

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi secara tidak langsung telah mendorong banyak perubahan termasuk pada perusahaan. Hal ini jelas berdampak pada perubahan lingkungan dunia usaha yang sangat cepat. Kemudahan dalam memperoleh akses transportasi dan informasi memicu pelaku bisnis berlomba-lomba memenuhi keinginan konsumen dengan produk atau jasa terbaik yang dapat dihasilkan perusahaan baik untuk konsumen di dalam negeri maupun di luar negeri. Ditambah dengan lahirnya *World Trade Organization (WTO)* memudahkan perusahaan untuk tidak membatasi kegiatan operasinya hanya di negeri sendiri, akan tetapi merambah ke mancanegara dan menjadi perusahaan multinasional dan transnasional (Jumaidi dkk, 2017)

Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang berusaha di banyak negara. Perusahaan ini biasanya sangat besar yang memiliki kantor-kantor, pabrik atau kantor cabang di banyak negara. Mereka biasanya memiliki sebuah kantor pusat dimana mereka mengkoordinasi manajemen global. Tiga motif utama berdirinya perusahaan multinasional adalah: (1) memperluas usaha dalam rangka mencari bahan baku dan menjual produknya keluar negeri. (2) mencari pasar dan memperluas jangkauan pemasaran produk yang dimiliki. (3) meminimumkan biaya (*cost minimazer*) seperti, keringanan pajak, tenaga kerja yang murah, harga

tanah murah, biaya pengolahan limbah dengan syarat ringan dan lain sebagainya (Utari dkk, 2016).

Perusahaan multinasional dengan lingkup usahanya yang *borderless country* akan menghadapi beberapa permasalahan, seperti perbedaan tarif pajak dan bea. Perbedaan tarif pajak ini yang dapat membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Pada awalnya *transfer pricing* dilakukan untuk menilai kinerja antar unit organisasi dalam satu perusahaan. Namun dalam praktiknya, sering disalahgunakan untuk meminimalkan beban yang harus dibayar perusahaan (Ardila, 2018).

Di Indonesia, transaksi antar anggota perusahaan multinasional tidak luput dari rekayasa *transfer pricing*, terutama oleh wajib pajak Penanaman Modal Asing (PMA) dan cabang perusahaan asing di Indonesia yang termasuk dalam kategori Bentuk Usaha Tetap (BUT). Sebagian besar perusahaan tersebut bergerak dibidang manufaktur dan mempunyai kaitan internal yang cukup substansial dengan induk perusahaan atau afiliasinya di mancanegara (Ayshinta dkk, 2019).

Dalam lingkup perusahaan multinasional, *transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan pajak yang mereka keluarkan diseluruh dunia dengan cara melakukan pengaturan laba antara perusahaan afiliasi sehingga mengakibatkan pembayaran pajak jadi jauh lebih rendah dari skala global (Hansen and Mowen, 2012). Hal ini disebut juga sebagai transaksi hubungan istimewa dimana terjadi transaksi antar sesama anggota perusahaan atau dalam satu grup (*intra-group transaction*). Pengertian hubungan istimewa diatur di dalam Undang-

Undang Pajak Penghasilan. Pasal 18 ayat 4 UU Nomor 36 Tahun 2008, cakupan hubungan istimewa terjadi apabila ada penyertaan kepemilikan secara langsung maupun tak langsung minimal 25% pada Wajib Pajak lainnya (Saraswati dan Sujana, 2017).

Transfer pricing bervariasi dari suatu perusahaan ke perusahaan lain, industri ke industri dan negara ke negara. *Transfer pricing* dapat mempengaruhi hubungan sosial, ekonomi, dan politik dalam entitas-entitas bisnis multinasional. Transaksi-transaksi yang terjadi antar negara juga mengakibatkan perusahaan-perusahaan multinasional menerima banyak pengaruh dari lingkungan yang menciptakan sekaligus mengurangi kesempatan-kesempatan untuk meningkatkan laba perusahaan melalui penyesuaian-penyesuaian harga internal.

Aturan pemerintah yang menyangkut wajib pajak yang melakukan *transfer pricing* diatur dalam Peraturan Menteri Republik Indonesia nomor 213/PMK.03/2016. Tentang aturan *transfer pricing* ini melengkapi ketentuan-ketentuan terkait dengan penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha pada transaksi yang melibatkan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa (Sumber: forumpajak.org). Peraturan *transfer pricing* tersebut mencakup beberapa hal seperti pengertian hubungan istimewa, pihak afiliasi dan transaksi afiliasi serta jenis dokumen penentuan harga transfer. Wajib pajak yang melakukan transaksi afiliasi harus membuat dokumen penentuan harga transfer berupa dokumen induk, dokumen lokal dan laporan per negara. Dokumen tersebut merupakan sarana untuk membuktikan kewajiban sekaligus membantu otoritas pajak dalam melakukan pemeriksaan (Sumber: cnnindonesia.com).

Dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* mengakibatkan berkurangnya atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara yang menerapkan tarif pajak yang lebih rendah. Dipihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (Fitri dkk, 2019). Menurut Suandy (2011), banyak studi yang menunjukkan lebih dari 80% perusahaan-perusahaan multinasional melihat *transfer pricing* sebagai suatu isu perpajakan internasional utama, dan lebih dari setengah perusahaan mengatakan bahwa isu ini merupakan isu yang penting.

Salah satu kasus *transfer pricing* internasional yaitu perseteruan antara perusahaan minuman bersoda the Coca-Cola Co. Dengan otoritas pajak Amerika Serikat (AS) *Internal Revenue Service (IRS)* yang sudah hampir satu setengah tahun berlalu sejak dilakukan sidang pengadilan oleh pengadilan pajak AS di Washington D.C sepanjang Maret hingga Mei 2018, validitas metode kesebandingan laba untuk menguji kewajaran harga terus menjadi perdebatan. Kasus ini bermula dari adanya surat pemberitahuan kurang bayar pada September 2015 sebesar US\$3,3 miliar untuk periode 2007 hingga 2009, sementara IRS berpendapat pajak terutang coca-cola seharusnya senilai US\$9,4 miliar dalam kurun waktu tiga tahun tersebut (Sumber: news.ddtc.co.id).

Kasus yang pernah terjadi di Indonesia yaitu dari Global Witness mengenai adanya praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT. Adaro Energi Tbk (ADRO) dengan memindahkan sejumlah laba yang didapatkan dari batu bara

yang ditambang di Indonesia ke jaringan perusahaan luar negeri Coaltrade Service International di Singapura. Laporan keuangan perusahaan yang diselidiki Global Witness menunjukkan bahwa nilai total komisi penjualan yang diterima Coaltrade di negara dengan tingkat pajak rendah seperti Singapura, telah meningkat dari rata-rata tahunan US\$ 4 juta AS sebelum 2009, menjadi US\$ 55 juta dari tahun 2009 sampai 2017. Sementara lebih dari 70 persen batu bara yang dijual berasal dari perusahaan Adaro di Indonesia.

Peningkatan penjualan ini juga mendorong peningkatan keuntungan mereka di Singapura, dimana mereka dikenakan tarif pajak yang rendah dengan tingkat rata-rata tahunan sebesar 10 persen. Hal ini mengakibatkan berkurangnya pemasukan bagi pemerintah Indonesia sebesar US\$ 14 juta dolar setiap tahunnya yang sekiranya bisa digunakan untuk kepentingan umum. Keuntungan yang didapat seharusnya sesuai dengan penjualan batubara yang ditambang di Indonesia tanpa adanya praktik *transfer pricing* ini. Kasus ini memang bukan kasus yang baru karena pernah terjadi beberapa tahun yang lalu. Tapi dikarenakan tidak adanya kecukupan bukti kasus ini menguap begitu saja dan kembali terungkap setelah diselidiki kembali oleh *Global Witness* (Sumber: globalwitness.org).

Selain dari kasus tersebut di Indonesia juga terdapat beberapa perusahaan yang terindikasi melakukan praktik transfer pricing seperti pada tabel 1.1:

Tabel 1.1
Perusahaan manufaktur yang terindikasi melakukan *transfer pricing* 2016-2018

No.	Nama Perusahaan	Tahun	Piutang Usaha Pihak Berelasi
1	PT. Alkindo Naratama Tbk.	2018	Rp 11.888.000.000
		2017	Rp 8.939.000.000
		2016	Rp 6.434.000.000
2	PT. Budi Starch & Sweetener Tbk.	2018	Rp 521.661.000.000
		2017	Rp 338.999.000.000
		2016	Rp 225.182.000.000
3	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	2018	Rp 3.011.182.000.000
		2017	Rp 2.775.076.000.000
		2016	Rp 2.736.633.000.000
4	PT. Keramika Indonesia Assosiasi Tbk.	2018	Rp 427.721.354.133
		2017	Rp 396.614.531.803
		2016	Rp 366.021.646.441

Sumber: Laporan Tahunan di Bursa Efek Indonesia (2016-2018)

Perusahaan yang terindikasi melakukan *transfer pricing* dapat dilihat dari adanya hubungan perusahaan dengan pihak berelasi dan semakin besarnya piutang usaha kepada pihak berelasi. Pada tabel tersebut terlihat bahwa setiap tahunnya piutang usaha pihak berelasi semakin bertambah seperti pada PT. Alkindo Naratama, PT. Budi Starch & sweetener, PT. Indofood CBP Sukses Makmur, dan PT. Keramika Indonesia Asosiasi.

Pada PT. Alkindo piutang usaha pihak berelasi tahun 2016 sebesar Rp. 6.434.000.000. Piutang ini mengalami kenaikan menjadi Rp. 8.939.000.000 pada tahun 2017 dan mengalami kenaikan lagi pada tahun 2018 menjadi Rp. 11.888.000.000. Pada PT. Budi Starch piutang usaha pada pihak berelasi juga selalu mengalami kenaikan setiap tahun nya dari tahun 2016 Rp. 225.182.000.000 menjadi Rp. 521.661.000.000 pada tahun 2018. Begitu pula yang terjadi pada PT. Indofood CBP pada tahun 2016 piutang usaha pada pihak berelasi sebesar Rp. 2.736.633.000.000 piutang ini mengalami sedikit kenaikan pada tahun 2017 menjadi Rp. 2.775.076.000.000 dan kembali mengalami kenaikan yang signifikan pada tahun 2018 menjadi Rp. 3.011.182.000.000. Yang terakhir pada PT. Keramika Indonesia pada tahun 2016 terdapat piutang usaha pihak berelasi sebesar Rp. 366.021.646.441 dan terus naik sampai pada tahun 2018 menjadi Rp. 427.721.354.133.

Situasi seperti ini yang dapat membuat suatu perusahaan terindikasi melakukan *transfer pricing*, karena semakin tinggi nilai piutang usaha dengan pihak berelasi maka semakin besar kemungkinan perusahaan untuk menjual barang atau jasa kepada pihak berelasi dengan harga yang lebih rendah dibandingkan dengan pihak independen. Hal ini menyebabkan nilai penjualan mengalami penurunan. Penurunan penjualan juga akan berdampak pada penurunan laba dan beban pajak. Sehingga dapat disimpulkan kenaikan yang terjadi pada piutang usaha pada pihak berelasi dapat membuat suatu perusahaan terindikasi melakukan praktik *transfer pricing* (Ardianto dan Rachmawati, 2018).

Dari data diatas dapat terlihat bahwa *transfer pricing* merupakan salah satu skema yang digunakan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar dan menjadikan *transfer pricing* sebagai hal yang sangat perlu untuk diteliti untuk mengetahui faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* (ayshinta dkk, 2019).

Dalam kasus *transfer pricing tunneling incentive* dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri. Pemandahan sumber daya dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melalui *transfer pricing*. Namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Noviastika dkk, 2016). Contoh *tunneling incentive* yaitu tidak memberikan deviden, menjual aset perusahaan kepada perusahaan lain dengan harga dibawah harga pasar, dan memilih anggota keluarga untuk menduduki posisi penting di perusahaan.

Selain itu yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ialah mekanisme bonus pada perusahaan. Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya untuk mempengaruhi pendapatan perusahaan dengan memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen. Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan guna memperoleh penghargaan. Penghargaan itu dapat berupa bonus yang

diberikan berdasarkan kinerja para direksi dalam mengelola perusahaan (Melmusi, 2016).

Di perpajakan transfer pricing dianggap hal yang sangat penting karena berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara dan kasusnya selalu meningkat setiap tahunnya. Menurut perhitungan Dirjen Pajak, negara berpotensi kehilangan triliunan akibat dari praktek transfer pricing. Kehilangan tersebut kebanyakan akibat dari adanya pembayaran bunga, royalti, serta intragroup service.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* adalah kepemilikan asing. Kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Tiwa dkk, 2017). Pada saat kontrol yang dimiliki pemegang saham pengendali asing semakin besar, pemegang saham pengendali asing akan berusaha mengalokasikan sumber daya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan pribadi dalam berbagai keputusan penting, termasuk mempengaruhi kebijakan penentuan harga maupun jumlah pada transaksi *transfer pricing*. Hal ini dimungkinkan bahwa kepemilikan asing dapat mempengaruhi banyak sedikitnya *transfer pricing* yang terjadi (Fitri dkk, 2019).

Penelitian mengenai *transfer pricing* telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya dan temuan hasil penelitiannya pun berbeda-beda. Pada variabel *tunneling incentive* dan pajak yang diteliti oleh Purwanto dan Tumewu (2018) menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap

transfer pricing. Berbeda dengan hasil penelitian Saifudin dan Putri (2018) tentang determinasi pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Penelitian tersebut menyatakan *tunneling incentive* dan pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Indrasti (2016) yang meneliti tentang pengaruh pajak, kepemilikan asing, *bonus plan* dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* menemukan pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* sementara mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan Noviasatika dkk (2016) tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance* terhadap *transfer pricing* menemukan variabel pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing* berbeda dengan penelitian Saifudin dan Putri (2018).

Penelitian Saraswati dan Sujana (2017) mengenai pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing* menemukan pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing* sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan Tiwa dkk (2017) mengenai pengaruh pajak dan kepemilikan asing terhadap penerapan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur mengungkapkan bahwa pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerapan *transfer pricing* sementara kepemilikan asing tidak berpengaruh tidak signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*.

Lain lagi dengan hasil penelitian Ayshinta dkk (2019) tentang pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing* yang mengungkapkan bahwa variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Penelitian Melmusi (2016) tentang pengaruh pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan juga mengungkapkan hal yang berbeda dengan Indrasti (2016), Saraswati dan Sujana (2017) bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* karena menurutnya dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya.

Mengacu pada fenomena dan penelitian-penelitian sebelumnya, masih terdapat keterbatasan dan tidak konsistennya hasil penelitian. Hal ini yang menjadikan penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *transfer pricing*. Penelitian ini merupakan penelitian modifikasi dari dua penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Purwanto dan Tumewu (2018) tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Penelitian kedua oleh Fitri dkk (2019) tentang pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Pajak, dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
3. Apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris tentang :

1. Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*?
2. Pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*?
3. Pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*?
4. Pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing*?

1.3 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah

- 1 Dari segi penulis

Penelitian ini adalah sarana peneliti untuk memenuhi syarat kelulusan dari Jurusan Akuntansi Universitas Bung Hatta untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi.

2 Dari segi akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dibidang *transfer pricing* yang terjadi di perusahaan manufaktur serta dapat memberikan rujukan dan masukan untuk peneliti lain yang berminat terhadap *transfer pricing*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis untuk mempermudah pembaca dalam memahami penulisan ini. Penelitian ini disusun secara berurutan dan terdiri dari beberapa bab dimana setiap bab memiliki keterkaitan yang erat dengan bab-bab lainnya.

Pada bagian bab pertama yang merupakan pendahuluan. Bab ini menjelaskan tentang ide yang mendasari penulis melakukan penelitian ini dan berisi latar belakang yang secara garis besar memuat hal-hal yang mengantarkan pada pokok permasalahan, rumusan masalah, tujuan yang hendak dicapai, serta manfaat yang diharapkan dari penelitian ini dan sistematika penulisan.

Pada bab kedua yang merupakan landasan teori dan pengembangan hipotesis. Bab ini meliputi landasan teori yang menjadi dasar penelitian ini, penelitian terdahulu yang mendasari perumusan hipotesis, dan gambaran dari kerangka konseptual penelitian ini.

Pada bab ketiga yang merupakan metodologi penelitian. Bab ini menguraikan tentang jenis populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian

ini, jenis penelitian dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data, definisi variabel dan pengukurannya serta metode analisis data yang digunakan.

Pada bab keempat yang merupakan analisis data dan pembahasan. Bab ini menjelaskan tentang prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini, statistik deskriptif, analisis regresi logistik (meliputi penilaian model fit, menilai kelayakan model regresi dan menganalisa koefisien determinasi) dan hasil pengujian hipotesis serta penjelasan mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian ini.

Pada bab kelima yang merupakan penutup. Bab ini menguraikan kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran.