

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era globalisasi membawa perubahan pesat pada berbagai aspek kehidupan, termasuk perekonomian dunia yang terus menerus perkembangannya. Ditandai kemajuan teknologi, transportasi serta kemudahan komunikasi, sehingga berperan dalam menjangkau dan memudahkan kerjasama atarnegara dari berbagai kepentingan bisnis atara lain memudahkan arus barang, jasa, modal dan sumber daya manusia. Peranan globalisasi tersebut merangsang berkembangnya perusahaan-perusahaan multinasional dalam melakukan kebebasan memperluas atau mengembangkan aktivitas bisnisnya di berbagai negara. Dampaknya perusahaan multinasional akan mengalami permasalahan mengenai tarif pajak pada setiap negara.

Kebanyakan terjadi transaksi bisnis tersebut biasanya di antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota (divisi) tersebut dikenal dengan sebutan *transfer pricing* (Mardiasmo, 2001). Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang peraturan Pajak Penghasilan mempunyai naturan menangani masalah *transfer pricing*, yaitu Pasal 18. Aturan *transfer pricing* mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal. Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang diatur Pasal 18 ayat 4 yaitu hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu

badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih saham yang dimiliki oleh suatu badan. Oleh karena itu menurut PSAK 7, pihak-pihak yang dianggap memiliki hubungan istimewa, bila satu pihak mempunyaikkemampuan untuk mengendalikan pihakoolain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Dalam hal ini apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling keterkait dengan entitas lainnya juga akan disebut dengan hubungan istimewa.

*Transfer pricing* adalah harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota divisi yang dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar dan cocok dengan divisinya. *Transfer pricing* merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara (Astuti, 2008: 12 dalam Refgia, 2017). Namun, kenyataannya *transfer pricing* digunakan pada perusahaan multinasional untuk menghindari tarif pajak yang besar dengan cara menggecilkan pajaknya dan membuat beberapa Negara, salah satunya Indonesia mengalami kerugian penerimaan pajak.

Penelitian tentang pajak yang berhubungan melakukan keputusan *transfer pricing* telah dilakukan. (Bernard et al., 2006 dalam Saifudin dan Putri, 2018) bahwa harga transaksi berhubungan dengan tingkat pajak dan tarif import negara tujuan. (Yuniasih, dkk, 2012 dalam Saifudin dan Putri, 2018 ) menyatakan bahwa pajak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*. Sedangkan menurut

Mispiyanti (2015) dalam Saifudin dan Putri, (2018) menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil tersebut, penelitian ini kembali menguji pengaruh pajak pada keputusan melakukan *transfer pricing*.

Hal yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah nilai tukar kurs (*exchange rate*), sangat kuat berhubungan erat dengan perdagangan internasional karena arus kas perusahaan multinasional didenominasikan menjadi beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif pada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perubahan waktu. *Exchange rate* berbeda-beda inilah yang akan nantinya mempengaruhi praktik *transfer pricing* kepada perusahaan multinasional (Marfuah dkk, 2014 dalam Cahyadi dan Noniek, 2018).

Profitabilitas adalah suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan ditunjukkan dari laba yang dihasilkan, semakin rendah profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* (Sudarmaji dkk, 2007 dalam Cahyadi dan Noniek, 2018). Transaksi *transfer pricing* digunakan perusahaan dengan tujuan untuk menunjang kinerja operasional perusahaan yang dapat menguntungkan para pemegang saham.

*Leverage* digunakan untuk menunjukkan banyak hutang yang digunakan untuk membiayai aset perusahaan. Sehingga memenuhi syarat untuk mengambil

keputusan dari hutang sebagai barang dapat dikurangkan dari pajak dalam laporan keuangan, khususnya laporan laba rugi. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi cenderung mengambil keputusan penghindaran pajak dengan penataan hutang.

*Tunneling* merupakan transfer aset dan keuntungan keluar dari perusahaan untuk melakukan kepentingan pemegang saham mayoritas. *Tunneling* adalah pemindahan sumber daya dari dalam perusahaan ke pemegang saham pengendali (Johnson, 2000 dalam Purwanto dan Tumewu, 2018). Keputusan melakukan *transfer pricing* dapat dipengaruhi kepemilikan saham. Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik sehingga terjadi konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Mispiyanti (2015) dan Syamsuddin (2014) dalam Nuradila dan Wibowo (2018), menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan melakukan keputusan *transfer pricing*.

Selain pajak, keputusan melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi mekanisme bonus. Mekanisme bonus digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawan, sehingga memotivasinya untuk mendapatkan laba yang dihasilkan oleh setiap tahunnya semakin tinggi. Menurut Purwati (2010) dalam Refgia (2017), tantiem atau jasa produksi (bonus) merupakan penghargaan yang diberikan RPUS kepada direksi setiap tahunnya apabila perusahaan memperoleh laba.

Dikarenakan belum tersedianya aturan yang baku, perkara pemeriksaan transaksi *transfer pricing* seringkali dimenangkan oleh wajib pajak dalam

pengadilan pajak, sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* ( Julaiyah, 2014 dalam Tiwa at al., 2017).

Fenomena *transfer pricing* terjadi karena motivasi manajemen untuk menghindari pajak, terutama melakukan *transfer* kekayaan (laba) antar pihak yang berelasi. Dalam kenyatannya isu yang menarik dan mendapat perhatian otoritas perpajakan dari berbagai negara, salah satunya praktik *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan multinasional Starbuck di Inggris, perhitungan pajak Starbuck melanggar aturan dengan membesarkan biaya perusahaan untuk mengurangi beban pajak dengan pemberian insentif secara ilegal (Ramdania, 2014 dalam Saifudin dan Putri, 2018). Sedangkan *transfer pricing* di Indonesia menurut Direktur Eksekutif *Central For Indonesia Taxation* Justinus Prabowo dalam Tiwa et al., (2017) mengatakan *transfer pricing* lebih baik dilakukan perusahaan multinasional dalam meminimalisir setoran pajak ke Negara. Akibatnya Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak sampai lebih dari Rp 1.300 triliun setiap tahun, besarnya kerugian penghasilan suatu Negara (Sarimah, 2010 dalam Tiwa et al., 2017).

Beberapa penelitian telah dilakukan terkait pengaruh pajak, *exchange rate*, profitabilitas, *leverage*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus pada keputusan melakukan *transfer pricing*. Cahyadi dan Noviani (2018) mengemukakan bahwa pajak, profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan, sedangkan *exchange rate* berpengaruh negatif dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Beberapa peneliti memberikan hasil yang berbeda pengaruh *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Nuradila dan Wibowo (2018) berpendapat bahwa

*tunneling incentive* berpengaruh signifikan, sedangkan mekanisme bonus tidak signifikan terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh penelitian Purwanto dan Yumewu (2018), dan Refgia (2017) kedua hasil penelitian tersebut mendapatkan hasil yang sama. Begitupun dengan Noviasatika at al., (2016) berpendapat *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap melakukan *transfer pricing*. Menurut Saifudin dan Putri (2018) dengan judul penelitian determinasi pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada emiten BEI, penelitian tersebut menghasilkan mekanisme bonus berpengaruh signifikan sedangkan *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian pengaruh pajak, *exchange rate*, profitabilitas, dan *leverage* pada keputusan melakukan *transfer pricing* studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016 yang dilakukan oleh Cahyadi dan Noviari (2018). Perbedaan penelitian ini dari penelitian yang dilakukan Cahyadi dan Noviari (2018) adalah adanya tambahan variabel *tunneling incentive* dan mekanisme bonus serta perbedaan periode penelitian tahun 2015-2017. Dengan adanya tambahan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus serta perbedaan periode penelitian maka diharapkan menjadi pertimbangan keputusan melakukan transaksi *transfer pricing* terhadap perusahaan-perusahaan multinasional.

Berdasarkan penjabaran tersebut maka penelitian ini akan menguji kembali pengaruh pajak, *exchange rate*, profitabilitas, *leverage*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus pada keputusan melakukan *transfer pricing*.

Pemilihan perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan ini memiliki potensi tinggi dalam melakukan *transfer pricing* selain itu penanaman Modal Asing (PMA) dilakukan kepada perusahaan manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang mencakup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri.

Dari uraian diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian ini yang berjudul **“PENGARUH PAJAK, *EXCHANGE RATE*, PROFITABILITAS, *LEVERAGE*, *TUNNELING INCENTIVE* DAN MEKANISME BONUS PADA KEPUTUSAN MELAKUKAN *TRANSFER PRICING* (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2015-2017)”**.

## **1.2 Ruang Lingkup**

Agar lebih terarah, penelitian ini dibatasi beberapa masalah sehingga akan lebih mudah untuk dipahami dan menghindari kesalah tafsir dari maksud dan tujuan utama penelitian ini. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah :

1. Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2017.
2. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibatasi oleh :
  - a. Variabel dependennya adalah *transfer Pricing*.
  - b. Variabel independennya yang digunakan adalah pajak, *exchange rate*, profitabilitas, *laverage*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus.

### 1.3 Rumusan Masalah

Pesatnya pertumbuhan perusahaan di era globalisasi ini menimbulkan permasalahan-permasalahan yaitu, salah satunya tentang transaksi *transfer pricing* terutama pada perusahaan manufaktur. *Transfer pricing* merupakan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa (pihak-pihak yang berelasi). Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, praktik melakukan transaksi *transfer pricing* menarik untuk diteliti yaitu berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*. Maka pada penelitian ini *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak, *exchange rate*, profitabilitas, *leverage*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Penelitian ini akan membuktikan apakah pajak, *exchange rate*, profitabilitas, *leverage*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan penelitian yang nantinya akan menguji dan menganalisis seberapa besar faktor-faktor yang memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap perusahaan yang melakukan *transfer pricing*. Faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* antara lain pajak, *exchange rate*, profitabilitas, *laverage*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus, dari faktor tersebut akan dikaitkan dengan teori agensi dan teori akuntansi positif. Implementasi dari teori agensi berupa perjanjian yang berisi proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak sedangkan teori akuntansi positif memahami dan memprediksi kebijakan standar akuntansi yang baru sehingga memberikan pemahaman pada pihak-pihak yang berkepentingan. Dapat disimpulkan jika



semakin besar keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* maka akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya.

### 1.5 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pihak lain yaitu :

1. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan pemerintah mengenai perilaku perusahaan yang melakukan *transfer pricing*, sehingga pemerintah dapat mengevaluasi kembali kebijakan tersebut agar tidak mengurangi pendapatan Negara.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mengetahui perusahaan apa saja yang cocok mempergunakan transaksi *transfer pricing*, dan menjadi pertimbangan perusahaan yang belum melakukan transaksi *transfer pricing* untuk memperkecil beban tarif pajak dan memperbesar pendapatan perusahaan.

3. Bagi Calon Investor Dan Kreditor

Penelitian ini dapat mengetahui perusahaan yang telah menggunakan *transfer pricing*. Bagi calon investor dan kreditor diharapkan setelah mempelajari penelitian ini dapat memahami maksud *transfer pricing*, serta manfaat dan kegunaanya suatu perusahaan sehingga dalam hal ini

dapat menjadi pertimbangan sebelum mengambil keputusan investasi maupun kredit.

4. Bagi Perguruan Tinggi Dan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya penelitian sebelumnya dan menjadi *referensi* untuk penelitian selanjutnya. Hasil penelitian ini juga diharapkan membantu mahasiswa memahami kegunaan *transfer pricing*.

5. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan *referensi* ataupun perbandingan penelitian selanjutnya terkait dengan *transfer pricing*.

