

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan perekonomian dalam dunia bisnis membawa dampak yang semakin meningkat dan juga membuat batasan-batasan tersendiri. Perkembangan perekonomian tersebut berpengaruh pada perusahaan nasional maupun internasional pada masing-masing negara. Dasarnya perusahaan yang mengembangkan bisnisnya dengan berbagai kegiatan bisnis memiliki salah satu kendala dalam menentukan harga penjualan barang atau jasa. Dimana dalam menghadapi harga pajak suatu perusahaan yang berlaku tiap negara. Harga pajak tersebut yang membuat suatu perusahaan membuat keputusan mengenai berlakunya *transfer pricing* (harga transfer). Dengan melakukan kegiatan *transfer pricing* setiap perusahaan menimbulkan permasalahan tersendiri, yang dimana terkadang perekonomiannya melampaui batas. Harga transaksi untuk produk, layanan, transaksi keuangan, atau aset tidak berwujud antara organisasi yang terhubung dikenal sebagai *transfer pricing* (Saraswati & Sujana, 2017). *Transfer pricing* biasanya dilakukan dengan menaikkan harga perolehan dan menurunkan harga jual perusahaan dalam satu grup, serta memindahkan pendapatan ke grup yang lokasinya berada di negara dengan pajak rendah (Refgia, 2017).

Ada banyak insiden di Indonesia yang melibatkan taktik *transfer pricing*. PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) menjadi salah satu contoh aksi *transfer pricing*, dengan Ditjen Pajak mencurigai korporasi melakukan penggelapan pajak sebesar 1,2 triliun melalui penggunaan *transfer pricing*. Direktorat Jenderal Pajak menyelidiki SPT Tahunan Toyota Motor

Manufacturing dan mengidentifikasi penipuan transfer pricing (SPT). (Arfa, 2015) (Arfa, 2015) (Arfa, 2015)

Praktik *transfer pricing* banyak digunakan untuk menghindari pungutan pajak yang besar. Caranya dengan mengecilkan pajak dan membuat negara lain mengalami kerugian dalam pungutan pajak. Perbedaan tarif pajak dari setiap negara yang dilakukan, menyebabkan perusahaan mempunyai cara dengan memaksimalkan manajemen pajaknya melalui pemindahan pendapatan dan laba dengan praktik *transfer pricing*. Salah satunya, yaitu Indonesia yang mengandalkan pajak dalam APBNnya.

Terdapat beberapa peraturan undang-undangan yang menyebutkan *transfer pricing* dimana yang menegaskan jika transaksi *transfer pricing* yang dilakukan harus sesuai dengan sewajarnya suatu bisnis, harus mengerti dan memahami cara kerja dari sistem yang ditetapkan. Menurut Noviasatika, dkk. (2016), pajak berdampak pada keputusan harga transfer, yaitu harga jual barang, jasa, dan aset tidak berwujud kepada anak perusahaan, pihak berelasi, atau hubungan khusus di negara yang berbeda.

Dari masalah untuk menurunkan pajak, ada alasan kedua yang memungkinkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Mekanisme bonus disini adalah kompensasi tambahan atau berupa penghargaan yang diberikan atas keberhasilan yang dicapai seorang pegawai yang berkaitan dengan tujuan atau target perusahaan. Perusahaan bisasa melakukan mekanisme bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan tiap tahun semakin tinggi. Mekanisme bonus ini, menurut Nurjanah dkk (2015), berdampak pada keputusan transfer pricing. Mekanisme pemberian bonus berdampak pada manajemen rekayasa laba. Manajer cenderung memaksimalkan laba bersih untuk memaksimalkan bonus. Hal ini sejalan dengan teori rencana bonus, yang menyatakan bahwa

manajer akan menggunakan teknik akuntansi untuk mendongkrak keuntungan melalui penetapan harga transfer. Salah satunya dengan mengubah laba yang dilaporkan karena, pada dasarnya manajer menginginkan bonus yang besar dari perusahaannya.

Beberapa penelitian tentang dampak sistem insentif terhadap keputusan *transfer pricing* telah dilakukan, termasuk Hartati (2014) yang menemukan hubungan antara mekanisme bonus dan keputusan *transfer pricing*. Namun, penelitian Pramana (2014) dan Mispianiti (2015) menunjukkan bahwa sistem bonus tidak berpengaruh pada indikator harga transfer. Akhirnya, *tunneling incentive* mempengaruhi keputusan *transfer pricing* organisasi, memungkinkan mereka untuk membuat penilaian *transfer pricing*. Perilaku manajemen atau pemegang saham yang mengalihkan aset dan pendapatan perusahaan untuk keuntungan mereka sendiri dikenal sebagai *tunneling incentive*. Menurut Mispianiti (2016:66), terdapat transaksi pihak berelasi yang dapat digunakan untuk melakukan *tunneling incentive* bagi pemegang saham pengendali. *Tunneling incentive* berdampak pada keputusan *transfer pricing*, menurut penelitian yang dilakukan oleh Hartati et al (2015). Masalah yang dialami tiap perusahaan berbeda-beda dengan berbagai aspek dimana terdapat adanya masalah dalam memperkecil nilai pajak dan memberikan nilai yang besar terhadap perusahaan penerima pajak, juga adanya pengambilan untuk memuaskan diri sendiri baik manajemen atau pemegang saham dan adanya juga adanya pujian atau penghargaan yang diberikan. Dimana semua halhal tersebut sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Oleh karena itu ada beberapa faktor yang harus dipahami oleh setiap perusahaan untuk dapat melaksanakan *transfer pricing* tersebut yaitu memahami peraturan pajak yang ada, apa saja keterkaitan antara mekanisme bonus terhadap laba perusahaan, dan kegunaan *tunneling incentive* dalam suatu perusahaan. Dengan begitu tiap perusahaan yang melakukan *transfer*

pricing dapat menjaga kinerja perusahaan dan menghindari masalah terhadap pengambilan keputusan yang diambil untuk *transfer pricing*.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena peneliti ingin mengetahui apakah pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap pelaksanaan *transfer pricing* dari setiap perusahaan tersebut dan apa yang menjadi kendala besar dalam pelaksanaannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian diatas, tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*.
2. Untuk menguji pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.
3. Untuk menguji pengaruh tunneling incentive terhadap *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Peneliti STIE Perbanas Surabaya, dalam penelitian ini peneliti dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari dan menambah wawasan pada hal apa yang diteliti dan bisa mengambil

keputusan serta bagaimana cara untuk mengetahui apa yang membuat hal tersebut terjadi dan bisa memberi referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya jurusan akuntansi STIE Perbanas Surabaya.

2. Perusahaan, dapat membantu perusahaan-perusahaan untuk mengerti dan memahami peraturan pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* yang ada dan bisa menggunakan untuk tidak melanggar peraturan.
3. Pemerintah, sebagai masukan untuk perbaikan system mengenai apa yang diteliti agar lebih baik lagi.
4. Masyarakat, yaitu sebagai sarana mengenai informasi yang berkaitan dengan masalah *transfer pricing* yang diuji dengan pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* yang membantu perkembangan negara.
5. Peneliti selanjutnya, sebagai referensi tentang masalah *transfer pricing* yang akan diteliti berikutnya dan bisa memakai metode berbeda untuk menentukan dan menemukan suatu hal baru.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi penelitian ini dibagi menjadi beberapa bab yang saling berkaitan. Dapat dijelaskan penyusunan sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah mengenai apa yang membuat peneliti melakukan penelitian yang berpengaruh terhadap *transfer pricing*, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisi tentang penelitian terdahulu sebagai acuan mengenai kasus *transfer pricing*, landasan teori apa yang dipakai yang berkaitan dengan penelitian mengenai *transfer pricing*, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III. METODE PENELITIAN

Bab metode penelitian meliputi desain penelitian, batasan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, teknik sampel dan sampling, metode pengumpulan data dan data, serta teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh *transfer pricing*.

BAB IV GAMBARAN SUBJEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini memberikan gambaran tentang topik penelitian, termasuk populasi dan sampel penelitian yang akan diteliti. Bab ini juga mencakup analisis data, yang meliputi analisis deskriptif, pengujian hipotesis, analisis regresi berganda, dan pembahasan temuan.

BAB V PENUTUP

Bab ini membahas temuan penelitian, serta keterbatasan dan rekomendasi untuk peneliti masa depan.