

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Fenomena globalisasi secara tidak langsung telah membawa perubahan besar pada setiap aspek kehidupan, termasuk dalam aspek perekonomian yang ditandai dengan bertumbuhnya aktivitas bisnis. Globalisasi perkembangan perekonomian dewasa ini semakin pesat dan memberikan pengaruh pada pola bisnis dan sikap pelaku bisnis tanpa mengenal batas negara, sehingga berdampak perusahaan multinasional akan mendapatkan permasalahan yaitu penggunaan pajak yang berlaku di setiap negara.

Perusahaan multinasional terjadi berbagai transaksi internasional antar anggota (divisi), salah satunya adalah penjualan barang atau jasa. Sebagian besar transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota tersebut dikenal dengan sebutan *transfer pricing* (Mardiasmo, 2008: 1-2). *Transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang ditransfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa (Indrasti, 2016). Perbedaan tarif pajak yang berlaku antarnegara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik *transfer pricing* (Hansen dan Mowen, 2005:195).

Permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang menarik dan mendapatkan perhatian otoritas perpajakan dari berbagai negara. Semakin banyak negara yang memperkenalkan peraturan *transfer pricing*, penelitian akhir-akhir ini menemukan bahwa lebih dari 80% perusahaan multinasional melihat *transfer pricing* sebagai suatu isu utama (Suandy, 2011). Hal ini tidak terlepas dari perkembangan globalisasi ekonomi dengan munculnya banyak perusahaan multinasional diberbagai mancanegara. Praktik *transfer pricing* telah dilakukan di beberapa perusahaan di Indonesia maupun diluar negeri, diantaranya:

**Tabel 1.1**  
**Kasus *Transfer Pricing* yang Terjadi di Indonesia**

No.	Nama Emiten	Kasus
1.	PT Adaro	Menjual batubara ke Coaltrade Service International Pte. Ltd yang merupakan perusahaan afiliasi yang berada di Singapura. Harga transfer batubara berada di bawah harga pasar, lalu oleh Coaltrade batubara ini dijual kembali sesuai harga pasar. Hal tersebut sangat merugikan Indonesia karena pendapatan dan laba yang duperoleh PT Adora Indonesia menjadi lebih rendah ( <a href="http://www.dpr.go.id">www.dpr.go.id</a> ).
2.	PT Asian Agri	Pada pertengahan 2007 Direktorat Jenderal Pajak membongkar kasus dugaan penggelapan pajak yang dilakukan PT. Asian Agri, anak perusahaan Raja Garuda Mas Group. Direktorat Jenderal Pajak memeriksa bahwa perusahaan itu diduga telah menggelapkan pajak senilai 1,34 trilliun. Manipulasi tersebut secara garis besar menggunakan modus dengan skema <i>transfer pricing</i> , transaksi lindung nila ( <i>hedging</i> ) fiktif, dan pembuatan biaya fiktif.

3.	PT Toyota Manufaktur Indonesia	Ditjen Pajak mengoreksi hitungan bisnis TMMIN setelah membandingkan bisnis TMMIN sebelum 2003 dengan sesudah 2003. Aparat pajak menduga, laba sebelum pajak TMMIN berkurang setelah 2003 karena pembayaran royalti dan pembelian bahan baku yang tidak wajar. Penyebab lainnya penjualan mobil kepada pihak terafiliasi seperti TAM (Indonesia) dan TMAP (Singapura) di bawah harga pokok produksi sehingga mengurangi peredaran usaha.
----	--------------------------------	---

Tabel 1.2

Kasus *Transfer Pricing* yang Terjadi di Luar Negeri

No.	Nama Emiten	Kasus
1.	Google (Inggris)	Pada tahun 2011 juga berhasil mencatat pendapatan sebesar £398 juta tetapi hanya membayar pajak sebesar £6 juta (Andraeni, 2017).
2.	Starbucks (Inggris)	Mempergunakan beberapa taktik untuk memanipulasi laba dengan menransfer keuntungan ke luar negeri. Taktik pertama adalah dengan melakukan <i>offshore licencing</i> . Taktik kedua adalah yang dilakukan Starbucks berkaitan dengan pembelian kopi. Starbucks Inggris membeli biji kopi dari unit Starbucks yang berkedudukan di Swiss. Oleh karena itu, Starbucks Inggris mengeluarkan biaya pembelian untuk biji kopi tersebut. Padahal sesungguhnya apa yang telah dilakukan Starbucks Inggris tersebut adalah cara mereka untuk melakukan manajemen pajak perusahaan mereka. Oleh Starbucks Swiss, transfer biji kopi tersebut dikategorikan sebagai penjualan komoditas dimana berdasarkan peraturan pajak Swiss hanya dikenai tarif 2% (Saraswati dan Sujana, 2017).
3.	Amazon (Inggris)	Amazon Inggris, di mana mereka berhasil melakukan penjualan di Inggris sebesar £3,35 miliar selama tahun 2011 tetapi hanya membayar pajak sebesar £1,5 juta (Andraeni, 2017).

Praktik *transfer pricing* sering kali dilakukan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak tersebut (Cahyadi dan Noviari, 2018). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing* diantaranya adalah rasio pembayaran pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive* dan *debt covenant*.

Perbedaan tarif pajak yang berlaku antar negara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik *transfer pricing* (Hansen dan Mowen, 2005:195). Peraturan Dirjen Pajak No. 32 Tahun 2011 juga mengatur tentang *transfer pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing* sedangkan menurut Cahyadi dan Noviari (2018) dan Saraswati dan Sujana (2018) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* dimana transaksi ini dilakukan dengan entitas berelasi yang berada di negara lain dengan tujuan untuk menurunkan jumlah pajak yang diibayar oleh suatu entitas. Entitas melakukan transaksi hubungan istimewa dengan mentransfer kekayaan ke entitas lain yang berada di luar negeri untuk menurunkan laba sehingga dapat mengurangi rasio pembayaran pajak perusahaan.

Mekanisme bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme

pemberian bonus ini akan berdampak kepada manajemen dalam merekrut laba. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan praktik *transfer pricing* (Purwanti, 2010). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Putri (2018) dan Hartati (2014) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santosa dan Suzan (2017) dan Saraswati dan Sujana (2018) bahwa mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Tunneling incentive* adalah kondisi pengambilan aset suatu pemegang saham non pengendali melakukan pengalihan aset dan keuntungan demi kepentingan pemegang saham pengendali (Santosa dan Suzan, 2018). *Tunneling incentive* dapat dilakukan dengan melakukan transaksi dengan perusahaan yang memiliki hubungan dengan pemegang saham mayoritas yang dilakukan dengan menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen dan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting diperusahaan padahal tidak memenuhi klasifikasi (La Porte dkk, 2000). Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2018) *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* hasil tersebut didukung oleh penelitian Marfuah dan Azizah (2014) dan Santosa dan Suzan (2018) *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Namun hasil

penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Putri (2018) *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Debt covenant* adalah perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditor, seperti pembagian dividen yang berlebihan, atau membiarkan ekuitas dibawah tingkat yang telah ditentukan (Sari dan Mubarak, 2017). Sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa kini dan salah satu praktik perubahan laba adalah dengan *transfer pricing* (Pramana, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Mubarak (2017) *debt covenant* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *transfer pricing*. Nuradila dan Wibowo (2018) menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Indrasti (2016) menyebutkan bahwa *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2018), yang mana penelitian ini menguji kembali pengaruh rasio pembayaran pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada keputusan *transfer pricing*. Namun dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel independen lain yaitu *debt covenant*, dimana pada penelitian sebelumnya tidak ada. Penambahan variabel *debt covenant* guna memperkuat dugaan keputusan *transfer pricing*.

Perbedaan selanjutnya adalah peneliti menambah periode penelitian dimana sebelumnya pada tahun 2013-2016, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan tahun penelitian 2013-2017. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena menurut Saraswati dan Sujana (2018) sebagian besar atau 55,35 perusahaan manufaktur yang listis di Bursa Efek Indonesia modalnya berasal dari penanaman modal asing dengan kepemilikan saham melebihi 20% sehingga mempunyai hubungan intern yang cukup penting dengan induk perusahaan di luar negeri.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH RASIO PEMBAYARAN PAJAK, MEKANISME BONUS, *TUNNELING INCENTIVE* DAN *DEBT COVENANT* PADA INDIKASI MELAKUKAN *TRANSFER PRICING* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)”**

## **1.2. Ruang Lingkup**

Untuk menghindari luasnya permasalahan, maka ruang lingkup dalam penelitian ini dibatasi pada masalah berikut:

1. Objek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek di Indonesia tahun 2013-2017.
2. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu *transfer pricing*.

3. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel independen adalah rasio pembayaran pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive* dan *debt covenant*.

### 1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah rasio pembayaran pajak berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah *debt covenant* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*?

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan umum pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji secara empiris adanya pengaruh rasio pembayaran pajak pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

2. Menguji secara empiris adanya pengaruh mekanisme bonus pada indikasi melakukan *transfer pricing*.
3. Menguji secara empiris adanya *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*.
4. Menguji secara empiris adanya *debt covenant* pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

#### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

##### 1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan studi yang memberikan bukti empiris terkait dengan *transfer pricing* dan dijadikan sebagai bahan literatur untuk sumber referensi pada penelitian selanjutnya.

##### 2. Kegunaan Praktis

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan dan investor/kreditor bagaimana rasio pembayaran pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive* dan *debt covenant* mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.