

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi ini membawa pengaruh terhadap perkembangan perekonomian di dunia baik di negara maju maupun berkembang. Perekonomian berkembang semakin cepat tanpa mengenal batas negara membuat arus transaksi perdagangan semakin mudah dan lancar dimana terlihat banyaknya perusahaan yang mulai memperluas pasarnya dengan mendirikan anak perusahaan di dalam negeri maupun di luar negeri. Mendirikan anak perusahaan di negara yang berbeda dari induk perusahaan menjadi strategi bagi perusahaan untuk mengembangkan pangsa pasar ekspor maupun impor. Hal ini menyebabkan terbentuknya perusahaan multinasional. Kegiatan perdagangan lintas negara dapat membuat pertumbuhan perusahaan multinasional menjadi pesat.

Perusahaan multinasional akan menghadapi permasalahan perbedaan tarif pajak di setiap negara. Hal tersebut memicu perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing* atas sumber daya, jasa dan teknologi yang ditransfer antar perusahaan dalam skala multinasional (Tiwa et al, 2017). *Transfer pricing* dapat menimbulkan berbagai masalah menyangkut persaingan usaha yang tidak sehat, masalah internal manajemen, bea cukai, dan pajak (Syaifudin, 2018). Istilah *transfer pricing* yaitu mentransfer barang atau jasa dari perusahaan satu dengan perusahaan lain dengan sistem multinasional (Purwanto dan James, 2018).

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

pengendalian pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang menarik di dunia ekonomi maupun bisnis serta mendapat perhatian dari otoritas perpajakan diberbagai negara. Kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi tingkat penerimaan pajak. (Mangoting, 2000) menyatakan awalnya *transfer pricing* mempunyai tujuan tertentu yaitu digunakan untuk penentuan harga barang atau jasa oleh unit divisi dari suatu perusahaan kepada unit divisi lain yang masih dalam suatu perusahaan yang sama, tetapi dengan berkembangnya zaman *transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar perusahaan.

Melmusi (2016) menyebutkan, *transfer pricing* dari sisi pemerintah di yakini dapat mengakibatkan berkurangnya penerimaan pajak suatu negara, perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan memperkecil harga jual dari negara mempunyai tarif tinggi ke negara yang menerapkan tarif pajak yang lebih rendah. Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung meminimalkan biaya-biaya, termasuk didalamnya pembayaran pajak. Perusahaan industri sektor manufaktur merupakan salah satu perusahaan yang memiliki potensi melakukan *transfer pricing*. Hal tersebut terbukti dengan adanya kasus yang berkaitan dengan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

Fenomena yang terjadi PT Coca-Cola Indonesia (CCI) kekurangan membayar pajak sebesar Rp.49,24 miliar. Praktik ini bisa dideteksi ada kegiatan yang tidak sesuai dengan bisnis perusahaan. Produk PT CCI adalah konsentrat,

bukan produk minuman jadi. Namun mereka harus mengeluarkan biaya yang besar untuk iklan. Beban biaya ini mengarah pada praktik *transfer pricing* untuk meminimalisir pembayaran pajak (2014) www.kompas.com. Menurut Direktur Eksekutif *Center For Indonesian Taxation* mengatakan praktik *transfer pricing* lebih banyak dilakukan perusahaan multinasional dalam meminimalisir setoran pajak ke negara. Akibatnya Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak hingga Rp.100 triliun setiap tahunnya (2015) www.economy.okezone.com.

Adanya fenomena tersebut jika dilihat dari praktiknya, *transfer pricing* menjadi salah satu upaya perencanaan pajak dengan tujuan meminimalkan beban pajak yang harus dibayar. *Transfer pricing* diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Peraturan *transfer pricing* tersebut mencakup beberapa hal, yaitu pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length* (wajar).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) yaitu hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasa modal saham atau suatu badan yang 25 % (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Hubungan istimewa adalah hubungan kepemilikan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang terjadi karena adanya keterkaitan antara satu pihak dengan pihak lain yang tidak terdapat hubungan biasa (Mangoting, 2000). Hubungan istimewa juga dapat diartikan hubungan

antara pihak satu dengan pihak lain, dimana salah satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain dalam mengambil keputusan.

Setiap negara mempunyai aturan perpajakan yang berbeda-beda ada negara yang mengenakan tarif pajak tinggi pada laba kena pajak perusahaan, namun juga ada negara yang mengenakan tarif pajak yang rendah pada laba kena pajak, atau bahkan ada negara yang tidak mempunyai peraturan anti penghindaran pajak. Pada negara-negara inilah biasanya perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan mudah (Purwanto dan James, 2018). Oleh karena itu, penelitian mengenai *transfer pricing* menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Beberapa peneliti terdahulu telah meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Namun dalam pengujian penelitian tersebut masih menunjukkan hasil yang belum konsisten. Adanya perbedaan hasil peneliti satu dengan peneliti yang lain, menjadikan peneliti juga tertarik untuk meneliti lebih lanjut guna memperoleh hasil yang lebih konsisten. Dalam penelitian ini, peneliti menguji beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing*, diantaranya pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *leverage*.

Faktor pertama yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu pajak. Pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang sehingga memiliki sifat memaksa dengan tidak mendapatkan balas jasa secara langsung (Nugraha, 2016). Setiap perusahaan diwajibkan untuk membayar pajak sesuai perhitungan yang berlaku. Pajak memiliki sifat yang memaksa. Oleh sebab itu, pajak merupakan masalah yang tidak bisa dihindari setiap perusahaan.

Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan kecurangan dalam pembayaran pajak. Ada banyak hal yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak. Perusahaan akan melakukan *transfer pricing* untuk menghindari pembayaran pajak yang tinggi. Semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan Santosa dan Leny (2018), Tiwa dkk (2017), Nazihah dkk (2019), serta Sundari dan Yugi (2016) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Luky (2018), serta Melmusi (2016) menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati dan R Kananto (2018) menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor kedua, *tunneling incentive* dapat diartikan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan (Hartati dkk, 2015). Sansing (1999) menyatakan bahwa pemegang saham mayoritas dapat mentransfer kekayaan untuk dirinya sendiri dengan mengorbankan hak para milik minoritas, dan terjadi penurunan pengalihan kekayaan ketika persentase kepemilikan pemegang saham mayoritas menurun. Apabila kegiatan *tunneling* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati dan Susi (2020) menunjukkan bahwa *tunneling*

incentive berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan *transfer pricing*. Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Luky (2018), serta Nazihah dkk (2019), menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor ketiga, mekanisme bonus merupakan komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik setiap tahunnya (Suryatiningsih dkk, 2009). Adanya kebijakan bonus yang sudah tepat, maka pemilik berharap manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan melalui efisiensi pembayaran pajak (Mispiyanti, 2015). Dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan (Purwanto dan James, 2018). Para direksi akan memaksimalkan kinerjanya dan menaikkan laba perusahaan dengan melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Luky (2018), Melmusi (2016), serta Nazihah dkk (2019), menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Berbeda penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015), Santosa dan Leny (2018), Refgia (2017), serta Purwanto dan James (2018) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor keempat, *leverage* merupakan rasio yang menunjukkan besarnya hutang yang dimiliki perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya (Rezky dan Fachrizal, 2018). Semakin tinggi nilai rasio *leverage*, berarti semakin tinggi

hutang perusahaan maka semakin tinggi beban bunga yang ditanggung perusahaan, tingginya beban bunga akan mengurangi laba yang diperoleh perusahaan (Pratiwi, 2018). Perusahaan dengan tingkat hutang *leverage* yang tinggi, maka pajak yang dibayarkan perusahaan lebih sedikit, transfer utang dari perusahaan induk ke anak perusahaan akan membentuk skema utang yang akan menguntungkan perusahaan (Rezky dan Fachrizal, 2018). *Leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* untuk mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2018) serta Rezky dan Fachrizal (2018) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini mereplikasi penelitian Purwanto dan James (2018). Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Purwanto dan James (2018) yaitu pertama, dalam penelitian ini menambah variabel independen yaitu *leverage*. *Leverage* adalah rasio yang menunjukkan utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai operasinya. Kedua, dalam penelitian ini periode penelitian yang digunakan yaitu periode 2014-2018, menggunakan tahun terbaru agar hasil penelitian mampu mencerminkan kondisi yang terjadi pada saat ini. Sedangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Purwanto dan James (2018) menggunakan tahun 2012 selama satu tahun. Ketiga, adanya perbedaan pengukuran *transfer pricing* pada penelitian ini menggunakan rasio nilai transaksi pihak berelasi (*related party transaction*) karena transaksi pihak berelasi merupakan transaksi yang terjadi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa (Refgia, 2017), sedangkan peneliti sebelumnya menggunakan variabel *dummy*.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini mengambil judul “**Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Leverage terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018)**”.

1.2. Ruang Lingkup

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian, maka penulis membatasi ruang lingkup pokok bahasan dalam permasalahan sebagai berikut:

1. Meneliti pengaruh pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Penelitian ini dilakukan seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia).
3. Variabel dependen dalam penelitian ini keputusan *transfer pricing*.
4. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *leverage*.
5. Tahun penelitian 5 tahun yaitu 2014 sampai dengan tahun 2018.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis akan merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?
4. Apakah *leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, ruang lingkup, dan rumusan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat dan berguna bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan terkait harga transfer, serta memberikan wawasan mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan untuk menambah wawasan dan ilmu khususnya mengenai *transfer pricing*.

b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini dapat memberikan informasi bagi pemerintah dalam hal ini adalah Direktorat Jendral Pajak (DJP) dan Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berhubungan dengan pentingnya pengawasan serta efektifitas peraturan yang telah dikeluarkan mengenai pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*.

c. Bagi Manajer Perusahaan

Penelitian ini memberikan masukan bagi perusahaan manufaktur mengenai pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *leverage*

terhadap keputusan *transfer pricing*. Sehingga dapat membantu manajer dalam pengambilan keputusan dan menambah kesadaran pentingnya etika bisnis.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah informasi dan pengetahuan di bidang akuntansi, khususnya mengenai pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

