

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pesatnya pertumbuhan kegiatan ekonomi internasional turut mempersubur berkembangnya perusahaan multinasional (Multinational-Company /MNC). Perusahaan multinasional (*Multinational –Company/MNC*) adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terkait hubungan istimewa, baik secara penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi, dapat berupa anak perusahaan, agen dan sebagainya dengan berbagai motif (Gunandi,2007). Untuk memperkukuh pijakan usahanya, perusahaan tersebut mengoperasikan cabang atau anak perusahaan di berbagai negara. Hal tersebut guna mendekatkan diri pada potensi pasar yang ada di negara lain atau mencari negara dengan sumber daya murah baik tenaga kerja, bahan baku, fasilitas, energi maupun peluang yang bisa didapat bea dan pajak.

Dalam perusahaan multinasional terjadi beberapa transaksi internasional antar anggota (divisi), salah satunya ialah penjualan barang atau jasa. Sebagian besar transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi diantara perusahaan yang berrelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota (divisi) tersebut dikenal dengan sebutan *transfer pricing* atau harga transfer (Mardiasmo,2008).

Menurut Mark Checini dkk. (2013:18) bagi perusahaan multinasional yang telah mempunyai jaringan operasi diberbagai negara, skema *transfer*

*pricing* merupakan alternatif terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan dalam bidang mengelola resiko dan biaya yang ditimbulkan dari ketidaksempurnaan struktur pasar di negara-negara mitra kerjasama.

Dalam Undang-Undang Perpajakan, istilah *transfer pricing* dengan transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa. Hal tersebut di atur dalam pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Dalam pasal tersebut memuat hubungan *transfer pricing* yang mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melaksanakan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak wajar dan lazim dengan menggunakan metode yang dapat digunakan untuk menentukan harga transfer yang wajar seperti metode perbandingan harga antara pihak independen dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa, metode harga penjualan kembali metode biaya-plus dan metode lainnya.

*Transfer pricing* memberikan perusahaan multinasional alat untuk mengalokasikan pendapatan di seluruh entitas berafiliasi dalam yuridiksi pajak yang berbeda. Dengan biaya ekspor di bawah harga yang di klaim dari negara pajak tinggi ke negara pajak yang rendah, perusahaan multinasional mampu mengurangi tarif pajak global yang efektif (Criste dn Nguyen, 2014)

Di Indonesia sendiri *transfer pricing* merupakan isu klasik di bidang perpajakan yang menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh perusahaan multinasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau bahkan hilangnya potensi penerimaan pajak

suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax Countries*). Hal ini karena *transfer pricing* merupakan salah satu alat dalam pengendalian manajemen, bagaimana perusahaan melakukan perencanaan, implementasi, pengendalian dan evaluasi strategi dalam pencapaian tujuan perusahaan. Salah satu cara untuk mencapai tujuan ini dengan mengefisienkan pembayaran pajak secara entitas ekonomi yaitu dari sisi konsolidasi (Yosaony, 2014). Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berusaha meminimalkan biaya-biaya termasuk didalamnya meminimalisasi pembayaran pajak perusahaan. Bagi perusahaan multinasional, *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas (Santoso, 2004).

*Transfer pricing* dan perbedaan harga merupakan hal normal dalam bisnis. Kemudian menjadi permasalahan jika dilakukan pengaturan yang tidak wajar dan tidak lazim atas transaksi dan penentuan harga yang menyebabkan laba perusahaan dipindahkan ke entitas lain di luar negeri, sehingga pengenaan pajak perusahaan menjadi lebih kecil (Yosarony,2014). Kemudian *transfer pricing* ini telah menimbulkan masalah di berbagai negara khususnya di Indonesia karena dalam praktiknya perusahaan menggunakan hal-hal yang bertentangan dengan aturan yang ada dengan kata lain perusahaan melakukan transaksi dengan pihak afiliasi secara tidak wajar dan tidak lazim.

**Tabel 1.1**  
**3 (tiga) Kasus Besar Mengenai *Transfer Pricing* di Luar Negeri**

Nomor	Nama Perusahaan	Khusus Tuduhan
1.	Starbucks Inggris	Pada Tahun 2011 sama sekali tidak membayar pajak korporasi padahal berhasil mencetak penjualan sebesar £398 juta namun pada tahun 2008 mereka mengakui rugi £112 atau sekitar Rp.1,7 triliun. Padahal dalam laporan kepada investornya di Amerika Serikat, Starbucks mengatakan bahwa mereka memperoleh keuntungan yang besar di Inggris, bahkan penjualannya selama tiga tahun (2008-2010) mencapai £1,2 miliar atau sekitar Rp.18 triliun. Dengan kerugian ini Starbucks Inggris tidak pernah membayar pajak korporasi. Bahkan selama 14 tahun beroperasi di Inggris. Starbucks hanya membayar pajak sebesar 48,6 juta.
2.	Google Inggris	Pada tahun 2011 juga berhasil mencatat pendapatan sebesar £398 juta tetapi hanya membayar pajak sebesar £6 juta
3.	Amazon Inggris	Amazon Inggris, di mana mereka berhasil melakukan penjualan di Inggris sebesar £3,35 miliar selama tahun 2011 tetapi hanya membayar pajak sebesar £1,5 juta.

Sumber : <http://www.kemenkeu.go.id>

Selain kasus di luar negeri kasus *transfer pricing* juga terjadi di Indonesia, diantaranya adalah pada pertengahan 2007. Direktorat Jendral Pajak membongkar kasus dugaan penggelapan pajak yang dilakukan PT. Asian Agri, anak perusahaan Raja Garuda Mas Group. Direktorat Jendral Pajak memeriksa bahwa perusahaan itu diduga telah menggelapkan pajak senilai 1,34 triliun. Manipulasi tersebut secara garis besar menggunakan modus dengan skema *transfer pricing*, transaksi lindung nilai (*hedging*) fiktif dan pembuatan biaya fiktif (Luluk Fuadah. 2008).

Peraturan Dirjen Pajak No. 32 Tahun 2011 juga mengatur tentang *transfer pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Jacob (1996) menemukan bahwa *transfer pricing* mengakibatkan total pajak yang dibayar perusahaan lazimnya menjadi lebih rendah sehingga dapat mendorong terjadinya pergeseran pendapatan dan laba yang dilakukan oleh perusahaan multinasional

Hal tersebut tentu menjadikan *transfer pricing* sebagai hal yang sangat krusial untuk diteliti serta perlu untuk diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Christian Plesner Rossing (2013) mengenai *Tax strategy control: The case of transfer pricing tax risk management* yang mencoba menguji bagaimana fungsi *tax strategy* mempengaruhi *management control system* dalam perusahaan menghadapi resiko perpajakan dalam *transfer pricing*, hasilnya menunjukkan bahwa perusahaan multinasional khususnya manajemen cenderung melakukan pengendalian terhadap pembayaran pajak melalui pengendalian harga dengan mekanisme *transfer pricing* dan dalam penerapan "*levers of control*" ditemukan bahwa fungsi *tax strategy* mempengaruhi 4 elemen dalam *levers of control* yang mensugesti manajemen untuk melakukan pengaturan kebergantungan perusahaan terhadap respon dari lingkungan perpajakan.

Beberapa peneliti telah mencoba meneliti tentang hubungan pajak pada *transfer pricing*, diantaranya oleh Yuniasih dkk. (2012), Hartati dkk. (2014), Pramana (2014), Noviasatika dkk (2016) dan Saraswati dkk (2017) yang menemukan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Swenson (2001) juga mengemukakan *tax* dan import tarif berhubungan positif

terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian dari Marfuah (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara pajak terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini kembali menguji pengaruh pajak pada indikasi melakukan *transfer pricing*.

Selain pajak, keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. Perilaku *tunneling incentive* bermula adanya kepemilikan saham. Kepemilikan saham di Indonesia cenderung terkonsentrasi menyebabkan munculnya pemegang saham pengendali dan minoritas (La Porta et al., 2000). Sehingga memunculkan masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas yang disebabkan salah satunya lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens et al., 2002). Hartati et al., (2015) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Menurut Johson et al., (2000), *tunneling* dapat dilakukan dengan cara menjual produk kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, dengan harga yang lebih rendah.

*Debt covenant* juga mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi

dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini, dan salah satu praktek perubahan laba adalah dengan *transfer pricing*. Pramana (2014) menemukan bahwa *debt covenant* berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi DER (*Debt To Equity Ratio*) maka akan meningkatkan keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Menurut Purwati (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima. Hartati et al., (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, besarnya mekanisme bonus yang dilihat dari rumusan profitabilitas akan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Namun terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti mengenai variabel mekanisme bonus. Warioh (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Akbar dan Barera (2014) juga menemukan bahwa bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Kemudian hasil penelitian Rengganis (2014)

menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan penelitian yang berfokus pada perilaku perusahaan dalam mengambil keputusan berkaitan dengan *transfer pricing*. Dimana faktor-faktor yang menjadi pertimbangan tidak hanya variabel-variabel yang dijelaskan sebelumnya seperti *tax minimization*, *tunneling incentive*, *debt covenant*, dan mekanisme bonus, namun faktor eksternal dalam hal ini adalah peraturan yang jelas dan tegas berkaitan dengan *transfer pricing* juga menjadi pertimbangan perusahaan mengambil keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini berusaha untuk mengembangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Hartati pada tahun 2015. Alasan peneliti melakukan penelitian kembali adalah untuk menguji, guna mendapatkan konsistensi hasil diantara penelitian-penelitian terdahulu lainnya. Perbedaan penelitian ini adalah menambahkan variabel *debt covenant* sebagai variabel independen.

Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2016 sedangkan sampel yang dipilih dalam penelitian Hartati et al., (2015) seluruh perusahaan yang terdaftar Di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012. Peneliti memilih perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia karena sebagian besar penanaman modal asing dilakukan pada perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan perusahaan yang cukup substantial dengan induk perusahaan di luar negeri (Gunandi, 1994). Berdasarkan latar belakang tersebut peneliti

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Tax Minimization, Tunneling Incentive, Debt Covenant* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia”.

## **B. Perumusan Masalah Penelitian**

Bedasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah *tax minimization* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan perumusan masalah penelitian diatas, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tax minimization* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

3. Untuk mengetahui pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

#### **D. Manfaat penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini mempunyai manfaat bagi pihak-pihak yang bersangkutan diantaranya:

##### **1. Manfaat Praktis**

- a. Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor bagaimana *tax minimization, tunneling incentive, debt covenant* dan mekanisme bonus mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.
- b. Bagi pengguna informasi laporan keuangan lebih berhati-hati dan lebih cermat dalam menganalisa kemungkinan terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh direksi guna kepentingan pribadi. Bagi pemegang saham minoritas dapat lebih cermat dalam mengamati adanya keputusan dari pemegang saham mayoritas yang dapat merugikan mereka.

##### **2. Manfaat Teoritis dan Akademis**

Menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dengan memberikan gambaran faktor yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan multinasional di Indonesia serta menambah referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.