

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pengertian *transfer pricing* diartikan sebagai penentuan harga atau imbalan sehubungan dengan penyerahan barang, jasa, atau pengalihan teknologi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* juga dapat diartikan sebagai suatu rekayasa manipulasi harga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba secara artifisial, membuat seolah-olah perusahaan rugi sehingga perusahaan dapat menghindari pajak. (Erly Suandy, 2008).

Menurut Erly Suandy (2008) Beberapa tujuan yang ingin dicapai melalui *transfer pricing* antara lain: memaksimalkan penghasilan global, mengamankan posisi kompetitif anak perusahaan atau cabang serta penetrasi pasar, mengevaluasi kinerja anak perusahaan atau cabang internasional, menghindari pengendalian devisa, mengurangi risiko moneter, dan mengatur arus kas anak perusahaan atau cabang dengan memadai.

*Transfer pricing* adalah metode yang digunakan perusahaan untuk memaksimalkan keuntungan mereka. Namun, sering kali metode ini dipakai untuk memindahkan keuntungan dari satu negara ke negara lain, misalnya dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan pajak lebih rendah. Hal ini memungkinkan grup perusahaan untuk mendapatkan keuntungan total yang lebih besar dibandingkan jika keuntungan tersebut diakui di setiap negara tempat perusahaan beroperasi (Choi, Frederick D.S., 2011). Selain itu, *transfer pricing* juga bisa digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke pemegang saham pengendali (dikenal sebagai *tunneling*), sehingga meningkatkan kekayaan pemegang saham pengendali dan merugikan pemegang saham minoritas yang kehilangan bagian dari keuntungan perusahaan (Kurniawan, S. M., Sutjiatmo, P. B., & Wikansari, 2018)

Dari perspektif pemerintah, *transfer pricing* dapat mengakibatkan penurunan atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara, karena perusahaan multinasional seringkali mengalihkan kewajibannya dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

Sementara itu, dari sisi bisnis, perusahaan biasanya berusaha untuk mengurangi biaya, termasuk dengan meminimalkan pembayaran pajak mereka (Fitri et al., 2019)

Di Indonesia, kasus *transfer pricing* paling baru akhir-akhir ini terjadi pada PT. Adaro dengan anak perusahaannya Coaltrade Services Internasional Pte, Ltd yang berlokasi di Singapura. PT Adaro Indonesia (PT Adaro Energy Tbk.) merupakan perusahaan batu bara terbesar nomor dua di Indonesia yang memiliki produk andalan batu bara berkalori rendah dan ramah lingkungan yang dikenal dengan Enviro Coal.

Ini bukan kali pertama PT. Adaro diisukan terlibat dalam praktik *transfer pricing*. Sebelumnya, isu serupa pernah mencuat pada 2009, namun tuduhan tersebut tidak terbukti. Isu ini kembali muncul pada 2019. Berdasarkan laporan internasional dari Global Witness yang dirilis pada Kamis, 4 Juli 2019, PT. Adaro diduga mengalihkan pendapatan dan keuntungannya ke anak perusahaannya, Coaltrade Service International, yang berlokasi di Singapura, melalui praktik *transfer pricing*.

PT. Adaro melakukan dua prosedur utama: pertama, batubara yang ditambang di Indonesia dijual oleh PT. Adaro kepada Coaltrade dengan harga yang lebih rendah, kemudian dijual kembali dengan harga yang lebih tinggi; kedua, bonus sebesar US\$ 55 juta yang diberikan oleh pihak ketiga dan anak perusahaan Adaro lainnya dicatat oleh Coaltrade.

Tujuan dari pembukuan ini adalah untuk mengurangi kewajiban pajak PT. Adaro, karena tarif pajak di Singapura lebih rendah, yakni 17%, dibandingkan dengan di Indonesia. Laporan tersebut juga mengungkapkan bahwa melalui perusahaan luar negerinya, PT. Adaro berhasil menghemat pajak sebesar US\$ 125 juta (sekitar Rp1,75 triliun) antara tahun 2009 hingga 2017, jumlah yang seharusnya dibayarkan di Indonesia. Manajer Kampanye Perubahan Iklim untuk Global Witness, Stuart McWilliam, menambahkan bahwa tindakan PT. Adaro Energy menyebabkan berkurangnya pemasukan Indonesia hampir US\$ 14 juta per tahun, yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk kepentingan public. (sumber: <https://www.tribunsumbar.com>)

Hal ini bisa terjadi karena perusahaan multinasional menerapkan praktik *transfer pricing* untuk mengurangi jumlah pajak yang harus mereka bayar. Meskipun prosesnya tidak selalu mudah, mereka dapat memindahkan keuntungan mereka ke luar negeri dengan tarif pajak yang jauh lebih rendah dengan memanfaatkan celah dalam peraturan yang ada.

*Transfer pricing* diterapkan karena berhubungan langsung dengan pajak yang berbeda-beda di setiap negara. Perusahaan menetapkan harga transfer dengan tujuan untuk memaksimalkan laba, yaitu dengan mengurangi beban pajak di negara dengan tarif tinggi dan memindahkan keuntungan ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Selain itu, *transfer pricing* juga mempengaruhi sistem pemberian bonus dalam perusahaan. Untuk mencapai target laba yang tinggi, manajer perusahaan sering menggunakan kebijakan *transfer pricing* sebagai salah satu strategi mereka. Tindakan tersebut diambil oleh manajer perusahaan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar berkat kebijakan *transfer pricing*. Selain itu, *Transfer pricing* juga berhubungan dengan praktik *tunneling incentive* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas. Mereka mungkin memindahkan aset atau laba perusahaan ke entitas lain dengan alasan mengurangi beban perusahaan, yang pada akhirnya menguntungkan pemegang saham mayoritas. Praktik *tunneling incentive* ini dapat merugikan pemegang saham minoritas, karena mereka harus menanggung sebagian beban ketika aset atau laba dipindahkan oleh pemegang saham mayoritas. (Cahyadi & Noviani, 2018).

Era globalisasi saat ini telah secara tidak langsung mendorong berbagai perubahan, termasuk dalam dunia perusahaan. Perubahan ini sangat mempengaruhi lingkungan bisnis yang berkembang dengan cepat. Kemudahan akses transportasi dan informasi telah mendorong pelaku bisnis untuk bersaing dalam memenuhi keinginan konsumen dengan produk atau jasa terbaik, baik untuk pasar domestik maupun internasional. Selain itu, hadirnya *World Trade Organization (WTO)* mempermudah perusahaan untuk memperluas operasinya tidak hanya di negara asal, tetapi juga ke berbagai negara lain, sehingga menjadi perusahaan multinasional dan transnasional (Jumaidi et al., 2018). Perusahaan multinasional sering menghadapi tantangan berupa perbedaan tarif pajak antar negara. Perbedaan tarif

pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* sebagai strategi. *Transfer pricing* menimbulkan beberapa masalah menyangkut bea cukai, pajak, ketentuan anti dumping, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen

Para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* dapat menjadi masalah bagi perusahaan, tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang berusaha meningkatkan laba. Bagi perusahaan yang memiliki anak usaha di negara dengan tarif pajak yang tinggi, hal ini dapat menjadi kendala karena harus membayar pajak lebih besar, sehingga mengurangi keuntungan. Namun, banyak perusahaan melihat situasi ini sebagai peluang untuk meningkatkan keuntungan melalui strategi penghindaran pajak, misalnya dengan mendirikan anak perusahaan di negara-negara dengan tarif pajak rendah atau di yurisdiksi yang dianggap sebagai *tax heaven country*.

Perusahaan multinasional adalah entitas yang beroperasi di berbagai negara. Perusahaan ini biasanya besar dan memiliki berbagai kantor, pabrik, atau cabang di banyak negara, dengan pengelolaan operasi global yang dilakukan dari kantor pusat. Ada tiga alasan utama untuk pendirian perusahaan multinasional: (1) memperluas operasi untuk mencari bahan baku dan menjual produk ke luar negeri, (2) menemukan pasar baru dan memperluas jangkauan pemasaran produk, dan (3) mengurangi biaya, seperti dengan memanfaatkan insentif pajak, tenaga kerja yang lebih murah, harga tanah yang rendah, serta biaya pengolahan limbah yang lebih ringan. (Utari et al., 2018)

Perusahaan multinasional yang beroperasi tanpa batas negara akan menghadapi berbagai masalah, termasuk perbedaan tarif pajak dan bea. Perbedaan tarif pajak ini dapat mendorong perusahaan untuk menerapkan *transfer pricing*. Awalnya, *transfer pricing* digunakan untuk mengevaluasi kinerja antara unit-unit organisasi dalam perusahaan. Namun, dalam praktiknya, sering kali digunakan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar perusahaan. (Dede Marlina et al., 2022). Ada beberapa hal menjadi indikator yang mempengaruhi *transfer pricing*.

Pertama yaitu pajak, menurut Dewi & Gorda (2022) pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat imbalan jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Sedangkan menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 ayat (1) : pajak adalah kontribusi wajib kepada Negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang- Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat

Di Indonesia dan negara lain, masalah *transfer pricing* sering kali menyebabkan kerugian bagi negara karena perusahaan menggunakan skema tersebut untuk menghindari kewajiban pajak. Direktur Jenderal Pajak, Ken Dwijugiastadi, mengungkapkan pada konferensi pers bahwa sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Penghasilan (PPH) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 dengan alasan mengalami kerugian. Perusahaan asing ini menggunakan tiga cara utama untuk menghindari kewajiban pajak di Indonesia. 2.000 perusahaan tersebut adalah Perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang dikelola oleh Kantor Wilayah Pajak Khusus.

Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat DJP Kemenkeu, Mekar Satria Utama, mengungkapkan bahwa perusahaan-perusahaan ini terindikasi menghindari pajak dengan alasan kerugian yang terus-menerus. Tiga penyebab utamanya adalah: pertama, perusahaan tersebut merupakan afiliasi dari induk perusahaan di luar negeri, sehingga proses *transfer pricing* sangat rentan. DJP mempertanyakan pembayaran royalti yang tetap disetorkan oleh anak perusahaan di Indonesia kepada induk perusahaannya. Kedua, banyak dari perusahaan ini mengalami kerugian karena menerima fasilitas insentif pajak seperti tax holiday dan tax allowance dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM), sering kali dengan membesar-besarkan biaya pembelian barang modal. Ketiga, perusahaan-perusahaan tersebut sering berganti nama untuk mendapatkan kembali

insentif pajak, yang memungkinkan mereka untuk kembali mengalami kerugian.(Liputan6.com).

Di Indonesia, transaksi antara unit-unit dalam perusahaan multinasional sering kali melibatkan rekayasa *transfer pricing*, terutama oleh wajib pajak Penanaman Modal Asing (PMA) dan cabang perusahaan asing di Indonesia yang tergolong sebagai Bentuk Usaha Tetap (BUT). Sebagian besar dari perusahaan ini beroperasi di sektor manufaktur dan memiliki hubungan internal yang signifikan dengan induk perusahaan atau afiliasinya di luar negeri. (Ayshinta et al., 2019)

Penelitian tentang pajak telah dilakukan oleh berbagai peneliti sebelumnya, dan hasil temuan mereka menunjukkan perbedaan. Studi yang telah dilakukan oleh Purwanto & Tumewu (2018) menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* dan pajak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap aktivitas *transfer pricing*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saifudin & Putri (2018) yang membahas mengenai determinasi pajak, *mekanisme bonus*, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel *tunneling incentive* dan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Selanjutnya, mekanisme bonus adalah kebijakan akuntansi yang dirancang untuk meningkatkan kinerja direksi, sehingga berdampak pada kenaikan laba perusahaan. Semakin tinggi laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan, semakin besar penghargaan yang diberikan oleh pemilik kepada direksi. Oleh karena itu, direksi cenderung memilih praktik *transfer pricing* untuk memaksimalkan laba perusahaan.(Gusti Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana 2017). Dalam penelitian variabel mekanisme bonus, dimana penelitian yang dilakukan oleh Hartati et al., (2015) menyebutkan bahwa mekanisme bonus mempengaruhi keputusan untuk menerapkan *transfer pricing*. Namun, penelitian oleh Refgia (2017) dan Mispityanti (2015) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak memengaruhi keputusan mengenai *transfer pricing*.

Ketiga *tunnelling incentive*. Menurut Hartati et al., (2015) *Tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, tetapi pemegang biaya dibebankan pada pemegang saham minoritas. *Tunneling* dapat dilakukan dengan

cara menjual produk perusahaan kepada entitas yang terkait dengan manajer dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar, mempertahankan posisi atau jabatan pekerjaannya meskipun mereka sudah tidak lagi kompeten, atau menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak afiliasi. Mispiyanti (2015) menemukan bahwa variabel *tunneling incentive* memengaruhi keputusan dalam melakukan *transfer pricing*, sedangkan penelitian oleh Saifudin & Putri (2018) menyimpulkan bahwa *tunneling incentive* tidak memengaruhi keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.

Keempat yaitu *Debt covenant*. Menurut Verawaty (2016) *Debt covenant* adalah perjanjian yang dibuat oleh kreditor untuk membatasi aktivitas peminjam yang bisa merugikan nilai pinjaman dan potensi pemulihan pinjaman. Kontrak ini menetapkan batasan pada kemampuan manajer dalam hal investasi, pembayaran dividen, pengambilan pinjaman tambahan, serta membatasi aktivitas yang bisa merugikan kepentingan kreditor. Dalam penelitian ini, *debt covenant* diidentifikasi dengan menggunakan proksi tingkat leverage. *Transfer pricing* digunakan sebagai salah satu metode untuk meningkatkan laba dan menghindari aturan kredit dalam perusahaan multinasional. Berdasarkan hipotesis *debt covenant*, semakin tinggi kecenderungan manajer untuk memilih prosedur akuntansi yang mengubah laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke periode saat ini, semakin besar kemungkinan perusahaan tersebut mendekati pelanggaran terhadap akuntansi yang didasarkan pada kesepakatan utang. (Fernanda et al., 2023).

Peningkatan pada indeks saham sektor industri dasar dan kimia menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan dalam sektor ini menunjukkan kinerja yang baik, sehingga menarik minat para pemegang saham atau investor untuk berinvestasi. Banyak investor atau perusahaan asing yang tertarik untuk berinvestasi di sektor industri dasar dan kimia. Jika investor atau perusahaan asing tersebut memiliki lebih dari 20% saham di perusahaan-perusahaan Indonesia, mereka dapat dianggap sebagai pemegang saham mayoritas (Muhyidin et al., 2021)

Mengacu pada fenomena dan hasil penelitian sebelumnya, terdapat keterbatasan dan ketidakkonsistenan yang menjadi alasan penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *transfer pricing*. Penelitian ini merupakan replikasi

dari tiga studi sebelumnya: pertama, penelitian oleh Purwanto & Tumewu (2018) yang membahas pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*; kedua, penelitian oleh Fitri et al. (2019) yang mengevaluasi pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* di perusahaan manufaktur; dan ketiga, penelitian oleh Gunti Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana (2017) yang membahas pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap indikasi praktik *transfer pricing* di perusahaan manufaktur. Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian sebelumnya terletak pada dua aspek: pertama, variabel penelitian, di mana penelitian ini menambahkan variabel *debt covenant* sesuai dengan rekomendasi dari Gusti Ayu Rai Surya Saraswati & Sujana (2017); kedua, perbedaan terdapat pada sampel yang digunakan. Penelitian sebelumnya menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2012 hingga 2017, sedangkan penelitian ini berfokus pada perusahaan manufaktur di Sektor *Industry*, Sektor *Consumer non cyclicals*, Sektor *Consumer Cyclicals*, Sektor *Basic Materials*, dan sektor *healthcare* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia antara tahun 2018 dan 2022. Penelitian ini memilih sektor industri karena perusahaan di sektor tersebut sering menerapkan skema *transfer pricing* untuk menghindari kewajiban perpajakan. Mengingat permasalahan yang ada dan perbedaan hasil dari penelitian sebelumnya, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian ulang tentang *transfer pricing* dengan judul **“Pengaruh Pajak, Debt covenant, Mekanisme Bonus, dan Tunneling incentive Terhadap Transfer pricing Pada Perusahaan manufaktur yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2022”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan oleh peneliti, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan diteliti yaitu:

1. Apakah pajak memengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2022?
2. Apakah mekanisme bonus memengaruhi keputusan *transfer pricing* pada

- perusahaan manufaktur di BEI selama periode 2018-2022?
3. Apakah *tunneling incentive* memengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di BEI selama periode 2018-2022?
  4. Apakah *debt covenant* memengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di BEI selama periode 2018-2022?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Menguji secara empiris pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Sektor *Industry*, Sektor *Consumer non cyclicals*, Sektor *Consumer Cyclicals*, Sektor *Basic Materials*, dan sektor *healthcare* yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2022.
2. Menguji secara empiris pengaruh *mekanisme bonus* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di sektor Industri, Consumer Non-Cyclicals, *Consumer Cyclicals*, *Basic Materials*, dan *Healthcare* yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2022.
3. Menguji secara empiris pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di sektor Industri, Consumer Non-Cyclicals, *Consumer Cyclicals*, *Basic Materials*, dan *Healthcare* yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2022.
4. Menguji secara empiris pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di sektor Industri, Consumer Non-Cyclicals, *Consumer Cyclicals*, *Basic Materials*, dan *Healthcare* yang terdaftar di BEI selama periode 2018-2022.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan nantinya bermanfaat bagi :

1. Manfaat Teoritis
2. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada literatur dan referensi dalam bidang akuntansi dengan memperdalam dan memperkaya pemahaman mengenai *transfer pricing*, serta memperluas pengetahuan dan

wawasan yang berkaitan dengan ilmu akuntansi, khususnya mengenai *transfer pricing*.

### 3. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan bagi berbagai pihak, antara lain sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti: Penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan, pengalaman, dan memperluas kajian yang ada.
- b. Bagi Perusahaan : Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pertimbangan dalam melaksanakan praktik *transfer pricing* secara adil, sehingga tidak merugikan pihak manapun. Dengan demikian, perusahaan perbankan dapat merumuskan strategi untuk mencapai efektivitas tata kelola perusahaan dan tetap kompetitif di era saat ini.
- c. Bagi peneliti selanjutnya: Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi atau landasan untuk melakukan penelitian lebih lanjut, baik dalam cakupan yang sama maupun yang lebih luas.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dirancang untuk memberikan gambaran yang lebih jelas dan terstruktur tentang penelitian, sehingga memudahkan pembaca dalam memahaminya. Penelitian ini disusun secara berurutan dalam beberapa bab, di mana setiap bab saling terkait satu sama lain.

**BAB I:** Pendahuluan, menyajikan informasi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

**BAB II :** Tinjauan Pustaka, menyajikan teori-teori dasar yang mendasari penelitian serta merinci hasil penelitian sebelumnya yang akan digunakan untuk mengembangkan kerangka pemikiran dan menetapkan hipotesis penelitian.

**BAB III :** Metode Penelitian, menjelaskan objek penelitian, populasi, sampel, jenis data, variabel yang digunakan, alat uji, dan metode analisis data.

**BAB IV :** Hasil dan Pembahasan, berisi penjelasan tentang gambaran umum objek penelitian, pengolahan dan hasil analisis data yang telah di proses dan pembahasan

**BAB V :** Penutup, bab ini berisikan tentang kesimpulan, keterbatasan penulisan dan saran terhadap penelitian