

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena globalisasi dalam dunia bisnis yang terjadi saat ini telah mendorong transaksi internasional atau sering disebut dengan *cross border transaction* semakin meningkat. Karenanya arus barang, orang, jasa, dan investasi semakin mudah dan lancar antarnegara. Ditambah lagi dengan adanya *General Agreement on Trade and Tariff* (GAAT) dan *World Trade Organization* (WTO) yang memfasilitasi kegiatan perdagangan internasional antarnegara. Perusahaan-perusahaan mulai mengembangkan sayapnya tidak hanya melakukan operasi di dalam negeri, tetapi juga melakukan operasi di luar negeri dan menjadi perusahaan multinasional dan transnasional. Selanjutnya perusahaan-perusahaan tersebut membentuk grup, induk dan anak perusahaan, kemudian melakukan sebagian besar operasi perusahaan diantara mereka sendiri.

Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya 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. Dengan adanya hubungan induk dan anak perusahaan mengakibatkan terbentuknya

hubungan istimewa yangmana mengakibatkan penentuan harga, imbalan, dan lain sebagainya antarinduk dan anak perusahaan dalam suatu transaksi usaha biasanya ditentukan berdasarkan kebijakan *transfer pricing* yang ditentukan oleh induk perusahaan yang dapat sama atau tidak sama dengan harga pasar. Hal ini dapat memicu terjadinya rekayasa pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain untuk menekan biaya pajak terutang keseluruhan atas wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa tersebut (Hartati *et al.*, 2014).

Sebelumnya praktik *transfer pricing* ini dilakukan oleh perusahaan hanya untuk menilai kinerja antar divisi perusahaan. Kemudian semakin berkembangnya zaman, praktik *transfer pricing* juga digunakan untuk manajemen pajak yaitu dengan menekan biaya pajak dari yang sebenarnya harus dibayarkan oleh perusahaan (Mangoting, 2000). Otoritas perpajakan di berbagai dunia memberikan perhatian terhadap permasalahan praktik *transfer pricing* dan menjadi isu yang sangat menarik dalam dunia perpajakan. Peraturan mengenai *transfer pricing* ini mulai diperkenalkan oleh banyak Negara. Hal ini dilakukan karena praktik *transfer pricing* ini telah menuai banyak sekali masalah di berbagai negara karena dalam praktiknya sangat bertentangan dengan peraturan yang ada. Menurut para ahli, *transfer pricing* diakui bisa menjadi masalah bagi perusahaan, tetapi disisi lain juga bisa menjadi peluang perusahaan untuk melakukan penyalahgunaan dengan tujuan untuk mengejar laba yang tinggi. Perusahaan yang memiliki anak perusahaan diluar negeri dengan pemberlakuan tarif pajak yang tinggi akan menjadi masalah karena akan

membayar pajak yang lebih banyak sehingga laba yang dihasilkan akan menjadi lebih sedikit. Beberapa perusahaan melihat permasalahan ini sebagai peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi dari penjualan dan penghindaran pajak. Cara yang bisa digunakan adalah dengan mendirikan anak perusahaan di Negara dimana memberikan tarif pajak yang rendah atau Negara yang masuk dalam *tax haven country*.

Wajib Pajak menganggap isu *transfer pricing* merupakan hal penting, hal ini dibuktikan dengan hasil survey E&Y dalam Hanhan Haeruman, terkait *transfer pricing* untuk tahun 2007 yang dipublikasikan pada bulan Februari 2008. Dari hasil survey yang dilakukan salah satu poin menunjukkan bahwa isu pajak tentang *transfer pricing* memperoleh persentase yang paling tinggi yaitu sebesar 39% dari beberapa isu yang ada diantaranya *transfer pricing*, *tax planning*, *double taxation*, *value added tax*, *tax controversy*, *customs duties* dan *foreign tax credit*. Dari hasil survey tersebut bisa dilihat bahwa sangat pentingnya bagi wajib pajak isu mengenai *transfer pricing*.

Beberapa penelitian sebelumnya telah dilakukan mengenai motivasi pajak tentang keterkaitannya dengan *transfer pricing*. Bernard *et al.*, (2006) menemukan bahwa harga transaksi pihak terkait berhubungan dengan tingkat pajak dan tingkat tarif impor negara tujuan. Swenson (2001) menemukan bahwa tarif impor dan pajak berpengaruh pada insentif untuk melakukan transaksi *transfer pricing*. Yuniasih *et al.*, (2012) juga mengatakan bahwa keputusan *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak. Pembayaran pajak menjadi rendah secara umum dengan besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer*

pricing. Hartati *et al.*, (2014) dalam penelitiannya juga menemukan bahwa besarnya pajak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hasil yang berbeda ditunjukkan pada penelitian Mispityanti (2015) yang menemukan bahwa pajak tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Begitu juga dengan Marfiah *et al.*, (2014) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pajak justru memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

Mekanisme bonus juga dapat mempengaruhi keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Dalam penelitian Purwanti (2010), menurutnya apabila perusahaan memperoleh laba maka RUPS akan memberikan penghargaan berupa Tantiem / bonus kepada anggota Direksi setiap tahun. Manajemen akan melakukan rekayasa laba karena adanya pemberian bonus yang akan diberikan. Mengatur laba bersih akan cenderung dilakukan oleh manajer agar bonus yang akan diterima semakin besar. Palestin (2008) menemukan bahwa bonus berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Lo *et al.*, (2010) menemukan bahwa jika pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba, manajemen memiliki kecenderungan memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima. Hartati *et al.*, (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Masalah keagenan muncul antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas salah satunya adalah perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas yang lemah sehingga mendorong pemegang saham

mayoritas untuk melakukan praktik *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). Praktik *tunneling* itu sendiri misalnya tidak membagikan dividen, menjual aset atau sekuritas dengan harga dibawah pasar dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki, dan memberikan jabatan penting di perusahaan kepada anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi yang cukup (La Porta *et al.*, 2000).

Perusahaan yang terdaftar di Bursa harus membagikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali (Lo *et al.*, 2010).

Penelitian mengenai *tunneling incentive* telah dilakukan sebelumnya. Mutamimah (2008) dalam penelitiannya menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. Aharony *et al.*, (2010) menemukan bahwa *tunneling incentive* setelah *initial public offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum IPO. Yuniasih *et al.*, (2012) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap pengambilan keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti ingin melakukan pengujian kembali pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Perbedaan penelitian ini

dengan penelitian sebelumnya adalah ditambahkan faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*.

1.2 Perumusan Masalah

Transfer pricing merupakan salah satu masalah penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan khususnya perusahaan multinasional di Indonesia. *Transfer pricing* ini juga telah banyak merugikan negara. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti merasa perlu melakukan pengkajian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*, dengan perumusan masalah yang dinyatakan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.

3. Menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Aspek Praktis

Memberikan informasi atau gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor bagaimana pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan praktik *transfer pricing*.

2. Aspek Teoritis dan Akademis

Menambah pengetahuan dengan memberikan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing*, khususnya perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia. Menambah referensi untuk penelitian selanjutnya.