

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan dunia usaha bisnis saat ini perusahaan nasional kini menjelma menjadi perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu Negara. Sehingga menyebabkan perusahaan menjadikan proses produksinya dalam departemen-departemen produksi. Namun hal ini akan menjadi sulit apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan di berbagai Negara karna akan sulit menentukan harga penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan (Refgia, 2017). Perusahaan di Indonesia memberikan persentase keuntungan pembagian kepada pemerintah pusat. Dengan adanya hubungan istimewa antar perusahaan dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha (Hidayat dkk, 2019).

Secara universal transaksi antar Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*. Kunci utama keberhasilan *transfer pricing* dari sisi pajak adalah transaksi karena adanya hubungan istimewa, bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi (Hidayat dkk, 2019).

Menurut Fauziah (2016) pengertian harga transfer dapat di bedakan menjadi dua, yaitu pengertian bersifat netral dan pengertian yang bersifat peyoratif.

Pengertian netral mengasumsikan bahwa harga transfer adalah murni merupakan strategi dan taktik bisnis tanpa motif pengurangan beban pajak. Sedangkan, pengertian peyoratif mengasumsikan harga transfer sebagai upaya untuk menghemat beban pajak dengan taktik, antara lain menggeser laba ke negara yang tarif pajaknya rendah.

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya.

Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011. Di dalam aturan ini disebutkan pengertian *arm's length principle* yaitu harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar. Hubungan istimewa dikatakan terjadi jika (i) Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung maupun tidak langsung paling rendah 25% pada Wajib Pajak lain; (ii) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib

Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung; atau (iii) terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

Jadi belakangan ini *transfer pricing* telah diakui sebagai alat strategis yang dapat memudahkan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif sehingga *transfer pricing* menjadi isu yang sering diperbincangkan di dalam akuntansi dan perpajakan. Pasalnya seringkali perusahaan melakukan skema *transfer pricing* yang tidak sesuai dengan hukum yang berlaku sehingga *transfer pricing* sering disalah gunakan oleh perusahaan sebagai bentuk penghindaran pajak (Aurinda, 2018). Terkadang perusahaan ingin mendapatkan laba yang besar tetapi merasa berat jika membayar pajak perusahaan yang tinggi.

Suwiknyo (2019) mengungkapkan kasus penyalahgunaan strategi *transfer pricing* atau harga transfer dari tahun 2017 mengalami peningkatan. Sepanjang tahun tersebut terjadi 89 kasus *mutual agreement procedure* (MAP) dimana terjadi peningkatan sengketa *transfer pricing* baru setiap tahunnya, jumlah tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan kasus lainnya yang hanya berkisar 10%. Dari seluruh kasus yang terjadi hanya 75% kasus dari MAP *transfer pricing* yang diselesaikan dengan kesepakatan perpajakan penuh sedangkan 5% lainnya dilakukan dengan bentuk perjanjian pajak baru (*domestic remedy*) sedangkan sisanya belum dapat diselesaikan secara tuntas.

Salah satu kasus *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia berkaitan dengan PT Adaro Energy Tbk, dari laporan *Global Witness* berjudul *Taxing Times for Adaro* mengungkapkan perusahaan ini melakukan penggelapan pajak lewat anak

usahanya *Coaltrade Services International* di Singapura dengan mengalihkan keuntungan dari batubara yang di tambang di Indonesia. Diungkapkan dimulai dari tahun 2009-2017, perseroan melalui anak usahanya di Singapura membayar USD 125 juta atau lebih sedikit dari yang seharusnya dilakukan di Indonesia. Dengan mengalihkan lebih banyak dana melalui tempat bebas pajak, Adaro telah mengurangi tagihan pajak Indonesia dan uang yang tersedia untuk pemerintah Indonesia untuk layanan-layanan publik penting hampir USD 14 juta per tahun. Sebelumnya *Global Witness* mengatakan laporan keuangan menunjukkan, nilai total komisi penjualan yang diterima *Coaltrade* dengan pajak rendah di Singapura meningkat rata-rata secara tahunan dari USD 4 juta sebelum 2009 menjadi USD 55 juta dari 2009-2017. Lebih dari 70 % batu bara yang dijualnya berasal dari anak perusahaan Adaro Energy di Indonesia (Agustina dan Bawono, 2019).

Ada beberapa alasan perusahaan memutuskan untuk melakukan *transfer pricing*. salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Menurut Rahmawati (2018) *Tunneling* merupakan aktivitas pengalihan aset dalam keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut. *Tunneling* dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan dari pada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan

tunneling. Selain itu *tunneling* juga dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menjual produk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Apabila kegiatan *tunneling* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya (Marfuah, 2014).

Sejumlah hasil penelitian tentang pengaruh *tunneling incentive* terhadap kebijakan *transfer pricing* telah dilakukan oleh Wafiroh (2015) dan Pradana (2017) yang menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap kebijakan transaksi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Namun penelitian tersebut bertentangan dengan peneliti Khotimah (2018) yang menemukan bahwa variabel *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan yang bergerak pada sub sektor industri dasar dan kimia di Bursa Efek Indonesia.

Selain *tunneling incentive* keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus scheme*). Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Semakin besar bayangan bonus yang diperoleh maka kegiatan *transfer pricing* akan terus dilaksanakan. Menurut (Sulistiyowati, 2018) Jika perusahaan memperoleh keuntungan, maka akan diberikan bonus oleh RUPS kepada anggota Direksi. Melalui bonus ini sistem pemberian akan memberikan dampak dan pengaruh manajemen laba rekayasa perusahaan. Manajer akan cenderung untuk mengambil tindakan pada

mengatur laba bersih untuk mendapatkan bonus maksimal yang akan diterima termasuk cara *transfer pricing*.

Sejumlah hasil penelitian yang membahas pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* telah dilakukan oleh Melmusi (2016) yang menemukan mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap kebijakan *transfer pricing* pada sebuah perusahaan. Hasil penelitian yang tidak sejalan juga diperoleh oleh Wafiroh (2015), Refgia (2017) dan Fauziah (2018) masing masing penelitian ini menemukan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap kegiatan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* yaitu ukuran perusahaan. ukuran suatu perusahaan merupakan suatu skala seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Perusahaan besar biasanya memiliki kegiatan bisnis dan transaksi keuangan yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak, dan memiliki sumber daya (personil) yang insentif untuk mengurangi jumlah pajak terutang perusahaan. Dengan adanya personil yang ahli dalam menetapkan penyesuaian harga, maka praktek *transfer pricing* akan lebih berhasil terlaksana sebagai upaya untuk meminimalisasi beban pajak perusahaan (Stephanie dkk, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati (2018) memaparkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian dari Stephanie dkk (2017) yang menyatakan

ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan dalam melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian dari Refgia (2017) juga menyatakan hal yang serupa yaitu ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kebijakan *transfer pricing* dalam perusahaan yang bergerak pada sub sektor kimia dan dasar di Bursa Efek Indonesia.

Dilakukannya kegiatan *transfer pricing* di dalam sebuah perusahaan juga dapat didorong oleh adanya saham kepemilikan asing. Ross (2014) menyatakan kegiatan *transfer pricing* dapat didorong karena adanya kepemilikan asing di dalam perusahaan, sehingga strategi *transfer pricing* sangat baik dilaksanakan. keberadaan kepemilikan asing akan membuka peluang bagi perusahaan untuk membuka cabang di negara domisili investor sehingga memungkinkan terjadinya peningkatan laba dan penurunan pajak. Menurut Stephanie dkk (2017) kepemilikan saham oleh pihak asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak pihak dari luar negeri baik individu maupun institusional. Pada saat kepemilikan saham yang dimiliki pemegang 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.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Stephanie dkk (2017) membuktikan bahwa kepemilikan asing memiliki pengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Penelitian tersebut menunjukkan

hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) yang menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap kegiatan *transfer pricing* khususnya pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian yang bertolak belakang diperoleh oleh Melmulsi (2016) yang menemukan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap strategi *transfer pricing* pada perusahaan *go public* di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan uraian ringkas latar belakang diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *tunneling incentive*, mekanisme bonus, ukuran perusahaan dan kepemilikan asing dapat menjadi pemicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. penelitian ini dilakukan karena belum ada penelitian komperensif yang menguji tentang pengaruh *tunneling incentive*, mekanisme bonus, ukuran perusahaan dan kepemilikan asing terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* dengan perusahaan manufaktur tahun 2014-2018 sebagai objek. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti bahwa *tunneling incentive*, mekanisme bonus, ukuran perusahaan dan kepemilikan asing merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*?

2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris tentang:

1. Pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.
2. Pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.
3. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.
4. Pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan

Hasil yang diperoleh dapat dijadikan sebagai alat evaluasi dan dasar pengambilan kebijakan *transfer pricing* dalam rangka mendorong

meningkatkan nilai usaha khususnya pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia.

2. Akademisi

Hasil yang diperoleh pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi sejumlah peneliti dimasa mendatang yang tertarik untuk membahas dan melakukan penelitian yang sama dengan penelitian saat ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dalam beberapa bab.

Bab I Pendahuluan yang merupakan bagian awal penelitian. Didalam bab ini dijelaskan hal-hal mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II adalah landasan teori dan pengembangan hipotesis. Pada bab ini dijelaskan mengenai teori-teori dasar yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian, pengembangan hipotesis penelitian dan kerangka konseptual.

Bab III Metode Penelitian, bab ini terdiri dari penentuan populasi dan sampel, jenis dan pengumpulan data, defenisi operasional dan pengukuran variabel, teknik pengujian data, serta teknik pengujian hipotesis yang digunakan di dalam penelitian.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan yang berisi tentang prosedur pemilihan sampel, teknik analisis data, pengujin hipotesis dan pembahasan hasil pengujian hipotesis.

Bab V Penutup yang berisi tentang kesimpulan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan dan saran.