# **BAB 1PENDAHULUAN**

## **Latar Belakang Masalah**

*Transfer pricing* merupakan isu yang sensitif dalam perekonomian maupun dunia bisnis secara global, terutama dalam hal perpajakan. Aktivitas *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional akan mempengaruhi tingkat penerimaan negara dari sisi pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. *Transfer pricing* ini dapat terjadi apabila adanya transaksi barang atau jasa antar wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa. Pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah pihak-pihak yang dianggap mempunyai kemampuan untuk mengendalikan atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional (PSAK Nomor 7 ).

Tujuan utama dari *transfer pricing* yang digunakan oleh perusahaan multinasional adalah untuk meminimalkan jumlah pajak yang akan dibayar melalui rekayasa harga yang ditrasnfer antar divisi, dan *transfer pricing* ini juga digunakan untuk mengevaluasi serta mengukur kinerja finansial suatu perusahaan (Gusnardi, 2009).

Undang – Undang Nomor 7 Tahun 1983 sebagaimana telah diubah dengan Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan juga mempunyai peraturan yang menangani masalah *transfer pricing*, yaitu Pasal 18. Aturan *transfer pricing* biasanya mencakup beberapa hal, yaitu : pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi trasnsaksi yang tidak memenuhi syarat *arm’s length principle*. Dalam hubungan istimewa ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak, atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan jumlah pajak yang terutang mereka.

Bernard et al (2006) menyatakan bahwa harga transaksi pihak terkait berhubungan dengan tingkat pajak dan tarif impor negara tujuan. Penelitian Swenson (2001) juga menemukan bahwa tarif impor dan pajak berpengaruh pada insentif untuk melakukan transaksi *transfer pricing.*

Berhubungan dengan masalah *transfer pricing* tidak terdapat ketentuan khusus yang mengatur *transfer pricing* secara khusus dalam lingkup akuntansi komersial, akan tetapi dalam standar akuntansi komersial yang dikeluarkan oleh IAI ( Ikatan Akuntansi Indonesia ) terdapat pernyataan yang berkaitan dengan hubungan istimewa. Pernyataan standar akuntansi keuangan di PSAK No. 7, didalamnya telah mengatur tentang pengungkapan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan transaksi antara perusahaan pelapor dan perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Sedangkan dalam akuntansi perpajakan lebih menitikberatkan pada penyusunan surat pemberitahuan dan pertimbangan konsekuensi perpajakan terhadap transaksi atau kegiatan perusahaan (Nurhayati, 2013).

Beberapa kasus yang berkaitan dengan *transfer pricing* bebrapa waktu yang lalu yaitu ada kasus Google di Inggris, Starbucks Inggris, Amazon Inggris, dan lain-lain. Misalnya Starbucks mengaku rugi sejak tahun 2008, dengan memberitahukan kerugiannya mencapai £ 112 juta atau sebesar Rp 1,7 triliun. Padahal dalam pelaporan kepada investirnya di Amerika Serikat, Starbucks mengatakan bahwa mereka memperoleh keuntungan yang besar di Inggris, bahkan penjualannya selama 3 tahun ( 2008 – 2010 ) mencapai £ 1,2 miliar atau setara dengan Rp 18 triliun. Dengan kerugian ini, Starbucks Inggris tidak pernah membayar pajak korporasi. Selama 14 tahun Starbucks beroperasi di Inggris, mereka hanya membayar pajak sebesar £ 8,6 juta.

Kemudian di tahun 2011 kasus Gogle Inggris yang mirip dengan Starbucks, Google mencatat keuntungan pendapatan sebesar £ 398 juta tetapi Google hanya membayar pajak sebesar £ 6 juta. Sementara kasus Amazon Inggris dimana mereka memperoleh keuntungan sebesar £ 3,35 miliar tetapi mereka hanya membayar pajak sebesar £ 1,5 juta (Setiawan & Arief, 2012).

Untuk kasus *transfer pricing* di Indonesia sendiri terjadi pada perusahaan Toyota Motor Manufacturing Indonesia ( TMMIN ) yang terungkap setelah diadakannya pemeriksaan surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) perusahaan Toyota Motor oleh Direktorat Jendral Pajak. Pemeriksaan ini dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun tersebut, dan meminta negara segera mengembalikan kelebihannya itu ( restitusi ).

Dari pemeriksaan SPT Toyota Motor Manufacturing pada tahun 2005 itu petugas pajak menemukan kejanggalan. Pada tahun 2004 laba bruto perusahaan Toyota mengalami penurunan dari Rp 1,5 triliun di tahun 2003 menjadi Rp 950 miliar. Selain itu, rasio *gross margin* atau perimbangan laba kotor dengan tingkat penjualan perusahaan Toyota di tahun 2003 sebesar 14,59% juga mengalami penurunan yaitu menjadi 6,58% di tahun 2004. Yang membuat janggal meskipun laba menurun, omzet produksi dan penjualan mereka pada tahun itu justru mengalami kenaikan 40%. Setelah diperiksa oleh petugas pajak secara teliti, ternyata Toyota diduga ‘memainkan’ harga transksaksi dengan pihak-pihak yang terafiliasi dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti secara tidak wajar (Tempo, 2014).

Ada beberapa faktor perusahaan multinasional melakukan praktik *transfer pricing*. Salah satunya adalah faktor pajak. Adanya perbedaan tarif pajak disetiap negara tempat cabangnya berada akan membuat laba perusahaan yang berada di negara bertarif tinggi akan lebih tinggi daripada laba perusahaan yang berada di negara bertarif rendah. Maka perusahaan akan mengalihkan laba dari perusahaan yang berada di negara bertarif tinggi ke negara yang bertarif rendah dengan metode *transfer pricing* (Choi dan Meek, 2011 dalam Kurniawan et al., 2018). Perusahaan melakukan *transfer pricing* dalam rangka menurunkan beban pajak yang dibayar dengan mengakali jumlah laba perusahaan dan dividen yang dibagikan juga menjadi rendah. Hal ini menunjukan bahwa faktor pajak mempunyai peran yang tinggi dalam mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* (F. Noviastika et al., 2016)

Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*, seperti yang dilakukan oleh Yuniasih etal(2011), Deanti (2017), Kiswanto & Purwaningsih (2014), Kurniawan et al. (2018), F. Noviastika et al. (2016), dan Santosa & Suzan (2018) ditemukan dari hasil pengujian mereka bahwa pajak berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian Marfuah & Azizah (2014) dan Refgia (2017) ditemukan pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) ditemukan bahwa ternyata pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Di Indonesia, kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi. Perusahaan dengan karakteristik kelompok bisnis konglomerat akan merugikan pemegang saham minoritas dan pihak eksternal lain atau dengan kata lain dapat menimbulkan resiko eksproporiasi. Dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada satu pihak maka dapat menimbulkan kesempatan bagi para pemegang kendali untuk melakukan kegiatan *tunneling*. *Tunneling* merupakan aktivitas pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Johnson et al., 2000).

*Tunneling Incentive* dilakukan oleh para pemegang saham kendali untuk memperoleh manfaat privat yaitu transfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham kendali. Perusahaan yang melakukan *tunneling* ini dengan ujuan untuk meminimalkan biaya transksaksi. Dengan melakukan *tunneling* ini kepada pihak yang memiliki hubungn istimewa maka biaya dapat ditekan sehingga lebih ekonomis dibandingkan dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Selain untuk meminimalkan biaya *tunneling* ini dapat pula digunakan untuk memanipulasi laba (Marfuah & Azizah, 2014).

*Tunneling* juga dapat terjadi apabila perusahaan tersebut mempunyai hubungan istimewa dengan perusahaan lain di luar negeri yang mempunyai tarif pajak lebih rendah. Dalam peraturan UU No.36 Tahun 2008 pasal 18 ayat 4a disebutkan bahwa hubungan istimewa dianggap ada apabila Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal secara langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain.

Berikut ini adalah ilustrasi transaksi pihak berelasi yang digunakan untuk *tunneling*.

**gambar 1.1
contoh tunneling**

PT. X (Tidak berelasi)

PT.MI (induk)

PT.RL

*Caymand*

PT.KC

 Perusahaan publik di Indonesia yaitu MI terindikasi melakukan *tunneling* dalam bentuk manipulasi harga jual batubara oleh anak perusahaan MI yaitu KC. KC menggunakan *special purpose company* di *Cayman Island* yang bernama RL untuk melakukan transfer keuntungan. KC tidak langsung menjual batubara ke pembeli potensial, tetapi menjualnya melalui RL dengan harga di bawah harga wajar, hal ini menyebabkan laba KC menurun. Kemudian KC menjual kembali batubara dengan harga pasar, sehingga laba RL meningkat. KC merupakan perusahaan yang di*-tunnel* karena penjualan batubara kepada RL meyebabkan berpindahnya laba ke pemegang saham pengendali MI. Pemegang saham nonpengendali KC dirugikan, sedangkan pemegang saham pengendali MI diuntungkan karena kerugian di KC dapat ditutup oleh keuntungan dari RL (Sari, 2012).

Terdapat beberapa penelitian tentang *Tunneling Incentive* yang telah dilakukan. Menurut penelitian Mutamimah (2009) mengemukakan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. Dalam Lo et al. (2010) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan *Transfer Pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk. Menurut Hartati et al. (2012) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa *tunneling incentive* merupakan suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

Selain alasan pajak dan *tunneling incentive*, kegiatan *transfer pricing* ini juga dapat dipengaruhi oleh alasan non pajak seperti kepemilikan asing. Dalam sturktur kepemilikan yang terkonsentrasi, pemegang saham pengandali memiliki posisi yang lebih baik karena pemegang saham pengendali dapat mengawasi dan memiliki akses informasi yang lebih baik dibandingkan dengan pemegang saham non pengendali sehingga menimbulkan potensi pada pemegang saham pengendali untuk terlibat lebih jauh dalam proses pengelolaan perusahaan.

Berdasarkan Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di 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 Sedangkan menurut peraturan Kementrian Keuangan Republik Indonesia Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor IX.H.1 dalam ketentuan umum disebutkan bahwa pengendali perusahaan terbuka adalah pihak yang memiliki saham lebih dari 50% dari seluruh saham yang disetor penuh, atau pihak yang mempunyai kemampuan untuk menentukan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan cara apapun pengelolaan dan/atau kebijakan perusahaan terbuka.

Pada saat kontrol dimiliki oleh pemegang saham pengendali asing semakin besar maka pemegang saham pengendali asing akan semakin berusaha mangalokasikan sumber daya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan pribadi dalam berbagai keputusan penting, termasuk mengendalikan kebijakan penentuan harga maupun jumlah pada transaksi *transfer pricing* (Suprianto & Pratiwi, 2017). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) dan Kiswanto (2014) ditemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*,

sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tiwa, et al (2017), Putri (2016) dan Mayantya (2018) ditemukan sebaliknya yaitu kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing* di perusahaan manufaktur. Dengan hal ini dapat dimungkinkan bahwa banyak sedikitnya transaksi *transfer pricing* dapat dipengaruhi oleh kepemilikan asing. Memaksimalkan kesejahteraan pribadi dengan menggunakan hak kendali dengan cara distribusi kekayaan dari pihak lain sering disebut sebagai ekspropriasi. Contohnya, pemegang saham pengandali asing dapat menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan kepada perusahaan pribadinya pada harga dibawah harga pasar. Ekspropriasi yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali asing ini akan menurunkan nilai perusahaan sehingga dapat merugikan pemegang saham non pengendali (Atmaja, 2011).

Selain itu ukuran perusahaan juga dapat mempngaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing.* Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukan besar kecilnya suatu perusahaan yang dinilai dari total aset perusahaan, perusahaan besar biasanya lebih kompleks dalam aktivitas operasionalnya dibandingkan perusahaan kecil sehingga besar kemungkinan perusahaan besar untuk melakukan manajemen laba (Putri, 2016). Perusahaan dengan total aset yang besar dapat menunjukan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, hal tersebut membuat manajer kurang termotivasi untuk melakukan *transfer pricing*, karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan (Mayantya, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Putri (2016), didapat bawha ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kiswanto & Purwaningsih (2014), Mayantya (2018), dan Kusumasari, et al (2018) yang menunjukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan dalam penelitian Refgia (2017), Melmusi (2016) dan Dewi (2010) ukuran perusahaan tidak berpengauh terhadap *transfer pricing*.

Adapula mekanisme bonus yang menjadi salah satu faktor dalam melakukan *transfer pricing*. Penelitian Mispiyanti (2015) menyebutkan mekanisme bonus adalah pemberian penghargaan kepada direksi atau manajemen sebagai salah satu strategi yang mempengaruhi pendapatan perusahaan. Sehingga dalam menjalakan tugasnya para direksi atau manajemen cendrung ingin menunjukan kinerja mereka yang baik dalam mengelola perusahaan demi mendapatkan bonus salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*. Dengan adanya *transfer pricing* akan menimbulkan kemungkinan terjadinya kerugian pada salah satu divisi. Mengingat pemberian bonus berdasarkan besarnya laba, maka manajer akan melakukan perencanaan untuk memanipulasi laba agar memaksimalkan penerimaan bonus di tahun mendatang (Santosa & Suzan, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Purwanto & Tumewu (2018), Santosa & Suzan (2018) mengemukakan bahwa mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Hartati, et al (2015) mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Dikarenakan belum tersedianya aturan yang baku, perkara pemeriksaan transaksi *transfer pricing* ini sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak. Sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan transfer pricing (Tiwa, 2017). Peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian kembali mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan terhadap pelaksanaan kegiatan *transfer pricing*. Beberapa faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pajak, *Tunneling incentive*, dan Ukuran Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak, *Tunneling incentive*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2013 – 2017”**.

## **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan di atas bahwa *transfer* *pricing* merupakan salah satu bentuk penghindaran pajak yang terjadi pada perusahaan manufaktur di Indonesia, maka penelitian ini akan mengkaji mengenai faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan perusahaan yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing*, dengan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Apakah Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?
3. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?
5. Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?

## **Batasan masalah**

Dari masalah-masalah yang diidentifikasi maka penulis membatasi permasalahan pada :

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?
2. Apakah *tunneling incenti*ve berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?

## **Batasan Penelitian**

Dikarenakan adanya keterbatasan penelitian yang dimiliki oleh peneliti, maka peneliti membatasi penelitian ini dengan batasan penelitian sebagai berikut :

1. Subjek penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Objek penelitian adalah laporan keuangan *audited* per 31 Desember
3. Periode penelitian tahun 2013 – 2017.
4. Variabel penelitian adalah pajak, *tunneling incentive*, ukuran perusahaan, dan *transfer pricing*.

## **Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan masalah diatas, maka peneliti dapat merumuskan masalah yang akan dibahas, yaitu “Apakah pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap keputusan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017 dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* ?” .

## **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan penelitian diatas, maka tujuan dari dilakukanya penelitian ini adalah :

1. Membuktikan adanya pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*
2. Membuktikan adanya pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*
3. Membuktikan adanya pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*

## **Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak diantaranya :

1. Mahasiswa Jurusan Akuntansi, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan penelitian selanjutnya dan menambah ilmu pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran tentang pajak, *tuneling incentive*, dan ukuran perusahaan yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan.
2. Investor, sebagai gambaran bagaimana pajak, *tunneling incentive,* dan ukuran perusahaan mempengaruhi atau tidak mempengaruhi keputusan *transfer pricing*.
3. Peneliti berikutnya, sebagai bahan referensi peneliti yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik ini.
4. Penulis, sebagai sarana untuk memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan terutama mengenai pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* di Indonesia.
5. Manajemen perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pajak, *tunneling incentive*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan kegiatan *transfer pricing* di Indonesia. Sehingga bisa diharapkan membantu dalam pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika bisnis.