

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi saat ini mempengaruhi perkembangan dunia usaha menjadi lebih luas. Perdagangan antar Negara di dunia menjadi kekuatan pasar yang terintegrasi tanpa ada hambatan batas teritorial Negara. Kemajuan yang sangat pesat dalam teknologi, transportasi, dan komunikasi memberikan kebebasan bagi perusahaan dari penjuru dunia untuk memperluas atau mengembangkan aktivitas bisnisnya di berbagai Negara yang dinilai memiliki potensi keuntungan yang lebih menjanjikan untuk aktivitas penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa dan lain sebagainya yang terjadi antar divisi perusahaan dalam satu grup kepemilikan. Namun, perbedaan regulasi serta perekonomian antar negara dan keadaan pasar internasional yang berubah-ubah menuntut perusahaan agar dapat beradaptasi dengan faktor-faktor tersebut. Salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan multinasional adalah dengan menerapkan *transfer pricing* atas sumber daya, jasa dan teknologi yang ditransfer antar perusahaan dalam skala multinasional (Suandy, 2016).

Transfer pricing merupakan suatu cara yang digunakan perusahaan multinasional dengan membagi unit usahanya kedalam divisi-divisi atau departemen-departemen dalam rangka mengawasi dan mengevaluasi kinerja atas kegiatan usahanya (Tiwa et al. 2017). *Transfer pricing* dimaksudkan untuk mengendalikan mekanisme arus sumber daya antar divisi perusahaan sebagai jalan keluar untuk penyesuaian keadaan lingkungan perekonomian internasional.

Bagi perusahaan multinasional, perusahaan berskala global (*multinational corporation*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Suandy, 2016).

Menurut Januari (2021), ada 3 tujuan *transfer pricing* yaitu dari 1) sisi hukum perseroan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan sinergi antara perusahaan dan pemegang saham, 2) sisi akuntansi manajerial sebagai alat untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh unit satu ke unit lainnya dalam perusahaan yang sama, 3) sisi perpajakan sebagai kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. *Transfer pricing* akan menjadi hal yang tidak baik jika dilakukan sebagai pengalihan atas penghasilan kena pajak dari suatu perusahaan ke perusahaan lain dalam grup yang sama di negara yang bertarif pajak lebih rendah yang tujuannya untuk mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan multinasional tersebut.

Namun pada prakteknya, *transfer pricing* juga sering dikaitkan dengan suatu rekayasa harga secara sistematis yang ditujukan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak atau bea dari suatu negara. Hal tersebut terjadi dikarenakan transaksi antar divisi ini menggunakan harga jual khusus yang biasanya ditetapkan oleh perusahaan untuk produk-produk yang merupakan barang-barang atau jasa-jasa yang dipasok oleh divisi penjual kepada divisi pembeli yaitu dengan cara mempertinggi harga beli dan memperendah harga jual antar perusahaan dalam satu grup. Dengan adanya praktek *transfer*

pricing, perusahaan akan melaporkan rugi sehingga tidak perlu membayar pajak (Januari, 2021). Menurut Mclean (2021) menyatakan bahwa, *transfer pricing* adalah upaya perusahaan multinasional untuk mengurangi pajak penghasilan dengan cara pengalokasian laba dari perusahaan ke anak perusahaan yang memiliki beban pajak yang lebih rendah.

Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* berpotensi mengurangi penerimaan pajak negara, karena perusahaan multinational cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara yang memiliki tarif pajak lebih tinggi (*high tax countries*) ke negara yang menerapkan tarif pajak lebih rendah (*low tax countries*). Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk didalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*).

Transfer pricing telah menjadi perhatian utama bagi pihak berwenang pajak di berbagai negara, sehingga semakin banyaknya negara yang mengeluarkan aturan tentang *transfer pricing*. Hasil penelitian terbaru menunjukkan bahwa lebih dari 80% perusahaan multinasional menganggap *transfer pricing* sebagai isu yang sangat penting (Saifudin. Putri, 2018). Laporan yang mencakup wilayah yurisdiksi, yang dikeluarkan oleh *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD), mencatat bahwa jumlah kasus ataupun sengketa *transfer pricing* telah mengalami kenaikan sebesar 20%. Angka ini lebih besar daripada persentase sengketa yang lain dengan berkisar sekitar 10% (Bisnis.com, 2019).

Adapun beberapa kasus besar *transfer pricing* Internasional dan di Indonesia telah dirangkum oleh peneliti dibawah ini:

Tabel 1.1
Kasus *Transfer Pricing* di Luar Negeri

No	Perusahaan	Kasus
1	Starbucks Inggris	Meskipun berhasil mencetak penjualan sebesar £398 juta di tahun 2011, Starbucks Inggris tidak membayar pajak korporasinya. Kemudian perusahaan tersebut mengaku mengalami kerugian semenjak tahun 2008 dan menderita total kerugian sebesar £112 juta ataupun sekitar Rp1,7 triliun. Tetapi, Starbucks menyatakan pada laporan bagi para investor di Amerika Serikat bahwa perusahaannya mendapatkan laba besar di Inggris, bahkan penjualan selama 3 tahun (2008-2010) mencapai £1,2 miliar atau sekitar Rp18 triliun. Sebagai akibat dari kerugian yang dialami, Starbucks Inggris tidak melaksanakan kewajibannya dalam membayarkan pajak korporasinya. Selama 14 tahun beroperasi di Inggris, perusahaan tersebut cuma melakukan pembayaran pajak sebesar £8,6 juta.
2	Google Inggris	Pada tahun 2011, meskipun berhasil mencatat pendapatan sebesar £398 juta, akan tetapi Google cuma melakukan pembayaran pajak korporasinya sebesar £6 juta.
3	Amazon Inggris	Pada tahun 2011 perusahaan Amazon Inggris telah melakukan pencatatan atas penjualan sebesar £3,35 miliar di Inggris. Namun, Amazon Inggris cuma melakukan pembayaran pajaknya sebesar £1,5 juta.

(<https://fiskal.kemenkeu.go.id,2014>)

Selain kasus di luar negeri, di Indonesia ditemukan juga kasus besar *transfer pricing* yakni kasus dari sektor pertambangan yaitu PT. Adaro Energy

Tbk. Perusahaan sektor tambang tersebut melakukan penghindaran pajak melalui anak perusahaannya Coaltrade Services Internasional yang berlokasi di Singapura.

Menurut laporan dari Global Witness dengan judul "*Taxing Times for Adaro*" yang dipublikasikan di tanggal 4 Juli 2019, PT. Adaro disebut telah memindahkan laba dari penambangan batubara di Indonesia. Kondisi tersebut bertujuan agar

menghindari pajak di Indonesia. Berdasarkan laporan itu menunjukkan bahwa sejak antara tahun 2009 hingga 2017, perseroan menggunakan anak perusahaannya di Singapura, yakni Coaltrade Services Internasional untuk membayar hanya USD 125 juta, yang lebih kecil dibandingkan yang sewajibnya dibayarkan di Indonesia (Merdeka.com, 2019).

Beberapa faktor yang diduga dapat menjadi pemicu terjadinya praktik *transfer pricing*, diantaranya yaitu pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas, serta kepemilikan asing. Salah satu motivasi perusahaan dalam melaksanakan praktik *transfer pricing* yaitu guna mengurangi beban pajak. Apabila pajak yang dikenakan besar, maka perusahaan cenderung mencari cara untuk menghindarinya dengan memanfaatkan praktik *transfer pricing*.

Defenisi pajak berdasarkan UU No 16 Tahun 2009 terkait Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, Pajak merupakan kewajiban yang diatur oleh Undang-Undang yang harus dipenuhi oleh individu atau perusahaan sebagai kontribusi kepada negara, tanpa imbalan langsung, serta dimanfaatkan guna membiayai kebutuhan negara yang bermanfaat bagi masyarakat. Perusahaan cenderung melakukan praktik *transfer pricing* karena berharap dapat membayar pajak yang lebih rendah dengan mengalihkan profitnya ke perusahaan grup di negara lain yang menerapkan tarif pajak yang lebih kecil daripada di Indonesia. Keputusan dalam melaksanakan *transfer pricing* dapat berdampak pada pengurangan pembayaran pajak (Stephanie et al, 2017). Perusahaan memanfaatkan praktik *transfer pricing* sebagai strategi perencanaan pajak (*tax planning*) yang bertujuan guna mengurangi jumlah pajak yang wajib dibayarkan dengan cara merekayasa

harga produk atau jasa antar perusahaan yang mempunyai hubungan khusus. Semakin besarnya jumlah pajak yang harus dibayar, semakin mendorong perusahaan untuk melaksanakan tindakan *transfer pricing* guna mengurangi biaya pajak tersebut.

Meskipun telah dilakukan beberapa penelitian oleh peneliti terdahulu, akan tetapi masih ada perbedaan hasil yang signifikan antara satu penelitian dengan penelitian lainnya. Hasil akhir penelitian yang dilaksanakan oleh Darma (2020), Depari et al. (2020), Zalviana et al. (2021), Prabaningrum et al. (2021), Marfuah et al. (2021) mengemukakan bahwa keputusan untuk menetapkan *transfer pricing* dipengaruhi oleh pajak. Ini dapat diformulasikan ulang sebagai "Pajak mempengaruhi keputusan dalam menetapkan *transfer pricing*". Sebaliknya penelitian lainnya yang dilakukan oleh Saputra et al. (2020), Arifin et al. (2020), Mineri & Paramitha (2021), Yusuf & Aziz (2021) menyatakan bahwa pajak tidak mempengaruhi penetapan *transfer pricing*.

Selain pengaruh dari pajak, keputusan untuk melaksanakan praktik *transfer pricing* juga disebabkan pengaruh dari ukuran perusahaan. Umumnya, ukuran adalah rasio dari suatu objek, artinya ukuran dari suatu perusahaan dapat dibandingkan berdasarkan total aset dan total pendapatan perusahaan. Jika perusahaan dengan skala besar dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran kecil, maka dapat dilihat dari segi laba perusahaan. Perusahaan skala besar akan cenderung mengatur laba mereka karena terlihat mempunyai sistem manajemen yang kompleks serta keuntungan yang lebih besar. Sehingga mengakibatkan, kewajiban pajak perusahaan terus bertambah. Maka, manajer di perusahaan

cenderung menggunakan *transfer pricing* sebagai strategi untuk mengurangi pajak perusahaan.

Berbagai penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti masih terdapat ketidaksesuaian pada hasil yang diperoleh terkait ukuran dari suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi penetapan *transfer pricing*. Hasil akhir penelitian yang dilaksanakan oleh Arifin et al. (2020), Zalviana et al. (2021), Yusuf & Aziz (2021) mengemukakan bahwasanya ukuran dari suatu perusahaan mempengaruhi keputusan melaksanakan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan oleh Prabaningrum et al. (2021) menunjukkan ukuran dari suatu perusahaan tidak mempengaruhi penetapan *transfer pricing*.

Keputusan *transfer pricing* juga disebabkan pengaruh dari profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kinerja ataupun prestasi suatu perusahaan untuk menghasilkan keuntungan untuk durasi periode tertentu dengan mempertimbangkan tingkat penjualan, asset, serta modal saham tertentu (Anisyah, 2018). Profitabilitas mencerminkan kapabilitas perusahaan untuk memaksimalkan penggunaan modalnya dalam menghasilkan keuntungan. Namun, tingkat profitabilitas yang tinggi dapat berpengaruh terhadap pembayaran pajak yang tinggi. Oleh karena itu, pelaku ekonomi diduga dapat mengadopsi kebijakan *transfer pricing* dengan anak perusahaan pada negara-negara dengan tarif pajak yang rendah untuk meminimalisir biaya pajak perusahaan.

Penelitian yang telah dilaksanakan oleh Zalviana et al. (2021), Mineri & Paramitha (2021), Fazwa & Islahuddin (2022) menunjukkan bahwasanya profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing*. Selain itu penelitian

yang dilaksanakan oleh Arifin et al. (2020) membuktikan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh pada *transfer pricing*.

Faktor lainnya yang memiliki pengaruh terhadap perusahaan multinasional untuk melaksanakan praktik *transfer pricing* yakni kepemilikan asing. Pada Pasal 1 ayat 8 UU Nomor 25 Tahun 2007 menyatakan bahwasanya modal yang dimiliki oleh pihak-pihak asing, baik itu individu maupun perusahaan asing, disebut sebagai modal asing. Hal ini termasuk badan hukum asing atau bahkan badan hukum Indonesia yang kepemilikannya sebagian atau seluruhnya dimiliki oleh pihak asing. Mengacu dari pasal tersebut sehingga bisa ditarik kesimpulan bahwa kepemilikan asing adalah kepemilikan saham yang dipunyai oleh pihak individu, perusahaan, dan pemerintah dengan status luar negeri. Saat ini banyak perusahaan di Asia yang salah satunya Indonesia memiliki struktur kepemilikannya terkonsentrasi. Perusahaan yang kepemilikannya terkonsentrasi, pemegang saham pengendali mempunyai jumlah saham yang cenderung lebih banyak jika dibandingkan dengan investor yang lainnya, dan investor pengendali mempunyai kontrol yang lebih besar terhadap perusahaan, seperti misalnya akses informasi, manajemen, serta pengawasan aktivitas bisnis perusahaan (Indrasti, 2016).

Menurut PSAK Nomor 15, sebuah perusahaan dianggap memiliki kendali atas suatu perusahaan ketika mereka dengan cara langsung ataupun tidak langsung memegang 20% atau lebih saham dari perusahaan tersebut. Dalam hal ini, perusahaan tersebut dianggap sebagai pemegang saham pengendali. Secara umum, pemegang saham pengendali dapat dikendalikan oleh orang pribadi, pemerintah, atau entitas asing. Oleh karena itu, semakin besarnya kepemilikan

saham asing, sehingga kendali atas pengelolaan perusahaan akan semakin besar. Tentu saja, investor mendapat untung dari kepemilikan mereka atas korporasi yaitu dengan menyalahgunakannya untuk keuntungan mereka sendiri. Dengan praktik *transfer pricing*, yang merupakan transaksi yang dilaksanakan oleh korporasi dengan pihak asing, jelas investor asing mempunyai kontrol terhadap taktik ini, yang dikenal sebagai ekspropriasi, digunakan dalam melakukan penjualan komoditas dari perusahaan yang dikontrol ke perusahaan milik pribadi dengan biaya lebih rendah dari harga pasar.

Penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Saputra et al. (2020) sudah membuktikan bahwasanya kepemilikan asing mempengaruhi *transfer pricing*. Disisi lain penelitian yang dilaksanakan oleh Prabaningrum et al. (2021), Marfuah et al. (2021), Yusuf & Aziz (2021), Depari (2020) membuktikan bahwa kepemilikan asing tidak mempengaruhi sebuah keputusan perusahaan untuk melaksanakan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan sebuah replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh (Yusuf & Aziz, 2021) dimana penelitian ini memfokuskan pada pengaruh pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Namun, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu, yang diantaranya:

1. Penelitian ini menambahkan variabel independent baru, yaitu profitabilitas, karena dianggap bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan akan melaksanakan *transfer pricing*.

2. Selain itu, perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu penggunaan data yang berbeda. Penelitian terdahulu menggunakan data perusahaan dari tahun 2016-2018, sementara penelitian ini memanfaatkan data dari tahun 2020-2022.

Peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang pengaruh pajak, profitabilitas, kepemilikan asing, dan satu variabel tambahan yakni profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI pada tahun 2020-2022. Hal ini dilakukan karena terdapat perbedaan hasil penelitian sebelumnya yang ingin diteliti lebih mendalam. Sesuai dengan uraian di atas dengan demikian penulis tertarik dalam melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2020-2022”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan pemaparan pada latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, sehingga yang menjadi identifikasi masalah pokok pada penelitian ini yaitu:

1. Banyak perusahaan multinasional berupaya untuk memperkecil pembayaran pajak dengan memanfaatkan perbedaan tarif pajak antar negara melalui praktik *transfer pricing*.
2. Apakah profitabilitas perusahaan yang tinggi memiliki kecenderungan bagi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah kepemilikan saham oleh pihak asing memiliki kecenderungan untuk melakukan praktik *transfer pricing*?

4. Apakah *transfer pricing* lebih banyak dipraktikkan oleh perusahaan-perusahaan manufaktur?
5. Bagaimana konsistensi faktor-faktor pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian lebih terfokus, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada isu-isu yang berkaitan dengan pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2020-2022, dan perusahaan telah melaporkan laporan keuangan yang sudah diaudit.

1.4 Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang dan identifikasi masalah tersebut, sehingga yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022?
4. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022?

5. Apakah pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, adapun tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan asing terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2020-2022.

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan setiap kajian bisa berguna kepada seluruh pihak yang membacanya ataupun yang berkaitan langsung dengan pemanfaatan penelitian ini:

1 Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan untuk mampu meningkatkan wawasan dan pengetahuan pada dunia pendidikan terkhusus dibidang akuntansi mengenai *transfer pricing* dalam lingkup perusahaan multinasional, serta bermanfaat juga sebagai referensi dalam melakukan kajian serta melakukan penelitian kembali melalui pengembangan teori kepada mahasiswa.

2 Bagi Perusahaan

Perusahaan-perusahaan di Indonesia dapat menyadari bahwa praktik *transfer pricing* yang berlebihan dapat dianggap sebagai kecurangan yang dapat merugikan negara, oleh sebab itu perusahaan tidak bisa mengecilkan pajaknya dengan cara meminimalisasi pembayaran pajak, tetapi kemungkinan perusahaan bisa mengecilkan pajak dengan cara menerapkan manajemen pajak.

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 berhati-hati dalam mengikuti

keputusan pemegang saham mayoritas karena dapat merugikan kepentingan pemegang saham minoritas.

4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur bidang perpajakan khususnya *transfer pricing* yang terjadi di perusahaan manufaktur yang ada di Indonesia. Peneliti selanjutnya dapat mengidentifikasi variabel-variabel yang mungkin serta tidak bisa memberikan pengaruh terhadap *transfer pricing*, dengan demikian peneliti berikutnya mampu mencari ataupun melakukan penelitian lebih banyak variabel lainnya yang mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing*.

THE
Character Building
UNIVERSITY