

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Peningkatan mobilitas penduduk pada era globalisasi ini mendorong perkembangan ekonomi atau dunia bisnis menjadi sangat pesat adanya kegiatan yang dilakukan lintas negara, misalnya bekerja di luar negeri, berwisata ke luar negeri, maupun pendirian anak perusahaan di luar negeri. Hal ini secara tidak langsung menyebabkan terbentuknya perusahaan multinasional. Pada perusahaan multinasional tersebut terjadi berbagai transaksi antar anggota (divisi), salah satunya adalah penjualan barang atau jasa. Transaksi-transaksi yang terjadi dalam lingkungan perusahaan seperti ini nantinya akan menyulitkan dalam penentuan harga yang harus ditransfer. Transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi di antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut merupakan *transfer pricing* (Abdullah 2019).

Darussalam, et al. (2013) menjelaskan bahwa *transfer pricing* dari sisi akuntansi manajerial yaitu dapat digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan kepada unit organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama. Perusahaan multinasional atau *multinational corporation* (MNC) adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terikat hubungan istimewa baik karna pengendalian manajemen, penyertaan modal

saham, atau penggunaan teknologi, dapat berupa anak perusahaan, cabang perusahaan, agen dan sebagainya dengan berbagai motif.

Dalam perusahaan multinasional terjadi berbagai transaksi baik pada *inter company* maupun *intra company* keduanya bertujuan untuk mendapatkan laba yang sebesar-besarnya. *Intra company transfer pricing* adalah harga transfer antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter company transfer pricing* merupakan harga transfer antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Sebagai perusahaan yang berorientasi laba, maka sudah tentu perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal melalui berbagai macam cara. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya dengan tindakan *transfer pricing*. Dalam hubungan istimewa, perusahaan induk akan menjual barang kepada perusahaan anak dengan harga tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Harga transfer atau *transfer pricing* adalah harga yang dibebankan untuk suatu komponen oleh divisi penjual pada divisi pembeli diperusahaan yang sama (Hansen dan Mowen, 2009). Sedangkan menurut Kurniawan (2015) *transfer pricing* adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi antar pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 7 Tahun 2018 pada paragraf ke 9, pihak-pihak berelasi adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas yang menyiapkan laporan keuangannya. Transaksi pihak berelasi adalah suatu pengalihan sumber daya, jasa atau kewajiban antara entitas pelapor dengan pihak-pihak berelasi, terlepas apakah ada harga yang dibebankan. Pada perusahaan

multinasional banyak terjadi berbagai transaksi internasional dengan anggota (divisi) antara lain yaitu penjualan barang dan jasa. Transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi di antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Penentuan harga pada transaksi antar anggota (divisi) tersebut disebut sebagai *transfer pricing*.

Ada empat faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* yaitu *leverage*, ukuran perusahaan, *debt covenant*, dan *multinationality*. Faktor pertama adalah *leverage*, Brigham dan Houston (2011) mengemukakan bahwa *leverage* adalah sejauh mana efek pendapatan tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal suatu perusahaan. Fahmi (2014) berpendapat bahwa *leverage* mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang.

Penggunaan hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan, karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (hutang ekstrim), yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat hutang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban hutang tersebut. Perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompok dengan mentransfer utang atau modal, *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan multinasional. Oleh sebab itu, semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan, maka akan semakin tinggi pula potensi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Faktor kedua adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan juga dapat menjadi salah satu faktor dalam hal keputusan perusahaan untuk mentransfer

harga. Menurut Brigham & Houston (2011) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan aset yang kecil. Besar kecilnya suatu perusahaan akan menentukan keputusan *transfer pricing*, perusahaan besar memiliki sumber daya dan kesempatan yang lebih banyak untuk melakukan *transfer pricing*.

Faktor ketiga adalah *debt covenant*. *Debt covenant* adalah perjanjian antara pemberi pinjaman dan penerima pinjaman agar tidak melanggar batas-batas rasio keuangan tertentu dan untuk mematuhi batasan lainnya (BPP Learning Media, 2015). Manajer memiliki metode akuntansi yang dapat menaikkan laba sehingga dapat mengendurkan batasan kredit dan mengurangi biaya kesalahan teknis. Salah satu cara yang digunakan manajemen untuk dapat menaikkan laba dan menghindari peraturan kredit adalah dengan *transfer pricing*.

Faktor keempat adalah *multinationality*. Suandy (2013) mengemukakan bahwa perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terkait hubungan istimewa, baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen, atau penggunaan teknologi dan dapat berupa anak perusahaan, cabang perusahaan, agen, dan sebagainya. Cabang diluar

negri tidak hanya dimiliki oleh perusahaan induk, tetapi juga operasi atau kegiatan cabang tersebut di kontrol dan diawasi oleh perusahaan induk. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produknya di dua negara atau lebih (Sartono, 2009). Perusahaan multinasional umumnya menerapkan perencanaan pajak yang efisien di seluruh kelompok entitas, bahwa perusahaan yang memperoleh pendapatan dari sumber- sumber asing dapat melakukan penghindaran pajak yang lebih besar. Perusahaan multinasional memiliki kesempatan untuk mengurangi pajak perusahaan dengan menempatkan pemotongan pajak tinggi ke pajak yang rendah dengan memanfaatkan berbagai aturan pajak negara yang berbeda, oleh sebab itu perusahaan multinasional memiliki dorongan lebih besar dalam melakukan *transfer pricing* untuk menghindari pajak dengan memanfaatkan kebijakan yang berbeda antar negara.

Fenomena *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia yang dilakukan beberapa perusahaan non keuangan yang terdaftar di bursa efek indonesia, *transfer pricing* tersebut terjadi karena adanya penjualan pada pihak berelasi. Di dalam penjualan pihak berelasi tersebut terdapat hubungan istimewa yang mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Dibawah ini merupakan data perusahaan yang melakukan penjualan pihak berelasi yang ada di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan :

**Tabel 1.1**

**Perusahaan Non Keuangan yang Melakukan *Transfer Pricing***

No	Emiten	Tahun	Penjualan pihak berelasi	Keterangan
1	Semen Gresik Tbk (SMGR)	2015	Rp 5.063.318.715.000	Perusahaan terindikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
		2016	Rp 4.474.133.128.000	
		2017	Rp 2.621.116.496.000	
2	Aneka Tambang Tbk (ANTM)	2015	Rp 10.531.504.802.000	Perusahaan terindikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
		2016	Rp 9.106.260.754.000	
		2017	Rp 12.653.619.205.000	
3	Multipolar Tbk (MLPL)	2015	Rp 929.555.000.000	Perusahaan terindikasi melakukan <i>transfer pricing</i>
		2016	Rp 739.463.000.000	
		2017	Rp 805.090.000.000	

Sumber : Laporan keuangan pada website [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Tabel tersebut merupakan beberapa perusahaan non keuangan yang melakukan penjualan kepada pihak berelasi dari tahun 2015-2017, menurut Suandy (2013) *transfer pricing* merupakan transaksi antara Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa, yang dapat mengakibatkan kurang wajarnya harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam transaksi usaha. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan pada tabel diatas teridikasi melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan tabel di atas bisa di lihat bahwa penjualan terhadap pihak berelasi mengalami fluktuatif yang disebabkan oleh jumlah minat konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang tidak menentu. Pada tabel 1.1 PT Semen Gresik Tbk (SMGR) melakukan transaksi penjualan kepada pihak berelasi pada tahun 2015 sebesar Rp 5.063.318.715.000, penjualan ini menurun pada tahun 2016 sebanyak Rp 4.474.133.128.000 dan pada

tahun 2017 kembali mengalami penurunan sebesar Rp 2.621.116.496, situasi ini menjelaskan rendahnya tingkat penjualan pada pihak berelasi, hal tersebut sangat tidak baik bagi perusahaan karena jika penjualan terhadap pihak berelasi selalu mengalami penurunan maka hal tersebut tentu akan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang juga akan semakin menurun.

Motivasi dilakukannya penelitian ini dikarenakan adanya ketidak konsistenan dari peneliti-peneliti sebelumnya yaitu pada variabel *leverage*, ukuran perusahaan, dan *debt covenant*. Sedangkan untuk variabel *multinationality* sangat jarang sekali dilakukan penelitian terhadap *transfer pricing*. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati dan Kananto (2018) dikemukakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Rezky dan Fachrizal (2018) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati dan Kananto (2018) memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Abdullah (2018) menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan menurut Indrasti (2016) *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Seperti penjelasan diatas untuk variabel *multinationality* jarang sekali dilakukan penelitian, penelitian yang dilakukan oleh

Rezky dan Fachrizal (2018) dan menyatakan bahwa *multinationality* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan hasil modifikasi yang dilakukan oleh Sari dan Abdullah (2018) yang berjudul pengaruh profitabilitas, pajak, dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2016. Serta Rezky dan Fachrizal (2018) yaitu pengaruh mekanisme bonus, ukuran perusahaan, *leverage*, dan *multinationality* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2014.

Penelitian ini terkonsentrasi pada perusahaan non keuangan untuk periode 2014-2018. Alasannya karena dari segi perusahaannya, perusahaan non keuangan terdiri dari berbagai sektor, dan dilihat dari jumlah perusahaannya, perusahaan non keuangan lebih banyak dibandingkan jumlah perusahaan yang lain seperti perbankan sehingga dapat memenuhi kriteria dalam penentuan sampel.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?
3. Apakah *Debt Covenant* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?
4. Apakah *Multinationality* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?

## **1.3 TUJUAN PENELITIAN**

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

1. Untuk menganalisis pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*



2. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*
3. Untuk menganalisis pengaruh *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing*
4. Untuk menganalisis pengaruh *Multinationality* terhadap *Transfer Pricing*

#### **1.4 MANFAAT PENELITIAN**

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penelitian ini mempunyai manfaat, yaitu sebagai berikut :

##### Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* khususnya perusahaan non keuangan multinasional di Indonesia
2. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan *leverage*, ukuran perusahaan, *debt covenant* dan *multinationality* terhadap *transfer pricing*.

##### Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan kepada pemerintah untuk membuat regulasi mengenai *transfer pricing* agar tidak merugikan berbagai pihak.
2. Untuk memberikan gambaran kepada pemerintah, analisis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor / kreditor bagaimana *leverage*, ukuran perusahaan, *debt covenant* dan *multinationality* mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* khususnya perusahaan non keuangan multinasional di indonesia.

## **1.5 SISTEMATIKA PENULISAN**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dalam beberapa bab. Bab 1 adalah pendahuluan, bab ini merupakan bagian awal penelitian. Didalam bab ini dijelaskan hal-hal mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 adalah tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis. Pada bab ini dijelaskan mengenai teori-teori dasar yang menjadi landasan dalam melakukan penelitian, hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan hipotesis penelitian dan pengembangan hipotesis penelitian.

Bab 3 adalah metode penelitian, bab ini terdiri dari tahapan-tahapan model penelitian, definisi operasional variabel, metode pengumpulan data, metode pengujian dan evaluasi pengujian.

Bab 4 adalah analisis data dan pembahasan didalam bab ini diuraikan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil terhadap hasil penelitian.

Bab 5 adalah penutup. Bab ini merupakan bab terakhir penulisan skripsi. Pada bab ini terdapat kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk peneliti selanjutnya.