

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan multinasional yang lingkup operasionalnya tidak hanya di negara sendiri. Hal ini memberikan kebebasan bagi perusahaan dari penjuru dunia untuk mengembangkan aktivitas bisnisnya di berbagai negara yang memiliki potensi keuntungan yang lebih besar untuk aktivitas penjualan, pembelian bahan baku, jasa dan lain sebagainya yang terjadi antar divisi perusahaan dalam satu grup kepemilikan (Santoso,2004). Salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan multinasional adalah dengan menerapkan *transfer pricing* atas sumber daya, jasa dan teknologi yang ditransfer antar perusahaan dalam skala multinasional.

Transfer pricing adalah transaksi yang terjadi dimana divisi-divisi dalam satu perusahaan baik di sebuah negara ataupun banyak negara (perusahaan multinasional). Pendapat lain menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan *transfer pricing* adalah harga yang dibebankan atas barang atau jasa yang berada di berbagai negara (Refgia, 2017). Tidak sedikit perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi dengan itu perusahaan melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi tinggi maka dilakukanlah praktik *transfer pricing*. *Transfer pricing* sering kali menjadi strategi perusahaan untuk mendapatkan laba tinggi dari penjualan. Undang – Undang Perpajakan menyebut *transfer pricing* yaitu transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa

(pihak berelasi). Hal ini diatur dalam Undang – Undang pasal 18 ayat (4) nomor 36 tahun 2008 tentang pajak penghasilan yaitu : hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Transaksi antar pihak yang berelasi mengakibatkan terjadinya pengalihan pajak, atau untuk merekayasa besarnya biaya oleh wajib pajak. Pihak berelasi merupakan suatu pihak yang memiliki hubungan kepemilikan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang terjadi karena adanya keterkaitan antara satu pihak dengan pihak lain yang tidak terdapat pada hubungan biasa (Mangoting, 2000).

Praktik *transfer pricing* telah dilakukan oleh beberapa perusahaan multinasional di Inggris, contohnya Starbuck pada tahun 2011 tidak membayar pajak sama sekali, padahal telah berhasil mencetak penjualan sebesar £398 juta. Mereka mengaku rugi sejak tahun 2008 dengan jumlah kerugian sebesar £112 juta atau sekitar Rp 1,7 triliun. Selama beroperasi di Inggris, Starbuck hanya menyetorkan pajak sebesar £8,6 juta. Sebagian besar keuntungan Starbucks telah dialihkan dari Inggris ke perusahaan cabang di Belanda dalam bentuk royalti (Barford *and* Holt, 2013). Starbucks mengaku mengalami penurunan pendapatan dengan pihak Belanda, tetapi pihak Uni Eropa justru menilai adanya *transfer pricing*, dimana perhitungan pajak perusahaan multinasional memasukkan biaya-biaya dari anak perusahaan sehingga dapat mengurangi beban pajak perusahaan.

Adapun kasus lain yang terjadi pada PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) dengan Direktorat Jendral Pajak. PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perakitan produk Toyota dan eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Kasus yang terjadi pada perusahaan otomotif asal Jepang itu melibatkan nilai pajak yang besar dan proses yang cukup alot. Sengketa dengan TMMIN ini terjadi karena adanya koreksi yang dilakukan oleh Dirjen Pajak terhadap nilai penjualan dan pembayaran royalti TMMIN terkait laporan pajak tahun 2008 dimana saat itu pemegang saham TMMIN adalah Toyota Motor Corporation sebesar 95% dan sisanya 5% dimiliki PT. Astra International Tbk. Dalam SPT pajaknya, TMMIN menyatakan nilai penjualan mencapai Rp.32,9 Triliun, namun Dirjen Pajak mengoreksi nilainya menjadi Rp.34,5 Triliun sehingga ada koreksi sebesar Rp.1,5 Triliun. Dengan adanya koreksi tersebut, PT TMMIN harus menambah pembayaran pajak sebesar Rp. 500 Miliar. Dirjen Pajak menemukan bahwa terjadi penjualan beberapa mobil TAM (Indonesia) ke TMAP (Singapura) dengan harga jual 4% di bawah harga produksi. Sedangkan dari TAM (Indonesia) ke Auto 200 penjualan dilakukan dengan mengambil margin 50% yang mana harga ini belum merupakan harga yang berlaku kepada konsumen (Kontan, 2013).

Perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya adalah beban pajak. Menurut Mardiasmo (2016:1) 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. Untuk meminimalisasi biaya pajak yang ditanggung, perusahaan melakukan transaksi penjualan barang atau jasa dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah (Lubab, 2015). Dengan biaya ekspor di bawah harga yang dikirim dari negara pajak tinggi ke negara pajak yang rendah, perusahaan multinasional mampu mengurangi tarif pajak global yang efektif (Cristea dan Nguyen, 2014). Penelitian dari Hartati *et al.*, (2014) menyebutkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Saifudin dan Putri (2017) menyebutkan bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Penelitian ini tidak sejalan dengan dengan penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) yang mengatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Tiwaet *al.*, (2017) bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Faktor lainnya yang mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* ialah mekanisme bonus. Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba, direksi atau manejer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus (Refgia, 2017). Penelitian dari Hartati *et al.*, (2014) menyebutkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan

transfer pricing. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispuyanti (2015) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Putri (2017) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017), pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan semakin rendah nilai *Effective Tax Rate* maka dianggap semakin baik nilai *Effective Tax Rate* disuatu perusahaan. Nilai baik disini menunjukkan bahwa perusahaan telah berhasil melakukan perencanaan pajak. Salah satu cara untuk melakukan perencanaan pajak tersebut yaitu dengan cara *transfer pricing*. Untuk variabel mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Nilai ITRENDLB yang lebih tinggi menunjukkan dari setiap laba ditahun berjalan lebih tinggi dibandingkan laba tahun sebelumnya dan dapat dianggap cenderung stabil. Nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba dan *transfer pricing* untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

Selain pajak dan mekanisme bonus, keputusan *transfer pricing* dipengaruhi oleh *tunneling incentive* (kepemilikan saham). Kepemilikan saham juga menjadi pengaruh perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik (Klassen *et al.*, 2000), sehingga muncul konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Hal ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas

memiliki kendali pada keputusan dari pada pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri tanpa mempedulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas. Hal ini yang membuat konflik keagenan ini adalah lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Klassen *et al.*, 2002). Contoh *tunneling* adalah jaminan pinjaman, menjual produk di bawah harga pasar, manipulasi tingkat pembayaran deviden, memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan.

Beberapa penelitian *tunneling* telah dilakukan oleh Mutaminah (2008) yang menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. Lo *et al.*, (2010) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk. Hartati *et al.*, (2014) menemukan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Putri (2017) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *transfer*

pricing. Hal ini dikarenakan, jika perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal maka sangat menguntungkan bagi perusahaan induk dimana adalah pemegang saham mayoritas atas perusahaan anak tersebut. Namun, pemegang saham minoritas merasa dirugikan karena deviden yang akan diterima akan semakin kecil akibat besarnya pembebanan biaya atas transaksi tersebut.

Selain, beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunnelling incentive*, faktor lainnya yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *debt covenant*. *Debt covenant* merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditor, seperti pembagian deviden yang berlebihan, atau membiarkan ekuitas dibawah tingkat yang telah ditentukan (Fatmariyani, 2013). *Debt covenant hypothesis* memprediksikan bahwa manajer ingin meningkatkan laba dan aktiva untuk mengurangi biaya kontrak utang ketika perusahaan memutuskan perjanjian utangnya (Fatmariyani, 2013). *Debt Covenant hypothesis* memprediksikan bahwa manajer ingin meningkatkan laba dan aktiva untuk mengurangi biaya kontrak utang ketika perusahaan memutuskan perjanjian utangnya. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2017), menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan Rosa *et al.*, (2017) menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil-hasil penelitian yang telah dipaparkan diatas maka penelitian ini akan meneliti kembali faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Putri (2017) dengan penambahan variabel *debt covenant* yang sejalan dengan penelitian Rosa *et al.*, (2017). Penggunaan variabel *debt covenant* ini dalam penelitian ini karena kebanyakan perusahaan memiliki rasio hutang yang tinggi dan lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi.

1.2 Rumusan Masalah

Transfer pricing merupakan salah satu penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia. Tidak sedikit perusahaan juga berupaya untuk meningkatkan laba, agar manajemen perusahaan dapat memperoleh bonus yang besar dan dapat membayar hutang dari kontrak yang sudah ditentukan. Perusahaan yang mayoritas sahamnya dimiliki oleh keluarga pendiri, biasanya mengambil keputusan yang merugikan pemegang saham minoritas untuk kepentingan pribadi pemegang saham mayoritas. Hal tersebut juga terlihat dengan adanya penelitian inkonsisten. Oleh karena itu, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut : “Bagaimana mengetahui tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pertanyaan yang diajukan dalam perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah beban pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji secara empiris :

1. Pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing*.
2. Pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.
3. Pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.
4. Pengaruh *debt covenant* terhadap *transfer pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat kepada pihak:

1. Manfaat Teoritis

Bagi Akademis, penelitian ini bisa menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Direktorat Jendral Pajak untuk lebih berhati-hati terhadap praktik *transfer pricing* karena tidak hanya perusahaan besar saja yang melakukannya tetapi perusahaan kecil juga berpotensi melakukan praktik *transfer pricing*.
- b. Perusahaan manufaktur, sebagai tinjauan yang diharapkan dapat dijadikan informasi untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong kebijakan manajemen dalam mengambil keputusan *transfer pricing*. Sehingga dapat membantu suatu pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika bisnis.
- c. Masyarakat, sebagai sarana informasi dan menambah pengetahuan akuntansi, khususnya mengenai beban pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing*.