

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian pada saat ini semakin pesat tanpa mengenal batas negara sehingga berdampak pada sikap dan pola bisnis suatu perusahaan dimana arus transaksi perdagangan antar negara juga semakin mudah dan lancar. Perusahaan-perusahaan bersaing melakukan perluasan pangsa pasar dengan memiliki banyak divisi serta cabang yang tersebar baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Hal ini membuat perusahaan tersebut menjadi perusahaan multinasional yaitu perusahaan besar yang berusaha di banyak negara dimana memiliki kantor atau pabrik yang tersebar di berbagai negara dibawah kontrol kantor pusat yang terletak di suatu negara untuk mengkoordinasi manajemen global.

Hal ini tidak menjadi sukar apabila hanya terjadi di sebuah perusahaan dalam satu Negara karena biaya-biaya serta beban-beban yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Namun, hal ini akan menjadi sukar apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan maupun hubungan istimewa di berbagai negara dan itulah yang terjadi pada perusahaan multinasional. Perusahaan tentu akan menghadapi permasalahan dimana tarif pajak yang berlaku di setiap negara berbeda-beda. Perusahaan akan mengalami kesulitan dalam menetapkan biaya-biaya serta harga penjualan dalam rangka pengukuran dan pengawasan kinerja

perusahaan. Oleh sebab itu dilakukan sebuah kegiatan yang dinamakan *transfer pricing* dalam rangka penentuan harga tersebut.

Transfer pricing merupakan harga yang diperhitungkan untuk pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar pusat pertanggungjawaban laba atau biaya, termasuk determinasi harga untuk barang, imbalan atas jasa, tingkat bunga pinjaman, beban atas persewaan dan metode pembayaran serta pengiriman uang. (Mohammad Zain, 2008:330). Menurut Eiteman, Moffett, dan Stonehill (2010), penetapan harga barang atau jasa yang ditransfer ke anak perusahaan asing dari suatu perusahaan terafiliasi yang disebut penetapan *transfer pricing* merupakan metode pertama yang paling utama dalam mentransfer dana keluar dari anak perusahaan asing. Salah satu hal utama yang dihadapi dalam investasi asing adalah *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* ini pada awalnya dilakukan oleh perusahaan semata-mata hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan, tetapi seiring dengan perkembangan zaman, praktik *transfer pricing* sering juga dipakai untuk manajemen pajak yaitu sebuah usaha untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Harimurti, 2007).

Transfer pricing dapat menimbulkan berbagai masalah menyangkut bea cukai, pajak, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen. Dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang

menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Santoso, 2004).

Salah satu permasalahan *transfer pricing* dari sisi pemerintahan, yaitu Indonesia yang mengandalkan pajak dalam APBNnya. Berdasarkan berita jatim metrotv (15 September 2015), Menurut Direktur Eksekutif Center For Indonesian Taxation, Yustinus Prabowo, praktik *transfer pricing* lebih banyak dilakukan perusahaan multinasional dalam meminimalisir setoran pajak ke Negara. Akibatnya indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak hingga Rp 100 triliun untuk setiap tahunnya. Praktik *transfer pricing* biasa dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan yang berelasi dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di negara yang memberlakukan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak di suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing*.

Terjadi kasus mengenai *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia yaitu PT Adaro Energy Tbk dengan anak perusahaannya yaitu Coaltrade Services International Pte Ltd yang berada di singapura, telah

menunjukkan bahwa adanya indikasi penyalahgunaan sistem harga transfer yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. PT Adaro Energy diduga telah melakukan penggelapan pajak dengan cara praktik *transfer pricing* yaitu melakukan transaksi jual beli batubara secara tidak wajar (tidak sesuai dengan harga batubara pasaran Internasional) kepada anak perusahaannya. Pada tahun 2005, PT Adaro Energy menjual batubara ke anak perusahaannya dengan volume penjualan mencapai 26,8 juta ton seharga US\$26 per ton, sedangkan harga pasar pada tahun tersebut US\$48 per ton. Sedangkan pada tahun 2006 menjual dengan volume penjualan mencapai 34 juta ton seharga US\$29 per ton, sedangkan harga pasar pada tahun tersebut US\$40 per ton. Semestinya, jika dihitung berdasarkan harga pasar, total pendapatan pada tahun 2005 berjumlah US\$1,287 miliar dan pada tahun 2006 sebesar US\$1,371 miliar. Hal ini menunjukkan selisih yang cukup besar antara hasil penjualan PT Adaro Energy Tbk ke anak perusahaannya dengan nilai penjualan berdasarkan harga pasar. Masing-masing US\$589,9 juta (Rp5,8 triliun dengan kurs rata-rata 2005 sebesar Rp9.800/US\$) pada tahun 2005 dan US\$363,1 juta (Rp3,3 triliun dengan kurs rata-rata 2006 Rp9.096/US\$) tahun 2006. Jika dirupiahkan selisihnya mencapai Rp 9,121 triliun. Dengan demikian Negara mengalami kerugian terkait pajak dan royalti 13,5% yang berkisar Rp 1,231 triliun. Royalti adalah nilai yang harus dibayar sesuai harga jual. Adanya dugaan *transfer pricing* yang memperkecil nilai jual mengakibatkan royalti yang harus dibayarkan otomatis juga turun.

Timbangnya harga transfer yang dilakukan antara PT Adaro Energy dengan anak perusahaannya apabila dibandingkan dengan harga pasar batubara

kegiatan atas nama principals dalam kapasitasnya sebagai pengambil keputusan (Jensen dan Smith, 1976). Kewenangan dalam mengelola aset perusahaan yang diberikan oleh *principal* kepada agen dapat membuat agen menyimpang kepentingan dari pemegang saham dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan agar memperoleh keuntungan yang besar. Tujuan utama dari perencanaan pajak multinasional adalah meminimalkan beban pajak seluruh dunia bagi perusahaan. Pajak memiliki dampak besar terhadap laba bersih dan arus kas perusahaan melalui pengaruhnya terhadap keputusan investasi asing, struktur keuangan, penentuan biaya modal, dan sebagainya (Eiteman D. *et al* 2010). Oleh karena itu, adanya praktik *transfer pricing* inilah yang sering dikaitkan hubungannya dengan adanya pajak. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Evan Tiwa dkk (2017) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Alasan kedua yang berpeluang dapat mempengaruhi suatu perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Bonus merupakan salah satu bentuk penghargaan yang diberikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) kepada anggota direksi setiap tahun apabila kinerja perusahaan dinilai baik (Purwanti, 2010). Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi. Hal tersebut sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi untuk menaikkan laba dengan praktek *transfer pricing*. Menurut penelitian yang

dilakukan oleh Hartati dkk (2014) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Alasan ketiga yang berpeluang dapat mempengaruhi suatu perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada satu pihak, menimbulkan kesempatan bagi pemegang saham pengendali untuk melakukan kegiatan *tunneling*. *Tunneling* merupakan aktivitas pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Johnson *et al* 2000). Contoh kegiatan *tunneling* adalah tidak membagikan deviden, menjual aset atau sekuritas dengan harga dibawah harga pasar dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki, dan memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan (Johnson *et al* 2000). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Novi Lailiyul (2015) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Alasan keempat yang berpeluang dapat mempengaruhi suatu perusahaan untuk melakukan keputusan *transfer pricing* adalah kepemilikan asing. Banyak perusahaan di Asia termasuk Indonesia memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi. Dalam perusahaan yang kepemilikannya terkonsentrasi, pemegang saham pengendali memiliki lebih banyak pengaruh terhadap perusahaan seperti akses informasi, pengawasan dan pengendalian terhadap aktivitas bisnis perusahaan (Dyanty dkk, 2011). Menurut Sari (2012), pada saat kepemilikan saham asing dimiliki pemegang saham pengendali asing semakin besar, pemegang

saham pengendali asing memiliki kendali yang semakin besar dalam menentukan keputusan perusahaan yang menguntungkan dirinya termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Thesa Refgia (2017) menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian penting untuk dilakukan karena adanya gap penelitian. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saifudin dan Luky Septiani (2018), menunjukkan bahwa variabel pajak dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gusti Ayu dan I Ketut (2017), menunjukkan bahwa variabel pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hal tersebut, maka penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali mengenai **“PENGARUH PAJAK, MEKANISME BONUS, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN KEPEMILIKAN ASING TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, maka rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya ada manfaat tertentu yang diharapkan dapat dicapai dan bisa memberikan manfaat bagi pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran atau petunjuk kepada pemerintah, manajemen perusahaan, maupun investor mengenai bagaimana pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, dan kepemilikan asing dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

2. Manfaat Akademis

Menambah pengetahuan terutama bagi bidang akuntansi maupun pajak dengan memberikan gambaran mengenai *transfer pricing* yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia serta menambah referensi bagi penelitian selanjutnya.

1.5 **Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulis menyusun sistematika yang sistematis agar dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah untuk dipahami. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini memuat tinjauan pustaka yang berisi tentang penelitian terdahulu sebagai acuan, landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sampel penelitian, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menjelaskan secara garis besar mengenai gambaran subjek penelitian serta analisis data yang terdiri dari analisis statistik dan uji regresi logistik dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang meliputi kesimpulan, keterbatasan dan saran.

