

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini perkembangan usaha mengalami perkembangan laju signifikan. Berdasarkan laporan tahunan yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS : 2016) menyatakan bahwa pertumbuhan produksi industri manufaktur mengalami peningkatan. Data pertumbuhan industri manufaktur tahun 2012 menunjukkan angka sebesar 4,12 %, kemudian pada tahun 2016 meningkat menjadi 4,76 %. Pertumbuhan industri manufaktur tersebut punya peran besar terhadap perekonomian nasional. Berbagai hasil kebijakan kerjasama internasional telah mengurangi hambatan dalam perdagangan industri manufaktur. Banyak perusahaan yang semakin maju dan berkembang mengikuti perkembangan zaman.

Perdagangan terkini tidak hanya terbatas pada wilayah nasional, tetapi melampaui batas wilayah antar negara. Berbagai kebijakan perdagangan internasional membuka akses seluas-luasnya kepada berbagai pihak, namun membuat permasalahan menjadi semakin kompleks. Berbagai regulasi dibuat untuk mengatur transaksi perdagangan internasional. Pemerintah Indonesia sendiri banyak membuat regulasi mengenai kebijakan tersebut. Misal, terbitnya Peraturan Pemerintah No. 10 Tahun 2012 tentang Perlakuan Kepabeanan, Perpajakan dan Cukai. Regulasi tersebut dibuat untuk mengatur mengenai kawasan perdagangan bebas dan pelabuhan bebas.

Output yang dikeluarkan oleh perusahaan merupakan hasil produksi yang dihasilkan dari proses mengolah bahan mentah ke produk jadi. Dalam prosesnya, banyak perusahaan mencari kebutuhan bahan mentah dengan cara mengimpor atau ekspor bahan mentah. Kebutuhan produksi perusahaan bisa terpenuhi dari dalam negeri, maupun luar negeri. Beberapa perusahaan terkini banyak yang berproses dari hulu ke hilir, dalam artian perusahaan memiliki cabang dari proses awal produksi sampai dengan barang tersebut bisa sampai ke tangan konsumen. Cabang perusahaan satu menyediakan bahan mentah dan dijual kepada cabang perusahaan yang membutuhkan dalam satu entitas grup. Transaksi penjualan tersebut merupakan transaksi *transfer pricing*.

Pembahasan mengenai *transfer pricing* merupakan topik yang menarik untuk dikaji. Mengingat topik ini merupakan sebuah kebijakan yang sering dilakukan perusahaan multinasional dalam menjalankan kebutuhan organisasinya. *Transfer pricing* yakni kebijakan suatu perusahaan terkait penetapan harga *transfer* diantara perusahaan dalam hubungan istimewa. Ada dua jenis transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu pertama transaksi antar departemen internal satu perusahaan, yang kedua transaksi diantara perusahaan dalam hubungan istimewa. Terdapat sebab-sebab mendasar suatu entitas untuk melakukan *transfer pricing*, diantaranya adalah terkait pajak, struktur kepemilikan, ukuran perusahaan dan mekanisme bonus.

Faktor-faktor yang telah disebutkan sebelumnya merupakan hal utama yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Dalam aspek perpajakan, beberapa pakar mengatakan jika hal ini bisa menimbulkan kecurangan dan bisa merugikan negara, *transfer pricing* yakni transaksi yang

melibatkan pihak istimewa yaitu pihak yang terafiliasi dalam satu hubungan istimewa.

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan Indonesia selaku instansi yang berkepentingan dalam menangani pajak menuturkan jika *transfer pricing* relatif berimbas kepada pemasukan pajak. Penerimaan kas negara dari sektor pajak diyakini merugikan negara hingga triliunan rupiah (Majalah Kontan, 20 Juni 2012). Beberapa kasus pajak belakangan ini diduga dilakukan atas keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal tersebut membawa masalah tersebut sampai kepada sengketa pengadilan pajak. Otoritas terkait dalam perpajakan selalu menyoroti kasus *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, yang diyakini nilainya berjumlah besar.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai *transfer pricing*, diantaranya dilakukan oleh Martasari (2015) menyebutkan diduga PT Adaro Indonesia yang beroperasi di Indonesia melakukan penjualan industri batubara dengan harga tidak wajar kepada perusahaan dalam jaringannya Coaltrade Services International Pte, Ltd yang ada di Singapura pada tahun 2005 dan 2006. Transaksi tersebut diduga bertujuan untuk menghindari pajak yang harus disetor ke negara.

Pada kasus lainnya, Biro Analisa Anggaran dan Pelaksanaan APBN (2013) menganalisis transaksi *transfer pricing* yang terjadi pada tahun 2011. Periode 2011 Starbucks Inggris nihil membayar pajak korporasi yang disisi lain mencatat penjualan senilai £398 juta. Disamping itu mereka mengklaim

mengalami kerugian pada tahun 2008, dan nilai kerugiannya ditaksir senilai £112 juta atau setara Rp1,7 triliun.

Namun jejak laporannya di Amerika Serikat, Starbucks menyebutkan jika mereka mencatat *earnings* yang tinggi di Inggris. Laporan nilai penjualannya selama periode 3 tahun (2008-2010) mencapai £1,2 miliar atau setara Rp18 triliun. Berdasarkan nilai kerugian tersebut, Starbucks di Inggris nihil dalam catatan pajak korporasinya, terlebih selama periode 14 tahun menjalankan kegiatan operasionalnya di Inggris, Starbucks tercatat membayar pajak hanya senilai £8,6 juta.

Regulasi perihal *transfer pricing* telah ditetapkan di Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyebutkan bahwa instansi yang berwenang dalam hal ini yaitu Direktorat Jenderal Pajak, memiliki otoritas untuk menghitung kembali besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak yang memiliki hubungan istimewa dengan pihak Wajib Pajak lainnya. Hitungan tersebut harus sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha, yang tidak berdasarkan pada hubungan istimewa yakni dengan cara metode perbandingan harga diantara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau dengan metode lain, Pramana (2014). Peraturan tersebut mengungkapkan dan mengatur secara jelas mengenai transaksi hubungan istimewa. Penentuan harga tersebut merupakan harga yang wajar jika barang tersebut dijual kepada entitas yang tidak terkait dengan hubungan istimewa. Istilah lain bahwa harga (*price*) tersebut merupakan harga yang terbentuk oleh pasar dan mencerminkan harga pada umumnya.

Mekanisme bonus merupakan faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Mekanisme bonus merupakan kebijakan yang memberikan insentif bonus kepada manajemen apabila target perusahaan yang dicanangkan tercapai. Purwanti (2010) menyatakan, kebijakan perusahaan dalam menetapkan mekanisme bonus didasari oleh persetujuan dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) jika perusahaan mencatatkan laba, sebagai *reward* yang diberikan kepada direksi perusahaan. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* oleh Hartati (2014) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Selain faktor pajak, yang diduga memotivasi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah struktur kepemilikan. Struktur kepemilikan perusahaan di Indonesia masih didominasi oleh kepemilikan keluarga atau hanya terkonsentrasi pada sedikit pemilik. Berbeda dengan struktur kepemilikan perusahaan yang ada di Eropa maupun di Amerika yang heterogen, yang mana tidak hanya dimiliki oleh mayoritas pihak tertentu. Model struktur kepemilikan yang ada di Indonesia ini menyebabkan kepemilikan terbagi menjadi dua poros, yaitu pemilik saham mayoritas dan minoritas.

Pemilik saham mayoritas tentu saja lebih memiliki kendali dalam memutuskan kebijakan penting yang bersifat menguntungkan dirinya sendiri. Konflik keagenan dapat muncul karena pemilik saham mayoritas mengendalikan manajemen dan lebih menguasai informasi perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2011) seperti dikutip (Nurjanah, et al) menyatakan dua dasawarsa kepemilikan di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cepat,

memberikan hasil pada pertumbuhan ekonomi dan kompetisi yang ketat. Maka dari itu struktur kepemilikan patut diduga sebagai dasar keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Faktor ukuran perusahaan juga diduga menjadi salah satu pertimbangan suatu entitas dalam melakukan *transfer pricing*. Ukuran ini merupakan tolok ukur besar kecilnya sebuah perusahaan. Menurut Pujiningsih (2011) dalam (Nurjanah, et al) perusahaan yang memiliki ruang lingkup organisasi yang besar membutuhkan sumber daya yang besar, maka pemilik perusahaan tentu tidak bisa menjalankan operasinya sendiri. Mereka kemudian menempatkan orang pada jajaran manajemen sebagai pengatur jalannya roda organisasi perusahaan, dari sinilah timbul konflik diantara pemilik dengan manajemen. Ukuran suatu perusahaan menjadi sebuah penilaian penting bagi investor. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin memikat para investor untuk berinvestasi dalam perusahaan tersebut.

Praktik *transfer pricing* dewasa ini merupakan sebuah kebutuhan yang diperlukan oleh perusahaan. Dalam menjalankan roda organisasi perusahaan tentu melibatkan banyak pihak untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memaksimalkan laba. Namun demikian keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* sering dimanfaatkan untuk menguntungkan perusahaan itu sendiri.

Kebijakan perusahaan dalam menerapkan transaksi *transfer pricing* harus mengikuti konsep dan aturan yang berlaku. Dalam PSAK telah diatur secara rinci mengenai transaksi *transfer pricing* di PSAK nomor 7. Apabila merujuk kepada regulasi undang-undang perpajakan juga sudah ada di Pasal 18 UU

Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh), kemudian Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 tahun 2011. Namun regulasi tersebut memiliki keterbatasan, yaitu tidak secara jelas mengatur mengenai hal apa saja yang disyaratkan dalam melakukan transaksi *transfer pricing*.

Menyadari kekurangan yang ada dalam regulasi sebelumnya, Pemerintah melalui Menteri Keuangan menerbitkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213 tahun 2016. Dalam regulasi baru tersebut telah diatur secara lebih rinci dokumen apa saja yang diperlukan dalam transaksi *transfer pricing*, seperti dokumen penentuan harga *transfer* yang antara lain terdiri dari dokumen induk, dokumen lokal dan laporan setiap negara. Adanya peraturan baru tersebut mendorong keterbukaan informasi dari para wajib pajak karena selama ini otoritas pajak tidak memiliki informasi rinci dari transaksi dengan pihak afiliasi.

Dalam kajian penelitian yang dilakukan Pramana (2014) mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* sedangkan menurut Nugraha (2016) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Yuniasih et. all (2010) pajak dan kepemilikan berpengaruh kepada keputusan *transfer pricing*. Selanjutnya penelitian Hartati et. all (2014) berkesimpulan bahwa pajak berpengaruh signifikan negatif terhadap *transfer pricing* dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* yang sudah ada dilakukan oleh Putri (2016) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan

berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) yang menyebutkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ada sebelumnya terdapat hasil yang belum konsisten sehingga penelitian ini cukup menarik untuk dikaji. Penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2014) dengan menambahkan variabel ukuran perusahaan. Berdasarkan latar belakang uraian yang telah dipaparkan, kajian penelitian ini mencoba menganalisa faktor-faktor determinan yang dilakukan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Selain itu dengan masih minimnya penelitian mengenai topik ini mendorong penulis untuk melakukan kajian ini. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini akan mengambil judul “FAKTOR-FAKTOR DETERMINAN KEPUTUSAN PERUSAHAAN MELAKUKAN *TRANSFER PRICING*”. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka penelitian ini dimaksudkan untuk menguji faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan suatu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah pajak mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

- 2) Apakah mekanisme bonus mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
- 3) Apakah struktur kepemilikan mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
- 4) Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang disebutkan sebelumnya, tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk memberikan bukti bahwa pajak mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- 2) Untuk memberikan bukti bahwa mekanisme bonus mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- 3) Untuk memberikan bukti bahwa struktur kepemilikan mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- 4) Untuk memberikan bukti bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil temuan penelitian ini diantaranya :

- 1) Manfaat Teoritis

Memberikan wawasan untuk keberlanjutan studi akuntansi perihal faktor-faktor determinan yang dapat mempengaruhi keputusan suatu perusahaan

melakukan *transfer pricing* dan menambah referensi rujukan untuk penelitian berikutnya.

2) Manfaat Praktis

Memberikan rujukan kepada pemerintah, perusahaan dan investor sebagai analisis mengenai penelitian ini.