

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ekonomi, perusahaan dan investasi saat ini berkembang pesat, memaksa ekonomi berkembang tanpa batas, dan negara tidak lagi menjadi batasan. Yang penting adalah mempersiapkan diri untuk tantangan baru yang akan muncul. Untuk memperkuat landasan globalnya, perusahaan multinasional mendirikan anak perusahaan, cabang dan perusahaan di berbagai negara dengan tujuan memperkuat aliansi strategis dan meningkatkan pangsa pasar produk mereka di impor dan ekspor negara yang berbeda (Sumarsan 2013).

Hal ini menimbulkan beberapa sengketa di bidang perpajakan, salah satunya adalah *transfer pricing*. Sering ada masalah dengan tarif pajak yang berbeda dari perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional sering menggunakan celah pajak untuk melakukan pengelolaan pajak melalui *transfer pricing*, yaitu dengan memindahkan laba atau pendapatan kepada anak perusahaan yang berada di negara lain dengan tarif pajak yang lebih rendah, sehingga mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan-perusahaan ini memperoleh keuntungan lebih. Negara-negara berkembang termasuk Indonesia mengalami kerugian yang sangat besar, karena perpajakan merupakan salah satu sumber APBN Indonesia (Lubis, 2015). Menurut Mahmudi dan Kusmuriyanto (2014), pajak merupakan sumber pendapatan negara terbesar, dan pajak

menyumbang sekitar 70% dari pendapatan nasional. Sehingga saat ini *transfer pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak.

Arifin (2011) mengatakan cara melakukan *transfer pricing* yang terlihat kasat mata yaitu dengan pembentukan agen. Tindakan tersebut dilakukan dengan cara perusahaan Indonesia sebagai produsen yang menjual produknya langsung ke induk perusahaan di luar negeri, namun dijual melalui agen Singapura atau Hong Kong atau negara yang pajaknya rendah. Agen ini sebenarnya milik perusahaan grup itu sendiri, kemudian harga yang dijual ke agen dipatok serendah mungkin, sehingga pajak yang dibayarkan di dalam negeri rendah, kemudian agen mengemas kembali barang tersebut dan menjualnya kepada induk perusahaan dengan harga tinggi, maka perusahaan induk tentunya akan membayar dengan harga tinggi, sehingga keuntungan yang diperoleh akan lebih rendah dari harga beli, sehingga dalam hal ini keuntungan penjual/produsen rendah, dan keuntungan pembeli juga rendah. Keuntungan tinggi hanya berlaku untuk agen di negara/wilayah dengan pajak rendah.

Sudah banyak kasus *transfer pricing* di dalam dan luar negeri. Misalnya, di Inggris, Starbucks tidak membayar pajak pada 2011 dan telah melaporkan kerugian sejak 2008, dengan penjualan sebesar £112 juta atau sekitar Rp1,7 triliun. Selama beroperasi di Inggris, Starbucks hanya membayar pajak sebesar £6 juta. Sebagian besar keuntungan Starbucks telah ditransfer dari Inggris ke anak perusahaannya di Belanda dalam bentuk royalti (Barford & Vanessa, 2013).

Praktik *transfer pricing* di Indonesia dapat digambarkan dengan contoh manipulasi harga (*transfer pricing*) jual batubara PT Adaro Indonesia yang terjadi akibat pertikaian antara Sukanto Tanoto Group dan Edwin Soerajaya Cs, dari situlah muncul dugaan PT Adaro Indonesia menjual batubara di bawah harga pasar kepada perusahaan afiliasinya di Singapura Coaltrade Services International Pte, Ltd pada 2005 dan 2006. Coaltrade menjual batu bara ke pasar dengan harga pasar untuk menghindari pembayaran royalti dan pajak kepada pemerintah. Ada juga kasus PT Toyota Motor Manufacturing serta banyak kasus lainnya baik yang sudah terungkap ataupun yang belum.

Departemen Pajak (DJP) Kementerian Keuangan menyatakan sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Badan (PPH) Pasal 25 dan Pasal 29 karena kerugian. Perusahaan asing tersebut menggunakan tiga modus utama supaya bisa mangkir dari kewajiban menyetor pajak di Indonesia. Sebanyak 2.000 PMA terdiri dari perusahaan-perusahaan seperti sektor komersial. Ken menegaskan, perusahaan asing tersebut sudah 10 tahun tidak membayar pajak. Praktik penghindaran pajak ini terjadi melalui *transfer pricing* atau melalui transfer laba atau hasil kena pajak dari Indonesia ke negara lain. Ada tiga alasan utama yaitu pertama, perusahaan merupakan anak perusahaan dari induk perusahaan di luar negeri, sehingga mudah terpengaruh dengan prosedur *transfer pricing*. Kedua, ribuan perusahaan multinasional merugi karena banyak dari mereka menerima keringanan pajak. Ketiga, perusahaan biasanya berganti nama, dengan tujuan memulihkan keringanan pajak, dan akhirnya perusahaan dapat menjadi perusahaan kembali.

Saat ini banyak perusahaan multinasional yang melakukan *transfer pricing* dalam rangka menyalahi kewajiban perpajakan. Di sisi lain, sudah banyak negara yang menggolongkan tindakan *transfer pricing* sebagai tindak kejahatan dan sudah diatur secara khusus dalam hukum positif negara tersebut, sedangkan di Indonesia pengaturannya kurang tegas dan masih menjadi “area abu-abu” sehingga sering dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional.

Pemerintah telah melakukan beberapa upaya dalam mengatasi permasalahan penghindaran pajak atau tax avoidance di Indonesia yaitu dengan adanya pasal-pasal yang bertujuan sebagai Peraturan Anti Penghindaran Pajak (*Anti Avoidance Rule* / AAR) dalam peraturan perundang-undangan perpajakan. Namun AAR yang dimiliki Indonesia saat ini belum mampu menyelesaikan masalah transfer pricing. Hal tersebut disebabkan karena ketiadaan ketentuan yang jelas mengenai pengaturan *transfer pricing* beserta sanksinya jika melanggar.

Pengaturan tentang *transfer pricing* di Indonesia secara umum diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Tentang Perubahan Keempat atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1983 Tentang Pajak Penghasilan. Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa. Pada Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) UU PPh menyebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena

Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) dalam PSAK No.7 Tahun 2015, pihak-pihak dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling terkait dengan entitas lainnya juga disebut dengan hubungan istimewa. Transaksi hubungan istimewa ini dapat menyebabkan perbedaan harga transfer dimana harga menjadi tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Kurniawan,2015).

Perbandingan *Transfer Pricing* di Negara India dengan Negara Indonesia Dikutip dari website PwC Global, ketentuan mengenai *transfer pricing* di India ada dalam Pasal 92 sampai Pasal 92F Undang-Undang Pajak Penghasilan India yang diterbitkan pada tahun 1961. Ketentuan tersebut mencakup transaksi internasional antar perusahaan dalam satu grup yang berlaku mulai 01 April 2001. Sementara itu ketentuan mengenai “transaksi domestik tertentu” berlaku mulai 01 April 2012. Sejak diberlakukannya ketentuan tersebut, *transfer pricing* menjadi isu 1091 yang penting bagi perusahaan multinasional di India. Regulasi ini secara umum didasarkan pada *Organisation for Economic Co-operation and*

Development (OECD) Guidelines dan menjelaskan berbagai jenis metode *transfer pricing*, termasuk diantaranya kewajiban melakukan pembukuan tentang *transfer pricing* setiap tahun dan mengenai sanksi tegas atas pelanggaran regulasi.

Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada segelintir pemilik, sehingga menimbulkan konflik representasi antara pemegang saham besar dan pemegang saham kecil (Claessens et al., 2000). Masalah keagenan muncul antara pemegang saham besar dan pemegang saham kecil, karena pemegang saham besar dapat mengontrol manajemen. Keputusan pemegang saham minoritas. Terlepas dari kepentingan lain dari pemegang saham kecil, pemegang saham besar dapat membuat keputusan yang menguntungkan mereka. Faktor konflik lain dalam lembaga ini adalah lemahnya perlindungan hak pemegang saham minoritas, yang mendorong pemegang saham besar untuk mengoperasikan *tunneling* yang tidak kondusif bagi pemegang saham kecil (Claessens et al., 2000).

Terdapat beberapa langkah yang bisa ditempuh *majority shareholder* untuk memperoleh keuntungan pribadi melalui kontrol kebijakan operasi perusahaan seperti deviden, bonus, gaji, dan tunjangan dan langkah untuk mendapat keuntungan pribadi melalui kebijakan kontraktual antara lain dengan *tunneling* (Gilson dan Gordon 2003). Bisa dikatakan bahwa perusahaan akan melakukan hal yang membuat biaya pajak kecil. *Tunneling* adalah tindakan *majority shareholder* yang mengalihkan aset dan profit perusahaan untuk memperoleh manfaat privat, namun bebannya juga ikut ditanggung oleh *minority shareholder*. Kegiatan *tunneling* berhubungan erat dengan kepemilikan saham pada perusahaan tersebut (Mutamimah, 2009).

Di samping motivasi untuk menurunkan pajak, mekanisme bonus juga mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing*. Menurut Purwanti (2010), tantiem/bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus ini akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan praktek *transfer pricing*. Keinginan manajer perusahaan untuk mendapatkan bonus menjadi salah satu faktor pendorong dalam melakukan *transfer pricing*.

Menurut Suryatiningsih et al., 2009 dalam Winda Hartati et al., 2015, mekanisme bonus merupakan bagian dari perhitungan jumlah bonus yang dibayarkan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham kepada anggota dewan melalui RUPS kepada direksi yang dianggap bersedia menjalankan tugasnya dengan baik.

Irpan (2011), juga mengemukakan bahwa mekanisme bonus adalah metode pemberian kompensasi di luar gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja dari direksi bersangkutan. Apabila remunerasi direksi didasarkan atas besarnya laba, logis bila direksi memaksimalkan penerimaan remunerasinya tersebut dengan melakukan manipulasi laba.

Horngren (2008:428), menyebutkan bahwa kompensasi bonus diukur berdasarkan pencapaian team dan sebagai team perusahaan haruslah bersedia untuk dapat saling bekerja sama. Jadi profit perusahaan secara keseluruhan menjadi landasan atas pemberian bonus bukan berdasarkan laba divisi.

Purwanti (2008:434) menegaskan bahwa skema bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling populer dalam memberikan penghargaan kepada eksekutif perusahaan, maka adalah logis bila manajer yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba untuk memaksimalkan remunerasinya serta hal tersebut menyangkut pula kesejahteraan para eksekutif di internal perusahaan. Ada dua jenis dasar rencana kompensasi untuk memberikan *reward* pada kinerja manajer yang diukur oleh angka-angka akuntansi, yaitu rencana bonus dan rencana kinerja. Pemisahan kinerja merupakan faktor yang memotivasi rencana kompensasi berbasis laba akuntansi.

Perencanaan bonus memberikan insentif pada manajer untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Indeks kinerja dalam kalkulasi bonus harus dikorelasi dengan efek tindakan manajer terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, semakin besar korelasi antara laba dan efek tindakan manajer tertentu terhadap nilai perusahaan, semakin cenderung rencana bonus berbasis laba digunakan untuk memberikan *reward* pada manajer (Gayatrie, 2014:204).

Menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25%, karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendalian perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang. Jika manajemen melakukan pengelolaan laba secara oportunistik, maka informasi laba tersebut dapat menyebabkan pengambilan keputusan investasi yang salah bagi investor (Kane dkk., 2005 dalam Wafiroh dan Hapsari, 2015:161).

Berdasarkan latar belakang tersebut, hal ini memotivasi peneliti untuk meneliti dan menguji kembali analisis pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* yang akan menggunakan perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019 sebagai sampel penelitian. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah besar kecilnya Beban Pajak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer pricing*?
2. Apakah ada pemegang saham pengendali (*Tunneling Incentive*) yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer pricing*?
3. Apakah Mekanisme Pemberian Bonus pada manajemen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer pricing*?
4. Apakah Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus, berpengaruh secara simultan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer pricing*?

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini memiliki keterbatasan tertentu yaitu penelitian terhadap perusahaan multinasional pada industri manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017-2019. Pemilihan perusahaan multinasional karena manipulasi *transfer pricing* kemungkinan besar akan dilakukan oleh perusahaan yang berstatus multinasional.

Dalam penelitian ini beban pajak, *tunneling Incentive*, dan mekanisme bonus digunakan sebagai variabel X. *Transfer pricing* digunakan sebagai variabel Y.

Penelitian ini menggunakan beberapa proxy, diantaranya beban pajak menggunakan *Effective Tax Rate*, *tunneling incentive* menggunakan jumlah persentase kepemilikan tertinggi dari total modal saham yang telah beredar, mekanisme bonus menggunakan Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) dan *transfer pricing* menggunakan presentase piutang berelasi yang terdapat dalam perusahaan dari keseluruhan piutang yang ada.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas. maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Beban Pajak berpengaruh terhadap *Transfer pricing*?
2. Apakah *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap *Transfer pricing*?
3. Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *Transfer pricing*?
4. Apakah Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus, berpengaruh secara simultan terhadap *Transfer pricing*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh beban pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *Transfer pricing*.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan sebagai berikut:

1. Peneliti

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan pandangan dan wawasan tentang penerapan *transfer pricing*, serta memberikan wawasan tentang evolusi (perkembangan yang secara berangsur-angsur meningkat) penelitian akuntansi dan perpajakan dengan menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional dan latar belakang dilakukannya transaksi tersebut oleh perusahaan multinasional.

2. Pemerintah

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat membantu menyempurnakan peraturan perundang-undangan mengenai kegiatan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional dan memberikan informasi mengenai dampak analisis laporan keuangan, manajemen investor/kreditur, dan manajemen pajak terhadap perpajakan perusahaan, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus mempengaruhi perusahaan dalam pengambilan

keputusan dalam penerapan *transfer pricing* untuk mengurangi kecurangan pajak oleh perusahaan afiliasi.

3. Pengguna Informasi Laporan Keuangan

Penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pengguna laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan multinasional, sehingga dapat lebih berhati-hati dan komprehensif dalam menganalisis kasus-kasus *fraud* yang dilakukan direksi untuk kepentingan mereka sendiri. Selain itu, pemegang saham minoritas harus lebih hati-hati dalam mengikuti keputusan pemegang saham mayoritas karena dapat merugikan kepentingan pemegang saham minoritas.

5. Masyarakat

Agar masyarakat memahami isi dan cara transaksi *transfer pricing* dalam proses bisnis perusahaan manufaktur, khususnya perusahaan multinasional