

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia bisnis telah lebih berkembang dalam beberapa tahun terakhir. Transaksi di seluruh dunia telah berubah menjadi pengaruh pasar yang tidak mengenal batas. Kemajuan pesat dalam inovasi, transportasi, dan komunikasi memberikan kesempatan kepada perusahaan yang bertujuan agar dapat meningkatkan penghasilan laba perusahaan di seluruh penjuru negara, untuk kegiatan penjualan, membeli barang mentah, menawarkan jenis-jenis jasa, dll dalam satu kelompok kepemilikan. Bagaimanapun, perbedaan peraturan dan ekonomi di antara negara-negara multinasional yang berubah mengharuskan perusahaan untuk menyesuaikan diri dengan faktor-faktor ini. Salah satunya adalah isu berbagai tarif pajak yang berlaku di setiap negara.

Perbedaan dalam tarif pajak ini membuat perusahaan di seluruh dunia memutuskan melakukan *transfer pricing*. Penggunaan *transfer pricing* menimbulkan masalah-masalah yang sering terjadi, misalnya masalah pajak, peraturan anti-dumping, pungutan, persaingan bisnis yang tidak wajar, dan masalah pengendalian internal.

Tujuan awal yang mendasari *transfer pricing* adalah sebagai evaluasi kerja antara individu dan divisi perusahaan. Namun, penggunaan *transfer pricing* telah berubah dalam waktu ke waktu. *Transfer pricing* adalah kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transaksi antar anggota departemen dalam

sebuah perusahaan multinasional, sehingga memudahkan perusahaan untuk menyesuaikan harga internal untuk barang, jasa, dan aset tidak berwujud yang diperdagangkan sehingga harga tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi. (Susi, 2020)

Salah satu alasan penetapan *transfer pricing* adalah tarif pajak yang lebih tinggi. Kenaikan tarif pajak mendorong perusahaan untuk melakukan transfer pricing dengan harapan praktik ini akan mengurangi beban pajak secara keseluruhan pada semua perusahaan dalam kelompok kepemilikan yang sama. Salah satu praktik dalam transfer pricing adalah penyediaan barang atau jasa dengan cara mengurangi laba bersih perusahaan yang berdomisili di negara dengan tarif pajak yang rendah.

Seperti yang ditunjukkan oleh Herawaty dan Anne (2019), *Transfer Pricing* adalah strategi yang digunakan untuk memutuskan harga untuk transaksi yang terkait dengan kesepakatan atau perolehan produk, administrasi, sumber daya non-materi atau transaksi keuangan lainnya. Sementara itu, sebagaimana ditunjukkan oleh Hotzman dan Nagel (2014), *transfer pricing* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan antara administrator terkait, yang mencakup transaksi inovasi berlisensi, barang dagangan material, administrasi dan kredit atau transaksi keuangan lainnya, dengan menetapkan pajak antara perusahaan berhubungan dengan transaksi.

Sebagaimana dikemukakan oleh Rahmania (2020), ada tiga tujuan *transfer pricing* , yaitu pertama dari sisi hukum perusahaan sebagai aparatur

untuk membangun kecakapan dan energi kerjasama antara perusahaan dan investor, kedua dari pembukuan administrasi perusahaan sebagai instrumen untuk memperkuat manfaat perusahaan melalui penilaian tenaga kerja dan produk administrasi oleh perusahaan satu unit dengan unit lainnya dalam perusahaan yang sama, yang ketiga dari sisi pajak sebagai strategi nilai dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak terkait. Sebaliknya, tindakan *transfer pricing* dapat dilihat sebagai pengalihan kena pajak dari suatu perusahaan ke perusahaan yang lain dalam kelompok kepemilikan yang sama di negara yang tarif pajak lebih rendah dengan tujuan agar mengurangi total beban pajak dari kelompok perusahaan multinasional.

Secara bertahap, *transfer pricing* juga sering dikaitkan dengan perencanaan nilai yang disengaja yang bertujuan untuk mengurangi keuntungan yang nantinya akan mengurangi berapa banyak pajak atau kewajiban impor dari suatu negara (Susi, 2020). Hal ini terjadi karena transaksi antar divisi menggunakan harga jual khusus yang biasanya ditetapkan oleh perusahaan untuk barang-barang yang berupa barang dan jasa yang diberikan oleh divisi penjualan ke divisi pembelian dalam sebuah satu grup perusahaan yang sama. Perusahaan dapat melaporkan kerugian bersama-sama untuk tidak melakukan pembayaran pajak. Seperti yang ditunjukkan oleh Charles dan Refgia, pada tahun 2016, bahwa perusahaan multinasional telah melakukan upaya untuk mengurangi pajak penghasilan dengan membagikan keuntungan kepada perusahaan cabang yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah.

Menurut Perspektif Otoritas Public (Pemerintah), *transfer pricing* dapat menyebabkan penurunan pendapatan pajak pemerintah, karena perusahaan multinasional umumnya akan memindahkan kewajiban pajak mereka dari negara-negara dengan tarif pajak lebih tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara dengan tarif pajak lebih rendah (*low tax countries*). Sedangkan menurut sudut pandang bisnis, perusahaan pada umumnya akan berusaha membatasi pajak (*cost efficiency*), termasuk meminimalkan pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*).

Direktur Jenderal Pajak, Ken Dwijugiastadi saat sesi tanya jawab perkenalan pemeriksa pajak (2016,28 Maret) yang didapat melalui Liputan6.com mengungkapkan bahwa:

“Lebih dari 2.000 perusahaan multinasional yang bekerja di Indonesia tidak memenuhi Pajak Penghasilan Badan (PPh) Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan rugi. Perusahaan asing itu menggunakan tiga cara mendasar untuk menjauhkan diri dari kewajiban membayar pajak di Indonesia. 2.000 perusahaan tersebut merupakan perusahaan penanaman modal asing (PMA) yang diurus oleh Kantor Wilayah Pajak (Kanwil) pajak khusus.

Evaluasi harga transaksi telah menjadi masalah penting bagi spesialis pajak untuk dijelajahi, karena berbagai negara telah meneliti masalah ini. Semakin banyak negara yang menyajikan aturan tentang harga transfer. Penelitian akhir-akhir ini telah menemukan bahwa lebih dari 80% perusahaan multinasional melihat penilaian harga transaksi sebagai masalah yang signifikan (Saifudin dan Luky, 2018). Dalam laporan nasional, Organisasi

untuk Kerjasama Ekonomi dan Pembangunan (OECD) mengamati bahwa jumlah selisih harga transfer meningkat hanya 20%. Angka ini lebih tinggi dari sengketa lainnya yang hanya berkisar 10% (Bisnis.com 2018).

Berikut kasus Transfer Pricing yang terjadi di Indonesia :

1. Perusahaan Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN)

Masalah Kasus :

PT. Toyota *Motor* Manufacturing Indonesia (TMMIN). Dikutip dari kompasiana.com pada tahun 2017. Direktorat Jenderal Pajak mengamati inkonsistensi dalam laporan keuangan TMMIN tahun 2004, di mana keuntungan perusahaan turun namun produksinya dan omset transaksi meningkat sebesar 40% pada tahun itu. Pemeriksa pajak mengamati respons ketika mereka menganalisis konstruksi pengeluaran Toyota dan menangani pajak dengan lebih cermat. Ini adalah tempat di mana jejak *Transfer Pricing* perusahaan menjadi terbuka. Toyota diduga dengan sengaja mengubah pajak transaksi dengan pihak-pihak anak perusahaan dan memperluas beban pajak melalui angsuran keuntungan yang tidak seharusnya. Selain tahun 2004, PT. Ditjen Pajak menyebut Toyota Motor Manufacturing Indonesia kembali dikaitkan dengan kasus estimasi bursa pada tahun 2017 lalu.

2. Perusahaan Coca Cola Indonesia

Masalah kasus :

PT Coca-Cola Indonesia, salah satu perusahaan dalam grup Coca-Cola, telah menarik diri dari ketentuan pajak. PT CCI dikaitkan dengan tidak

membayar bea atas bayaran yang didapat dari perdagangan batu bara, sehingga perusahaan mengalami defisit sebesar Rp 49,24 miliar. Perkara ini sedang dalam tahap kasasi di Pengadilan Tinggi. PT CCI mencatatkan daya pikat karena merasa telah membayar bea sesuai dengan kesepakatan. Kasus ini terjadi pada tahun anggaran 2002, 2003, 2004, dan gaji yang tersedia hanya 492,59 miliar. Dengan selisih tersebut, DJP menghitung selisih pungutan tugas pribadi (PPH) sebesar Rp 49,24 miliar. Untuk DJP, konsumsi ini sangat meragukan dan mendorong perkiraan praktik yang membatasi pajak. *Transfer pricing* adalah transaksi penjualan barang dan jasa yang dijual antara beberapa divisi dari kelompok bisnis dengan pajak yang tidak rasional untuk mengurangi tarif perpajakan. Praktik ini dapat dibedakan ketika ada tindakan yang tidak sesuai dengan bisnis perusahaan (Kompas.com, 2014).

Ada beberapa alasan yang mempengaruhi tindakan *transfer pricing*, khususnya Beban Pajak, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive*. Salah satu alasan mengapa perusahaan benar-benar melakukan praktik ini adalah untuk membayar pajak. Pembayaran pajak yang tinggi menyebabkan perusahaan melakukan penghindaran pajak dengan memanfaatkan *transfer pricing*.

Yang dimaksud dengan pajak menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat (1) adalah “Kontribusi yang bersifat wajib kepada Negara yang terutang oleh orang atau zat yang bersifat memaksa menurut undang-undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan dipergunakan untuk keperluan Negara

sebanyak yang bisa diharapkan secara wajar bagi kemakmuran rakyat. Dan sebagaimana dikemukakan oleh Mardiasmo (2016:1) yang dimaksud Pajak adalah “komitmen individu terhadap penyimpanan Negara secara hukum (yang dapat dikuasakan) dengan tidak ada imbalan atas administrasi pelengkap (kontra-prestasi) yang dapat ditunjukkan secara langsung dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Direktorat Jenderal Pajak Nomor 32 Tahun 2011 pasal 1 juga mengatur transaksi antar pelaku usaha. Ini adalah ilustrasi bagaimana *transfer pricing* dilakukan. Secara bertahap, *transfer pricing* biasanya diselesaikan dengan memperluas label harga dan menurunkan pajak penjualan antara perusahaan dalam pertemuan serupa dan memindahkan keuntungan yang diperoleh ke kelompok yang berdomisili di negara-negara yang menerapkan tarif penilaian rendah. Secara praktis, *transfer pricing* adalah salah satu upaya pengaturan tugas perusahaan, sepenuhnya bertujuan untuk membatasi tarif perpajakan yang harus diikuti dengan mengendalikan pajak transaksi antara perusahaan yang memiliki hubungan khusus. Semakin besar pajak yang ditanggung oleh perusahaan, maka akan semakin mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan penilaian untuk mengurangi total beban pajak. Pengujian ini didukung oleh penelitian Wiwi (2020), Aida (2019), Ratna (2018), Refgia (2017), dan Anita (2016) yang menunjukkan bahwa pajak mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sementara itu, penelitian Paramitha (2021) menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer*

*pricing*. Mengenai perbedaan hasil ini, penelitian ini akan mengkaji kembali pengaruh beban pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Praktik *transfer pricing* dipengaruhi tidak hanya oleh beban pajak dan juga oleh non-pajak, khususnya, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* .

Mekanisme bonus dapat memutuskan seberapa banyak atau jika tidak ada perusahaan lain yang berpartisipasi dalam praktik *transfer pricing* . Berdasarkan penelitian Refgia (2017), merekomendasikan bahwa mekanisme bonus adalah penghargaan atau membayar tambahan yang diberikan kepada karyawan atas pencapaian tujuan yang ditetapkan oleh perusahaan. Mempertimbangkan bahwa pemberian mekanisme bonus berbasis keuntungan adalah jenis kompensasi yang paling terkenal untuk kepala perusahaan atau supervisor, adalah valid bahwa kompensasi berbasis keuntungan akan digunakan oleh kepala perusahaan untuk mengontrol keuntungan serta memaksimalkan pembayaran bonus dan memperluas kompensasi mereka. Penelitian tentang pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* telah dilakukan oleh Halim (2019) dan Septiyani (2018) dan menghasilkan hasil penelitian bahwa mekanisme berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian Susanti (2018) yang menghasilkan hasil penelitian bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Keputusan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. Gilson dan Gordon (2003) mengungkapkan bahwa ada beberapa tahapan yang dapat diambil

oleh pemegang saham mayoritas (*Majority shareholder*) untuk mendapat keuntungan individu melalui pengendalian kebijakan operasi perusahaan seperti dividen, bonus, kompensasi dan tunjangan, dan langkah-langkah untuk mendapatkan keuntungan individu melalui perjanjian dengan *tunneling*. Dapat dikatakan bahwa perusahaan akan melakukan hal-hal yang membuat beban pajak sedikit. *Tunneling incentive* adalah kegiatan pemegang saham mayoritas untuk melibatkan aset dan keuntungan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan pribadi, namun bebannya juga ditanggung oleh pemegang saham minoritas. Praktik *tunneling incentive* terkait erat dengan kepemilikan saham dalam perusahaan (Mutamimah, 2009). Penelitian tentang *tunneling incentive* telah diselesaikan oleh Paramitha pada tahun 2021 dan Purwanto pada tahun 2019, yang mengamati bahwa *tunneling incentive* secara positif mempengaruhi keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Meskipun demikian, penelitian yang dilakukan oleh Melani (2016) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian terdahulu, yaitu penelitian Hidayat,dkk (2019) yang mengkaji tentang Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2017. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu :

- 1) Adanya penambahan variabel independent yaitu Mekanisme Bonus dalam penelitian ini dikarenakan penelitian ini mendukung teori akuntansi positif yang

mengusulkan hipotesis rencana bonus bahwa semakin besar bonus yang akan diterima oleh para manajer maka manajer akan berusaha memaksimalkan keuntungan yang besar dengan meningkatkan efisiensi pajak untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar, sehingga manajer mendapatkan bonus yang besar juga.m

- 2) Adanya perbedaan lokasi atau tempat penelitian. Dalam penelitian sebelumnya melakukan penelitian pada perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan dalam penelitian ini melakukan penelitian pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Peneliti menggunakan perusahaan manufaktur sebagai lokasi penelitian. Sejauh ini dari segi perusahaan, perusahaan manufaktur terdiri dari berbagai sektor. Dilihat dari jumlah perusahaan, perusahaan manufaktur memiliki jumlah yang lebih banyak daripada perusahaan lain, sehingga dapat memenuhi syarat dalam memilih sampel yang digunakan.
- 3) Perbedaan lainnya adalah dalam penelitian sebelumnya menggunakan data perusahaan dari tahun 2012-2017, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan data tahun 2017-2020.

Mengingat pemaparan dan landasan yang diberikan, penulis perlu menyadari bagaimana beban pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* mempengaruhi *transfer pricing*, serta hasil penelitian sebelumnya yang bertolakbelakang, sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH BEBAN**

**PAJAK, MEKANISME BONUS, DAN *TUNNELING INCENTIVE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2017-2020.”**

**1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti akan menginterpretasikan terkait pokok masalah yang diangkat penulis berupa keputusan perusahaan dalam pelaksanaan *transfer pricing*.

Beberapa penelitian sebelumnya telah memberikan bukti tentang faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pada penetapan *transfer pricing* dalam suatu perusahaan, antara lain sebagai berikut :

1. Dalam menjalankan usaha, perusahaan tentu berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal, termasuk dengan meminimalkan biaya yang secara langsung dapat mengurangi keuntungan yang diperoleh perusahaan, termasuk beban pajak. Selain itu, perbedaan tarif pajak antar negara mendorong perusahaan besar yang merupakan perusahaan multinasional untuk mencoba mengurangi beban pajak melalui praktik *transfer pricing*.
2. Ketika bonus diberikan sesuai dengan keuntungan, manajer perusahaan akan memanipulasi keuntungan untuk memaksimalkan bonus menggunakan *transfer pricing*. Semakin banyak laba yang diperoleh perusahaan maka semakin tinggi

pula apresiasi yang diberikan pemilik usaha kepada manajer, akibatnya semakin besar motivasi manajer untuk menerapkan harga transfer.

3. Mayoritas pemegang saham melakukan kegiatan *tunneling* untuk mengalihkan aset atau keuntungan perusahaan kepada anak perusahaan melalui strategi perencanaan pajak yang bertujuan untuk meminimalkan biaya yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Semakin banyak aktivitas *transfer pricing* yang dilakukan oleh pemegang saham utama, maka perusahaan akan semakin banyak melakukan aktivitas *tunneling*. Semakin banyak perusahaan yang melakukan kegiatan *tunneling* maka semakin banyak pula perusahaan yang akan melakukan kegiatan *transfer pricing*.
4. Perusahaan yang dikatakan telah menyalahgunakan praktik *transfer pricing* umumnya melakukan transaksi dengan membebaskan harga di bawah wajar sehingga perusahaan tidak harus membayar pajak dalam jumlah yang tinggi seperti biasanya.
5. Berbagai kasus praktik *transfer pricing* mengungkapkan masih banyak perusahaan yang masih menggunakan dan melakukan penghindaran pajak, yang pada dasarnya tidak sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia. Dalam hal ini, perusahaan dengan peluang terbesar untuk *transfer pricing* adalah perusahaan manufaktur, terutama perusahaan multinasional.
6. Dalam hal praktik *transfer pricing*, perusahaan manufaktur adalah pihak yang paling dirugikan, karena perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang melakukan pembayaran pajak dengan jumlah yang tinggi.

### 1.3. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian lebih terfokus, peneliti membatasi ruang lingkup penelitian pada isu-isu yang berkaitan dengan beban pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2020, dan perusahaannya melaporkan laporan keuangan dan telah diaudit, dan perusahaan tersebut adalah perusahaan multinasional.

### 1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah Beban Pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*?
2. Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*?
3. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*?
4. Apakah Beban Pajak, Mekanisme Bonus Dan *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*?

### 1.5. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk Mengetahui pengaruh Beban Pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.
2. Untuk Mengetahui pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.

3. Untuk Mengetahui pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Diharapkan setiap kajian dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya atau yang berhubungan langsung dengan penggunaan studi ini:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman, pengetahuan dan pengalaman terhadap dunia pendidikan khususnya bidang akuntansi, serta bermanfaat sebagai motivasi dan referensi untuk mengkaji dan meneliti kembali penelitian ini dengan mengembangkan teori bagi mahasiswa dan berguna bagi perusahaan sebagai informasi untuk meminimalkan transfer pricing.

##### **2. Manfaat praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:**

###### **a. Bagi Penulis :**

Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dan menambah pengetahuan untuk mengaplikasikan teori-teori ilmiah yang diperoleh selama perkuliahan.

###### **b. Bagi Pengguna laporan keuangan :**

Pengguna laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat lebih cermat dan teliti dalam menganalisis terjadinya kecurangan yang dilakukan direksi untuk keuntungan pribadi. Amati lebih hati-hati keputusan pemegang saham mayoritas bahwa pemegang saham minoritas dapat merugikan mereka.

c. Bagi masyarakat :

Penelitian ini dilakukan untuk penambah wawasan di bidang akuntansi khususnya yang terkait dengan beban pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* dalam *transfer pricing*.

d. Untuk Peneliti Selanjutnya :

Sebagai referensi penelitian yang akan melakukan penelitian lebih lanjut terkait dengan topik ini.