

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi mendorong perkembangan ekonomi dunia menjadi semakin pesat, hal ini ditandai dengan semakin meningkatnya transaksi internasional yang mencakup barang, jasa dan modal yang berorientasi global. *Transfer pricing* tidak lepas dari pengaruh globalisasi. Globalisasi berperan mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan antarnegara dalam rangka memudahkan arus barang, jasa, modal dan sumber daya manusia antarnegara (Kurniawan, 2014). Kemajuan teknologi, transportasi dan komunikasi memberikan kemudahan bagi perusahaan multinasional dalam menempatkan usaha di negara manapun di belahan dunia.

Transfer pricing (harga transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Kurniawan, 2014). *Transfer pricing* sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam prakteknya *transfer pricing* seringkali diartikan sebagai upaya memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba perusahaan. Dalam perpajakan *transfer pricing* dianggap sebagai upaya penghindaran pajak apabila penentuan harga dalam transaksi antar pihak yang mempunyai hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan.

Hubungan istimewa menurut undang-undang PPh dapat terjadi karena faktor kepemilikan atau penyertaan modal, penguasaan, maupun hubungan

kekeluargaan. Kepemilikan atau penyertaan modal mengakibatkan hubungan istimewa jika wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain.

Pada prakteknya *transfer pricing* menjadi salah satu upaya perencanaan pajak perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan merekayasa harga transfer antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Purwanto dan Tumewu, 2018). Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak salah satu cara yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional yang mempunyai cabang di beberapa negara cenderung menggeser pajaknya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah.

Dari sisi pemerintahan diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan memperkecil harga jual dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah. Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk didalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan. Bagi korporasi multinasional, perusahaan berskala global (*mutinational corporation*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan

persaingan dalam merebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Melmusi, 2016).

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) menyatakan sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar pajak penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan merugi. Rata-rata 2.000 perusahaan tersebut menggunakan modus *transfer pricing* (Ariyanti, 2016).

Salah satu perusahaan yang terindikasi praktik *transfer pricing* adalah PT Toyota Manufacturing. DJP mengakui bahwa PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia telah melaksanakan tindakan penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing*. Modus yang dilaksanakan oleh PT. Toyota Manufacturing Indonesia yaitu melakukan penjualan dengan *transfer price* yang diluar prinsip kewajaran dan kelaziman usaha kepada perusahaan afiliasinya di Singapura (www.Kompasiana.com). Dapat disimpulkan bahwa praktik *transfer pricing* merupakan tindakan legal yang biasa dilakukan oleh perusahaan multinasional sebagai kebijakan penentuan harga untuk penjualan barang dan jasa yang terjadi dalam internal satu perusahaan atau satu kelompok perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Dari kasus ini membuktikan bahwa praktik *transfer pricing* masih dilakukan di Indonesia.

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. Pengharganya sendiri dapat berupa bonus yang diberikan berdasarkan kinerja para direksi dalam mengelola perusahaan (Mispiyanti, 2015). Menurut Purwanti (2010) bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba terpenuhi. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Salah satu cara yang dilakukan manajer adalah dengan memilih prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan praktek *transfer pricing*.

Variabel mekanisme bonus dalam penelitian Nuradila dan Wibowo (2018) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. sedangkan dalam penelitian Melmusi (2016) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

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 langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Peraturan Dirjen Pajak No. 32 Tahun 2011 mengatur tentang *transfer pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Jacob (1996) mengemukakan bahwa *transfer pricing* mengakibatkan total pajak yang dibayar perusahaan lazimnya menjadi rendah. Hal tersebut mendorong terjadinya pergeseran pendapatan dan laba yang dilakukan oleh perusahaan multinasional.

Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten seperti dalam penelitian Purwanto dan Tumewu (2018) yang menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sedangkan dalam penelitian Melmusi (2016) Pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing. Refgia (2017) Menyatakan kepemilikan perusahaan-perusahaan di Asia terutama di Indonesia menggunakan struktur kepemilikan terkonsentrasi. Dalam kepemilikannya yang terkonsentrasi, pemegang saham pengendali memiliki posisi yang lebih baik karena pemegang saham pengendali memiliki akses informasi yang lebih baik dibanding pemegang saham nonpengendali sehingga pemegang saham pengendali dapat menyalahgunakan hak kendalinya untuk kesejahteraannya sendiri. Pemegang saham pengendali asing dapat melakukan penyalahgunaan hak kendalinya dengan melakukan praktik *Transfer pricing*. Pemegang saham pengendali asing menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan ke perusahaan pribadinya dengan harga dibawah pasar. Pemegang saham pengendali menurut PSAK No.15 adalah entitas yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih, baik secara langsung maupun tidak langsung, pemegang saham pengendali dapat dimiliki oleh seorang secara individu, pemerintah, maupun pihak asing.

Variabel kepemilikan asing dalam penelitian Tiwa, dkk (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh signifikan terhadap penerapan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI

sedangkan dalam penelitian Refgia (2017) menyatakan kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan modifikasi dari penelitian Tiwa, dkk (2017) dan Purwanto (2018). Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis jelaskan di atas maka penulis mengambil judul penelitian ***“Pengaruh Mekanisme Bonus, Pajak, dan Kepemilikan Asing terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

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

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris

1. Pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.
2. Pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*.
3. Pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi investor

Hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi bahan evaluasi dalam mempertimbangkan keputusan penanaman modal yang akan dilakukan pada suatu perusahaan khususnya perusahaan manufaktur.

2. Peneliti berikutnya, sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.

3. Penulis, sebagai sarana untuk memperluas wawasan, terutama tentang mekanisme bonus, pajak dan kepemilikan asing terhadap penerapan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

1.5 Sistematika Penulisan

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab kedua adalah landasan teori, pengembangan hipotesis dan model penelitian . Bab ini berisikan tentang landasan teori yakni teori agensi, dasar-dasar penelitian untuk penurunan hipotesis pemikiran dari sebuah penelitian dan gambar model penelitian.

Bab ketiga adalah metode penelitian. Bab ini berisikan tentang populasi, sampel, jenis, sumber dan metode pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional, metode analisa dan uji hipotesis.

Bab keempat mengenai analisa hasil dan pembahasan, terdiri atas bagian umum objek penelitian yang berisi penjelasan secara deskriptif variabel-variabel

yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis data yang bertujuan menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan, dan pembahasan yang lebih luas serta implikasi dari hasil analisis.

Bab kelima mengenai penutup, terdiri atas uraian kesimpulan hasil penelitian, keterbatasan peneliti dan saran bagi penelitian selanjutnya. Saran yang disampaikan dalam penelitian kali ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi institusi yang berkaitan maupun bagi dunia penelitian.