

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan perkembangan dunia usaha bisnis saat ini, perusahaan-perusahaan nasional kini menjelma menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan di beberapa negara. Sehingga menyebabkan perusahaan menjadi proses produksinya dalam departemen-departemen produksi. Hal ini mungkin tidak menjadi sulit apabila hanya terjadi di sebuah perusahaan dalam satu negara karena beban-beban serta biaya-biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Namun hal ini akan menjadi sulit apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan diberbagai negara dan itulah yang terjadi saat ini.

Perusahaan akan sulit menentukan harga penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengawasan dan pengukuran kinerja perusahaan. Dengan perkembangan perekonomian yang semakin pesat dan membuat batas-batas negara menjadi hampir tidak ada. Perusahaan multinasional juga akan menghadapi suatu permasalahan yaitu perbedaan tarif pajak. Perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* dapat menimbulkan beberapa masalah menyangkut bea cukai, pajak, ketentuan anti dumping, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen.

Mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun bisa juga menjadi suatu peluang penyalahgunaan untuk perusahaan yang mengejar laba yang tinggi. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang untuk mendapatkan keuntungan dengan membuat strategi atau perencanaan kedepannya untuk menghindari pajak yang tinggi. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberlakukan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus tax heaven country.

Pemerintah beranggapan bahwa, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak karena pada perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan dinegara yang menerapkan tarif pajak rendah (*Tax Heaven Countries*). Sedangkan dari sisi bisnis praktik *transfer pricing* menguntungkan bagi perusahaan sehingga perusahaan akan berupaya untuk meminimalkan biaya terutama dalam hal pembayaran pajak perusahaan. Bagi otoritas pajak, ada beberapa hal yang harus diperhatikan ketika melakukan koreksi pajak agar memperoleh bukti yang kuat mengenai dugaan terjadinya *transfer pricing* yaitu adanya hubungan istimewa atau afiliasi dan kewajaran atau *arm's length principle*.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu : hubungan istimewa antara wajib pajak dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan (Elsa, 2016).

Salah satu contoh praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia adalah PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia dimana Direktorat Jenderal Pajak menduga bahwa perusahaan tersebut telah melakukan penghindaran pajak senilai 1,2 triliun dengan melakukan transfer pricing. Kasus ini di pengadilan pajak sampai sekarang belum diputuskan. Adanya kasus ini akan menunjukkan bagaimana tuduhan itu berawal. Tahun 2014 mobil Toyota impor diturunkan dari kapal Trans Future 3 di Tanjung Priok Car Terminal, di kawasan pelabuhan Indonesia II, Tanjung Priok, Jakarta Utara. Skandal *transfer pricing* Toyota di Indonesia awalnya teredus setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing.

Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun itu, dan meminta negara mengembalikannya (restitusi). Kasus tersebut terus berlanjut dimana pada tahun 2014 tempo memperoleh selebar dokumen manifest kapal MV Trans Future 3 yang mengungkap salah satu indikasi transaksi *transfer pricing* Toyota. Manifest itu disebutkan bahwa Toyota Motor

Manufacturing mengiri 307 unit mobil Fortuner dari dermaga Tanjung Priok ke pelabuhan Batangas, Luzon, Filipina. Pembelinya adalah Toyota Motor Philippines Corporation yaitu unit bisnis Toyota di negara itu. Sisanya, sekitar 700 unit mobil Innova dikirim ke pelabuhan Laem Chabang Thailand untuk Toyota Motor Thailand co Ltd unit korporasi Toyota di Thailand.

Dokumen manifest itu terungkap bahwa seribu mobil buatan Toyota Motor Manufacturing Indonesia harus dikirim dulu ke kantor Toyota Asia Pasifik di Singapura, sebelum berangkat ke Filipina dan Thailand. Menurut Justinus Prastowo, Direktur Eksekutif Center for Indonesia *Taxation Analysis*, mengingatkan skema jual beli antar negara ada persyaratan yang harus dipenuhi agar suatu *transfer pricing* atau transaksi antar pihak terafiliasi tidak dituding sebagai modus penghindaran pajak (*tax avoidance*) yaitu memenuhi syarat nilai transaksi mereka harus memenuhi standar kewajaran. Di sinilah masalahnya, merujuk pada dokumen persidangan sangketa pajak ini ada sejumlah temuan yang mengindikasikan bahwa Toyota Indonesia menjual mobil produksi mereka ke Singapura dengan tidak wajar. Toyota Motor Manufacturing di Indonesia tercatat mengekspor 17.181 unit Fortuner ke Singapura.

Pemeriksaan atas laporan keuangan Toyota sendiri, petugas pajak menemukan bahwa harga pokok penjualan atau *cost of goods sold* (COGS) Fortuner itu adalah Rp 161 juta per unit. Anehnya, dokumen internal Toyota menunjukkan bahwa semua Fortuner itu dijual 3,49 persen lebih murah dibandingkan nilai tersebut. Hal tersebut menunjukkan Toyota Indonesia menanggung kerugian dari penjualan mobil itu ke

Singapura sehingga mengurangi peredaran usaha, dan mengurangi laba perusahaan yang menyebabkan pembayaran pajak rendah (Investigasi.tempo.co, Selasa 21/11/2017).

Ada beberapa alasan yang memungkinkan suatu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Alasan pertama adalah motivasi pajak, dimana pemerintah mewajibkan atau menuntut suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak. Hal ini membuat perusahaan multinasional merasa tertekan dan harus secara rutin membayar pajak, bagi pemerintah pajak merupakan pendapatan untuk negara. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. *Transfer pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah. Namun karena belum tersedianya alat, tenaga ahli, dan 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* (Nancy Kiswanto et al, 2014).

Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang pajak terhadap transfer pricing diantaranya Gusti Ayu et al (2017) yang menemukan bahwa pajak mempunyai hubungan terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati et al (2018), Bella Pratiwi (2018), dan Marfuah et al (2014)

menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara pajak terhadap keputusan *transfer pricing*. Sehubungan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, penelitian ini kembali untuk menguji pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*.

Alasan kedua yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu *exchange rate*. *Exchange rate* merupakan harga suatu mata uang relative terhadap mata uang lainnya (kurs) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (supply) dan permintaan (demand) mata uang tersebut. Berkembangnya dunia bisnis membuat berkembang pula motif perusahaan dalam menerapkan *transfer pricing* di perusahaannya. Salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas. Saat ini perusahaan multinasional telah berlomba-lomba untuk dapat meluaskan jaringan pemasarannya ke luar negeri.

Adanya perbedaan mata uang sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus – menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Sedangkan arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relative kepada nilai dollar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Oleh

karena itu perubahan nilai tukar dapat dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui kegiatan *transfer pricing*. Profitabilitas sangat penting bagi investor dan dijadikan sebagai salah satu indikator penilaian dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan (Marfuah et al, 2014).

Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang *exchange rate* terhadap *transfer pricing* diantaranya Desi Alfiatus et al (2019) yang menemukan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hani Sri Mulyani et al (2020), Bella Pratiwi (2018) dan Marfuah et al (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara *exchange rate* terhadap *transfer pricing*.

Alasan ketiga yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*. Teori agensi yang menjelaskan dimana terdapat hubungan antara agen dan *principal* dimana pemegang saham pengendali asing berupaya untuk dapat memperoleh pengembalian modal yang maksimal dari tingkat kepemilikannya yaitu dengan cara memerintah manajemen untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi yang tentunya merugikan pemegang saham non pengendali. Salah satu transaksi dengan pihak berelasi yang dapat dilakukan adalah *transfer pricing*. Sarifah Alfiatus et al (2019), menyatakan bahwa *tunneling incentive* merupakan perilaku dari manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri namun biaya dibebankan kepada

pemegang saham minoritas. Dalam hal ini pemegang saham pengendali asing secara bebas melakukan *tunneling incentive* yaitu dengan menjual produk perusahaan di bawah harga pasar atau tidak membagikan dividen kepada pemegang saham non pengendali.

Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*, diantaranya Desi Alfiatus et al (2019), Thesa Refgia (2017), Gusti Ayu et al (2017), dan Marfuah et al (2014) yang menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hani Sri M. et al (2020) dan Bella Pratiwi (2018) menunjukkan hal yang berbeda yaitu *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Alasan keempat yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* non pajak adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan investasi yang dilakukan. Hal tersebut membuat manajer yang mengelolah perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk dapat melaksanakan manajemen laba termasuk dengan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan yang dimiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relative lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relative

lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total asset yang kecil.

Semakin besar asset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan (Thesa Refgia, 2017).

Menurut penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh Sulistyowati *et al* (2018) dan Elsa Kisari (2016) yang menemukan bahwa factor non pajak yaitu ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelian yang dilakukan oleh Thesa Refgia (2017) dan Nancy Kiswanto *et al* (2014) menunjukkan hal yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak adanya pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Alasan kelima yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan kegiatan *transfer pricing* adalah *leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan dalam menggunakan hutang untuk pembiayaan. Pada perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompoknya dengan hutang dan / atau

transfer modal. Utang dan / atau transfer modal sebagian didorong oleh peluang untuk arbitrase pajak dan dengan demikian, perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi utang selektif untuk keperluan pajak lebih cenderung agresif dalam hal pengaturan penetapan harga *transfer pricing*. Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti harga transfer dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup.

Factor tersebut sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari 7 periode masa depan ke periode masa kini dan salah satu praktek perubahan laba adalah dengan melakukan *transfer pricing* (Sulistiyowati et al, 2018). Dalam UU Perpajakan No. 36 tahun 2008 menjelaskan tentang penentuan besarnya perbandingan antara utang dan modal perusahaan untuk keperluan perhitungan pajak penghasilan. UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (3) & (4) menjelaskan bahwa saldo utang meliputi saldo utang jangka panjang maupun saldo utang jangka pendek yang termasuk saldo utang dagang yang dibebani bunga dan modal adalah saldo rata-rata modal pada satu tahun pajak.

Menurut penelitian tentang pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh Bella Pratiwi (2018) dan Silistiyowati et al (2018) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun, penelitian yang

dilakukan oleh Elsa Kisari (2016) menunjukkan hal yang berbeda yaitu tidak adanya pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Grand theory dalam penelitian ini adalah teori agensi. Teori keagenan menjelaskan bagaimana konflik yang terjadi akibat adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. *Agency conflict* timbul akibat adanya asimetri informasi antara pemilik dan manajer perusahaan dimana tujuan individu cenderung selalu diprioritaskan oleh manajer daripada tujuan perusahaan. Dengan adanya wewenang yang diberikan oleh pemegang saham kepada manajer, maka aktiva dari entitas dikelola manajer sehingga manajer memiliki kesempatan untuk melakukan transaksi hubungan istimewa untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk dan jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa (Gusti Ayu, 2017).

Hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* adalah berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu cenderung focus pada kepentingan dirinya sendiri, sehingga dapat menimbulkan masalah-masalah keagenan yang akan terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan tersebut bisa saja dapat merugikan untuk pihak *principal* yang tidak terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mengelola perusahaan sehingga *principal* hanya bisa memiliki akses informasi yang terbatas. Kewenangan dalam mengelola aktiva

perusahaan yang diberikan oleh *principal* kepada agen dapat membuat agen mengenyampingkan kepentingan dari pemegang saham dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing*. Dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar, maka dari itu dengan adanya teori agensi ini diharapkan masalah antara perbedaan kepentingan *principal* dan agen dapat dikurangi dan diperlukan adanya pengendalian yang tepat untuk dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan yang terjadi antara *principal* dan agen.

Berdasarkan ulasan diatas, hasil penelitian masih mengalami hasil yang berbeda-beda. Sehingga penelitian ini dilakukan untuk menguji kembali mengenai “Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)” karena masih ada hasil penelitian yang bervariasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* ?
2. Apakah *Exchange Rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?

3. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?
4. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?
5. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, tujuan penelitian ini secara khusus adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh Pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.
2. Untuk menguji pengaruh *Exchange Rate* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.
3. Untuk menguji pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.
4. Untuk menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.
5. Untuk menguji pengaruh *Leverage* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Manfaat Praktis

Peneliti memberikan petunjuk atau gambaran kepada pemerintah manajemen perusahaan maupun investor / kreditor bagaimana pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, ukuran perusahaan dan *leverage* dapat mempengaruhi atau tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

2. Manfaat Teoritis dan Akademis

Dapat menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran tentang factor apa saja yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan multinasional yang terdapat di BEI serta menambah referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang.

1.5 Sistemakita Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang saling berkaitan agar dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah untuk dipahami. Adapun sistematika penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi tentang penelitian terdahulu sebagai acuan, landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian menjelaskan tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi dan sample penelitian, teknik pengambilan sample, data dan metode pengumpulan data, serta teknik analisis yang digunakan.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini berisi gambaran subyek penelitian yang terdiri dari populasi dan sampel penelitian yang akan dianalisis. Selain itu, bab ini juga berisi tentang analisis data yang terdiri dari analisis desriptif, uji hipotesis, analisis regresi berganda dan pembahasan dari hasil analisis.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian dan saran untuk peneliti selanjutnya.