondelez International Amea Pte Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
11	Mondelez International (Thailand) Co Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
12	Mondelez Taiwan Limtied	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
13	Mondelez International Holdings Llc	Hubungan Istimewa karena kepemilikan saham/penyertaan	Pasal 18 (4) UU PPh
14	Cong Ty Co Phan Mondelez Kinh Do	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
15	North Kinh Do One Member Company Lomited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
16	Mondelez South Africa (Pty) Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
17	Mondelez Malaysia Sdn Bhd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
18	Generale Biscuit S.A.S	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
No.	Nama lawan transaksi	Jenis hubungan istimewa	Dasar Hukum
19	Cadbury UK Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
20	International Great Brands Llc	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh

b. Karakteristik kegiatan usaha Pemohon Banding

Cfm Wajib Pajak	Cfm Pemeriksa Pajak
a. Fully Fledged Manufacturing	a. Fully Fledged Manufacturing
b. Contract Manufacturing	b. Contract Manufacturing
c. Toll Manufacturing/Jasa Maklon	c. Toll Manufacturing/Jasa Maklon
d. Fully Fledged Distributor	d. Fully Fledged Distributor
e. Strip Buy Sell Distributor	e. Strip Buy Sell Distributor
f. Commisionaire	f. Commisionaire
g. Commission Agent	g. Commission Agent
h. Service Provider	h. Service Provider
i. Lain-lain Licensed Manufacturing	i. Lain-lain Licensed Manufacturing
j. Tidak Dapat Didefinisikan	j. Tidak Dapat Didefinisikan

Penjelasan:

bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan Analisis Fungsi pada KKP B.12.5 maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik usaha dari Wajib Pajak adalah

1. Contract Manufacturing : untuk penjualan ke pihak afiliasi
2. Licensed Manufacturing : untuk penjualan ke pihak ketiga/ independen

c. bahwa penetapan sebagai service provider dan remunerasi biaya promosi

1. bahwa dalam lampiran khusus 3A SPT Tahunan PPh Badan dan Lampiran II Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-22/PJ/2013, Wajib Pajak tidak menyatakan adanya transaksi dengan pihak afiliasi berupa Remunerasi atas Kegiatan Pemasaran/Promosi Produk Milik Pemegang Merek; *ak*

2. bahwa Pemohon Banding telah membuat dokumentasi penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (TP Documentation), namun tidak menyatakan adanya transaksi dengan pihak afiliasi berupa remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek;
3. bahwa dalam melakukan perhitungan besarnya remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek, pemeriksa menggunakan jumlah biaya yang secara nyata dikeluarkan oleh Wajib Pajak atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek (*at-cost*);

Perjanjian Pemakaian Merek

bahwa berdasarkan dokumen yang diperoleh, keterangan yang diberikan, dan pengujian yang dilakukan, Pemohon Banding memiliki perjanjian pemakaian merek (trademark license agreement sebagai berikut :

No.	License Agreement	Licensor/Legal Owner of IP	Negara	Royalty Rates	Trademark
1	Lic No 1590 Licence Agreement Dated Dec 14, 2010	Intercontinental Great Brands LLC d/h Kraft Foods Global Brands LLC	USA	3%	OREO
2	Lic No 2012 Trademark Licence Agreement Dated Nov 26, 2014	Generale Biscuit	France	2%	Biskuat

bahwa atas merek-merek di atas, telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagai berikut:

No	Merek	Pemilik Merek	Status Merek	Nomor Pendaftaran	Tanggal Pendaftaran	Tanggal Jatuh Tempo
1	Oreo	Intercontinental Great Brands LLC d/h Kraft Foods Global Brands LLC	(TM) Terdaftar	IDM000327517	25/10/2011	30/04/2010
2	Biskuat	Generale Biscuit	(TM) Terdaftar	IDM000252353	15/06/2015	18/04/2018

bahwa sesuai dengan Trademark Licence Agreement, Pemohon Banding harus membayar royalty sebesar 3% untuk merek dagang OREO dan 2% untuk BISKUAT atas penjualan lokal, sedangkan penjualan kepada pihak afiliasi Wajib pajak tidak dikenakan royalty. Pada tahun 2016, Pemohon Banding membayar royalty atas pemakaian merek OREO sebesar Rp.20.562.625.000,00 dan untuk pemakaian merek BISKUAT sebesar Rp.2.106.802.745,00;

bahwa berdasarkan dokumen Trademark Licence Agreement dan penelusuran merek pada website Direktorat Jenderal hak Kekayaan Intelektual serta adanya pembayaran royalty atas penggunaan merek tersebut disimpulkan bahwa pemilik merek yang sah/legal (legally owner of intangible property) dan pemilik merek secara komersial (commercially owner of intangible property) adalah pihak afiliasi Pemohon Banding;

Fungsi Pemasaran, Pengiklanan dan promosi yang Dilakukan

bahwa berdasarkan dokumen Transfer Pricing Documentation Pemohon Banding tahun 2016, Pemohon Banding sesuai Trademark License Agreement melaksanakan strategi periklanan dan pemasaran local, Pemohon Banding dapat memanfaatkan materi branding global yang *au*

tersedia bagi seluruh afiliasi Mondelez, selain itu, Pemohon Banding dapat melaksanakan riset pasar, menyusun tema promosi dan materi pelatihan, mengkoordinasikan penerapan strategi pemasaran, mendesain kemasan dan menentukan kebutuhan modifikasi local, materi yang disusun harus sejalan dengan persyaratan dan standar brand image pemilik IP, terakhir, Pemohon Banding menentukan kebutuhan media, merencanakan periklanan, mendesain materi titik penjualan dan merencanakan acara dan kampanye pemasaran dalam wilayah mereka, secara umum Pemohon Banding meninjau dan/atau mengkoordinasikan riset pasar dengan tim pemasaran global dan/atau pasar lainnya sebelum melaksanakan riset pemasaran mereka sendiri untuk memanfaatkan pengetahuan konsumen sebaik mungkin;

bahwa Pemilik IP (Pihak afilias) melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan panduan strategis tentang pemasaran, termasuk konten kreatif dan rekanan, strategi dan pengeluaran media, dan sarana untuk mengoptimalkan periklanan dan pengeluaran konsumen;
- b. Memberikan pelatihan kepada personel pemasaran untuk meningkatkan keahlian teknis;
- c. Menyusun metric dan/atau melaksanakan analitik untuk mengevaluasi keefisienan kampanye pemasaran dan pengeluaran media;
- d. Global Supply Chain Principal (GSCP) yang diterapkan mulai tahun 2016 juga menentukan Advertising and Consumer (A&C) serta target pengeluaran secara keseluruhan sepanjang tahun. GSCP menentukan jumlah pengeluaran A&C untuk digunakan di masing-masing pasar dan memilih serta menyetujui media untuk melaksanakan penyedia media untuk pemasaran dan promosi merek;

bahwa dalam melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi, Wajib Pajak telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (Advertising and Promotion) yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, yang meningkatkan merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, yang meningkatkan awareness trademark/merek dan meningkatkan value dari intellectual property yang dimiliki pihak afiliasi;

bahwa OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, Aligning Transfer Pricing Outcomes with Value Creation Actions 8-10 2015 Final Reports, Revisions to Chapter VI of the Transfer Pricing Guidelines Section 8.4.1 Development and Enhancement of Marketing Intangibles (mengenai kegiatan marketing (promosi) yang dilakukan oleh perusahaan yang bukan pemilik merek) menyatakan sebagai berikut:

- *Par 6.76 A common situation where these principles must be applied arises when an enterprise associated with the legal owner of trademarks performs marketing or sales functions that benefit the legal owner of the trademark, for example through a marketing arrangement or through a distribution/marketing arrangement. In such cases, it is necessary to determine how the marketer or distributor should be compensated for its activities. One important issue is whether the marketer/distributor should be compensated only for providing promotion and distribution services, or whether the marketer/distributor should also be compensated for enhancing the value of the trademarks and other marketing intangibles by virtue of its functions performed, assets used, and risks assumed*
- *Par 6.77 The analysis of this issue requires an assessment of (i) the obligations and rights implied by the legal registrations and agreements between the parties; (ii) the functions performed, the assets used, and* *u*

the risks assumed by the parties; (iii) the intangible value anticipated to be created through the marketer/distributor's activities; and (iv) the compensation provided for the functions performed by the marketer/distributor (taking account of the assets used and risks assumed). One relatively clear case is where a distributor acts merely as an agent, being reimbursed for its promotional expenditures and being directed and controlled in its activities by the owner of the trademarks and other marketing intangibles. In that case, the distributor ordinarily would be entitled to compensation appropriate to its agency activities alone. It does not assume the risks associated with the further development of the trademark and other marketing intangibles and would therefore not be entitled to additional remuneration in that regard.

Kesimpulan:

- bahwa Pemohon Banding telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (advertising and promotion) yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di Wilayah Indonesia, yang meningkatkan awareness trademark/merek dan meningkatkan value dari Intellectual Property yang dimiliki oleh pihak afiliasi;
- bahwa berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Resiko, Wajib Pajak diklasifikasikan sebagai service provider (agen) yang melakukan fungsi promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and enhancement of marketing intangible);
- bahwa Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyatakan bahwa "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 kewajiban dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya."
- bahwa berdasarkan hal-hal tersebut di atas, Pemeriksa berkesimpulan bahwa seluruh pengeluaran yang terkait dengan kegiatan pemasaran/promosi yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, dimana merupakan aktiva tidak berwujud/intangible property milik pihak afiliasi, dan meningkatkan awareness trademark/merek serta meningkatkan value dari intellectual property yang dimiliki pihak afiliasi, maka Pemohon Banding (dalam hal ini Licensee) berhak untuk memperoleh penggantian/remunerasi atas biaya-biaya tersebut dari pemilik merek;
- bahwa berdasarkan isian Analisis Fungsi, Aset dan Risiko yang dibuat Wajib Pajak tanggal 19 Februari 2018 dan disampaikan dalam proses keberatan diketahui bahwa Wajib Pajak tidak melakukan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi;
- bahwa berdasarkan Laporan Hasil Pemeriksaan diketahui :
Komponen biaya usaha lainnya (di dalamnya terdapat biaya pemasaran/promosi)

Simpulan

No	Uraian	Ref.	Menurut		
			SPT WP (Rp)	Pemeriksaan (Rp)	Koreksi (Rp)
1	Pembelian Bahan	B.3	0	0	0
2	Gaji, Upah, Bonus, Gratifikasi, Honorarium, THR, dsb.		6.274.024.318	6.274.024.318	0

au

No	Uraian	Ref.	Menurut		
			SPT WP (Rp)	Pemeriksaan (Rp)	Koreksi (Rp)
3	Biaya Transportasi		47.777.171.410	47.777.171.410	0
4	Biaya Penyusutan dan Amortisasi		176.974.441	176.974.441	0
5	Biaya Sewa		66.799.998	66.799.998	0
6	Biaya Bunga Pinjaman		0	0	0
7	Biaya Sehubungan Dengan Jasa		73.038.376.473	73.038.376.473	0
8	Biaya Piutang Tak Tertagih		711.068.022	711.068.022	0
9	Biaya Royalti		22.524.297.613	22.524.297.613	0
10	Biaya Pemasaran/ Promosi		253.624.287.647	253.624.287.647	0
11	Biaya Lainnya		5.391.038.438	5.391.038.438	0
Jumlah			409.584.038.360	409.584.038.380	0

Penghasilan dari luar usaha (biaya promosi yang menjadi dasar koreksi)

Simpulan

No	Uraian	Ref.	Menurut		
			SPT WP (Rp)	Pemeriksaan (Rp)	Koreksi (Rp)
1	Interest Income – Other		117.951.416	117.951.416	0
2	Realized exchange gain – Adjustment		(4.337.816.969)	(4.337.816.969)	0
3	Realized exchange losses – Adjustment		(11.327.001)	(11.327.001)	0
4	Realized exchange gain		8.706.202.540	8.706.202.540	0
5	Realized exchange losses		(6.652.374.593)	(6.652.374.593)	0
6	Realized exchange loss – Adjustment		10.573.411.266	10.573.411.266	0
7	Unrealized exchange gain - Adjustment		451.490	451.490	0
8	Unrealized exchange gain		10.377.429.929	10.377.429.929	0
9	Unrealized exchange loss		4.888.057.462	4.888.057.462	0
10	Reimbursement for Advertising and Promotion Expenditures		0	203.842.549.758	203.842.549.758
			23.641.985.542	227.484.535.300	203.842.549.758

Biaya pemasaran dan promosi yang seharusnya direimburse adalah sebesar Rp. 203.842.549.759,00 dari total biaya pemasaran dan promosi sebesar Rp. 253.624.287.647,00

3. bahwa berdasarkan data, fakta dan ketentuan di atas, Tim Peneliti berpendapat bahwa :
- bahwa berdasarkan analisis fungsi, diketahui bahwa Pemohon Banding tidak melakukan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi (fungsi tersebut merupakan fungsi afiliasinya) namun dalam faktanya mengeluarkan biaya terkait fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi;
 - bahwa berdasarkan dokumen Transfer Pricing tahun 2016, Pemohon Banding sesuai Trademark License Agreement melaksanakan strategi periklanan dan pemasaran lokal dengan memanfaatkan materi branding global yang tersedia bagi seluruh afiliasi Mondelez, melaksanakan riset pasar, menyusun tema promosi dan materi pelatihan, mengkoordinasikan penerapan strategi pemasaran, mendesain kemasan dan menentukan kebutuhan modifikasi lokal sehingga dapat dikatakan Wajib Pajak menjalankan kegiatan sebagai service provider (agen) untuk kegiatan pemasaran, pengiklanan dan promosi afiliasi;
 - bahwa kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh Pemohon Banding tersebut bersifat memperkuat merek (development and enhancement of marketing intangibles atas merek OREO (yang dimiliki *Ag*

oleh Generale Biscuit, Perancis) sehingga sudah seharusnya Wajib Pajak memperoleh remunerasi (reimbursement) atas biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan tersebut;

- d. bahwa Pemeriksaan yang dilakukan Pemeriksa terhadap atas remunerasi kegiatan pemasaran/promosi merek milik pihak afiliasi selaku pemegang merek ats produk di Indonesia yang dilakukan oleh Pemeriksa telah dilakukans sesuai Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-22/PJ/2013 tentang Pedoman Pemeriksaan Terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa;
4. bahwa berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa koreksi Pemeriksa terhadap Penghasilan Luar Usaha Pemohon Banding telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

Menurut Pemohon Banding

bahwa Pemohon Banding **tidak setuju** atas koreksi Terbanding di atas dan mengajukan banding dengan alasan sebagai berikut:

1. **Kesimpulan bahwa Pemohon Banding adalah agen yang biaya pemasarannya harus diremunerasi tidak sesuai dengan bukti yang ada dan aturan perpajakan yang berlaku;**
2. **Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP pihak afiliasi;**
3. **Tidak seharusnya Pemohon Banding diremunerasi oleh pemilik merek atas pemasaran yang manfaatnya diperoleh untuk Pemohon Banding sendiri;**

bahwa lebih lanjut, alasan-alasan tersebut Pemohon Banding uraikan di bawah ini :

1. **Kesimpulan bahwa Pemohon Banding adalah agen yang biaya pemasarannya harus diremunerasi tidak sesuai dengan bukti yang ada dan aturan perpajakan yang berlaku**

bahwa dalam uraian SPUH Terbanding menyebutkan bahwa:

*"Berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Risiko, Wajib Pajak diklasifikasikan sebagai **service provider (agen)** yang melakukan fungsi kegiatan promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and Enhancement of Marketing Intangibles)"*

bahwa Pemohon Banding menyatakan bahwa kesimpulan tersebut tidak sesuai dengan analisis fungsi, aset, dan risiko yang menurut Terbanding telah dilakukan;

bahwa seperti yang telah dipaparkan dalam analisis Fungsi, Aset, Risiko ("FAR") yang telah disampaikan oleh Pemohon Banding dalam proses pemeriksaan, Pemohon Banding merupakan perusahaan manufaktur dengan fungsi-fungsi yang meliputi penjadwalan produksi (*production scheduling*), pengadaan (*procurement*), pengemasan (*packaging and labeling*), pengawasan kualitas (*quality control*), *manufacturing, customer service & logistic (limited), general management & administration (limited)*. Untuk dapat menjual produknya di pasar, diperlukan aktivitas pemasaran dan promosi, seperti iklan pada media cetak dan elektronik *merchandise* ataupun melalui pengaturan *display* di toko. Seperti yang telah Terbanding *aa*

pahami, strategi dan pedoman pemasaran secara global telah di atur oleh grup afiliasi sementara untuk implementasi di Indonesia, Pemohon Banding dibantu oleh pihak afiliasi dalam negeri;

bahwa dalam menjalankan aktivitas usahanya, Pemohon Banding memiliki aset berwujud berupa mesin produksi dengan risiko yang ditanggung berupa risiko pasar (*market risk*), risiko produksi (*production risk*), risiko inventori (*inventory risk*), *product liability risk*, risiko nilai tukar mata uang asing (*foreign exchange risk*) dan risiko kredit (*credit risk*);

bahwa berdasarkan analisis FAR tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakterisasi Pemohon Banding terkait penjualan kepada pihak afiliasi adalah *contarct manufacturer* dan penjualan kepada pihak ketiga yang sebagai *Licensed Manufacturer* (manufaktur berlisensi);

bahwa sementara agen, secara definisi merupakan orang atau perusahaan perantara yang meng-usahakan penjualan bagi perusahaan lain, dalam transfer pricing, agen selalu mengacu pada aktivitas distribusi (penjualan barang dagang yang diproduksi oleh pihak afiliasi/pihak lain) tanpa adanya perpindahan. Referensi tersebut dapat dilihat pada pedoman transfer pricing OECD 2010:

"1.47 ... when the distributor acts merely as an agent..."

"1.62 ...in arm's length transactions a company acting solely as a sales agent..."

"2.22 ...The determination of the resale price margin in such as case should take into account whether the broker is acting as an agent or a principal."

bahwa tidak ada satu referensi pun yang menyiratkan adanya perusahaan manufaktur yang dapat disebut sebagai agen;

bahwa berdasarkan literatur IBFD dan Surat Direktur Pemeriksaan dan Penagihan Direktorat Jenderal Pajak S-153/PJ/2010 terkait karakterisasi dari perusahaan, dapat dilihat pada tabel berikut bahwa perusahaan yang masuk dalam kategori agen sama sekali tidak melakukan fungsi produksi pada umumnya sebagai berikut :

Keterangan	Fully fledged manufacturer	Contract Manufacturer	Toll Manufacturer	Agent	Pemohon Banding (Penjualan kepada pihak ketiga)
Sourcing raw materials	x	x			x
Consignment of raw materials			x		x
Manufacturing planning	x	x	x		x
Routine intangible	x	x	x		x
Specific valuable manufacturing intangible	x				x
R&D	x				
Manufacturing	x	x	x		x
Title to goods	x	x			x
Assembling and packaging	x	x	x		x
Warehousing and logistics	x	x	(x)		x
Price setting	(x)				x
Invoicing and collection	x	x			x
Marketing and advertising	x			x	x
Quality control	x	x	x		x
Sales and distribution	x				x
After sales support	x				
Warranty and repair	x				x
General and administrative function	x	x	x	x	x
R&D risk	x				

Keterangan	Fully fledged manufacturer	Contract Manufacturer	Toll Manufacturer	Agent	Pemohon Banding (Penjualan kepada pihak ketiga)
Market risk	x			(x)	x
Inventory risk	x	x			x
Operational risk	x	x	x		x
Foreign exchange risk	x				x
(Product) liability risk	x	(x)			x
Bad debt risk	x	x			x

bahwa berdasarkan table di atas, fungsi, aset dan risiko yang dimiliki Pemohon Banding sama sekali tidak mencerminkan karakteristik sebagai agen;

2. Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP pihak afiliasi

bahwa Paragraf 6.11 OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project - Guidance on Transfer Pricing Aspects of Intangibles [Action 8-10: 2015 Final Reports] (selanjutnya disebut dengan "OECD/G20 BEPS Action 8-10") menyebutkan:

"6.11 ...not all marketing activities result in the creation or enhancement of an intangible"
[Terjemahan tidak resmi]

"6.11 ...tidak semua kegiatan pemasaran menghasilkan penciptaan atau peningkatan suatu harta tidak berwujud"

bahwa pedoman tersebut menekankan bahwa tidak semua aktivitas pemasaran dapat meningkatkan nilai aset tak berwujud. Aktivitas pemasaran Pemohon Banding merupakan aktivitas pemasaran yang ditujukan agar produk yang diperkenalkan Pemohon Banding dapat kompetitif di pasar;

bahwa untuk memberikan gambaran jelas mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan, berikut rincian dan penjelasan biaya marketing/promosi yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding :

No	Uraian	Penjelasan Akun	Jumlah (Rupiah)
1	34990400 – Freight Cost Sample	Biaya pengiriman produk	(31.785.660)
2	35110100 – Advertising Media Production	Biaya terkait dengan promosi produk di media seperti surat kabar dan lainnya secara periodik	27.875.130.648
3	35120100 – Advertising Media Space	Biaya pembuatan iklan dan pemasangan iklan di media TV dan publikasi pelanggan lainnya	94.763.058.476
4	35120300 – Advertising Other Media	Biaya media lainnya yang tidak teridentifikasi pada akun media di atas	(466.290.790)
5	35130100 – Advertising Media Fees	Komisi atau bonus kepada agensi dan penurunan jaminan pengeluaran (terkait dengan produk)	440.832.002
6	35139996 – Advertising Media Fees	Komisi atau bonus kepada agensi dan penurunan jaminan pengeluaran (terkait dengan produk)	16.536.539.478
7	35190100 – Sponsorships	Kontribusi uang ataupun produk untuk berbagai acara	32.132.700
8	35210100 – Consumer Incentives Contests	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	80.707.000

No	Uraian	Penjelasan Akun	Jumlah (Rupiah)
9	35210200 – Consumer Incentives Prizes	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	45.000.000
10	35210200 – Consumer Incentives Prizes	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	9.697.755.348
11	35229985 – Consumer Incentives Samples Adjustment	Adjustment biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	353.604.897
12	35240100 – Artwork & Design	Biaya terkait dengan jasa pengaturan bentuk packaging produk	1.372.682.292
13	35290100 – Consumer Incentives Other	Biaya lain yang berhubungan dengan promosi produk kepada pelanggan termasuk biaya mencetak silinder untuk keperluan promosi	16.347.292.171
14	35410100 – Fairs and Exhibition fees	Biaya pameran produk yang dikenakan oleh pihak ketiga termasuk biaya sewa tempat	80.445.048
15	35430100 – Promotion handling fees	Biaya kepada pihak ketiga untuk perencanaan, pengurusan administrasi dan/atau mengontrol promosi termasuk biaya SPG/agency fee	12.974.097.716
16	35430100 – Promotional Displays POSM	Biaya material dan perlengkapan yang digunakan untuk tujuan display produk (di dalam/luar toko, counter) dan tagihan dari agensi untuk penyimpanan dan perawatan material tersebut	7.750.462.845
17	35490100 – Other Promotional Expenses	Biaya promosi lainnya yang tidak tercakup pada akun lainnya	8.410.795.928
18	35890100 – Merchandising Services	Biaya atas jasa merchandising yang disediakan oleh pihak ketiga terkait dengan merchandise pada tempat penjualan yaitu: mempromosikan produk, mengisi rak, penanganan penempatan dan menjalankan kegiatan merchandising (terkait dengan produk)	7.580.089.659
Jumlah			203.842.549.758

bahwa Pemohon Banding, untuk penjualan kepada pihak ketiga, melakukan fungsi pemasaran dan promosi agar produk-produk yang diproduksi Pemohon Banding dapat dikenalkan di pasar sehingga kompetitif dengan produk sejenis, sehingga, aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding adalah sangat wajar dilakukan karena terkait dengan kepentingan usaha Pemohon Banding dalam melakukan fungsi penjualan, biaya pemasaran tersebut juga merupakan biaya yang dikeluarkan/dibayarkan kepada pihak independen;

bahwa Pasal 1 Ayat 14 UU No. 24 tahun 1997 tentang Penyiaran menyebutkan:

“Siaran Iklan Niaga adalah mata acara yang memperkenalkan, memasyarakatkan dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran dengan tujuan mempengaruhi konsumen atau khalayak sasaran agar menggunakan produk yang ditawarkan, yang disiarkan melalui lembaga penyiaran dengan imbalan.”

bahwa selanjutnya dalam UU No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan menyatakan:

“Promosi Dagang adalah kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi hasil produksi Barang dan/atau Jasa untuk menarik minat beli konsumen, baik di dalam *au*

negeri maupun di luar negeri, dalam jangka waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencari hubungan dagang."

bahwa dalam peraturan perpajakan, definisi promosi berdasarkan Pasal 1 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK. 03/ 2010 ("PMK-02"):

*"Dalam Peraturan Menteri Keuangan ini yang dimaksud dengan **Biaya Promosi adalah bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan.**"*

bahwa jika dikaitkan dengan aktivitas pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding berupa iklan di media, baik elektronik maupun cetak, promosi pelanggan, promosi toko ritel, dan sebagainya, dapat diambil kesimpulan bahwa biaya pemasaran tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding untuk memperkenalkan produknya dan dapat menjualnya di pasar, dengan demikian tidak dapat dikatakan sebagai pengembangan merek;

bahwa Pemohon Banding tidak berhak dan tidak pernah melakukan analisis, modifikasi, atau strategi terkait merek, seperti bagaimana merek harus ditempatkan dalam packaging produk, penulisan, warna, dan sebagainya, karena hal tersebut hanya dapat dilakukan oleh pemilik IP pihak afiliasi;

bahwa sejalan dengan hal tersebut, dalam uraian SPUH, pada dasarnya Terbanding juga telah menyatakan bahwa pihak afiliasi Pemohon Banding merupakan pemilik IP secara hukum dan komersial;

"Berdasarkan dokumen Trademark Licence Agreement dan penelusuran merek pada website Direktorat Jenderal hak Kekayaan Intelektual serta adanya pembayaran royalty atas penggunaan merek tersebut disimpulkan bahwa pemilik merek yang sah/legal (legally owner of intangible property) dan pemilik merek secara komersial (commercially owner of intangible property) adalah pihak afiliasi Wajib Pajak."

bahwa dalam hal ini perlu diingat bahwa dalam menjalankan fungsinya sebagai *Licensed Manufacturer* yang juga melakukan kegiatan pemasaran untuk dapat menjual produknya di pasar lokal, Pemohon Banding memiliki hak penuh atas keberhasilan (termasuk bertanggung jawab atas kegagalan) dalam kegiatan pemasarannya tersebut tanpa membagikan potensi keuntungan yang diperoleh dari fungsinya yang dilakukan, aset yang digunakan, dan risiko yang diasumsikannya;

bahwa oleh karena itu, sudah seharusnya Pemohon Banding menjadi pihak yang menanggung biaya dan sekaligus berhak menikmati hasil yang diperolehnya (hasil penjualan) dari kegiatan tersebut;

bahwa selanjutnya, juga perlu diingat bahwa merek Biskuat dan Oreo sudah sangat terkenal di pasar Indonesia, oleh karena itu, Pemohon Banding menilai bahwa kegiatan pemasaran Pemohon Banding tidak tepat dikarakterisasikan untuk meningkatkan nilai merek di pasar Indonesia dikarenakan merek tersebut sudah dikenal di pasar Indonesia;

bahwa dengan demikian, jelas bahwa kegiatan yang dilakukan Pemohon Banding sama sekali tidak ada hubungannya dengan kegiatan pengembangan trademark yang menjadi tanggungjawab licensor sehingga koreksi ini adalah sangat tidak tepat dan seharusnya dibatalkan; *au*

3. **Tidak seharusnya Pemohon Banding diremunerasi oleh pemilik merek atas pemasaran yang manfaatnya diperoleh untuk Pemohon Banding sendiri**

bahwa dalam Pedoman OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Action Plan 8-10 2015 paragraf 6.76 yang digunakan Terbanding sebagai salah satu pedoman untuk melakukan koreksi disebutkan bahwa:

*"6.76 A common situation where these principles must be applied arises when an enterprise associated with the legal owner of trademarks performs marketing or sales functions **that benefit the legal owner** of the trademark, for example through a marketing arrangement or through a distribution/marketing arrangement. In such cases, it is necessary to determine how the marketer or distributor should be compensated for its activities."*

bahwa poin penting yang harus diperhatikan berdasarkan pedoman tersebut adalah penerapan prinsip harus dilakukan apabila kegiatan pemasaran memberikan **manfaat kepada pemilik IP**. Dalam hal ini, Pemohon Banding berpedapat, sudah sepatutnya Terbanding menjabarkan manfaat apa yang diterima oleh pemilik IP (pihak afiliasi) jika kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding dianggap sebagai *enhancement* (meningkatkan nilai IP). Menurut Pemohon Banding, hal ini tidak dilakukan oleh Terbanding, baik dalam pemeriksaan maupun keberatan;

bahwa sehubungan dengan hal tersebut, Pemohon Banding menyampaikan bahwa kesuksesan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding **tidak akan memberikan manfaat ekonomi kepada pihak afiliasi pemilik IP**, kesuksesan pemasaran/promosi berupa peningkatan penjualan dan laba akan menjadi hak Pemohon Banding, begitu pula sebaliknya, Pemohon Banding juga akan menanggung risiko atas kegagalan penjualan produknya. Oleh karena itu tentu biaya yang terkait atas keberhasilan kegiatan pemasaran tidak dapat dialihkan kepada pemilik merek. tentu tidak adil bila perusahaan mempertahankan penghasilan namun mengalihkan biaya yang terkait;

bahwa seperti yang telah dibahas di atas biaya tersebut mendatangkan manfaat yang diterima oleh Pemohon Banding maka seharusnya biaya tersebut ditanggung oleh Pemohon Banding dan bukan dialihkan kepada pihak pemilik IP;

bahwa lebih lanjut, Pemohon Banding menyampaikan bahwa penting untuk menelaah Paragraf 6.75 Pedoman OECD BEPS Action 8-10 yang menyebutkan bahwa:

*"The principles set out in this Section B must be applied in a variety of situations involving development, enhancement, maintenance, protection, and exploitation of intangibles. ... In assessing whether the compensation provided in the controlled transaction is consistent with the arm's length principle, **reference should be made to the level and nature of activity of comparable uncontrolled entities performing similar functions, the compensation received by comparable uncontrolled entities performing similar functions, and the anticipated creation of intangible value by comparable uncontrolled entities performing similar functions.**"*

bahwa dalam paragraf tersebut disyaratkan bahwa, untuk menentukan apakah remunerasi dilakukan secara wajar, analisis harus mengacu pada kompensasi yang diterima oleh pihak independen dengan fungsi/aktivitas yang sebanding. Koreksi atas biaya pemasaran/promosi Pemohon Banding *au*

merupakan koreksi yang didasarkan pada asumsi semata apabila Terbanding tidak memberikan referensi nyata bagaimana pihak independen yang melakukan kegiatan/fungsi sebanding diremunerasi;

bahwa Pemohon Banding berpedapat, hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh Terbanding karena dalam transaksi pihak independen, tidak ada pemilik IP pihak ketiga (*licensor*) yang akan menanggung biaya tersebut mengingat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding (*licensee*) tersebut berdasarkan kebijakan Pemohon Banding sendiri dan mendatangkan manfaat berupa kenaikan hasil penjualan Pemohon Banding (*licensee*), dengan demikian asumsi Terbanding bahwa biaya pemasaran seharusnya dialihkan kepada pemilik IP adalah tidak tepat;

III. Kesimpulan Pemohon Banding

bahwa berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, Pemohon Banding menyimpulkan bahwa:

1. bahwa Surat Banding telah memenuhi seluruh ketentuan formal pengajuan banding sebagaimana diatur dalam Pasal 27 UU KUP serta Pasal 35, 36 dan 37 UU Pengadilan Pajak;
2. bahwa berdasarkan fakta, penjelasan dan peraturan perpajakan yang berlaku sebagaimana diuraikan di atas, Pemohon Banding tidak setuju atas koreksi Terbanding karena Pemohon Banding telah mengikuti ketentuan perundang-undangan yang berlaku;

bahwa selanjutnya, Pemohon Banding mengusulkan kepada Majelis Hakim Pengadilan Pajak yang terhormat agar :

1. Menyatakan bahwa banding yang diajukan Pemohon Banding dapat diterima karena telah memenuhi seluruh ketentuan formal;
2. Mengabulkan seluruhnya banding yang diajukan Pemohon Banding;
3. Membatalkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak dengan Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019;

bahwa demikian Surat Banding ini disampaikan dengan harapan agar Majelis Hakim Pengadilan Pajak yang memeriksa dan mengadili sengketa ini dapat memutuskan dengan pertimbangan yang seadil-adilnya;

bahwa dalam surat Bandingnya Pemohon Banding melampirkan alat bukti sebagai berikut :

- P-1 Keputusan Terbanding Nomor : KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019,
- P-2 Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018;
- P-3 Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018;
- P-4 Akta Perseroan Terbatas PT Nabisco Food Nomor 3 tanggal 21 Maret 1995;
- P-5 Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham Diluar Rapat PT Mondelez Indonesia Manufacturing Nomor 56 tanggal 27 Desember 2016;
- P-6 Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham Diluar Rapat PT Mondelez Indonesia Manufacturing Nomor 44 tanggal 20 Desember 2018; *u*

Menimbang, bahwa Terbanding di dalam Surat Uraian Banding Nomor: S-1462.SUB/WPJ.07/2020 tanggal 2 April 2020 pada pokoknya menyatakan sebagai berikut:

I. Pemenuhan Ketentuan Formal

1. bahwa berdasarkan penelitian Surat Banding Pemohon Banding Nomor: 146/MIM/TAX/I/2020 tanggal 7 Januari 2020 yang diterima Pengadilan Pajak tanggal 7 Januari 2020, diketahui hal-hal sebagai berikut:
 - a. bahwa banding diajukan dengan Surat Banding dalam Bahasa Indonesia kepada Pengadilan Pajak;
 - b. bahwa banding diajukan dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sejak tanggal diterima surat keputusan yang dibanding; bahwa Keputusan yang dibanding KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019, sehingga jangka waktu 3 (tiga) bulan pengajuan banding paling lambat 17 Januari 2020;
 - c. bahwa terhadap 1 (satu) keputusan diajukan 1 (satu) surat banding;
 - d. bahwa Banding diajukan dengan disertai alasan-alasan yang jelas dan mencantumkan tanggal diterima Surat Keputusan Terbanding Nomor: KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 yang diterima tanggal 22 Oktober 2019;
 - e. bahwa Surat Banding sudah dilampiri salinan Surat Keputusan yang dibanding, yaitu Surat Keputusan Terbanding Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019;
 - f. bahwa Surat Banding tidak dilampiri bukti pembayaran atas pajak yang masih harus dibayar sesuai yang telah disetujui dalam pembahasan akhir hasil pemeriksaan (karena jumlah pajak yang masih harus dibayar yang disetujui berdasarkan Pembahasan Akhir Hasil Pemeriksaan adalah (Rp5.613.642.847,00));
 - g. bahwa Surat Banding Pemohon Banding ditandatangani oleh Sdr. Fery Ngalusi selaku Direktur Pemohon Banding yang juga menandatangani Surat Keberatan sehingga telah memenuhi ketentuan Pasal 32 UU KUP;
2. bahwa permohonan banding sepanjang memenuhi ketentuan formal sebagaimana diatur dalam Pasal 32 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009, dan Pasal 37 ayat (1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan, dapat dipertimbangkan lebih lanjut;

II. Uraian Mengenai Ketetapan Semula, Keberatan dan Keputusan Atas Keberatan

1. bahwa Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Nomor 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 Tahun Pajak 2016 diterbitkan berdasarkan Laporan Hasil Pemeriksaan KPP Penanaman Modal Asing Empat nomor LAP-00615/WPJ.07/KP.0505/RIK.SIS/2018 tanggal 15 Agustus 2018, dengan perhitungan sebagai berikut:

1.	Penghasilan Netto		Rp. 165.273.121.283,00
2.	Penghasilan Kena Pajak		Rp. 165.273.121.283,00
3.	Pajak Penghasilan yang Terutang		Rp. 41.318.280.250,00
4.	Pengembalian PPh Pasal 24 yang telah diperhitungkan tahun lalu		Rp. 0,00
5.	Jumlah PPh Terutang		Rp. 41.318.280.250,00
6.	Kredit Pajak		

	a. PPh ditanggung Pemerintah	Rp.	0,00	
	b. Dipotong/dipungut oleh pihak lain			
	b.1. PPh Pasal 21	Rp.	0,00	
	b.2. PPh Pasal 22	Rp.	5.613.642.847,00	
	b.3. PPh Pasal 23	Rp.	0,00	
	b.4. PPh Pasal 24	Rp.	0,00	
	b.5 Lain-lain	Rp.	0,00	
	b.6. Jumlah	Rp.	5.613.642.847,00	
	c. Dibayar Sendiri :			
	c.1. PPh Pasal 22	Rp.	0,00	
	c.2. PPh Pasal 25	Rp.	0,00	
	c.3. PPh Pasal 29	Rp.	0,00	
	c.4. STP (Pokok Kurang Bayar)	Rp.	0,00	
	c.5. Fiskal Luar Negeri	Rp.	0,00	
	c.6. Lain-lain	Rp.	0,00	
	c.7. Jumlah	Rp.	0,00	
	d. Diperhitungkan			
	d.1. SKPPKP	Rp.	0,00	
	e. Jumlah pajak yang dapat dikreditkan			Rp. 5.613.642.847,00
7.	Pajak yang tidak/kurang bayar			Rp. 35.704.637.403,00
8.	Sanksi Administrasi :			
	a. Bunga Pasal 13 (2) KUP	Rp.	14.281.854.961,00	
	b. Kenaikan Pasal 13 (3) KUP	Rp.		
	c. Bunga Pasal 13 (5) KUP	Rp.		
	d. Kenaikan Pasal 13A KUP	Rp.		
	e. Kenaikan Pasal 17C (5) KUP	Rp.		
	f. Kenaikan Pasal 17D (5) KUP	Rp.		
	g. Jumlah Sanksi Administrasi			Rp. 14.281.854.961,00
9.	Jumlah PPh yang Kurang bayar			Rp. 49.986.492.364,00

2. bahwa atas ketetapan tersebut, Pemohon Banding mengajukan keberatan dengan surat nomor 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018 yang diterima KPP Penanaman Modal Asing Empat pada tanggal 15 November 2018 berdasarkan LPAD nomor PEM:01006683\057\nov\2018 tanggal 15 November 2018;
3. bahwa terhadap surat keberatan Pemohon Banding, telah diterbitkan Keputusan Terbanding Nomor: KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 dengan perhitungan sebagai berikut:

Uraian	Semula (Rp)	Ditambah/ (Dikurangi) (Rp)	Menjadi (Rp)
1. Penghasilan Netto	165.273.121.283	0	165.273.121.283
2. Kompensasi Kerugian	0	0	0
3. Penghasilan Kena Pajak	165.273.121.283	0	165.273.121.283
4. Pajak Penghasilan (PPh) Terutang	41.318.280.250	0	41.318.280.250
5. Kredit Pajak	5.613.642.847	0	5.613.642.847
6. PPh Kurang/(Lebih Bayar)	35.704.637.403	0	35.704.637.403
7. Sanksi Administrasi	14.281.854.961	0	14.281.854.961
8. Jumlah PPh yang masih harus/ (lebih) dibayar	49.986.492.364	0	49.986.492.364

Analisis Pokok Sengketa

bahwa setelah membaca Surat Banding, mempelajari Laporan Penelitian Keberatan, berkas surat menyurat yang berlangsung selama proses penyelesaian keberatan, surat keberatan Pemohon Banding, dengan ini disampaikan analisa pokok sengketa atas Surat Banding dari Pemohon Banding sebagai berikut: *ak*

Menurut Pemohon Banding

bahwa Pemohon Banding **tidak setuju** atas koreksi Terbanding di atas dan mengajukan banding dengan alasan sebagai berikut:

1. **Kesimpulan bahwa Pemohon Banding adalah agen yang biaya pemasarannya harus diremunerasi tidak sesuai dengan bukti yang ada dan aturan perpajakan yang berlaku;**
2. **Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP pihak afiliasi;**
3. **Tidak seharusnya Pemohon Banding diremunerasi oleh pemilik merek atas pemasaran yang manfaatnya diperoleh untuk Pemohon Banding sendiri;**

bahwa lebih lanjut, alasan-alasan tersebut Pemohon Banding uraikan di bawah ini :

1. **Kesimpulan bahwa Pemohon Banding adalah agen yang biaya pemasarannya harus diremunerasi tidak sesuai dengan bukti yang ada dan aturan perpajakan yang berlaku**

bahwa dalam uraian SPUH Terbanding menyebutkan bahwa:

*"Berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Risiko, Wajib Pajak diklasifikasikan sebagai **service provider (agen)** yang melakukan fungsi kegiatan promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and Enhancement of Marketing Intangibles)"*

bahwa Pemohon Banding menyatakan bahwa kesimpulan tersebut tidak sesuai dengan analisis fungsi, aset, dan risiko yang menurut Terbanding telah dilakukan;

bahwa seperti yang telah dipaparkan dalam analisis Fungsi, Aset, Risiko ("FAR") yang telah disampaikan oleh Pemohon Banding dalam proses pemeriksaan, Pemohon Banding merupakan perusahaan manufaktur dengan fungsi-fungsi yang meliputi penjadwalan produksi (*production scheduling*), pengadaan (*procurement*), pengemasan (*packaging and labeling*), pengawasan kualitas (*quality control*), *manufacturing, customer service & logistic (limited), general management & administration (limited)*. Untuk dapat menjual produknya di pasar, diperlukan aktivitas pemasaran dan promosi, seperti iklan pada media cetak dan elektronik *merchandise* ataupun melalui pengaturan *display* di toko. Seperti yang telah Terbanding pahami, strategi dan pedoman pemasaran secara global telah di atur oleh grup afiliasi sementara untuk implementasi di Indonesia, Pemohon Banding dibantu oleh pihak afiliasi dalam negeri;

bahwa dalam menjalankan aktivitas usahanya, Pemohon Banding memiliki aset berwujud berupa mesin produksi dengan risiko yang ditanggung berupa risiko pasar (*market risk*), risiko produksi (*production risk*), risiko inventori (*inventory risk*), *product liability risk*, risiko nilai tukar mata uang asing (*foreign exchange risk*) dan risiko kredit (*credit risk*);

bahwa berdasarkan analisis FAR tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakterisasi Pemohon Banding terkait penjualan kepada pihak afiliasi adalah *contarct manufacturer* dan penjualan kepada pihak ketiga yang sebagai *Licensed Manufacturer* (manufaktur berlisensi); *Ue*

bahwa sementara agen, secara definisi merupakan orang atau perusahaan perantara yang meng-usahakan penjualan bagi perusahaan lain, dalam transfer pricing, agen selalu mengacu pada aktivitas distribusi (penjualan barang dagang yang diproduksi oleh pihak afiliasi/pihak lain) tanpa adanya perpindahan. Referensi tersebut dapat dilihat pada pedoman transfer pricing OECD 2010:

"1.47 ... when the distributor acts merely as an agent..."

"1.62 ...in arm's length transactions a company acting solely as a sales agent..."

"2.22 ...The determination of the resale price margin in such as case should take into account whether the broker is acting as an agent or a principal."

bahwa tidak ada satu referensi pun yang menyiratkan adanya perusahaan manufaktur yang dapat disebut sebagai agen;

bahwa berdasarkan literatur IBFD dan Surat Direktur Pemeriksaan dan Penagihan Direktorat Jenderal Pajak S-153/PJ/2010 terkait karakterisasi dari perusahaan, dapat dilihat pada tabel berikut bahwa perusahaan yang masuk dalam kategori agen sama sekali tidak melakukan fungsi produksi pada umumnya sebagai berikut :

Keterangan	Fully fledged manufacturer	Contract Manufacturer	Toll Manufacturer	Agent	Pemohon Banding (Penjualan kepada pihak ketiga)
Sourcing raw materials	x	x			x
Consignment of raw materials			x		x
Manufacturing planning	x	x	x		x
Routine intangible	x	x	x		x
Specific valuable manufacturing intangible	x				x
R&D	x				
Manufacturing	x	x	x		x
Title to goods	x	x			x
Assembling and packaging	x	x	x		x
Warehousing and logistics	x	x	(x)		x
Price setting	(x)				x
Invoicing and collection	x	x			x
Marketing and advertising	x			x	x
Quality control	x	x	x		x
Sales and distribution	x				x
After sales support	x				
Warranty and repair	x				x
General and administrative function	x	x	x	x	x
R&D risk	x				
Market risk	x			(x)	x
Inventory risk	x	x			x
Operational risk	x	x	x		x
Foreign exchange risk	x				x
(Product) liability risk	x	(x)			x
Bad debt risk	x	x			x

bahwa berdasarkan table di atas, fungsi, aset dan risiko yang dimiliki Pemohon Banding sama sekali tidak mencerminkan karakterisasi sebagai agen;

2. Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP pihak afiliasi *aa*

bahwa Paragraf 6.11 OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project - Guidance on Transfer Pricing Aspects of Intangibles [Action 8-10: 2015 Final Reports] (selanjutnya disebut dengan "OECD/G20 BEPS Action 8-10") menyebutkan:

"6.11 ...not all marketing activities result in the creation or enhancement of an intangible"

[Terjemahan tidak resmi]

"6.11 ...tidak semua kegiatan pemasaran menghasilkan penciptaan atau peningkatan suatu harta tidak berwujud"

bahwa pedoman tersebut menekankan bahwa tidak semua aktivitas pemasaran dapat meningkatkan nilai aset tak berwujud. Aktivitas pemasaran Pemohon Banding merupakan aktivitas pemasaran yang ditujukan agar produk yang diperkenalkan Pemohon Banding dapat kompetitif di pasar;

bahwa untuk memberikan gambaran jelas mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan, berikut rincian dan penjelasan biaya marketing/promosi yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding :

No	Uraian	Penjelasan Akun	Jumlah (Rupiah)
1	34990400 – Freight Cost Sample	Biaya pengiriman produk	(31.785.660)
2	35110100 – Advertising Media Production	Biaya terkait dengan promosi produk di media seperti surat kabar dan lainnya secara periodik	27.875.130.648
3	35120100 – Advertising Media Space	Biaya pembuatan iklan dan pemasangan iklan di media TV dan publikasi pelanggan lainnya	94.763.058.476
4	35120300 – Advertising Other Media	Biaya media lainnya yang tidak teridentifikasi pada akun media di atas	(466.290.790)
5	35130100 – Advertising Media Fees	Komisi atau bonus kepada agensi dan penurunan jaminan pengeluaran (terkait dengan produk)	440.832.002
6	35139996 – Advertising Media Fees	Komisi atau bonus kepada agensi dan penurunan jaminan pengeluaran (terkait dengan produk)	16.536.539.478
7	35190100 – Sponsorships	Kontribusi uang ataupun produk untuk berbagai acara	32.132.700
8	35210100 – Consumer Incentives Contests	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	80.707.000
9	35210200 – Consumer Incentives Prizes	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	45.000.000
10	35210200 – Consumer Incentives Prizes	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	9.697.755.348
11	35229985 – Consumer Incentives Samples Adjustment	Adjustment biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	353.604.897
12	35240100 – Artwork & Design	Biaya terkait dengan jasa pengaturan bentuk packaging produk	1.372.682.292
13	35290100 – Consumer Incentives Other	Biaya lain yang berhubungan dengan promosi produk kepada pelanggan termasuk biaya mencetak silinder untuk keperluan promosi	16.347.292.171

cu

No	Uraian	Penjelasan Akun	Jumlah (Rupiah)
14	35410100 – Fairs and Exhibition fees	Biaya pameran produk yang dikenakan oleh pihak ketiga termasuk biaya sewa tempat	80.445.048
15	35430100 – Promotion handling fees	Biaya kepada pihak ketiga untuk perencanaan, pengurusan administrasi dan/atau mengontrol promosi termasuk biaya SPG/agency fee	12.974.097.716
16	35430100 – Promotional Displays POSM	Biaya material dan perlengkapan yang digunakan untuk tujuan display produk (di dalam/luar toko, counter) dan tagihan dari agensi untuk penyimpanan dan perawatan material tersebut	7.750.462.845
17	35490100 – Other Promotional Expenses	Biaya promosi lainnya yang tidak tercakup pada akun lainnya	8.410.795.928
18	35890100 – Merchandising Services	Biaya atas jasa merchandising yang disediakan oleh pihak ketiga terkait dengan merchandise pada tempat penjualan yaitu: mempromosikan produk, mengisi rak, penanganan penempatan dan menjalankan kegiatan merchandising (terkait dengan produk)	7.580.089.659
Jumlah			203.842.549.758

bahwa Pemohon Banding, untuk penjualan kepada pihak ketiga, melakukan fungsi pemasaran dan promosi agar produk-produk yang diproduksi Pemohon Banding dapat dikenalkan di pasar sehingga kompetitif dengan produk sejenis, sehingga, aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding adalah sangat wajar dilakukan karena terkait dengan kepentingan usaha Pemohon Banding dalam melakukan fungsi penjualan, biaya pemasaran tersebut juga merupakan biaya yang dikeluarkan/dibayarkan kepada pihak independen;

bahwa Pasal 1 Ayat 14 UU No. 24 tahun 1997 tentang Penyiaran menyebutkan:

*“Siaran Iklan Niaga adalah mata acara yang **memperkenalkan, memasyarakatkan dan/atau mempromosikan barang atau jasa** kepada khalayak sasaran dengan tujuan **mempengaruhi konsumen** atau khalayak sasaran agar **menggunakan produk** yang ditawarkan, yang **disiarkan melalui lembaga penyiaran dengan imbalan.**”*

bahwa selanjutnya dalam UU No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan menyatakan:

*“Promosi Dagang adalah kegiatan **mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi** hasil produksi **Barang dan/atau Jasa** untuk menarik minat beli konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dalam jangka waktu tertentu **untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencari hubungan dagang.**”*

bahwa dalam peraturan perpajakan, definisi promosi berdasarkan Pasal 1 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK. 03/ 2010 (“PMK-02”):

*“Dalam Peraturan Menteri Keuangan ini yang dimaksud dengan **Biaya Promosi** adalah bagian dari **biaya penjualan** yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding **dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk** baik langsung maupun tidak langsung **untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan.**”*

bahwa jika dikaitkan dengan aktivitas pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding berupa iklan di media, baik elektronik maupun cetak, promosi pelanggan, promosi toko ritel, dan sebagainya, dapat diambil

kesimpulan bahwa biaya pemasaran tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding untuk memperkenalkan produknya dan dapat menjualnya di pasar, dengan demikian tidak dapat dikatakan sebagai pengembangan merek;

bahwa Pemohon Banding tidak berhak dan tidak pernah melakukan analisis, modifikasi, atau strategi terkait merek, seperti bagaimana merek harus ditempatkan dalam packaging produk, penulisan, warna, dan sebagainya, karena hal tersebut hanya dapat dilakukan oleh pemilik IP pihak afiliasi;

bahwa sejalan dengan hal tersebut, dalam uraian SPUH, pada dasarnya Terbanding juga telah menyatakan bahwa pihak afiliasi Pemohon Banding merupakan pemilik IP secara hukum dan komersial;

"Berdasarkan dokumen Trademark Licence Agreement dan penelusuran merek pada website Direktorat Jenderal hak Kekayaan Intelektual serta adanya pembayaran royalty atas penggunaan merek tersebut disimpulkan bahwa pemilik merek yang sah/legal (legally owner of intangible property) dan pemilik merek secara komersial (commercially owner of intangible property) adalah pihak afiliasi Wajib Pajak."

bahwa dalam hal ini perlu diingat bahwa dalam menjalankan fungsinya sebagai *Licensed Manufacturer* yang juga melakukan kegiatan pemasaran untuk dapat menjual produknya di pasar lokal, Pemohon Banding memiliki hak penuh atas keberhasilan (termasuk bertanggung jawab atas kegagalan) dalam kegiatan pemasarannya tersebut tanpa membagikan potensi keuntungan yang diperoleh dari fungsinya yang dilakukan, aset yang digunakan, dan risiko yang diasumsikannya;

bahwa oleh karena itu, sudah seharusnya Pemohon Banding menjadi pihak yang menanggung biaya dan sekaligus berhak menikmati hasil yang diperolehnya (hasil penjualan) dari kegiatan tersebut;

bahwa selanjutnya, juga perlu diingat bahwa merek Biskuat dan Oreo sudah sangat terkenal di pasar Indonesia, oleh karena itu, Pemohon Banding menilai bahwa kegiatan pemasaran Pemohon Banding tidak tepat dikarakterisasikan untuk meningkatkan nilai merek di pasar Indonesia dikarenakan merek tersebut sudah dikenal di pasar Indonesia;

bahwa dengan demikian, jelas bahwa kegiatan yang dilakukan Pemohon Banding sama sekali tidak ada hubungannya dengan kegiatan pengembangan trademark yang menjadi tanggungjawab licensor sehingga koreksi ini adalah sangat tidak tepat dan seharusnya dibatalkan;

3. Tidak seharusnya Pemohon Banding diremunerasi oleh pemilik merek atas pemasaran yang manfaatnya diperoleh untuk Pemohon Banding sendiri

bahwa dalam Pedoman OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Action Plan 8-10 2015 paragraf 6.76 yang digunakan Terbanding sebagai salah satu pedoman untuk melakukan koreksi disebutkan bahwa:

"6.76 A common situation where these principles must be applied arises when an enterprise associated with the legal owner of trademarks performs marketing or sales functions that benefit the legal owner of the trademark, for example through a marketing arrangement or through a distribution/marketing arrangement. In such cases, it is necessary to determine how the marketer or distributor should be compensated for its activities." *Ca*

bahwa poin penting yang harus diperhatikan berdasarkan pedoman tersebut adalah penerapan prinsip harus dilakukan apabila kegiatan pemasaran memberikan **manfaat kepada pemilik IP**. Dalam hal ini, Pemohon Banding berpedapat, sudah sepatutnya Terbanding menjabarkan manfaat apa yang diterima oleh pemilik IP (pihak afiliasi) jika kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding dianggap sebagai *enhancement* (meningkatkan nilai IP). Menurut Pemohon Banding, hal ini tidak dilakukan oleh Terbanding, baik dalam pemeriksaan maupun keberatan;

bahwa sehubungan dengan hal tersebut, Pemohon Banding menyampaikan bahwa kesuksesan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding **tidak akan memberikan manfaat ekonomi kepada pihak afiliasi pemilik IP**, kesuksesan pemasaran/promosi berupa peningkatan penjualan dan laba akan menjadi hak Pemohon Banding, begitu pula sebaliknya, Pemohon Banding juga akan menanggung risiko atas kegagalan penjualan produknya. Oleh karena itu tentu biaya yang terkait atas keberhasilan kegiatan pemasaran tidak dapat dialihkan kepada pemilik merek. tentu tidak adil bila perusahaan mempertahankan penghasilan namun mengalihkan biaya yang terkait;

bahwa seperti yang telah dibahas di atas biaya tersebut mendatangkan manfaat yang diterima oleh Pemohon Banding maka seharusnya biaya tersebut ditanggung oleh Pemohon Banding dan bukan dialihkan kepada pihak pemilik IP;

bahwa lebih lanjut, Pemohon Banding menyampaikan bahwa penting untuk menelaah Paragraf 6.75 Pedoman OECD BEPS Action 8-10 yang menyebutkan bahwa:

"The principles set out in this Section B must be applied in a variety of situations involving development, enhancement, maintenance, protection, and exploitation of intangibles. ... In assessing whether the compensation provided in the controlled transaction is consistent with the arm's length principle, reference should be made to the level and nature of activity of comparable uncontrolled entities performing similar functions, the compensation received by comparable uncontrolled entities performing similar functions, and the anticipated creation of intangible value by comparable uncontrolled entities performing similar functions."

bahwa dalam paragraf tersebut disyaratkan bahwa, untuk menentukan apakah remunerasi dilakukan secara wajar, analisis harus mengacu pada kompensasi yang diterima oleh pihak independen dengan fungsi/aktivitas yang sebanding. Koreksi atas biaya pemasaran/promosi Pemohon Banding merupakan koreksi yang didasarkan pada asumsi semata apabila Terbanding tidak memberikan referensi nyata bagaimana pihak independen yang melakukan kegiatan/fungsi sebanding diremunerasi;

bahwa Pemohon Banding berpedapat, hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh Terbanding karena dalam transaksi pihak independen, tidak ada pemilik IP pihak ketiga (*licensor*) yang akan menanggung biaya tersebut mengingat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding (*licensee*) tersebut berdasarkan kebijakan Pemohon Banding sendiri dan mendatangkan manfaat berupa kenaikan hasil penjualan Pemohon Banding (*licensee*), dengan demikian asumsi Terbanding bahwa biaya pemasaran seharusnya dialihkan kepada pemilik IP adalah tidak tepat; *U*

Menurut Terbanding

bahwa berdasarkan alasan keberatan Pemohon Banding, data dan dokumen Pemohon Banding serta data Terbanding yang tersedia, maka Terbanding menanggapi koreksi yang diajukan banding sebagai berikut:

Koreksi Penghasilan Luar Usaha Rp203.842.549.758,00

1. Dasar Hukum

Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir kali dengan Undang- Undang Nomor 16 Tahun 2009

Pasal 12 ayat (3)

Apabila Direktur Jenderal Pajak mendapatkan bukti jumlah pajak yang terutang menurut Surat Pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (2) tidak benar, Direktur Jenderal Pajak menetapkan jumlah pajak yang terutang;

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah diubah terakhir kali dengan Undang - Undang Nomor 36 Tahun 2008

Pasal 18 ayat (3)

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 dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya;

Pasal 18 ayat (4)

Hubungan istimewa sebagaimana dimaksud pada ayat (3) sampai dengan ayat (3d), 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 limapersen) pada Wajib Pajaklain; hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua WajibPajak atau lebih; atau hubungan di antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir;
- b. WajibPajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaanyang sama baik langsung maupun tidak langsung;atau
- c. terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan /urus danlatau ke samping satu derajat;

Pedoman Penerapan

- o Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-22/PJ/2013 tanggal 1 Juli 2013 tentang Pedoman Pemeriksaan terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa;
- o Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tanggal 11 November 2011 tentang Perubahan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang Penerapan Prinsip *au*

- Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa;
- o Organisation For Economic Co-operation and Development (OECD) Transfer Pricing Guidelines

Penelitian terhadap Langkah- Langkah Penerapan Harga Transfer Wajar:

1. Menentukan Karakteristik Usaha Wajib Pajak
 - a. Pemegang Saham dan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa dengan Wajib Pajak
 - b. Analisis Industri Wajib Pajak
 - c. Ringkasan Transaksi Afiliasi
 - d. Analisis Rantai Suplai
 - e. Analisis Fungsi, Aset, dan Risiko
 - f. Karakteristik Usaha Wajib Pajak;
2. Memilih Metode Transfer Pricing
 - a. Identifikasi Ketersediaan Pembanding
 - b. Pemilihan Pihak yang Diuji dan Metode
3. Menerapkan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha
 - a. Analisis Kesebandingan
 - b. Penentuan Harga/Laba Wajar Transaksi Afiliasi dan Pengaruh terhadap Pos-Pos yang Diperiksa

2. Penelitian

bahwa berdasarkan data dan fakta dalam proses keberatan, penelitian terhadap keberatan Pemohon Banding atas koreksi peredaran usaha dapat diuraikan sebagai berikut :

1. bahwa Pemeriksa melakukan koreksi Positif atas Penghasilan Luar Usaha Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 203.842.549.758,00 dengan penjelasan sebagai berikut:
 - bahwa berdasarkan Pengujian Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha pada Transaksi Afiliasi terkait kegiatan Pemasaran/Promosi merek milik pihak afiliasi selaku pemegang merek atas produk di Indonesia, terdapat koreksi positif penghasilan dari luar usaha atas kegiatan pemasaran/promosi merek pihak afiliasi yang diperhitungkan Pemeriksa sebagai remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding di Indonesia;
 - bahwa berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Risiko, Pemohon Banding diklasifikasikan sebagai service provider (agen) yang melakukan fungsi kegiatan promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and Enhancement of Marketing Intangibles);
 - bahwa atas remunerasi kegiatan pemasaran/promosi merek milik pihak afiliasi selaku pemegang merek atas produk di Indonesia yang menjadi hak Pemohon Banding merupakan penghasilan bagi Pemohon Banding;
2. bahwa berdasarkan Kertas Kerja Pemeriksaan diketahui
 - a. bahwa pihak pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Pemohon Banding : *u*

No.	Nama lawan transaksi	Jenis hubungan istimewa	Dasar Hukum
1	PT Mondelez Indonesia	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
2	Mondelez Eastern Europe, Middle East and Africa Fze	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
3	Mondelez Australia (Foods) Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
4	Mondelez Hongkong Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
5	Mondelez Japan Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
6	Mondelez Malaysia Sales Sdn Bhd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
7	Mondelez New Zealand	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
8	Mondelez Philippines Inc	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
9	Mondelez Singapore Pte Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
10	Mondelez International Amea Pte Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
11	Mondelez International (Thailand) Co Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
12	Mondelez Taiwan Limtied	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
13	Mondelez International Holdings Llc	Hubungan Istimewa karena kepemilikan saham/penyertaan	Pasal 18 (4) UU PPh
14	Cong Ty Co Phan Mondelez Kinh Do	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
15	North Kinh Do One Member Company Lomited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
16	Mondelez South Africa (Pty) Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
17	Mondelez Malaysia Sdn Bhd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
18	Generale Biscuit S.A.S	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
No.	Nama lawan transaksi	Jenis hubungan istimewa	Dasar Hukum
19	Cadbury UK Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh
20	International Great Brands Llc	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 18 (4) UU PPh

b. Karakteristik kegiatan usaha Pemohon Banding

Cfm Wajib Pajak	Cfm Pemeriksa Pajak
k. Fully Fledged Manufacturing	k. Fully Fledged Manufacturing
l. Contract Manufacturing	l. Contract Manufacturing
m. Toll Manufacturing/Jasa Maklon	m. Toll Manufacturing/Jasa Maklon
n. Fully Fledged Distributor	n. Fully Fledged Distributor
o. Strip Buy Sell Distributor	o. Strip Buy Sell Distributor
p. Commisionaire	p. Commisionaire
q. Commission Agent	q. Commission Agent
r. Service Provider	r. Service Provider
s. Lain-lain Licensed Manufacturing	s. Lain-lain Licensed Manufacturing
t. Tidak Dapat Didefinisikan	t. Tidak Dapat Didefinisikan

Penjelasan:

bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan Analisis Fungsi pada KKP B.12.5 maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik usaha dari Wajib Pajak adalah

5. Contract Manufacturing : untuk penjualan ke pihak afiliasi
6. Licensed Manufacturing : untuk penjualan ke pihak ketiga/ independen

c. bahwa penetapan sebagai service provider dan remunerasi biaya promosi

1. bahwa dalam lampiran khusus 3A SPT Tahunan PPh Badan dan Lampiran II Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-22/PJ/2013, Wajib Pajak tidak menyatakan adanya transaksi dengan pihak afiliasi berupa Remunerasi atas Kegiatan Pemasaran/Promosi Produk Milik Pemegang Merek; *ae*

2. bahwa Pemohon Banding telah membuat dokumentasi penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (TP Documentation), namun tidak menyatakan adanya transaksi dengan pihak afiliasi berupa remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek;
3. bahwa dalam melakukan perhitungan besarnya remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek, pemeriksa menggunakan jumlah biaya yang secara nyata dikeluarkan oleh Wajib Pajak atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek (*at-cost*);

Perjanjian Pemakaian Merek

bahwa berdasarkan dokumen yang diperoleh, keterangan yang diberikan, dan pengujian yang dilakukan, Pemohon Banding memiliki perjanjian pemakaian merek (trademark license agreement sebagai berikut :

No.	License Agreement	Licensor/Legal Owner of IP	Negara	Royalty Rates	Trademark
1	Lic No 1590 Licence Agreement Dated Dec 14, 2010	Intercontinental Great Brands LLC d/h Kraft Foods Global Brands LLC	USA	3%	OREO
2	Lic No 2012 Trademark Licence Agreement Dated Nov 26, 2014	Generale Biscuit	France	2%	Biskuat

bahwa atas merek-merek di atas, telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagai berikut:

No	Merek	Pemilik Merek	Status Merek	Nomor Pendaftaran	Tanggal Pendaftaran	Tanggal Jatuh Tempo
1	Oreo	Intercontinental Great Brands LLC d/h Kraft Foods Global Brands LLC	(TM) Terdaftar	IDM000327517	25/10/2011	30/04/2010
2	Biskuat	Generale Biscuit	(TM) Terdaftar	IDM000252353	15/06/2015	18/04/2018

bahwa sesuai dengan Trademark Licence Agreement, Pemohon Banding harus membayar royalty sebesar 3% untuk merek dagang OREO dan 2% untuk BISKUAT atas penjualan lokal, sedangkan penjualan kepada pihak afiliasi Wajib pajak tidak dikenakan royalty. Pada tahun 2016, Pemohon Banding membayar royalty atas pemakaian merek OREO sebesar Rp.20.562.625.000,00 dan untuk pemakaian merek BISKUAT sebesar Rp.2.106.802.745,00;

bahwa berdasarkan dokumen Trademark Licence Agreement dan penelusuran merek pada website Direktorat Jenderal hak Kekayaan Intelektual serta adanya pembayaran royalty atas penggunaan merek tersebut disimpulkan bahwa pemilik merek yang sah/legal (legally owner of intangible property) dan pemilik merek secara komersial (commercially owner of intangible property) adalah pihak afiliasi Pemohon Banding;

Fungsi Pemasaran, Pengiklanan dan promosi yang Dilakukan

bahwa berdasarkan dokumen Transfer Pricing Documentation Pemohon Banding tahun 2016, Pemohon Banding sesuai Trademark License Agreement melaksanakan strategi periklanan dan pemasaran local, Pemohon Banding dapat memanfaatkan materi branding global yang

tersedia bagi seluruh afiliasi Mondelez, selain itu, Pemohon Banding dapat melaksanakan riset pasar, menyusun tema promosi dan materi pelatihan, mengkoordinasikan penerapan strategi pemasaran, mendesain kemasan dan menentukan kebutuhan modifikasi local, materi yang disusun harus sejalan dengan persyaratan dan standar brand image pemilik IP, terakhir, Pemohon Banding menentukan kebutuhan media, merencanakan periklanan, mendesain materi titik penjualan dan merencanakan acara dan kampanye pemasaran dalam wilayah mereka, secara umum Pemohon Banding meninjau dan/atau mengkoordinasikan riset pasar dengan tim pemasaran global dan/atau pasar lainnya sebelum melaksanakan riset pemasaran mereka sendiri untuk memanfaatkan pengetahuan konsumen sebaik mungkin;

bahwa Pemilik IP (Pihak afilias) melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan panduan strategis tentang pemasaran, termasuk konten kreatif dan rekanan, strategi dan pengeluaran media, dan sarana untuk mengoptimalkan periklanan dan pengeluaran konsumen;
- b. Memberikan pelatihan kepada personel pemasaran untuk meningkatkan keahlian teknis;
- c. Menyusun metric dan/atau melaksanakan analitik untuk mengevaluasi keefisienan kampanye pemasaran dan pengeluaran media;
- d. Global Supply Chain Principal (GSCP) yang diterapkan mulai tahun 2016 juga menentukan Advertising and Consumer (A&C) serta target pengeluaran secara keseluruhan sepanjang tahun. GSCP menentukan jumlah pengeluaran A&C untuk digunakan di masing-masing pasar dan memilih serta menyetujui media untuk melaksanakan penyedia media untuk pemasaran dan promosi merek;

bahwa dalam melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi, Wajib Pajak telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (Advertising and Promotion) yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, yang meningkatkan merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, yang meningkatkan awareness trademark/merek dan meningkatkan value dari intellectual property yang dimiliki pihak afiliasi;

bahwa OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, Aligning Transfer Pricing Outcomes with Value Creation Actions 8-10 2015 Final Reports, Revisions to Chapter VI of the Transfer Pricing Guidelines Section 8.4.1 Development and Enhancement of Marketing Intangibles (mengenai kegiatan marketing (promosi) yang dilakukan oleh perusahaan yang bukan pemilik merek) menyatakan sebagai berikut:

- *Par 6.76 A common situation where these principles must be applied arises when an enterprise associated with the legal owner of trademarks performs marketing or sales functions that benefit the legal owner of the trademark, for example through a marketing arrangement or through a distribution/marketing arrangement. In such cases, it is necessary to determine how the marketer or distributor should be compensated for its activities. One important issue is whether the marketer/distributor should be compensated only for providing promotion and distribution services, or whether the marketer/distributor should also be compensated for enhancing the value of the trademarks and other marketing intangibles by virtue of its functions performed, assets used, and risks assumed*
- *Par 6.77 The analysis of this issue requires an assessment of (i) the obligations and rights implied by the legal registrations and agreements between the parties; (ii) the functions performed, the assets used, and* *uu*

the risks assumed by the parties; (iii) the intangible value anticipated to be created through the marketer/distributor's activities; and (iv) the compensation provided for the functions performed by the marketer/distributor (taking account of the assets used and risks assumed). One relatively clear case is where a distributor acts merely as an agent, being reimbursed for its promotional expenditures and being directed and controlled in its activities by the owner of the trademarks and other marketing intangibles. In that case, the distributor ordinarily would be entitled to compensation appropriate to its agency activities alone. It does not assume the risks associated with the further development of the trademark and other marketing intangibles and would therefore not be entitled to additional remuneration in that regard.

Kesimpulan:

- bahwa Pemohon Banding telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (advertising and promotion) yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di Wilayah Indonesia, yang meningkatkan awareness trademark/merek dan meningkatkan value dari Intellectual Property yang dimiliki oleh pihak afiliasi;
- bahwa berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Resiko, Wajib Pajak diklasifikasikan sebagai service provider (agen) yang melakukan fungsi promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and enhancement of marketing intangible);
- bahwa Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyatakan bahwa "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 dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya."
- bahwa berdasarkan hal-hal tersebut di atas, Pemeriksa berkesimpulan bahwa seluruh pengeluaran yang terkait dengan kegiatan pemasaran/promosi yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, dimana merupakan aktiva tidak berwujud/intangible property milik pihak afiliasi, dan meningkatkan awareness trademark/merek serta meningkatkan value dari intellectual property yang dimiliki pihak afiliasi, maka Pemohon Banding (dalam hal ini Licensee) berhak untuk memperoleh penggantian/remunerasi atas biaya-biaya tersebut dari pemilik merek;
- bahwa berdasarkan isian Analisis Fungsi, Aset dan Risiko yang dibuat Wajib Pajak tanggal 19 Februari 2018 dan disampaikan dalam proses keberatan diketahui bahwa Wajib Pajak tidak melakukan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi;

No	Fungsi Aset/Risiko (4)	Nama Pihak (1)			Keterangan (3)
		PT MONDELEZ INDONESIA MANUFACTURING	PT Mondelez Indonesia PT Mondelez Indonesia Trirest	International Deal Events LLC Mondelez International SRE Pty Ltd	
1. Penetapan Harga Jual					
	1. Pihak yang menentukan besarnya harga	X	XX	-	-
	2. Pihak yang menentukan harga jual	X	XX	-	-
2. Pengada dan Pembelian					
	1. Pihak yang menentukan nilai pembelian	-	XX	-	-
	2. Pihak yang melakukan pembelian	-	XX	-	-
	3. Pihak yang menanggung risiko pembelian tak terjamin	XX	-	-	-

au

B. Pemasaran, Pengurusan dan Promosi				
1. Biaya pasar				
2. Biaya lain pasar	-			
3. Promosi pasar (buletin, radio, tv, dsb)	-			
4. Menentukan strategi pasar	-			
5. Yang melibatkan kegiatan pameran				
6. Melaksanakan program	-			
7. Pengawasan dan evaluasi	-			
8. Mempromosikan trademark atau produk				
9. Indonesia				

- bahwa berdasarkan Laporan Hasil Pemeriksaan diketahui :
Komponen biaya usaha lainnya (di dalamnya terdapat biaya pemasaran/promosi)

Simpulan

No	Uraian	Ref.	Menurut		
			SPT WP (Rp)	Pemeriksaan (Rp)	Koreksi (Rp)
1	Pembelian Bahan	B.3	0	0	0
2	Gaji, Upah, Bonus, Gratifikasi, Honorarium, THR, dsb.		6.274.024.318	6.274.024.318	0
3	Biaya Transportasi		47.777.171.410	47.777.171.410	0
4	Biaya Penyusutan dan Amortisasi		176.974.441	176.974.441	0
5	Biaya Sewa		66.799.998	66.799.998	0
6	Biaya Bunga Pinjaman		0	0	0
7	Biaya Sehubungan Dengan Jasa		73.038.376.473	73.038.376.473	0
8	Biaya Piutang Tak Tertagih		711.068.022	711.068.022	0
9	Biaya Royalti		22.524.297.613	22.524.297.613	0
10	Biaya Pemasaran/ Promosi		253.624.287.647	253.624.287.647	0
11	Biaya Lainnya		5.391.038.438	5.391.038.438	0
Jumlah			409.584.038.360	409.584.038.380	0

Penghasilan dari luar usaha (biaya promosi yang menjadi dasar koreksi)

Simpulan

No	Uraian	Ref	Menurut		
			SPT WP (Rp)	Pemeriksaan (Rp)	Koreksi (Rp)
1	Interest Income – Other		117.951.416	117.951.416	0
2	Realized exchange gain – Adjustment		(4.337.816.969)	(4.337.816.969)	0
3	Realized exchange losses – Adjustment		(11.327.001)	(11.327.001)	0
4	Realized exchange gain		8.706.202.540	8.706.202.540	0
5	Realized exchange losses		(6.652.374.593)	(6.652.374.593)	0
6	Realized exchange loss – Adjustment		10.573.411.266	10.573.411.266	0
7	Unrealized exchange gain - Adjustment		451.490	451.490	0
8	Unrealized exchange gain		10.377.429.929	10.377.429.929	0
9	Unrealized exchange loss		4.888.057.462	4.888.057.462	0
10	Reimbursement for Advertising and Promotion Expenditures		0	203.842.549.758	203.842.549.758
			23.641.985.542	227.484.535.300	203.842.549.758

Biaya pemasaran dan promosi yang seharusnya direimburse adalah sebesar Rp. 203.842.549.759,00 dari total biaya pemasaran dan promosi sebesar Rp. 253.624.287.647,00

3. bahwa berdasarkan data, fakta dan ketentuan di atas, Tim Peneliti berpendapat bahwa : *aa*

- e. bahwa berdasarkan analisis fungsi, diketahui bahwa Pemohon Banding tidak melakukan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi (fungsi tersebut merupakan fungsi afiliasinya) namun dalam faktanya mengeluarkan biaya terkait fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi;
 - f. bahwa berdasarkan dokumen Transfer Pricing tahun 2016, Pemohon Banding sesuai Trademark License Agreement melaksanakan strategi periklanan dan pemasaran lokal dengan memanfaatkan materi branding global yang tersedia bagi seluruh afiliasi Mondelez, melaksanakan riset pasar, menyusun tema promosi dan materi pelatihan, mengkoordinasikan penerapan strategi pemasaran, mendesain kemasan dan menentukan kebutuhan modifikasi lokal sehingga dapat dikatakan Wajib Pajak menjalankan kegiatan sebagai service provider (agen) untuk kegiatan pemasaran, pengiklanan dan promosi afiliasi;
 - g. bahwa kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan oleh Pemohon Banding tersebut bersifat memperkuat merek (development and enhancement of marketing intangibles atas merek OREO (yang dimiliki oleh Generale Biscuit, Perancis) sehingga sudah seharusnya Wajib Pajak memperoleh remunerasi (reimbursement) atas biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan tersebut;
 - h. bahwa Pemeriksaan yang dilakukan Pemeriksa terhadap atas remunerasi kegiatan pemasaran/promosi merek milik pihak afiliasi selaku pemegang merek ats produk di Indonesia yang dilakukan oleh Pemeriksa telah dilakukans sesuai Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-22/PJ/2013 tentang Pedoman Pemeriksaan Terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa;
4. bahwa berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa koreksi Pemeriksa terhadap Penghasilan Luar Usaha Pemohon Banding telah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

bahwa alasan Pemohon Banding tidak jauh berbeda dan hanya mengulang isi surat keberatannya, dengan demikian sesuai Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-05/PJ.45/1994 tanggal 21 Februari 1994, hal-hal yang diajukan banding tidak perlu diuraikan lagi. Karena itu diusulkan kepada Majelis untuk menolak permohonan banding Pemohon banding jika dalam berkas banding tidak terdapat bukti-bukti pendukung baru yang dapat meyakinkan kebenaran permohonan banding Pemohon Banding;

V. Kesimpulan dan Usul

1. Kesimpulan

- a. bahwa Surat Banding Pemohon Banding nomor 146/MIM/TAX/I/2020 tanggal 7 Januari 2020 sepanjang memenuhi ketentuan formal sebagaimana diatur dalam Pasal 27 dan Pasal 32 Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tatacara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 dan Pasal 35 ayat (1) dan (2) serta Pasal 36 ayat (1), (2), (3) dan (4) serta Pasal 37 ayat (1) Undang-Undang Nomor 14 tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak sehingga dapat dipertimbangkan lebih lanjut; *au*

- b. bahwa Keputusan Terbanding Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 diterbitkan berdasarkan Pasal 26 Undang-Undang Nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009 telah sesuai dengan data dan ketentuan yang berlaku;
- c. bahwa koreksi yang dipertahankan Terbanding telah sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku;

2. Usul

bahwa berdasarkan uraian tersebut diatas, maka diusulkan kepada Pengadilan Pajak untuk menolak permohonan banding Pemohon Banding dan tetap mempertahankan Keputusan Terbanding Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 tentang Keberatan Wajib Pajak atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Nomor 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 Tahun Pajak 2016, atas nama Pemohon Banding (NPWP: 01.071.001.0-057.000);

bahwa Terbanding tidak melampirkan alat bukti apapun di dalam Surat Uraian Bandingnya;

Menimbang, bahwa pejabat yang mewakili Terbanding dalam persidangan:

Nama : 1. Dani Hardiman/NIP. 197610221999031002,
2. Diah Ayu Candra/NIP. 198006272002122001,
3. Srianita/NIP.197910222000122001
: Direktorat Keberatan dan Banding,
Alamat : Jl. Jend. Gatot Subroto No. 40-42, Jakarta 12190,
Surat Tugas : ST-5438/PJ.07/2021, tanggal 16 Maret 2021;

Menimbang, bahwa Pemohon Banding yang hadir dalam persidangan:

Nama : Balim,
Alamat : Kebagusan II Jl. Melati No. 9, RT. 009/006,
Kel. Kebagusan, Kec. Pasar Minggu, Jakarta Selatan;
Izin Kuasa Hukum : KEP-670/PP/IKH/2019 tanggal 15 Juli 2019,
Surat Kuasa Khusus : 153/MIM/TAX/VIII/2020 tanggal 3 Agustus 2020;

Nama : Yuka Irfi Septiani,
Alamat : Jl. Dukuh V, No. 5, RT. 008/003
Kel. Dukuh, Kec. Kramatjati, Jakarta Timur;
Izin Kuasa Hukum : KEP-150/PP/IKH/2018 tanggal 16 Mei 2018,
Surat Kuasa Khusus : 155/MIM/TAX/VIII/2020 tanggal 3 Agustus 2020;

Menimbang, bahwa untuk menguatkan Koreksi Fiskalnya, Terbanding dalam persidangan menyerahkan bukti-bukti berupa:

- T-1 LHP, KKP dan LPK;
- T-2 Matriks Sengketa;
- T-3 Penjelasan Tertulis;
- T-4 Kesimpulan Akhir

Menimbang, bahwa untuk menguatkan dalil bandingnya, Pemohon Banding dalam persidangan menyerahkan bukti-bukti:

P-7 Surat Kuasa Khusus 153/MIM/TAX/VIII/2020 atas nama Balim, *aa*

- P-8 Surat Izin Kuasa Hukum Nomor KEP-670/PP/IKH/2019 tanggal 15 Juli 2019 atas nama Balim,
- P-9 Surat Kuasa Khusus Nomor : 155/MIM/TAX/VIII/2020 atas nama Sdr. Yuka Irfa Septiani,
- P-10 Surat Izin Kuasa Hukum Nomor KEP-150/PP/IKH/2018 tanggal 16 Mei 2018 atas nama Sdr. Yuka Irfa Septiani,
- P-11 SPT Tahunan PPh Badan Tahun Pajak 2016 beserta Bukti Penerimaan Surat-nya;
- P-12 Matriks Sengketa;
- P-13 Tranfer Pricing Documentation;
- P-14 Laporan Keuangan yang Diaudit oleh Auditor Independent;
- P-15 Penjelasan Tertulis dan bukti pendukungnya;
- P-16 Kesimpulan Akhir;

TENTANG PERTIMBANGAN HUKUM

Kewenangan Pengadilan Pajak :

bahwa Majelis memeriksa kewenangan Pengadilan Pajak sebagaimana dimaksud dalam Pasal 31 ayat (1) dan (2) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, menyatakan tidak setuju terhadap Keputusan Terbanding Nomor : KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 tentang keberatan atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018;

bahwa berdasarkan pemeriksaan, Majelis berkesimpulan Pengadilan Pajak berwenang untuk memeriksa dan memutus sengketa pajak tersebut;

KETENTUAN FORMAL

Menimbang, bahwa sesuai peraturan perundangan-undangan peradilan pajak, pemeriksaan materi sengketa banding dilakukan setelah pemeriksaan atas pemenuhan ketentuan-ketentuan formal

1. Pemenuhan Ketentuan Formal Pengajuan Banding

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, ditandatangani oleh Sdr. Fery Ngalusi jabatan : Direktur,

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, dibuat dalam bahasa Indonesia ditujukan kepada Pengadilan Pajak, sehingga **memenuhi** ketentuan Pasal 35 ayat (1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020 diterima oleh Sekretariat Pengadilan Pajak pada hari Selasa, tanggal 7 Januari 2020 (diantar), sedangkan Keputusan Terbanding atas keberatan Pemohon Banding diterbitkan pada tanggal 18 Oktober 2019, sehingga pengajuan banding **memenuhi** ketentuan mengenai jangka waktu 3 (tiga) bulan pengajuan banding sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 ayat (2) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak; *aa*

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, memenuhi persyaratan satu Surat Banding untuk satu Keputusan Terbanding sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, memuat alasan-alasan banding yang jelas, dan mencantumkan tanggal diterimanya Surat Keputusan Terbanding yaitu tanggal 22 Oktober 2019, sehingga memenuhi ketentuan Pasal 36 ayat (2) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

bahwa Surat Banding Nomor : 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020, dilampiri dengan salinan keputusan yang dibanding, sehingga memenuhi ketentuan Pasal 36 ayat (3) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

bahwa banding diajukan terhadap besarnya pajak yang terutang sebesar Rp.41.318.280.250,00 dan 50% dari pajak terutang tersebut adalah sebesar Rp.20.659.140.125,00 namun jumlah tersebut belum menjadi utang pajak sampai dengan putusan banding diterbitkan, sehingga pengajuan banding memenuhi ketentuan **Pasal 36 ayat (4)** Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak juncto Pasal 27 ayat (5c) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa **Sdr. Fery Ngalusi**, menjabat sebagai **Direktur**, selaku penanda tangan surat banding nomor: 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020 berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham Diluar Rapat PT Mondelez Indonesia Manufacturing Nomor 44 tanggal 20 Desember 2018, dengan demikian **berhak** menandatangani Surat Banding sehingga pengajuan banding memenuhi ketentuan Pasal 37 ayat (1) Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak;

bahwa Surat Banding nomor: 146/MIM/TAX/II/2020 tanggal 7 Januari 2020 memenuhi ketentuan formal sebagai Surat Banding;

2. Pemenuhan Ketentuan Formal Pengajuan Keberatan

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018, ditandatangani oleh **Sdr. Fery Ngalusi**, jabatan: **Direktur**;

bahwa pengajuan banding telah didahului dengan Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018 yang berisi keberatan Pemohon Banding atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor: 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018;

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018, ditujukan kepada Terbanding dan dibuat dalam bahasa Indonesia sehingga memenuhi ketentuan **Pasal 25 ayat (2)** Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018, memenuhi persyaratan satu Surat Keberatan untuk satu Surat Ketetapan Pajak; *aa*

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018, memuat alasan-alasan keberatan yang jelas dan perhitungan besarnya pajak yang terutang menurut Pemohon Banding sehingga **memenuhi** ketentuan **Pasal 25 ayat (2)** Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018, diterima oleh Terbanding tanggal 15 November 2018, sedangkan Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan a quo diterbitkan pada tanggal 20 Agustus 2018, sehingga pengajuan keberatan **memenuhi** ketentuan mengenai jangka waktu 3 (tiga) bulan pengajuan keberatan sebagaimana dimaksud **Pasal 25 ayat (3)** Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa jumlah pajak terutang yang telah disetujui Pemohon Banding berdasarkan pembahasan akhir hasil pemeriksaan adalah sebesar (Rp.5.613.642.847,00), sehingga tidak diperlukan bukti pelunasan pajak kurang bayar sehingga **memenuhi** ketentuan **Pasal 25 ayat (3a)** Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa **Sdr. Fery Ngalusi**, jabatan : **Direktur**, selaku penandatanganan Surat Keberatan Nomor 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018, berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham Diluar Rapat PT Mondelez Indonesia Manufacturing Nomor 56 tanggal 27 Desember 2016, dengan demikian **berhak** menandatangani Surat Keberatan sehingga **memenuhi** ketentuan **Pasal 32 ayat (1)** Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018 **memenuhi** ketentuan formal pengajuan keberatan;

3. Pemenuhan Ketentuan Formal Penerbitan Keputusan Terbanding

bahwa keputusan Terbanding Nomor: KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 merupakan keputusan atau jawaban terhadap Surat Keberatan Pemohon Banding nomor: 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018;

bahwa keputusan Terbanding atas keberatan Pemohon Banding tersebut memenuhi asas satu keputusan atau satu balasan;

bahwa keputusan Terbanding atas keberatan Pemohon Banding diterbitkan tanggal **18 Oktober 2019** sedangkan Surat Keberatan Pemohon Banding diterima oleh Terbanding tanggal **15 November 2018**, sehingga Terbanding **memenuhi** ketentuan mengenai kewajiban membalas dalam jangka waktu 12 (dua belas) bulan, sebagaimana dimaksud Pasal 26 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa Keputusan Terbanding Nomor : KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 **memenuhi** ketentuan formal Penerbitan Keputusan; *cu*

4. Pemenuhan Ketentuan Formal Penerbitan Surat Ketetapan Pajak

bahwa Surat Keberatan Nomor : 164/MIM/TAX/XI/2018 tanggal 15 November 2018 ditujukan terhadap Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018;

bahwa Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan a quo diterbitkan pada tanggal 20 Agustus 2018, merupakan ketetapan atas Surat Pemberitahuan Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016, sehingga diterbitkan **masih dalam** jangka waktu 5 (lima) tahun sebagaimana dimaksud Pasal 13 ayat (1) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;

bahwa Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 **memenuhi** ketentuan formal penerbitan Surat Ketetapan Pajak;

POKOK SENGKETA

Menimbang, bahwa pemeriksaan terhadap materi sengketa banding dilakukan dengan mendahulukan pemeriksaan terhadap materi sengketa mengenai objek pajak dan dilanjutkan dengan pemeriksaan terhadap materi sengketa mengenai kompensasi kerugian, tarif pajak, kredit pajak dan materi sengketa tentang hal lainnya, diakhiri dengan pemeriksaan terhadap materi sengketa tentang sanksi administrasi;

Menimbang, bahwa pemeriksaan terhadap materi sengketa mengenai objek pajak dimulai dengan menganalisa perkembangan sengketa mengenai objek pajak, dilanjutkan menyimpulkan pokok-pokok sengketa mengenai objek pajak, membahas setiap pokok sengketa mengenai objek pajak tersebut, dan diakhiri dengan penilaian Majelis terhadap nilai objek pajak menurut keputusan Terbanding atas keberatan Pemohon Banding sebelum banding ini;

bahwa Majelis telah menghimpun data untuk menganalisa perkembangan nilai sengketa mengenai besarnya objek pajak, sebagai berikut :

bahwa menurut pendapat Majelis, Terbanding menggunakan nilai Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 165.273.121.283,00 sebagai dasar untuk menerbitkan ketetapan, sedangkan Pemohon Banding melaporkan dalam SPT nilai Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 adalah sebesar (Rp.38.569.428.475,00) sehingga selisih Penghasilan Neto sebelum keberatan adalah Rp. 203.842.549.758,00;

bahwa menurut pendapat Majelis, atas ketetapan Terbanding yang menyatakan Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 165.273.121.283,00, Pemohon Banding mengajukan keberatan dengan menyebutkan secara eksplisit besarnya Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 menurut perhitungan Pemohon Banding adalah sebesar (Rp.38.569.428.475,00) sehingga nilai sengketa sampai dengan keberatan adalah Rp. 203.842.549.758,00;

bahwa menurut pendapat Majelis, atas keberatan Pemohon Banding yang menyatakan Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 adalah sebesar (Rp.38.569.428.475,00), Terbanding menggunakan nilai Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 165.273.121.283,00 sebagai dasar untuk menerbitkan keputusan atas keberatan Pemohon Banding, sehingga nilai sengketa sebelum banding adalah Rp. 203.842.549.758,00; *U₂*

bahwa menurut pendapat Majelis, atas keputusan Terbanding yang menyatakan Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 165.273.121.283,00, Pemohon Banding mengajukan banding dengan menyebutkan secara eksplisit besarnya Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 menurut perhitungan Pemohon Banding adalah sebesar (Rp.38.569.428.475,00) sehingga nilai sengketa sampai dengan Surat Banding adalah Rp. 203.842.549.758,00;

Menimbang, bahwa pokok sengketa dalam sengketa banding ini adalah koreksi Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 203.842.549.758,00 yang tidak disetujui oleh Pemohon Banding dengan perincian sebagai berikut:

Penghasilan Neto Cfm. Terbanding	Rp. 165.273.121.283,00
Penghasilan Neto Cfm. Pemohon Banding	(Rp. 38.569.428.475,00)
Koreksi Penghasilan Neto	Rp. 203.842.549.758,00

Menimbang, bahwa koreksi Penghasilan Neto Tahun Pajak 2016 sebesar Rp. 203.842.549.758,00 tersebut berasal dari koreksi Penghasilan dari Luar Usaha dengan perincian sebagai berikut :

Penghasilan dari Luar Usaha Cfm. Terbanding	Rp. 120.777.702.872,00
Penghasilan Neto Cfm. Pemohon Banding	(Rp. 83.064.846.886,00)
Koreksi Penghasilan dari Luar Usaha	Rp. 203.842.549.758,00

Menimbang, bahwa hasil pembahasan dalam persidangan adalah sebagai berikut:

Menurut Terbanding

bahwa Terbanding dalam persidangan menyampaikan dalil, argumentasi, keterangan, dan pernyataan dalam beberapa Penjelasan Tertulis, dan terangkum dalam Kesimpulan Akhir tanpa nomor tanggal 6 April 2021 yang pada pokoknya menyatakan sebagai berikut:

I. Pokok Sengketa

Koreksi Penghasilan Luar Usaha sebesar Rp203.842.549.758,00

III. Menurut Terbanding

A. Dasar Hukum

1. Pasal 12 ayat (3) Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009;
2. Pasal 4 ayat (1), Pasal 6 ayat (1) dan Pasal 18 ayat (3) dan (4) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008;
3. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-22/PJ/2013 tanggal 1 Juli 2013 tentang Pedoman Pemeriksaan terhadap Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa; *ak*

4. Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tanggal 11 November 2011 tentang Perubahan Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa;
5. Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor 50/PJ/2013 tentang Petunjuk Teknis Pemeriksaan Wajib Pajak yang Mempunyai Hubungan Istimewa;

Lampiran BAB II Tahap Pemeriksaan Transfer Pricing Sub.B. Tahap Pelaksanaan Point b Melakukan Analisis Fungsi, bahwa "Kontribusi yang diberikan oleh Wajib Pajak terkait kesuksesan produk seharusnya mendapat remunerasi di atas fungsi rutin yang dilakukan. Oleh karena itu, rentang wajar performa keuangan Wajib Pajak seharusnya berada di atas rata-rata perusahaan sejenis yang tidak mempunyai kontribusi terhadap harta tak berwujud;

Lampiran BAB II Tahap Pemeriksaan Transfer Pricing Sub.B. Tahap Pelaksanaan Pemeriksaan Transfer Pricing Point Angka 3. Menerapkan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha point C. Transaksi Harta Tak Berwujud dalam Langkah Pengujian terkait transaksi Harta Tak Berwujud point 1 dan 2 bahwa 1). Mengidentifikasi keberadaan setiap harta tak berwujud yang memiliki kontribusi terhadap kesuksesan produk tersebut di pasar. Identifikasi ini dapat dilakukan melalui analisis fungsi. Dalam analisis fungsi, Pemeriksa Pajak diharapkan memiliki pemahaman yang baik tentang usaha Wajib Pajak; 2). Mengidentifikasi nilai harta tak berwujud dan menentukan pihak-pihak yang berkontribusi terhadap pembentukan harta tak berwujud dimaksud. Hal ini perlu dilakukan agar dapat diketahui apakah Wajib Pajak di Indonesia ikut berkontribusi terhadap pembentukannya sehingga berhak menerima hasil atas eksploitasi harta tak berwujud tersebut;

6. OECD TP Guidelines

Par. 6.36 Difficult transfer pricing problems can arise when marketing activities are undertaken by enterprises that do not own the trademarks or tradenames that they are promoting (such as a distributor of branded goods). In such a case, it is necessary to determine how the marketer should be compensated for those activities. The issue is whether the marketer should be compensated as a service provider, i.e. for providing promotional services, or whether there are any cases in which the marketer should share in any additional return attributable to the marketing intangibles. A related question is how the return attributable to the marketing intangibles can be identified;

Par. 6.37As regards the first issue - whether the marketer is entitled to a return on the marketing intangibles above a normal return on marketing activities - the analysis requires an assessment of the obligations and rights implied by the agreement between the parties. It will often be the case that the return on marketing activities will be sufficient and appropriate. One relatively clear case is where a distributor acts merely as an agent, being reimbursed for its promotional expenditures by the owner of the marketing intangible. In that case, the distributor would be entitled to compensation appropriate to its agency activities alone and would not be entitled to share in any return attributable to the marketing intangible; α

Par. 6.38. Where the distributor actually bears the cost of its marketing activities (i.e. there is no arrangement for the owner to reimburse the expenditures), the issue is the extent to which the distributor is able to share in the potential benefits from those activities. In general, in arm's length transactions the ability of a party that is not the legal owner of a marketing intangible to obtain the future benefits of marketing activities that increase the value of that intangible will depend principally on the substance of the rights of the party. For example, a distributor may have the ability to obtain benefits from its investments in developing the value of trademark from its turnover and market share where it has a long-term contract of sole distribution rights for the trademarked product. In such cases, the distributor's share of benefits should be determined based on what an independent distributor would obtain in comparable circumstances. In some cases, a distributor may bear extraordinary marketing expenditures beyond what an independent distributor with similar rights might incur for the benefit of its own distribution activities. An independent distributor in such a case might obtain an additional return from the owner of the trademark, perhaps through a decrease in the purchase price of the product or a reduction in royalty rate;

B. Pendapat Terbanding

1. bahwa berdasarkan Laporan Hasil Pemeriksaan KPP Penanaman Modal Asing Empat Nomor Lap-00615/WPJ.07/KP.0505/RIK.SIS/2018 tanggal 15 Agustus 2018, Terbanding melakukan koreksi atas Penghasilan Luar Usaha Tahun 2016 sebesar Rp203.842.549.758,00 dengan penjelasan sebagai berikut:

a. bahwa berdasarkan Pengujian Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha pada Transaksi Afiliasi terkait kegiatan Pemasaran/Promosi Merek Milik Pihak Afiliasi Selaku Pemegang Merek atas Produk di Indonesia, terdapat koreksi Penghasilan dari Luar Usaha atas kegiatan pemasaran/promosi merek pihak afiliasi yang diperhitungkan Terbanding sebagai remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding di Indonesia;

b. bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan diketahui bahwa:

b.1 Pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Pemohon Banding:

Pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak

No	Nama lawan transaksi	Jenis Hubungan istimewa	Dasar Hukum
1	PT Mondelez Indonesia	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf c UU PPh
2	Mondelez Eastern Europe, Middle East And Africa Fze	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
3	Mondelez Australia (Food) Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
4	Mondelez Hongkong Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
5	Mondelez Japan Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
6	Mondelez Malaysia Sales Son Bhd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
7	Mondelez New Zealand	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
8	Mondelez Philippines Inc	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
9	Mondelez Singapore Pte Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
10	Mondelez International Amee Pte Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
11	Mondelez International (TheNed) Co Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
12	Mondelez Taiwan Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
13	Mondelez International Holdings LLC	Hubungan istimewa karena kepemilikan saham/pendirian	Pasal 16 ayat (4) huruf a UU PPh
14	Cong Ty Co Pham Mondelez Kinh Do	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
15	North Kinh Do One Member Company Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
16	Mondelez South Africa (Pty) Ltd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
17	Mondelez Malaysia Son Bhd	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
18	Generale Biscuits S A S	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
19	Cadbury UK Limited	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf b UU PPh
20	Intercontinental Great Brands LLC	Hubungan istimewa karena penguasaan	Pasal 16 ayat (4) huruf c UU PPh
21			

cu

b.2 Bahwa berdasarkan analisa supply-chain diketahui sebagai berikut :

Destinasi	PTA	Dupa	Redmond	Manufaktur	Makan	Orang
Tahun Pajak 2016	Intercontinental Great Brands Ltd	Intercontinental Great Brands Ltd	PT Mondelez Indonesia PT Mondelez Indonesia Trading PT Mondelez Indonesia Manufacturing	PT Mondelez Indonesia Manufacturing	PT Mondelez Indonesia Trading	PT Mondelez Indonesia Trading PT Mondelez Indonesia Manufacturing
Laba Bersih Utama (%)	n.a.	n.a.	-43.66% 3.55% -2.53%	-7.53%	-43.66% 3.55%	-43.66% 3.55% -2.53%

b.3 Berdasarkan analisa FAR, diketahui bahwa karakteristik usaha Pemohon Banding adalah *contract manufacturing* untuk penjualan ke afiliasi dan *licensed manufacturing* untuk penjualan ke independen;

Hasil Pengujian:

Cfm. Wajib Pajak		Cfm. Pemeriksa Pajak	
a. Fully Fledged Manufacturing		a. Fully Fledged Manufacturing	
b. Contract Manufacturing	✓	b. Contract Manufacturing	✓
c. Toll Manufacturing /Jasa Maklon		c. Toll Manufacturing /Jasa Maklon	
d. Fully Fledged Distributor		d. Fully Fledged Distributor	
e. Strip Buy Sell Distributor		e. Strip Buy Sell Distributor	
f. Commissionaire		f. Commissionaire	
g. Commission Agent		g. Commission Agent	
h. Service Provider		h. Service Provider	
i. Lain-lain	✓	i. Lain-lain	✓
Licensed Manufacturing		Licensed Manufacturing	
j. Tidak Dapat Didefinisikan		j. Tidak Dapat Didefinisikan	

Penjelasan:

berdasarkan hasil pemeksaan Analisis Fungsi pada KKP B.12.5 maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik usaha dari Wajib Pajak adalah:

1. *Contract Manufacturing* : untuk penjualan ke pihak afiliasi
2. *Licensed Manufacturing* : untuk penjualan ke pihak ketiga / independen

b.4 Pemohon Banding tidak mempunyai fungsi pemasaran, pengiklanan, dan promosi (fungsi tersebut dilakukan oleh pihak afiliasi);

Hasil Pengujian

No	Fungsi/Aspek	Cfm. Wajib Pajak				Cfm. Pemeriksa Pajak			
		PT Mondelez Indonesia Manufacturing	Pihak Afiliasi	Pihak Ketiga	Keterangan	PT Mondelez Indonesia Manufacturing	Pihak Afiliasi	Pihak Ketiga	Keterangan
I. FUNGSI									
K. Pemasaran, Pengiklanan dan Promosi									
1	Analisa pasar	-	XX	-	-	-	XX	-	-
2	Pembelian pasar	-	XX	-	-	-	XX	-	-
3	Pemasaran pasar (di distributor/dst)	-	XX	-	-	-	XX	-	-
4	Mempromosikan barang pasar	-	XX	-	-	-	XX	-	-
5	Yang melakukan kegiatan pemasaran	-	XX	-	-	-	XX	-	-
6	Media/isi pengiklannya	-	XX	-	-	-	XX	-	-
7	Pengiklanan dan promosi	-	XX	-	-	-	XX	-	-
8	Mempromosikan trademark atau produk di Indonesia	-	-	-	-	-	-	-	-

2. Perjanjian pemakaian merk

- a. bahwa berdasarkan dokumen yang diperoleh, keterangan yang diberikan, dan pengujian yang dilakukan, Pemohon Banding memiliki perjanjian pemakaian merk (trademark licence agreement) sebagai berikut: *ak*

No.	Licence Agreement	Licensor / Legal Owner of IP	Negara	Royalty Rates	Trademark
1	Lic No 1590 Licence Agreement Dated Dec 14, 2010	Intercontinental Great Brands LLC d/h Kraft Foods Global Brands LLC	USA	3%	OREO
2	Lic No 2021 Trademark Licence Agreement Dated Nov 26, 2014	Generale Biscuit	France	2%	BISKUAT

- b. bahwa atas merek-merek di atas, telah terdaftar di Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual sebagai berikut:

No.	Merek	Pemilik Merek	Status Merek	Nomor Pendaftaran	Tanggal Pendaftaran	Tanggal Jatuh Tempo
1	OREO	Intercontinental Great Brands LLC d/h Kraft Foods Global Brands LLC	(TM) Terdaftar	IDM000327517	25/10/2011	30/04/2020
2	BISKUAT	Generale Biscuit	(TM) Terdaftar	IDM000252353	15/06/2015	18/04/2018

- c. bahwa sesuai dengan Trademark Licence Agreement, Pemohon Banding harus membayar royalti sebesar 3% untuk merek dagang OREO dan 2% untuk BISKUAT atas penjualan lokal, sedangkan penjualan kepada pihak afiliasi Pemohon Banding tidak dikenakan royalti. Pada tahun 2016, Pemohon Banding membayar royalti atas pemakaian merek OREO sebesar Rp20.417.562.625,00 dan untuk pemakaian merek BISKUAT sebesar Rp2.106.802.745,00;
- d. bahwa berdasarkan dokumen Trademark Licence Agreement dan penelusuran merek pada website Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual serta adanya pembayaran royalti atas penggunaan merek tersebut disimpulkan bahwa pemilik merek yang sah/legal (*legally owner of intangible property*) dan pemilik merek secara komersial (*commercially owner of intangible property*) adalah pihak afiliasi Pemohon Banding;

3. Fungsi Pemasaran, Pengiklanan dan Promosi yang dilakukan

- a. bahwa berdasarkan dokumen Transfer Pricing Documentation Pemohon Banding tahun 2016:
- a.1 bahwa Pemohon Banding sesuai Trademark Licence Agreement melaksanakan strategi periklanan dan pemasaran lokal. Pemohon Banding dapat memanfaatkan materi branding global yang tersedia bagi seluruh afiliasi Mondelez. Selain itu, Pemohon Banding dapat melaksanakan riset pasar, menyusun tema promosi dan materi pelatihan, mengkoordinasikan penerapan strategi pemasaran, mendesain kemasan dan menentukan kebutuhan modifikasi lokal. Materi yang disusun harus sejalan dengan persyaratan dan standar brand image pemilik IP. Terakhir, Pemohon Banding menentukan kebutuhan media, merencanakan periklanan, mendesain materi titik penjualan dan merencanakan acara dan kampanye pemasaran dalam wilayah mereka. Secara umum Pemohon Banding meninjau dan/atau mengkoordinasikan riset pasar dengan tim pemasaran

global dan/atau pasar lainnya sebelum melaksanakan riset pemasaran mereka sendiri untuk memanfaatkan pengetahuan konsumen sebaik mungkin;

a.2 bahwa Pemilik IP (pihak afiliasi) melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi antara lain sebagai berikut:

- a. Memberikan panduan strategis tentang pemasaran, termasuk konten kreatif dan rekaman; strategi dan pengeluaran media; dan sarana untuk mengoptimalkan periklanan dan pengeluaran konsumen.
- b. Memberikan pelatihan kepada personel pemasaran untuk meningkatkan keahlian teknis.
- c. Menyusun metrik dan/atau melaksanakan analitik untuk mengevaluasi keefisienan kampanye pemasaran dan pengeluaran media.
- d. Global Supply Chain Principa I (GSCP) yang diterapkan mulai tahun 2016 juga menentukan Advertising and Consumer (A&C) serta target pengeluaran secara keseluruhan sepanjang tahun. GSCP menentukan jumlah pengeluaran A&C untuk digunakan di masing-masing pasar dan memilih serta menyetujui penyedia media untuk melaksanakan penyedia media untuk pemasaran dan promosi merek.

b. bahwa menurut Terbanding, dalam melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi, Pemohon Banding telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (*Advertising and Promotion*) yang bersifat memperkuat merek produk (*enhancement*) di wilayah Indonesia, yang meningkatkan *awareness trademark/merk* dan meningkatkan *value* dari *Intellectual Property* yang dimiliki pihak afiliasi;

4. OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project, Aligning Transfer Pricing Outcomes with Value Creation

bahwa Actions 8-10 2015 Final Reports, Revisions to Chapter VI of the Transfer Pricing Guidelines section 8.4.1. Development and Enhancement of Marketing Intangibles (mengenai kegiatan marketing (promosi) yang dilakukan oleh perusahaan yang bukan pemilik merek) menyatakan sebagai berikut:

- Par 6. 76 *A Common situation where these principles must be applied arises when an enterprise associated with the legal owner of trademarks performs marketing or sales functions that benefit the legal owner of the trademark, for example through a marketing arrangement or through a distribution/marketing arrangement. In such cases, it is necessary to determine how the marketer or distributor should be compensated for its activities. One important issue is whether the marketer/distributor should be compensated only for providing promotion and distribution services, or whether the marketer/distributor should also be compensated for enhancing the value of the trademarks and other marketing intangibles by virtue of its functions performed, assets used, and risks assumed.*
- Par 6. 77 *The analysis of this issue requires an assessment of (i) the obligations and rights implied by the legal registrations and agreements between the parties; (ii) the functions performed, the assets used, and the risks assumed by the parties; (iii) the intangible value anticipated to be created through the*

marketer/distributor's activities; and (iv) the compensation provided for the functions performed by the marketer/distributor (taking account of the assets used and risks assumed). One relatively clear case is where a distributor acts merely as an agent, being reimbursed for its promotional expenditures and being directed and controlled in its activities by the owner of the trademarks and other marketing intangibles. In that case, the distributor ordinarily would be entitled to compensation appropriate to its agency activities alone. It does not assume the risks associated with the further development of the trademark and other marketing intangibles, and would therefore not be entitled to additional remuneration in that regard;

5. bahwa berdasarkan uraian tersebut di atas diketahui bahwa berdasarkan karakteristik dan analisa FAR serta Transfer Pricing Documentation Pemohon Banding seharusnya Pemohon Banding tidak menanggung biaya promosi namun dalam faktanya mengeluarkan biaya terkait fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi (fungsi tersebut merupakan fungsi afiliasinya), yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia, yang meningkatkan awareness trademark/merk dan meningkatkan value dari Intellectual Property yang dimiliki pihak afiliasi, di samping itu Pemohon Banding juga membayar royalty atas penggunaan merk dari pihak afiliasi, sehingga menurut Terbanding seharusnya mendapatkan remunerasi dari kegiatan promosi yang dilakukan tersebut;
6. bahwa terkait pernyataan Pemohon Banding pada persidangan yang menyatakan bahwa biaya tersebut bukan merupakan biaya promosi, menurut Terbanding tidak tepat, karena berdasarkan hasil pemeriksaan diketahui bahwa rincian biaya tersebut dalam G/L Pemohon Banding merupakan biaya promosi dengan rincian sebagai berikut:

No	Uraian	Jumlah (Rp)
1	34990400 - Freight costs Sample	(31,725,680)
2	35110100 - Advertising Media production	27,875,130,648
3	35120100 - Advertising Media Space	64,763,058,478
4	35120300 - Advertising Other Media	(466,290,760)
5	35130100 - Advertising Media fees	440,832,002
6	35139996 - Advertising Media fees	16,530,539,478
7	35190100 - Sponsorships	32,132,709
8	35210100 - Consumer Incentives Contests	60,707,000
9	35210200 - Consumer Incentives Prizes	45,000,000
10	35220100 - Consumer Incentives Samples	9,697,755,348
11	35229985 - Consumer Incentives Samples Adjustmen	353,004,597
12	35240100 - Artwork & Design	1,372,982,292
13	35290100 - Consumer Incentives Other	16,347,292,171
14	35410100 - Fairs and Exhibition fees	60,445,048
15	35430100 - Promotion handling fees	12,074,097,718
16	35440100 - Promotional Displays POSM	7,750,462,645
17	35490100 - Other Promotional Expenses	6,410,795,928
18	35690100 - Merchandising Services	7,590,099,639
	Jumlah	203,842,549,786

bahwa Terbanding dalam melakukan perhitungan besaran remunerasi atas kegiatan Pemasaran/Promosi produk milik pemegang merek, menggunakan jumlah biaya yang secara nyata dikeluarkan oleh Pemohon Banding atas kegiatan pemasaran/promosi produk milik pemegang merek;

7. bahwa Terbanding berpendapat bahwa dalam melaksanakan fungsi pemasaran, pengiklanan dan promosi, Pemohon Banding telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (Advertising and Promotion) yang bersifat memperkuat merek produk (enhancement) di wilayah Indonesia yang meningkatkan awareness trademark/merk

ck

dan meningkatkan value dari Intellectual Property yang dimiliki pihak afiliasi. Pendapat Terbanding didukung oleh data dan fakta sebagai berikut:

- a. bahwa dalam laporan keuangan maupun Transfer Pricing Documentation Pemohon Banding tidak terdapat segmentasi/pemisahan untuk biaya marketing kepada pihak afiliasi maupun independen;
- b. Dalam Transfer Pricing Documentation Pemohon Banding halaman 3 disebutkan bahawa Produk biskuit dan makanan ringan (antara lain berupa Oreo, Ritz dan Chips Ahoy dibawah merk Nabisco) entitas tercakup diproduksi di Indonesia dan dijual baik kepada pasar lokal maupun internasional dan kepada pihak afiliasi dan independen;

bahwa dari *Transfer Pricing Documentation* tersebut dapat disimpulkan bahwa ketika Pemohon Banding melakukan promosi di berbagai media baik itu TV maupun surat kabar ataupun media lainnya, promosi itu juga adalah untuk produk yang sama yang dijual baik ke ke afiliasi maupun independen, dan dalam hal ini berarti bahwa promosi yang dilakukan tidak sekedar untuk memperkenalkan produk seperti yang disampaikan oleh Pemohon Banding pada persidangan, karena pihak afiliasi sendiri telah cukup mengetahui atas produk tersebut, dan produk tersebut juga sudah cukup terkenal di pasaran lokal, sehingga menurut Terbanding, promosi yang dilakukan adalah untuk memperkuat merk produk (*enhancement*) yang meningkatkan awareness trademark/merk dan meningkatkan value dari Intellectual Property yang dimiliki pihak afiliasi (Pemohon Banding juga membayar royalty atas merk dan *know how* kepada pemilik merk);

- c. bahwa lebih lanjut, Pemohon Banding dalam tahun 2016 juga melakukan pembelian barang jadi (biskuit Belvita) dari pihak afiliasi yaitu Mondelez Malaysia Sdn Bhd, yang termasuk juga dalam produk yang dipasarkan di Indonesia oleh Pemohon Banding. Sehingga dapat disimpulkan bahwa biaya promosi yang dilakukan Pemohon Banding mencakup juga untuk kegiatan pemasaran produk jadi milik pihak afiliasi Pemohon Banding;

Actions 8-10 2015 Final Reports, Revisions to Chapter VI of the Transfer Pricing Guidelines section 8.4.1. dalam Par 6. 77: One relatively clear case is where a distributor acts merely as an agent, being reimbursed for its promotional expenditures and being directed and controlled in its activities by the owner of the trademarks and other marketing intangibles. In that case, the distributor ordinarily would be entitled to compensation appropriate to its agency activities;

- d. bahwa berdasarkan uraian tersebut di atas Terbanding berpendapat bahwa atas pengeluaran yang dilakukan Pemohon Banding merupakan kegiatan pemasaran/promosi yang bersifat memperkuat merk produk (*enhancement*) dan meningkatkan awareness trademark/merk serta meningkatkan value dari *Intellectual Property* yang dimiliki pihak afiliasi. Sehingga

ak

Pemohon Banding seharusnya memperoleh remunerasi atas kegiatan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding;

8. bahwa berdasarkan uraian diatas, Terbanding berpendapat bawa koreksi Terbanding atas Penghasilan Luar Usaha sebesar Rp203.842.549.758,00 telah berdasarkan ketentuan yang berlaku serta data/bukti yang kompeten;

IV. Kesimpulan dan Usul

1. Kesimpulan

bahwa koreksi Terbanding atas Penghasilan dari Luar Usaha telah sesuai dengan bukti-bukti dan ketentuan perpajakan yang berlaku;

2. Usul

bahwa mengusulkan kepada Majelis Hakim XXA untuk menolak banding Pemohon Banding dan tetap mempertahankan Keputusan Direktur Jenderal Pajak nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019 tentang Keberatan atas SKPKB PPh Badan tahun 2016 nomor 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018 atas nama Pemohon Banding (NPWP 01.071.001.0-057.000);

bahwa demikian kesimpulan akhir ini disampaikan sebagai bahan pertimbangan bagi Majelis Hakim Majelis XX A dalam memutus perkara ini sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku;

Menurut Pemohon Banding

bahwa Pemohon Banding dalam persidangan menyampaikan dalil, argumentasi, keterangan, dan pernyataan dalam beberapa Penjelasan Tertulis, dan terangkum dalam Kesimpulan Akhir tanpa nomor tanggal 6 April 2021 yang pada pokoknya menyatakan sebagai berikut:

I. Mengenai Pokok Sengketa dan Alasan Banding

bahwa yang menjadi pokok sengketa dalam permohonan banding ini adalah koreksi Terbanding yang tidak disetujui oleh Pemohon Banding, perhitungan pajak terutang menurut Pemohon Banding adalah sebagai berikut :

No	Uraian	Menurut		Koreksi yang diajukan Banding
		Keputusan Keberatan	Pemohon Banding	
1	Penghasilan Netto	165,273,121,283	(38,569,428,475)	203,842,549,758
2	Kompensasi Kerugian	-	-	-
3	Penghasilan Kena Pajak	165,273,121,283	(38,569,428,475)	203,842,549,758
4	PPh Terutang	41,318,280,250	-	41,318,280,250
5	Kredit Pajak	5,613,642,847	5,613,642,847	-
6	PPh Kurang (Lebih) Bayar	35,704,637,403	(5,613,642,847)	41,318,280,250
7	Sanksi Administrasi	14,281,854,961	-	14,281,854,961
8	Jumlah Pajak ymh (Lebih Dibayar)	49,986,492,364	(5,613,642,847)	55,600,135,211

bahwa alasan yang mendasar banding atas koreksi yang diajukan banding di atas adalah sebagai berikut:

Uraian	Menurut		Koreksi Yang Diajukan Banding
	Keputusan Keberatan	Pemohon Banding	
Penghasilan Luar Usaha	120.777.702.872	(83.064.846.886)	203.842.549.758

II. Menurut Pemohon Banding

bahwa Pemohon Banding tidak setuju atas koreksi Terbanding di atas dan mengajukan banding dengan alasan sebagai berikut:

1. **Kesimpulan bahwa Pemohon Banding adalah agen yang biaya pemasarannya harus diremunerasi tidak sesuai dengan bukti yang ada dan aturan perpajakan yang berlaku;**
2. **Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP pihak afiliasi;**
3. **Tidak seharusnya Pemohon Banding diremunerasi oleh pemilik merek atas pemasaran yang manfaatnya diperoleh untuk Pemohon Banding sendiri;**

bahwa lebih lanjut, alasan-alasan tersebut Pemohon Banding uraikan di bawah ini :

1. **Kesimpulan bahwa Pemohon Banding adalah agen yang biaya pemasarannya harus diremunerasi tidak sesuai dengan bukti yang ada dan aturan perpajakan yang berlaku**

bahwa dalam uraian SPUH Terbanding menyebutkan bahwa:

"Berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Risiko, Wajib Pajak diklasifikasikan sebagai service provider (agen) yang melakukan fungsi kegiatan promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (Development and Enhancement of Marketing Intangibles)"

bahwa Pemohon Banding menyatakan bahwa kesimpulan tersebut tidak sesuai dengan analisis fungsi, aset, dan risiko yang menurut Terbanding telah dilakukan;

bahwa seperti yang telah dipaparkan dalam analisis Fungsi, Aset, Risiko ("FAR") yang telah disampaikan oleh Pemohon Banding dalam proses pemeriksaan, Pemohon Banding merupakan perusahaan manufaktur dengan fungsi-fungsi yang meliputi penjadwalan produksi (*production scheduling*), pengadaan (*procurement*), pengemasan (*packaging and labeling*), pengawasan kualitas (*quality control*), *manufacturing, customer service & logistic (limited), general management & administration (limited)*. Untuk dapat menjual produknya di pasar, diperlukan aktivitas pemasaran dan promosi, seperti iklan pada media cetak dan elektronik *merchandise* ataupun melalui pengaturan *display* di toko. Seperti yang telah Terbanding pahami, strategi dan pedoman pemasaran secara global telah di atur oleh grup afiliasi sementara untuk implementasi di Indonesia, Pemohon Banding dibantu oleh pihak afiliasi dalam negeri;

bahwa dalam menjalankan aktivitas usahanya, Pemohon Banding memiliki aset berwujud berupa mesin produksi dengan risiko yang ditanggung berupa risiko pasar (*market risk*), risiko produksi (*production risk*), risiko inventori (*inventory risk*), *product liability risk*, risiko nilai tukar mata uang asing (*foreign exchange risk*) dan risiko kredit (*credit risk*);

bahwa berdasarkan analisis FAR tersebut, dapat disimpulkan bahwa karakterisasi Pemohon Banding terkait penjualan kepada pihak afiliasi adalah *contarct manufacturer* dan penjualan kepada pihak ketiga yang sebagai *Licensed Manufacturer* (manufaktur berlisensi); *au*

bahwa sementara agen, secara definisi merupakan orang atau perusahaan perantara yang meng-usahakan penjualan bagi perusahaan lain, dalam transfer pricing, agen selalu mengacu pada aktivitas distribusi (penjualan barang dagang yang diproduksi oleh pihak afiliasi/pihak lain) tanpa adanya perpindahan. Referensi tersebut dapat dilihat pada pedoman transfer pricing OECD 2010:

"1.47 ... when the distributor acts merely as an agent..."

"1.62 ...in arm's length transactions a company acting solely as a sales agent..."

"2.22 ...The determination of the resale price margin in such as case should take into account whether the broker is acting as an agent or a principal."

bahwa tidak ada satu referensi pun yang menyiratkan adanya perusahaan manufaktur yang dapat disebut sebagai agen;

bahwa berdasarkan literatur IBFD dan Surat Direktur Pemeriksaan dan Penagihan Direktorat Jenderal Pajak S-153/PJ/2010 terkait karakterisasi dari perusahaan, dapat dilihat pada tabel berikut bahwa perusahaan yang masuk dalam kategori agen sama sekali tidak melakukan fungsi produksi pada umumnya sebagai berikut :

Keterangan	Fully fledged manufacturer	Contract Manufacturer	Toll Manufacturer	Agent	Pemohon Banding (Penjualan kepada pihak ketiga)
Sourcing raw materials	x	x			x
Consignment of raw materials			x		x
Manufacturing planning	x	x	x		x
Routine intangible	x	x	x		x
Specific valuable manufacturing intangible	x				x
R&D	x				
Manufacturing	x	x	x		x
Title to goods	x	x			x
Assembling and packaging	x	x	x		x
Warehousing and logistics	x	x	(x)		x
Price setting	(x)				x
Invoicing and collection	x	x			x
Marketing and advertising	x			x	x
Quality control	x	x	x		x
Sales and distribution	x				x
After sales support	x				
Warranty and repair	x				x
General and administrative function	x	x	x	x	x
R&D risk	x				
Market risk	x			(x)	x
Inventory risk	x	x			x
Operational risk	x	x	x		x
Foreign exchange risk	x				x
(Product) liability risk	x	(x)			x
Bad debt risk	x	x			x

bahwa berdasarkan table di atas, fungsi, aset dan risiko yang dimiliki Pemohon Banding sama sekali tidak mencerminkan karakterisasi sebagai agen;

2. Aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding tidak meningkatkan nilai IP pihak afiliasi *ae*

bahwa Paragraf 6.11 OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Project - Guidance on Transfer Pricing Aspects of Intangibles [Action 8-10: 2015 Final Reports] (selanjutnya disebut dengan "OECD/G20 BEPS Action 8-10") menyebutkan:

"6.11 ...not all marketing activities result in the creation or enhancement of an intangible"
[Terjemahan tidak resmi]

"6.11 ...tidak semua kegiatan pemasaran menghasilkan penciptaan atau peningkatan suatu harta tidak berwujud"

bahwa pedoman tersebut menekankan bahwa tidak semua aktivitas pemasaran dapat meningkatkan nilai aset tak berwujud. Aktivitas pemasaran Pemohon Banding merupakan aktivitas pemasaran yang ditujukan agar produk yang diperkenalkan Pemohon Banding dapat kompetitif di pasar;

bahwa untuk memberikan gambaran jelas mengenai aktivitas pemasaran yang dilakukan, berikut rincian dan penjelasan biaya marketing/promosi yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding :

No	Uraian	Penjelasan Akun	Jumlah (Rupiah)
1	34990400 – Freight Cost Sample	Biaya pengiriman produk	(31.785.660)
2	35110100 – Advertising Media Production	Biaya terkait dengan promosi produk di media seperti surat kabar dan lainnya secara periodik	27.875.130.648
3	35120100 – Advertising Media Space	Biaya pembuatan iklan dan pemasangan iklan di media TV dan publikasi pelanggan lainnya	94.763.058.476
4	35120300 – Advertising Other Media	Biaya media lainnya yang tidak teridentifikasi pada akun media di atas	(466.290.790)
5	35130100 – Advertising Media Fees	Komisi atau bonus kepada agensi dan penurunan jaminan pengeluaran (terkait dengan produk)	440.832.002
6	35139996 – Advertising Media Fees	Komisi atau bonus kepada agensi dan penurunan jaminan pengeluaran (terkait dengan produk)	16.536.539.478
7	35190100 – Sponsorships	Kontribusi uang ataupun produk untuk berbagai acara	32.132.700
8	35210100 – Consumer Incentives Contests	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	80.707.000
9	35210200 – Consumer Incentives Prizes	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	45.000.000
10	35210200 – Consumer Incentives Prizes	Biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	9.697.755.348
11	35229985 – Consumer Incentives Samples Adjustment	Adjustment biaya yang berhubungan dengan kontes pelanggan yang disponsori oleh perusahaan termasuk biaya lomba dan hadiah (terkait dengan produk)	353.604.897
12	35240100 – Artwork & Design	Biaya terkait dengan jasa pengaturan bentuk packaging produk	1.372.682.292
13	35290100 – Consumer Incentives Other	Biaya lain yang berhubungan dengan promosi produk kepada pelanggan termasuk biaya mencetak silinder untuk keperluan promosi	16.347.292.171

No	Uraian	Penjelasan Akun	Jumlah (Rupiah)
14	35410100 – Fairs and Exhibition fees	Biaya pameran produk yang dikenakan oleh pihak ketiga termasuk biaya sewa tempat	80.445.048
15	35430100 – Promotion handling fees	Biaya kepada pihak ketiga untuk perencanaan, pengurusan administrasi dan/atau mengontrol promosi termasuk biaya SPG/agency fee	12.974.097.716
16	35430100 – Promotional Displays POSM	Biaya material dan perlengkapan yang digunakan untuk tujuan display produk (di dalam/luar toko, counter) dan tagihan dari agensi untuk penyimpanan dan perawatan material tersebut	7.750.462.845
17	35490100 – Other Promotional Expenses	Biaya promosi lainnya yang tidak tercakup pada akun lainnya	8.410.795.928
18	35890100 – Merchandising Services	Biaya atas jasa merchandising yang disediakan oleh pihak ketiga terkait dengan merchandise pada tempat penjualan yaitu: mempromosikan produk, mengisi rak, penanganan penempatan dan menjalankan kegiatan merchandising (terkait dengan produk)	7.580.089.659
Jumlah			203.842.549.758

bahwa Pemohon Banding, untuk penjualan kepada pihak ketiga, melakukan fungsi pemasaran dan promosi agar produk-produk yang diproduksi Pemohon Banding dapat dikenalkan di pasar sehingga kompetitif dengan produk sejenis, sehingga, aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding adalah sangat wajar dilakukan karena terkait dengan kepentingan usaha Pemohon Banding dalam melakukan fungsi penjualan, biaya pemasaran tersebut juga merupakan biaya yang dikeluarkan/dibayarkan kepada pihak independen;

bahwa Pasal 1 Ayat 14 UU No. 24 tahun 1997 tentang Penyiaran menyebutkan:

*“Siaran Iklan Niaga adalah mata acara yang **memperkenalkan, memasyarakatkan dan/atau mempromosikan barang atau jasa kepada khalayak sasaran dengan tujuan mempengaruhi konsumen atau khalayak sasaran agar menggunakan produk yang ditawarkan, yang disiarkan melalui lembaga penyiaran dengan imbalan.**”*

bahwa selanjutnya dalam UU No. 7 tahun 2014 tentang Perdagangan menyatakan:

*“Promosi Dagang adalah kegiatan **mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, dan/atau menyebarluaskan informasi hasil produksi Barang dan/atau Jasa untuk menarik minat beli konsumen, baik di dalam negeri maupun di luar negeri, dalam jangka waktu tertentu untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar, dan mencari hubungan dagang.**”*

bahwa dalam peraturan perpajakan, definisi promosi berdasarkan Pasal 1 Peraturan Menteri Keuangan Nomor 02/PMK. 03/ 2010 (“PMK-02”):

*“Dalam Peraturan Menteri Keuangan ini yang dimaksud dengan **Biaya Promosi adalah bagian dari biaya penjualan yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding dalam rangka memperkenalkan dan/atau menganjurkan pemakaian suatu produk baik langsung maupun tidak langsung untuk mempertahankan dan/atau meningkatkan penjualan.**”*

bahwa jika dikaitkan dengan aktivitas pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding berupa iklan di media, baik elektronik maupun cetak, promosi pelanggan, promosi toko ritel, dan sebagainya, dapat diambil

ck

kesimpulan bahwa biaya pemasaran tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding untuk memperkenalkan produknya dan dapat menjualnya di pasar, dengan demikian tidak dapat dikatakan sebagai pengembangan merek;

bahwa Pemohon Banding tidak berhak dan tidak pernah melakukan analisis, modifikasi, atau strategi terkait merek, seperti bagaimana merek harus ditempatkan dalam packaging produk, penulisan, warna, dan sebagainya, karena hal tersebut hanya dapat dilakukan oleh pemilik IP pihak afiliasi;

bahwa sejalan dengan hal tersebut, dalam uraian SPUH, pada dasarnya Terbanding juga telah menyatakan bahwa pihak afiliasi Pemohon Banding merupakan pemilik IP secara hukum dan komersial;

"Berdasarkan dokumen Trademark Licence Agreement dan penelusuran merek pada website Direktorat Jenderal hak Kekayaan Intelektual serta adanya pembayaran royalty atas penggunaan merek tersebut disimpulkan bahwa pemilik merek yang sah/legal (legally owner of intangible property) dan pemilik merek secara komersial (commercially owner of intangible property) adalah pihak afiliasi Wajib Pajak."

bahwa dalam hal ini perlu diingat bahwa dalam menjalankan fungsinya sebagai *Licensed Manufacturer* yang juga melakukan kegiatan pemasaran untuk dapat menjual produknya di pasar lokal, Pemohon Banding memiliki hak penuh atas keberhasilan (termasuk bertanggung jawab atas kegagalan) dalam kegiatan pemasarannya tersebut tanpa membagikan potensi keuntungan yang diperoleh dari fungsinya yang dilakukan, aset yang digunakan, dan risiko yang diasumsikannya;

bahwa oleh karena itu, sudah seharusnya Pemohon Banding menjadi pihak yang menanggung biaya dan sekaligus berhak menikmati hasil yang diperolehnya (hasil penjualan) dari kegiatan tersebut;

bahwa selanjutnya, juga perlu diingat bahwa merek Biskuat dan Oreo sudah sangat terkenal di pasar Indonesia, oleh karena itu, Pemohon Banding menilai bahwa kegiatan pemasaran Pemohon Banding tidak tepat dikarakterisasikan untuk meningkatkan nilai merek di pasar Indonesia dikarenakan merek tersebut sudah dikenal di pasar Indonesia;

bahwa dengan demikian, jelas bahwa kegiatan yang dilakukan Pemohon Banding sama sekali tidak ada hubungannya dengan kegiatan pengembangan trademark yang menjadi tanggungjawab licensor sehingga koreksi ini adalah sangat tidak tepat dan seharusnya dibatalkan;

3. Tidak seharusnya Pemohon Banding diremunerasi oleh pemilik merek atas pemasaran yang manfaatnya diperoleh untuk Pemohon Banding sendiri

bahwa dalam Pedoman OECD/G20 Base Erosion and Profit Shifting Action Plan 8-10 2015 paragraf 6.76 yang digunakan Terbanding sebagai salah satu pedoman untuk melakukan koreksi disebutkan bahwa:

*"6.76 A common situation where these principles must be applied arises when an enterprise associated with the legal owner of trademarks performs marketing or sales functions **that benefit the legal owner** of the trademark, for example through a marketing arrangement or through a distribution/marketing arrangement. In such cases, it is necessary to determine how the marketer or distributor should be compensated for its activities."* *Al*

bahwa poin penting yang harus diperhatikan berdasarkan pedoman tersebut adalah penerapan prinsip harus dilakukan apabila kegiatan pemasaran memberikan **manfaat kepada pemilik IP**. Dalam hal ini, Pemohon Banding berpedapat, sudah sepatutnya Terbanding menjabarkan manfaat apa yang diterima oleh pemilik IP (pihak afiliasi) jika kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pemohon Banding dianggap sebagai *enhancement* (meningkatkan nilai IP). Menurut Pemohon Banding, hal ini tidak dilakukan oleh Terbanding, baik dalam pemeriksaan maupun keberatan;

bahwa sehubungan dengan hal tersebut, Pemohon Banding menyampaikan bahwa kesuksesan pemasaran/promosi yang dilakukan Pemohon Banding **tidak akan memberikan manfaat ekonomi kepada pihak afiliasi pemilik IP**, kesuksesan pemasaran/promosi berupa peningkatan penjualan dan laba akan menjadi hak Pemohon Banding, begitu pula sebaliknya, Pemohon Banding juga akan menanggung risiko atas kegagalan penjualan produknya. Oleh karena itu tentu biaya yang terkait atas keberhasilan kegiatan pemasaran tidak dapat dialihkan kepada pemilik merek. tentu tidak adil bila perusahaan mempertahankan penghasilan namun mengalihkan biaya yang terkait;

bahwa seperti yang telah dibahas di atas biaya tersebut mendatangkan manfaat yang diterima oleh Pemohon Banding maka seharusnya biaya tersebut ditanggung oleh Pemohon Banding dan bukan dialihkan kepada pihak pemilik IP;

bahwa lebih lanjut, Pemohon Banding menyampaikan bahwa penting untuk menelaah Paragraf 6.75 Pedoman OECD BEPS Action 8-10 yang menyebutkan bahwa:

*"The principles set out in this Section B must be applied in a variety of situations involving development, enhancement, maintenance, protection, and exploitation of intangibles. ... In assessing whether the compensation provided in the controlled transaction is consistent with the arm's length principle, **reference should be made to the level and nature of activity of comparable uncontrolled entities performing similar functions, the compensation received by comparable uncontrolled entities performing similar functions, and the anticipated creation of intangible value by comparable uncontrolled entities performing similar functions.**"*

bahwa dalam paragraf tersebut disyaratkan bahwa, untuk menentukan apakah remunerasi dilakukan secara wajar, analisis harus mengacu pada kompensasi yang diterima oleh pihak independen dengan fungsi/aktivitas yang sebanding. Koreksi atas biaya pemasaran/promosi Pemohon Banding merupakan koreksi yang didasarkan pada asumsi semata apabila Terbanding tidak memberikan referensi nyata bagaimana pihak independen yang melakukan kegiatan/fungsi sebanding diremunerasi;

bahwa Pemohon Banding berpedapat, hal tersebut tidak dapat dilakukan oleh Terbanding karena dalam transaksi pihak independen, tidak ada pemilik IP pihak ketiga (*licensor*) yang akan menanggung biaya tersebut mengingat bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh Pemohon Banding (*licensee*) tersebut berdasarkan kebijakan Pemohon Banding sendiri dan mendatangkan manfaat berupa kenaikan hasil penjualan Pemohon Banding (*licensee*), dengan demikian asumsi Terbanding bahwa biaya pemasaran seharusnya dialihkan kepada pemilik IP adalah tidak tepat; *u*

III. Kesimpulan Pemohon Banding

bahwa berdasarkan penjelasan dan uraian di atas, Pemohon Banding menyimpulkan bahwa:

1. bahwa berdasarkan fakta, penjelasan dan peraturan perpajakan yang berlaku sebagaimana diuraikan di atas, Pemohon Banding tidak setuju atas koreksi Terbanding karena Pemohon Banding telah mengikuti ketentuan perundang-undangan yang berlaku;

bahwa selanjutnya, Pemohon Banding mengusulkan kepada Majelis Hakim Pengadilan Pajak yang terhormat agar :

1. Mengabulkan seluruhnya banding yang diajukan Pemohon Banding;
2. Membatalkan Surat Keputusan Direktur Jenderal Pajak dengan Nomor KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019;

bahwa demikian disampaikan dengan harapan agar Majelis Hakim Pengadilan Pajak yang memeriksa dan mengadili sengketa ini dapat memutuskan dengan pertimbangan yang seadil-adilnya;

Pendapat Majelis

bahwa sengketa yang terjadi adalah sengketa atas koreksi penghasilan luar usaha sebesar Rp203.842.549.758,00 berupa penggantian biaya pemasaran/promosi;

bahwa Terbanding berpendapat Pemohon Banding seharusnya mendapatkan penggantian biaya pemasaran/promosi dari prinsipal karena biaya pemasaran/promosi yang dilakukan bersifat memperkuat merek produk sehingga meningkatkan nilai dari *intellectual property* yang dimiliki prinsipal;

bahwa Pemohon Banding berpendapat biaya pemasaran/promosi yang dilakukan manfaatnya diperoleh Pemohon Banding sendiri sehingga tidak memperoleh penggantian dari prinsipal;

bahwa Majelis berpendapat sengketa yang terjadi adalah sengketa yuridis pembuktian;

bahwa Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008, mengatur sebagai berikut:

(1) *Yang menjadi objek pajak adalah penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh Wajib Pajak, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan Wajib Pajak yang bersangkutan, dengan nama dan dalam bentuk apa pun, termasuk:*

- a. *Penggantian atau imbalan berkenaan dengan pekerjaan atau jasa yang diterima atau diperoleh termasuk gaji, upah, tunjangan, honorarium, komisi, bonus, gratifikasi, uang pensiun, atau imbalan dalam bentuk lainnya, kecuali ditentukan lain dalam Undang-undang ini;*
- b. *hadiah dari undian atau pekerjaan atau kegiatan, dan penghargaan;*
- c. *laba usaha;*
- d. *keuntungan karena penjualan atau karena pengalihan harta termasuk:* *u*

1. keuntungan karena pengalihan harta kepada perseroan, persekutuan, dan badan lainnya sebagai pengganti saham atau penyertaan modal;
 2. keuntungan karena pengalihan harta kepada pemegang saham, sekutu, atau anggota yang diperoleh perseroan, persekutuan, dan badan lainnya;
 3. keuntungan karena likuidasi, penggabungan, peleburan, pemekaran, pemecahan, pengambilalihan usaha, atau reorganisasi dengan nama dan dalam bentuk apa pun;
 4. keuntungan karena pengalihan harta berupa hibah, bantuan, atau sumbangan, kecuali yang diberikan kepada keluarga sedarah dalam garis keturunan lurus satu derajat dan badan keagamaan, badan pendidikan, badan sosial termasuk yayasan, koperasi, atau orang pribadi yang menjalankan usaha mikro dan kecil, yang ketentuannya diatur lebih lanjut dengan Peraturan Menteri Keuangan, sepanjang tidak ada hubungan dengan usaha, pekerjaan, kepemilikan, atau penguasaan di antara pihak-pihak yang bersangkutan; dan
 5. keuntungan karena penjualan atau pengalihan sebagian atau seluruh hak penambangan, tanda turut serta dalam pembiayaan, atau permodalan dalam perusahaan pertambangan;
- e. penerimaan kembali pembayaran pajak yang telah dibebankan sebagai biaya dan pembayaran tambahan pengembalian pajak;
 - f. bunga termasuk premium, diskonto, dan imbalan karena jaminan pengembalian utang;
 - g. dividen, dengan nama dan dalam bentuk apapun, termasuk dividen dari perusahaan asuransi kepada pemegang polis, dan pembagian sisa hasil usaha koperasi;
 - h. royalti atau imbalan atas penggunaan hak;
 - i. sewa dan penghasilan lain sehubungan dengan penggunaan harta;
 - j. penerimaan atau perolehan pembayaran berkala;
 - k. keuntungan karena pembebasan utang, kecuali sampai dengan jumlah tertentu yang ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah;
 - l. keuntungan selisih kurs mata uang asing;
 - m. selisih lebih karena penilaian kembali aktiva;
 - n. premi asuransi;
 - o. iuran yang diterima atau diperoleh perkumpulan dari anggotanya yang terdiri dari Wajib Pajak yang menjalankan usaha atau pekerjaan bebas;
 - p. tambahan kekayaan neto yang berasal dari penghasilan yang belum dikenakan pajak;
 - q. penghasilan dari usaha berbasis syariah;
 - r. imbalan bunga sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai ketentuan umum dan tata cara perpajakan; dan
 - s. surplus Bank Indonesia.

bahwa Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 mengatur bahwa "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 dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya";

bahwa berdasarkan pemeriksaan Majelis diketahui Terbanding menyatakan bahwa karakteristik usaha Pemohon Banding adalah *contract manufacturing*

au

untuk penjualan ke afiliasi dan *licensed manufacturing* untuk penjualan ke independen;

bahwa menurut Terbanding pihak Pemohon Banding telah mengeluarkan biaya pemasaran/promosi (*advertising and promotion*) yang bersifat memperkuat merek produk (*enhancement*) di Wilayah Indonesia, yang meningkatkan *awareness trademark/merek* dan meningkatkan *value* dari *Intellectual Property* yang dimiliki oleh pihak afiliasi;

bahwa berdasarkan analisa Fungsi, Aset dan Resiko yang dilakukan Terbanding, menurut Terbanding pihak Pemohon Banding diklasifikasikan sebagai *service provider* (agen) yang melakukan fungsi promosi/marketing yang bersifat memperkuat merek (*Development and enhancement of marketing intangible*);

bahwa Terbanding berkesimpulan bahwa seluruh pengeluaran yang terkait dengan kegiatan pemasaran/promosi yang bersifat memperkuat merek produk (*enhancement*) di wilayah Indonesia, dimana merupakan aktiva tidak berwujud/*intangible property* milik pihak afiliasi, dan meningkatkan *awareness trademark/merek* serta meningkatkan *value* dari *intellectual property* yang dimiliki pihak afiliasi, maka Pemohon Banding (dalam hal ini Licensee) berhak untuk memperoleh penggantian/remunerasi atas biaya-biaya tersebut dari pemilik merek;

bahwa biaya pemasaran/promosi yang menjadi dasar koreksi Terbanding adalah sebagai berikut:

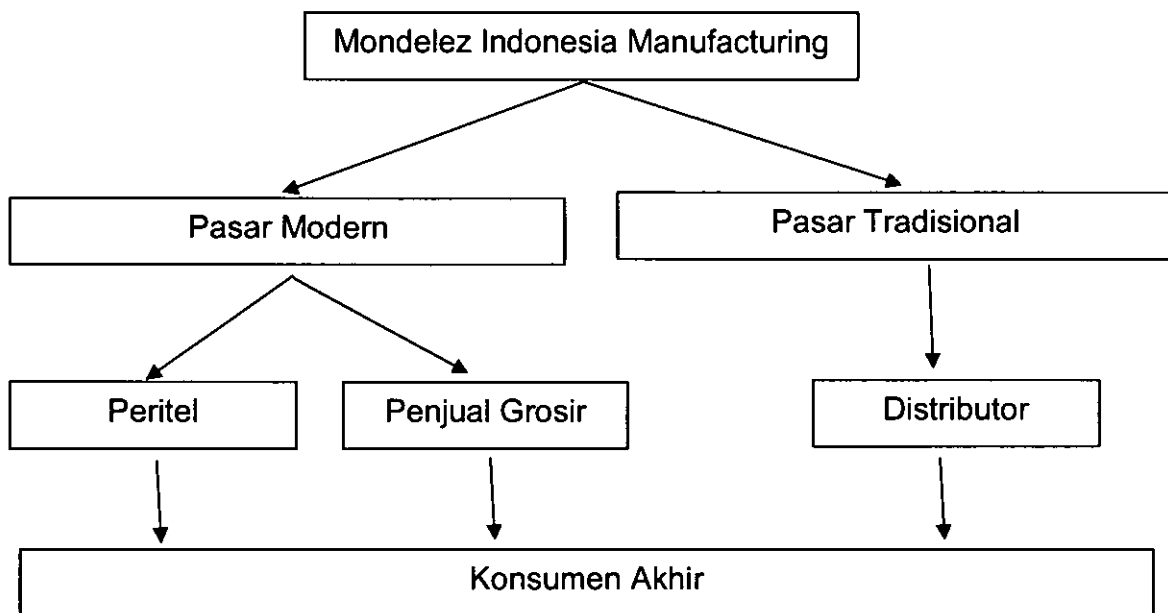
No	Uraian	Ref	Menurut		
			SPT WP (Rp)	Pemeriksaan (Rp)	Koreksi (Rp)
1	Interest Income – Other		117.951.416	117.951.416	0
2	Realized exchange gain – Adjustment		(4.337.816.969)	(4.337.816.969)	0
3	Realized exchange losses – Adjustment		(11.327.001)	(11.327.001)	0
4	Realized exchange gain		8.706.202.540	8.706.202.540	0
5	Realized exchange losses		(6.652.374.593)	(6.652.374.593)	0
6	Realized exchange loss – Adjustment		10.573.411.266	10.573.411.266	0
7	Unrealized exchange gain - Adjustment		451.490	451.490	0
8	Unrealized exchange gain		10.377.429.929	10.377.429.929	0
9	Unrealized exchange loss		4.888.057.462	4.888.057.462	0
10	Reimbursement for Advertising and Promotion Expenditures		0	203.842.549.758	203.842.549.758
			23.641.985.542	227.484.535.300	203.842.549.758

bahwa biaya pemasaran dan promosi yang seharusnya direimbuse menurut Terbanding adalah sebesar Rp. 203.842.549.759,00 dari total biaya pemasaran dan promosi sebesar Rp. 253.624.287.647,00;

bahwa Majelis berpendapat strategi periklanan dan pemasaran lokal dilakukan Pemohon Banding dan dapat memanfaatkan materi *branding global* sehingga sejalan dengan *standar brand image*;

bahwa diketahui dalam dokumentasi harga transfer diketahui prinsipal memberikan penggantian biaya terkait pemasaran sebesar Rp1.278.534.204,00 yang terdiri atas biaya terkait pemasaran kepada entitas tercakup sebesar Rp256.400.095,00 dan belanja terkait biaya pemasaran yang biaya kemudian diganti oleh afiliasi Mondelez sejumlah Rp1.022.134.109,00; *ak*

bahwa berdasarkan dokumentasi harga transfer, diketahui saluran distribusi perusahaan Pemohon Banding adalah sebagai berikut :



bahwa berdasarkan fakta-fakta yang terjadi, Majelis berpendapat sebagai berikut:

bahwa produk yang diproduksi dan dijual Pemohon Banding hanyalah sebagian dari merek dari grup usaha Pemohon Banding;

bahwa sebagai licensed manufacturing, Pemohon Banding melakukan promosi dari merek-merek yang diproduksi dan dijual Pemohon Banding;

bahwa atas aktivitas promosi yang dilakukan Pemohon Banding, grup usaha Pemohon Banding akan memberikan penggantian atas biaya yang dikeluarkan Pemohon Banding;

bahwa Majelis berpendapat Terbanding seharusnya dalam melakukan koreksi melakukan penelitian yang mendalam terhadap dokumen-dokumen mengenai strategi pemasaran Pemohon Banding baik secara individual maupun secara grup;

bahwa Terbanding juga seharusnya melakukan penelitian yang mendalam terhadap dokumen-dokumen yang mendasari penggantian biaya pemasaran oleh pihak afiliasi sebagaimana yang dinyatakan dalam dokumentasi harga transfer;

bahwa pendapat Terbanding bahwa Pemohon Banding seharusnya mendapatkan penggantian biaya pemasaran/promosi dari prinsipal karena biaya pemasaran/promosi yang dilakukan bersifat memperkuat merek produk sehingga meningkatkan nilai dari intellectual property yang dimiliki prinsipal dilakukan tanpa ada dokumen/bukti yang mendukung pendapat Terbanding;

bahwa sebagian biaya-biaya yang menjadi dasar koreksi Terbanding adalah biaya-biaya yang terkait dengan pemasaran dalam saluran distribusi Pemohon Banding;

bahwa Penjelasan Pasal 29 ayat (2) UU KUP mengatur "*Pendapat dan simpulan petugas pemeriksa harus didasarkan pada bukti yang kuat dan berkaitan serta berlandaskan ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan;*" *U*

bahwa Majelis berpendapat koreksi Terbanding tidak memenuhi Penjelasan Pasal 29 ayat (2) UU KUP sehingga Majelis berpendapat untuk mengabulkan banding Pemohon Banding dengan membatalkan koreksi Terbanding atas penghasilan luar usaha sebesar Rp203.842.549.758,00;

bahwa berdasarkan penjelasan diatas maka Majelis berkesimpulan besarnya koreksi Terbanding yang dipertahankan dan dibatalkan oleh Majelis menjadi sebagai berikut:

No	Uraian Koreksi	Koreksi Terbanding (Rp)	Koreksi dibatalkan Majelis (Rp)	Koreksi dipertahankan Majelis (Rp)
1.	Koreksi Penghasilan dari Luar Usaha	203.842.549.758,00	203.842.549.758,00	0,00

Menimbang, bahwa dalam sengketa banding ini tidak terdapat sengketa mengenai sanksi administrasi, kecuali bahwa besarnya sanksi administrasi tergantung pada penyelesaian sengketa lainnya;

Menimbang, bahwa berdasarkan pemeriksaan dalam persidangan, penjelasan Terbanding dan Pemohon Banding dalam persidangan dan data yang ada dalam berkas banding, maka Majelis berkesimpulan untuk **mengabulkan seluruhnya banding Pemohon Banding** sehingga perhitungan pajak menurut Majelis menjadi sebagai berikut:

Uraian	Jumlah Rupiah Menurut		
	Terbanding	Koreksi dibatalkan Majelis	Perhitungan Majelis
Peredaran Usaha	1.531.738.063.472,00		1.531.738.063.472,00
Harga Pokok Penjualan	1.184.468.993.807,00		1.184.468.993.807,00
Laba Bruto	347.269.069.665,00		347.269.069.665,00
Pengurangan Penghasilan Bruto atau Biaya Usaha	409.584.038.360,00		409.584.038.360,00
Penghasilan neto dalam negeri	(62.314.968.695,00)		(62.314.968.695,00)
Penghasilan dari Luar Usaha	120.777.702.872,00	203.842.549.758,00	(83.064.846.886,00)
Penyesuaian Fiskal Positif	121.461.484.851,00		121.461.484.851,00
Penyesuaian Fiskal Negatif	14.651.097.745,00		14.651.097.745,00
Jumlah Penghasilan Neto	165.273.121.283,00	203.842.549.758,00	(38.569.428.475,00)
Kompensasi Kerugian	0,00		0,00
Penghasilan Kena Pajak	165.273.121.283,00		0,00
PPH Terutang	41.318.280.250,00		0,00
Kredit Pajak	5.613.642.847,00		5.613.642.847,00
Pajak yang tidak/kurang bayar	35.613.642.847,00		(5.613.642.847,00)
Sanksi Bunga Pasal 13 (2) KUP	14.281.854.961,00		0,00
Jumlah PPh yang Kurang/ (Lebih) Bayar	49.986.492.364,00		(5.613.642.847,00)

Mengingat, Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2002 tentang Pengadilan Pajak dan ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya yang berkaitan dengan sengketa ini; *u*

MENGADILI

Mengabulkan seluruhnya banding Pemohon Banding terhadap Keputusan Direktur Jenderal Pajak Nomor: KEP-05057/KEB/WPJ.07/2019 tanggal 18 Oktober 2019, tentang keberatan atas Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar Pajak Penghasilan Tahun Pajak 2016 Nomor : 00028/206/16/057/18 tanggal 20 Agustus 2018, atas nama **PT Mondelez Indonesia Manufacturing**, NPWP 01.071.001.0-057.000, beralamat di South Quarter Tower B, Lt. 2, Unit A-I, Jl. R. A. Kartini Kav. 8, Cilandak Barat Cilandak, Jakarta Selatan, 12430 d/h Gd. Graha Inti Fauzi Lt. 10, Jl. Buncit Raya No. 22, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, sehingga Pajak Penghasilan dihitung kembali menjadi sebagai berikut:

Penghasilan Neto	(Rp. 38.569.428.475,00)
Kompensasi Kerugian	<u>Rp. 0,00</u>
Penghasilan Kena Pajak	(Rp. 38.569.428.475,00)
Pajak Terutang	Rp. 0,00
Kredit Pajak	<u>Rp. 5.613.642.847,00</u>
Jumlah PPh yang Kurang/ (Lebih) Bayar	(Rp. 5.613.642.847,00)

Demikian diputus di Jakarta berdasarkan Musyawarah setelah pemeriksaan dalam persidangan dicukupkan pada hari Selasa, tanggal 6 April 2021 oleh Hakim Majelis XX.A Pengadilan Pajak dengan susunan Majelis sebagai berikut:

Andre Irwanda, S.H., S.E., Ak., M.B.A., M.H., CIA., CA.	sebagai Hakim Ketua,
Drs. Uming, M.Si.	sebagai Hakim Anggota,
Bambang Sujatmiko, S.H., M.H.	sebagai Hakim Anggota,
yang dibantu oleh	
Agung Nana Permana, S.E., M.H.	sebagai Panitera Pengganti,

Putusan diucapkan dalam sidang terbuka untuk umum oleh Hakim Ketua pada hari Selasa tanggal 26 Oktober 2021, dengan dihadiri oleh para Hakim Anggota, Panitera Pengganti, tidak dihadiri oleh Pemohon Banding dan tidak dihadiri oleh Terbanding.

Hakim-Hakim Anggota

ttd.

Drs. Uming, M.Si.

ttd.

Bambang Sujatmiko, S.H., M.H.

Hakim Ketua

ttd.

Andre Irwanda, S.H., S.E., Ak., M.B.A.,
M.H., CIA, CA.

Panitera Pengganti

ttd.

Agung Nana Permana, S.E., M.H.

**Salinan sesuai dengan aslinya,
Wakil Panitera**

h Budi Setyawan M. N. Y., Ak., M.A. f
NIP. 19690605 199003 1 002