

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Menghadapi era globalisasi yang saat ini semakin modern menyebabkan perekonomian berkembang tanpa batas, bahkan negara sudah bukan menjadi batasan. Masalah-masalah baru akan muncul yang harus siap dihadapi. Salah satunya perusahaan multinasional akan menghadapi masalah perbedaan pajak yang berlaku di setiap negara. Perkembangan perekonomian di dunia yang semakin pesat adalah salah satu dampak dari globalisasi selain itu suatu negara sudah bukan menjadi batasan. Permasalahan yang sering muncul yaitu perbedaan tarif pajak, dimana perusahaan multinasional akan menghadapi masalah tersebut. Dengan adanya perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Tidak selesai pada satu permasalahan, dengan adanya *transfer pricing* menimbulkan permasalahan yang sampai saat ini sering terjadi, diantaranya masalah pajak, ketentuan anti *dumping*, bea cukai, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen, serta masih banyak masalah lain yang berhubungan dengan adanya *transfer pricing*. Banyak kejadian yang membuktikan bagaimana *transfer pricing* bukan hanya teknik akuntansi, tetapi juga metode alokasi sumber daya dan penghindaran pajak yang mempengaruhi distribusi pendapatan, kekayaan, risiko dan kualitas hidup perusahaan (Pendse, 2012).

Menurut Setiawan (2014) *transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa,

harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intra-company transfer pricing* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*) maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*) (Saraswati dan Sujana, 2017). Tujuan dari *transfer pricing* adalah untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan dan transaksi *transfer pricing* merupakan transaksi yang legal. Umumnya pelaku utama praktik curang yang sering dijalankan adalah perusahaan pertambangan dengan wilayah operasional diberbagai negara dengan meminimalisasi pembayaran pajak via *transfer pricing*. Hal ini diterapkan dengan menurunkan data harga satuan suatu produk jauh dibawah harga internasional melalui transaksi diantara mereka sendiri. Kebanyakan perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing* adalah perusahaan pertambangan, pertanian dan kehutanan (Jabbar, 2013).

Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics pada tahun 2018 mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* baru naik 20%. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan sengketa lainnya yang hanya pada kisaran 10%. *MAP Statistics* menjelaskan mayoritas otoritas pajak menutup lebih banyak kasus dibandingkan dengan sebelumnya. Di satu sisi, data dari negara menunjukkan penurunan inventaris di sekitar setengah dari yurisdiksi pelaporan dan

peningkatan di setengah lainnya. "Namun, inventaris agregat secara global terus meningkat, terutama karena kasus penetapan harga transfer, di mana jumlah kasus ditutup meningkat pada kecepatan yang lebih lambat dari pada jumlah kasus yang dimulai," tulis laporan yang dikutip (Bisnis.com, Rabu (18/9/2019)).

Praktik *transfer pricing* telah dilakukan di beberapa perusahaan multinasional di Inggris, contohnya Starbucks pada tahun 2011 tidak membayar pajak sama sekali dan mengaku rugi sejak tahun 2008, padahal telah berhasil mencetak penjualan sebesar £112 juta atau sekitar Rp 1,7 triliun. Selama beroperasi di Inggris, Starbucks hanya menyetorkan pajak sebesar £6 juta. Sebagian besar keuntungan Starbucks telah dialihkan dari Inggris ke perusahaan cabang di Belanda dalam bentuk royalti (Mayowan dan Karjo, 2016). Starbucks mengaku mengalami penurunan pendapatan dengan pihak Belanda. Tetapi pihak Uni Eropa justru menilai adanya *transfer pricing*, dimana perhitungan pajak perusahaan multinasional memasukkan biaya-biaya dari anak perusahaan sehingga dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Perhitungan pajak Starbucks ini melanggar aturan dengan membesarkan biaya perusahaan untuk mengurangi beban pajak dengan pemberian insentif secara legal (Ramdania, 2014).

Pajak merupakan salah satu masalah yang tidak bisa dihindari oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan telah diwajibkan untuk melakukan pembayaran pajak sesuai dengan perhitungan yang berlaku. Dengan begitu perusahaan yang merasa dengan adanya pajak akan merugikan perusahaan, maka banyak muncul adanya kecurangan dalam pembayaran pajak. Banyak hal yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak ke negara. Dengan begitu

untuk menghindari adanya pembayaran pajak yang tinggi salah satu hal yang dilakukan oleh perusahaan yaitu *transfer pricing*. Upaya dalam memperkecil pajak secara internasional dilakukan dengan *transfer pricing*, yaitu memperbesar harga pembelian atau biaya (*over invoice*) atau memperkecil harga penjualan (*under invoice*) (Ilyas dan Suhartono, 2009). Hal ini digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang memiliki tarif rendah dengan memaksimalkan beban pada akhirnya mengurangi pendapatan sehingga beban pajak yang harus dibayarkan juga akan menurun (Noviastika, 2016).

Faktor lain yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual (Laksitaputri, 2012). Nilai perusahaan merupakan persepsi investor yang sering dikaitkan dengan harga saham (Tarihoran, 2017). Salah satu tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan, transaksi kepada pihak berelasi adalah transaksi yang dilaksanakan untuk efisiensi sumber daya perusahaan yang dapat dilakukan dalam bentuk praktik *transfer pricing*. Bertujuan agar manajemen melakukan identifikasi terhadap penghindaran terhadap penurunan laba serta penghindaran terhadap *negative forecast error* pada laporan keuangan. Sehingga diharapkan dapat mempertahankan kepercayaan investor pada perusahaan. Meskipun perusahaan melakukan cara untuk menambah laba dan meningkatkan nilai perusahaan dengan mengurangi pajak yang harus dibayar, belum tentu dengan mekanisme *transfer pricing*. Ada cara lain bagi perusahaan menambah laba dan meningkatkan nilai perusahaan dan meminimalkan pajak yang dibayar salah satunya mungkin adalah

manajemen pajak atau *tax planning* (Marfuah, dkk, 2019).

Keputusan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *exchange rate*. *Exchange rate* atau selisih kurs merupakan keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing (Mulyani, 2014) mengatakan harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang lainnya (*kurs*) sangat tergantung dari penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) mata uang tersebut. Berkembangnya dunia bisnis membuat berkembang pula motif perusahaan dalam menerapkan *transfer pricing* di perusahaannya. Seperti yang disebutkan oleh Prem Sikka dan Hugh Willmott (2010:342) salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas, saat ini perusahaan multinasional telah berlomba-lomba untuk dapat meluaskan jaringan pemasarannya ke luar negeri. Marfuah dkk. (2013:157) mengatakan karena perbedaan mata uang sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Sedangkan, arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda yang nantinya akan mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan multinasional (Pratiwi, 2018).

Selain beban pajak, nilai perusahaan, dan *exchange rate* faktor lain yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Menurut Purwanti (2010) dan Kiswanto (2014) mekanisme bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekrut laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima. Termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*. Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi.

Berdasarkan uraian diatas penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Syahidatul Marfuah, Siti Nurlaela, Anita Wijayanti (2019) dengan judul “Pengaruh Beban Pajak, Nilai Perusahaan dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*, (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2012- 2017). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat pada sektor perusahaan yaitu sektor pertambangan menjadi sektor manufaktur, penambahan variabel yaitu mekanisme bonus, alasan karena mekanisme bonus salah satu kebijakan dalam akuntansi untuk meningkatkan kinerja direksi dalam meningkatkan laba perusahaan dan dapat memaksimalkan penerimaan kompensasi bonus kepada direksi atas hasil kinerja yang baik terhadap perusahaan dan mensejahterakan karyawannya. Selanjutnya terdapat pada periode

penelitian yaitu dari 2012-2017 menjadi 2016-2020, agar mendapat hasil penelitian menunjukkan data terbaru.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas serta penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“PENGARUH BEBAN PAJAK, NILAI PERUSAHAAN, EXCHANGE RATE DAN MEKANISME BONUS TERHADAP TRANSFER PRICING (STUDI EMPIRIS PADA PERUSAHAAN SEKTOR MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020)”**.

1.2. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup digunakan untuk membatasi penelitian agar tidak keluar dari inti permasalahan. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Variabel independen dalam penelitian adalah beban pajak, nilai perusahaan, *exchange rate*, dan mekanisme bonus. Variabel dependen dalam penelitian adalah *transfer pricing*.
- 2) Penelitian ini mengambil obyek penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- 3) Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode 2016-2020.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat disimpulkan bahwa praktek *transfer pricing* masih sering terjadi terbukti pada survei yang dilakukan oleh *Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics* pada tahun 2018 mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* baru naik 20%. Dimana *transfer pricing* dilakukan

dengan melanggar aturan yaitu membesarkan biaya perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan.

Tidak selesai pada satu permasalahan, dengan adanya *transfer pricing* menimbulkan permasalahan yang sampai saat ini sering terjadi, diantaranya masalah pajak, ketentuan anti *dumping*, bea cukai, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen, serta masih banyak masalah lain yang berhubungan dengan adanya *transfer pricing*. Banyak kejadian yang membuktikan bagaimana *transfer pricing* bukan hanya teknik akuntansi, tetapi juga metode alokasi sumber daya dan penghindaran pajak yang mempengaruhi distribusi pendapatan, kekayaan, risiko dan kualitas hidup perusahaan

Berdasarkan uraian tersebut maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah faktor beban pajak, nilai perusahaan, *exchange rate* dan mekanisme bonus akan berpengaruh atau tidak terhadap *transfer pricing*.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dikemukakan untuk melakukan penelitian lebih lanjut adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing*.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh nilai perusahaan terhadap *transfer pricing*.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing*.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap

transferpricing

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak yang berkepentingan, yaitu :

1) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan literatur dengan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya yaitu terkait pengaruh beban pajak, nilai perusahaan, *exchange rate*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan pertambangan.

2) Bagi Praktisi

Untuk menambah pengetahuan dengan memberikan garis besar dari faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*

3) Bagi Regulator

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi pemerintah, Direktorat Jendral Pajak agar lebih mengawasi tindakan *transfer pricing* yang masih marak dilingkup perusahaan dan bagi para pelaku usaha bisa meminimalisis tindakan praktik *transferpricing*.