

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Harga transfer atau *Transfer Pricing* adalah harga yang dipakai dalam transaksi antar divisi untuk memperhitungkan pembelian oleh departemen pembelian dan penjualan oleh departemen penjualan (Cahyadi et al, 2018). Biasanya, dua atau lebih perusahaan terlibat dalam transaksi yang melibatkan *Transfer Pricing*. Kebijakan penetapan *Transfer Pricing* perusahaan digunakan untuk mengetahui berapa biaya transaksi antara pihak-pihak yang berelasi. *Transfer pricing* juga merupakan nama lain dari kebijakan perusahaan untuk menetapkan harga transfer suatu transaksi, baik yang menyangkut penjualan produk, jasa, intangible, maupun transaksi keuangan.

Untuk menilai dan mengukur tingkat kinerja perusahaan, penetapan *Transfer Pricing* sangat penting dilakukan. Penetapan harga transfer memungkinkan banyak departemen dan departemen bawahan dari suatu perusahaan untuk bertukar informasi keuangan tentang produk dan layanan. Selain itu, penetapan harga transfer dapat digunakan untuk menilai kinerja departemen dan menstimulasi manajer penjualan dan pembelian untuk membuat pertimbangan yang sejalan dengan tujuan bisnis mereka secara keseluruhan.

*Transfer pricing* terjadi karena ekspansi dan pertumbuhan dinamis ekonomi global dan perkembangan teknologi informasi yang konstan, karena itu perusahaan

dapat keuntungan yang lebih tinggi dari memperluas atau mengembangkan bisnis, menjual, memperoleh bahan baku, dan lain-lain di negara-negara yang dianggap berpotensi menguntungkan. Oleh karena itu, bisnis atau perusahaan sangat berpotensi untuk berkembang di berbagai negara. Kebebasan ini memungkinkan perusahaan di satu negara untuk diubah menjadi perusahaan multinasional, yang kegiatannya terkonsentrasi di banyak negara, bukan hanya satu. Transaksi antar perusahaan meliputi penjualan produk dan jasa, hak lisensi, dan peminjaman uang telah menjadi lebih umum seiring dengan berkembangnya organisasi internasional. Produk setengah jadi, seperti yang dikirimkan oleh departemen penjualan ke departemen pembelian, biasanya diberi harga menggunakan *Transfer Pricing*.

Berbagai faktor fundamental diperhitungkan oleh perusahaan ketika menentukan *Transfer Pricing*. Berdasarkan *The Political Cost Hypothesis*, Watts (dalam Fadhillah, 2018) menyatakan pajak bersifat wajib yang membuat perusahaan merasa tertekan karena harus membayar pajak berulang kali. Untuk mengurangi penghasilan kena pajak, perusahaan sering menggunakan metode *transfer pricing*. Di banyak negara, praktik *transfer pricing* merupakan masalah tersendiri yang perlu segera dihindari untuk melindungi dana negara. Variabel keuangan, seperti Pajak dan *Exchange Rate*, mendorong perusahaan untuk menerapkan praktik penetapan *Transfer Pricing*. Adapun faktor non keuangan seperti, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan.

Menurut Undang-Undang Nomor 16 Tahun 2009, Pajak merupakan iuran wajib kepada Negara oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapat timbal balik secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dari sudut pandang pajak, semuanya bermuara pada hubungan khusus antara pihak terkait yang terlibat atau hubungan istimewa. Ketika satu perusahaan memiliki saham di perusahaan lain, itu disebut hubungan khusus, dan itu ada karena hubungan kedua pihak tidak seperti yang lain. Undang-undang mengizinkan otoritas pajak untuk mengubah *Transfer Pricing* antara pihak-pihak yang terhubung. Penetapan harga transfer membantu perusahaan menghemat pajak. Perusahaan mungkin mencoba untuk menghindari membayar pajak yang tinggi. *Transfer pricing* adalah pengalihan kewajiban pajak perusahaan dari negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah.

Perusahaan multinasional menggunakan harga transfer untuk menghindari pajak, menurut Refgia (2017). Akibatnya, beberapa pemerintah kehilangan pendapatan pajak. Untuk menerapkan *Transfer Pricing*, Perusahaan dalam industri yang sama meningkatkan harga beli atau jual mereka. Penghasilan tersebut kemudian dikirim ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Transfer pricing diperlukan untuk transaksi yang melibatkan barang, jasa, aset tidak berwujud atau uang. Tarif pajak yang lebih tinggi mendorong bisnis untuk memindahkan keuntungan ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Perusahaan multinasional menggunakan

penetapan harga transfer karena tidak ada standar peraturan yang terkait dengan aturan penetapan harga transfer. Oleh karena itu, wajib pajak selalu memenangkan persidangan di pengadilan.

Kasus *transfer pricing* di perusahaan sering terjadi, seperti kasus Starbucks di Inggris. Dilansir dari [Reuters.com](http://Reuters.com), investigasi yang dilakukan mengungkap skandal pajak Starbucks di Inggris. Dengan otoritas pajak Inggris, Starbucks menyatakan kerugian pada 2008 hingga 2010. Pada 2008, Starbucks mengatakan telah kehilangan hingga 26 juta pound. Pada 2009, kehilangan 52 juta pound, dan pada 2010, kehilangan 34 juta pound lagi. Selama tiga tahun, Starbucks kehilangan 112 juta pound, yang setara dengan Rp. 1,7 triliun.

Pernyataan rugi ternyata hanya taktik Starbucks. Investor Starbucks di Amerika Serikat serta analis pasar saham yang di survei Reuters mengungkap bahwa operasi Starbucks di Inggris menguntungkan. Starbucks mengumumkan kepada investornya bahwa telah menghasilkan penjualan hingga Rp 1,2 miliar pound selama tiga tahun (2008-2010). Ini sebanding dengan Rp 18 triliun. Dalam hal ini, penetapan *Transfer Pricing* untuk Starbucks dicapai melalui taktik Offshore licensing. Tampaknya waralaba Starbucks yang berlokasi di Inggris Raya tidak memiliki hak kekayaan intelektual yang terkait dengan desain resep atau logo Starbucks. Sebuah perusahaan Belanda yang dikenal sebagai Starbucks Coffee EMEA BV adalah pemilik hak kekayaan intelektual saat ini. Akibatnya, Starbucks UK mengirimkan sebagian dari pendapatan tahunannya ke Starbucks Belanda dalam bentuk biaya lisensi. Pendapatan

yang diterima Starbucks Coffee EMEA BV dari Inggris dikategorikan sebagai royalti, yang merupakan bentuk pendapatan yang dikenakan pajak sangat kecil sesuai dengan undang-undang pajak Belanda.

Kasus Starbucks memberikan bukti ada perusahaan yang mencoba melakukan *transfer pricing* dengan memanipulasi harga jual untuk penghasilan kena pajak dan royalti yang dibayar lebih kecil dari yang seharusnya. Meskipun perusahaan membayar pajak, melihatnya sebagai beban yang akan memotong keuntungan. Laba bersih perusahaan, yang ada di laporan laba rugi, digunakan untuk mengetahui berapa pajak perusahaan yang harus dibebankan. Jika menghasilkan lebih banyak keuntungan, maka harus membayar lebih banyak pajak, dan sebaliknya. Semakin sedikit uang yang dihasilkan, semakin sedikit pajak yang harus dibayar.

Penelitian tentang bagaimana Pajak mempengaruhi *Transfer Pricing* telah dilakukan. Dalam penelitiannya, Cahyadi et al (2018) menemukan penerapan *Transfer Pricing* dipengaruhi secara positif oleh pajak. *Transfer pricing*, praktik melakukan transaksi dengan perusahaan asosiasi di luar batas negara untuk menurunkan pendapatan serta kewajiban pajak adalah salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Seperti Yulia et al (2019) menemukan dalam penelitiannya, bahwa pajak memiliki dampak yang menguntungkan, mengarahkan manajemen untuk mengambil tindakan yang lebih agresif dalam menerapkan *Transfer Pricing*. Namun, pajak berdampak negatif terhadap praktik *transfer pricing*

dikarenakan undang-undang perpajakan di Indonesia cukup menyeluruh untuk membatasi teknik *transfer pricing*, menurut penelitian Nofryanti et al (2019).

*Transfer Pricing* didorong bersama dengan *Exchange Rate*. Karena arus kas *multicurrency* perusahaan multinasional, *Exchange Rate* terkait erat dengan perdagangan nasional karena nilai setiap mata uang dibandingkan dengan dolar bervariasi (berfluktuasi). Barang dan jasa perusahaan akan terpengaruh oleh fluktuasi *Exchange Rate*, sehingga manajemen harus memilih harga transfer agar kas yang tersedia dapat digunakan untuk transaksi (Ayshinta dkk, 2019). *Exchange Rate* tidak mempengaruhi harga transfer, menurut Prananda et al (2020). Berlawanan dengan Ayshinta dkk, yang mengungkapkan *Exchange Rate* berpengaruh positif terhadap harga transfer.

Alasan lain yang memengaruhi prosedur penetapan harga transfer, adalah Kepemilikan Asing. Orang atau perusahaan asing yang memiliki saham di sebuah perusahaan, disebut kepemilikan asing (Refgia, 2017). Dengan pengecualian Eropa dan Amerika Serikat, sebagian besar bisnis di Asia dimiliki oleh sekelompok kecil orang. Istilah pemegang saham pengendali yaitu pemegang saham yang memiliki persentase besar dari hak suara perusahaan. Seiring dengan meningkatnya persentase perusahaan yang dimiliki oleh investor non-domestik, demikian juga pengaruh terhadap keputusan bisnis utama, seperti harga dan frekuensi transaksi *transfer pricing*. *Transfer Pricing* mungkin dipengaruhi oleh jumlah kepemilikan asing, yang sangat mungkin terjadi. Penelitian Kusumasari et al (2017) telah menunjukkan bahwa

kepemilikan asing perusahaan adalah hal yang baik dalam keputusannya untuk menggunakan *transfer pricing*. Semakin banyak orang asing yang memiliki saham perusahaan, *transfer pricing* kemungkinan akan digunakan. Tiwa dkk (2017) berpendapat bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap penerapan *transfer pricing*.

*Transfer Pricing* juga dipengaruhi ukuran perusahaan, yang merupakan aspek lain. Menurut Stephanie et al (2017), ukuran perusahaan dilihat dari skalanya. Besar kecilnya suatu perusahaan diukur dari besar kecilnya aset perusahaan tersebut. Perusahaan besar biasanya lebih banyak berkegiatan dari perusahaan kecil. Karena perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak dan insentif pemotongan pajak karyawan. Praktik *Transfer Pricing* secara signifikan dan positif dipengaruhi oleh ukuran perusahaan, menurut penelitian oleh Nazhahah et al (2019). Berlawanan dengan Kusumasari dkk (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap penerapan *Transfer pricing*.

Beralaskan fenomena diatas, penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *transfer pricing* karena hal-hal yang telah dikemukakan mengenai hal tersebut dan hasil penelitian lainnya dengan judul “**Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Penerapan Transfer Pricing, Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020**”.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Besarnya tarif pajak yang harus dibayar mempengaruhi perusahaan dalam meminimalkan besarnya pajak
2. Fluktuasi Kurs berefek pada penerapan *transfer pricing*
3. *Exchange Rate* diketahui memiliki pengaruh pada *Transfer Pricing*
4. Apakah kepemilikan asing yang memiliki saham lebih besar dapat mempengaruhi penentuan berbagai keputusan di perusahaan?
5. Apakah dengan semakin besarnya perusahaan akan semakin besar kesempatan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
6. Apakah ukuran atau aset perusahaan dapat mempengaruhi penerapan *transfer pricing* ?

## 1.3. Batasan Masalah

Keterbatasan adalah ruang lingkup pertanyaan penelitian yang terfokus dan tidak luas, sehingga peneliti membatasi penelitiannya hanya pada masalah pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang melaporkan laporan keuangan lengkap dan telah diaudit di Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020.

#### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah diuraikan di atas pada bagian latar belakang, maka penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
2. Apakah *exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
3. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing* ?
5. Apakah pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap penerapan *transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2018-2020?

#### 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut sesuai dengan masalah di atas:

1. Untuk mengetahui pengaruh pajak terhadap penerapan *transfer pricing*
2. Untuk mengetahui pengaruh *exchange rate* terhadap penerapan *transfer pricing*
3. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan asing terhadap penerapan *transfer pricing*
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap penerapan *transfer pricing*

5. Untuk mengetahui pengaruh pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan, secara simultan terhadap penerapan *transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat bagi Peneliti

Diharapkan melalui penelitian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai *transfer pricing* bagi peneliti sebagai hasil dari penelitian ini.

2. Manfaat Akademik

Diharapkan hasil penelitian yang mempengaruhi *transfer pricing*, dapat dijadikan sebagai referensi penelitian dan menambah literatur yang ada.

Selanjutnya, diharapkan pada penelitian selanjutnya, peneliti lain akan menambahkan berbagai variabel tambahan yang diperkirakan mempengaruhi *transfer pricing*.

3. Manfaat Praktis

Harapan peneliti, hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang dapat membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan terkait dengan *transfer pricing*.