

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi telah membawa perubahan yang pesat pada setiap aspek kehidupan, termasuk perekonomian dunia yang ditandai dengan bertumbuhnya aktivitas bisnis berskala global internasional yang berimbas pada batasan antar negara yang mulai berkurang bahkan menghilang. Transaksi perdagangan internasional yang melibatkan perusahaan multinasional dalam satu grup berkembang semakin kompleks, yang tidak hanya melibatkan barang saja, tetapi juga modal, dan harta tak bergerak. Salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan multinasional adalah dengan menerapkan *transfer pricing* atas sumber daya, jasa dan teknologi yang ditransfer antar perusahaan dalam skala multinasional. Dimana transaksi antar perusahaan tersebut seringkali dijadikan saran bagi perusahaan untuk memaksimalkan laba melalui penyesuaian harga internal (Akbar 2015).

Awalnya *transfer pricing* dikenal dalam akuntansi manajemen sebagai kebijakan harga yang diterapkan atas penyerahan barang atau jasa antar departemen didalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk mengukur kinerja dari masing-masing divisi atau departemen tersebut (Nurhayati, 2013). Perusahaan multinasional dalam ekspansinya cenderung mengoperasikan usahanya secara desentralisasi dan melaksanakan konsep *cost revenue profit* dan *corporate profit center concepts*, yang dapat mengukur dan menilai kinerja dan motivasi setiap

divisi / unit yang bersangkutan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut antara lain digunakan sistem harga transfer atau transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* multinasional berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum (entitas) atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara (Ni'maturosyiddah, 2018).

Transfer pricing adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi antar pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa (Kurniawan, 2015). Sedangkan menurut Utari dkk, (2016) *Transfer pricing* ialah satuan nilai produk atau jasa yang dibebankan oleh satu divisi ke divisi yang lainnya pada sebuah organisasi yang sama. Perusahaan besar dan berskala internasional atau multinasional corporation (MNC) pada umumnya memiliki banyak anak perusahaan atau memiliki banyak cabang. Antara anak perusahaan dan cabang sering melakukan transaksi bisnis. Kantor pusat atau induk perusahaan akan mengatur transaksi bisnis di antara anak perusahaan, tujuannya agar terjadi hubungan timbal-balik yang saling menguntungkan, yang hakikatnya secara keseluruhan menguntungkan induk perusahaan. Pengaturan bisnis antar anak perusahaan atau antar cabang itu disebut harga transfer atau *transfer pricing*, yaitu sejumlah harga yang dijual dan dibeli oleh sesama anak perusahaan atau cabang.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan tindakan *transfer pricing*. Faktor pertama adalah *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* merupakan aktivitas pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan (Johnson

et al. 2000). Dimana kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya. *Tunneling* dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan tersebut daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di bursa harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali (Lo *et al.*, 2010). Wafiroh (2015) menemukan bahwa *tunneling incentive* memberikan dampak negatif terhadap transaksi *transfer pricing*, dimana transaksi *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan akan mengakibatkan adanya *tunneling* yang mengakibatkan kerugian bagi pemilik saham minoritas atau non pengendali, dikarenakan pemilik saham pengendali menginginkan keuntungan yang lebih besar dengan dilakukannya *tunnel* terhadap perusahaan dengan pemilik saham minoritas dengan cara melakukan *transfer pricing*.

Faktor kedua adalah *exchange rate*. *Exchange rate* merupakan selisih nilai tukar sebuah mata uang dari suatu negara dengan mata uang negara lain. Menurut Marfuah dan Andri (2014), 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 inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Hasil penelitian yang dilakukan Chan, *et al.* (2002) yang

menemukan bahwa perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing*.

Faktor ketiga adalah mekanisme bonus. Menurut Purwanti (2010), Tantiem / bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima. Termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*. Sebagaimana Lo *et al.* (2010) menemukan bahwa ada kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba.

Horngren, (2008) menyatakan bahwa bonus direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi memiliki kemungkinan untuk melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Faktor keempat adalah kepemilikan asing. Kepemilikan asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum atau pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri atau perorangan badan hukum pemerintah yang bukan berasal dari Indonesia (Fauzi,

2006). Pada saat kepemilikan saham pengendali asing semakin besar, pemegang saham pengendali asing memiliki kendali yang semakin besar dalam menentukan keputusan dalam perusahaan yang menguntungkan dirinya termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Hal ini dimungkinkan bahwa kepemilikan asing dapat mempengaruhi banyak sedikitnya *transfer pricing* yang terjadi (Suprianto dan Pratiwi, 2018).

Di Indonesia fenomena praktik *transfer pricing* pernah dilakukan oleh beberapa perusahaan multinasional, dimana *transfer pricing* ini terjadi karena adanya penjualan pihak berelasi. Pada penjualan pihak berelasi terdapat hubungan istimewa yang dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Berikut merupakan data perusahaan yang melakukan penjualan pihak berelasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan :

Tabel 1.1
Perusahaan Manufaktur yang Melakukan *Transfer Pricing*

NO	Emiten	Tahun	Penjualan pihak berelasi	Dummy	Keterangan
1	AUTO	2013	Rp 4.065.602.000.000	1	Perusahaan terindikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
		2014	Rp 4.614.672.000.000	1	
		2015	Rp 4.282.171.000.000	1	
2	ADMG	2013	Rp 899.501.764.000	1	Perusahaan terindikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
		2014	Rp 765.200.030.000	1	
		2015	Rp 673.665.062.000	1	
3	INDF	2013	Rp 2.444.333.000	1	Perusahaan terindikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
		2014	Rp 5.024.582.000	1	
		2015	Rp 5.475.582.000	1	

(www.idx.co.id)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa masing-masing perusahaan penjualan pihak berelasi setiap tahunnya mengalami fluktuatif yang disebabkan

oleh jumlah minat konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang tidak menentu. Terkait dengan penjelasan *transfer pricing* yaitu perusahaan manufaktur yang melakukan penjualan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa yang masih berada dalam satu organisasi. Oleh sebab itu perusahaan dikatakan terindikasi melakukan *transfer pricing*. Pada tabel 1.1 PT Astra Otoparts Tbk melakukan penjualan pihak berelasi tahun 2013 sebesar Rp 4.065.602.000.000, penjualan ini meningkat pada tahun 2014 sebesar Rp 4.614.672.000.000 hal ini menjelaskan tingginya tingkat penjualan pada pihak berelasi. Sedangkan tahun 2015 terjadi penurunan terhadap penjualan pihak berelasi sebesar Rp 4.282.171.000.000 berarti minat konsumen terhadap barang atau jasa menurun.

Motivasi dari penelitian ini dikarenakan adanya ketidak konsistenan dari peneliti-peneliti sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Andri (2014) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Sedangkan Rosa, dkk (2017) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan Marfuah dan Andri (2014) memberikan hasil bahwa *exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Sedangkan menurut Andraeni (2017), *exchange rate* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Begitu juga hasil penelitian yang dilakukan Refgia (2017) ditemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan Hartati (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*.

Dalam penelitian Refgia (2017) ditemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Tiwa (2017) menemukan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan modifikasi yang dilakukan oleh Refgia (2017) yaitu pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor industry dasar kimia yang listing di BEI tahun 2011-2014. Serta dilakukan juga oleh Marfuah dan Andri (2014) yaitu pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012. Penelitian ini terkonsentrasi pada perusahaan manufaktur untuk periode 2013-2017 sebagai objek penelitian. Dari penjelasan di atas maka penelitian ini mengangkat judul “Pengaruh *Tunneling Incentive*, *Exchange Rate*, Mekanisme Bonus, Dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
2. Apakah *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
3. Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
4. Apakah Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *transfer pricing*
2. Untuk menganalisis pengaruh *Exchange Rate* terhadap *transfer pricing*
3. Untuk menganalisis pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing*
4. Untuk menganalisis pengaruh Kepemilikan Asing terhadap *transfer pricing*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini mempunyai manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan diantaranya :

1. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor / kreditor bagaimana *tunneling incentive*, *exchange rate*, mekanisme bonus, kepemilikan asing mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.

2. Manfaat Teoritis dan Akademis

Menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dengan memberikan gambaran faktor yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia serta menambah referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab 1 adalah pendahuluan, bab ini merupakan bagian awal penelitian. Dalam bab ini dijelaskan hal-hal mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 berisi landasan teori dan pengembangan hipotesis. Landasan teori menjelaskan teori-teori, dan dasar-dasar serta penelitian sebelumnya untuk penurunan hipotesis pemikiran dari sebuah penelitian. Penurunan hipotesis nantinya akan digunakan untuk pemecahan masalah yang terdapat pada penelitian.

Bab 3 menjelaskan metode yang akan digunakan dalam penelitian. Metode penelitian ini terdiri dari populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasional dan pengukuran variabel serta analisa yang akan digunakan.

Bab 4 menjelaskan penjabaran objek penelitian dengan bahasan mengenai profil objek penelitian dan penentuan sampel penelitian. Kemudian menyajikan hasil uji analisis data penelitian menggunakan analisis regresi logistik, menilai kelayakan model regresi Hosmer dan Lemeshow's Goodness of Fit Test, penjabaran mengenai keseluruhan model dengan perbandingan -2 Log Likelihood, uji Nagelkerke's R Square serta pengujian hipotesis.

Bab 5 merupakan bab akhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan. Selain itu juga apa saja keterbatasan dalam penelitian ini serta saran-saran yang diberikan berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan untuk peneliti selanjutnya.