

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Globalisasi Mendorong perkembangan ekonomi dunia menjadi pesat, hal tersebut berpengaruh besar bagi pola dan sikap para pelaku bisnis, khususnya pelaku bisnis di Indonesia. Dengan adanya Globalisasi, maka akan terjadinya *cross-border transaction* yang nantinya akan menyulitkan dalam penentuan harga yang harus di transfer (*transfer Pricing*). Dengan adanya perilaku bisnis seperti itu beberapa perusahaan melakukan *transfer pricing* demi meminimalisir jumlah pajak yang harus dibayar (Herman et al., 2023).

*Transfer Pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan *transfer pricing* suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud maupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Menurut Direktur Jenderal (Dirjen) Pajak, penetapan harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud atau penyediaan jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi). Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2022, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan (Hertanto et al., 2023).

Kasus *Transfer Pricing* yang terjadi yaitu dilakukan oleh PT. Adaro Energy, Tbk. menurut Stuart McWilliam, Manajer Kampanye *global Witness* yang dikutip oleh

CNBC Indonesia (2019), Adaro memindahkan sejumlah besar uang melalui suaka pajak. Sehingga mampu mengurangi tagihan pajaknya hampir US \$14.000.000 setiap tahunnya. Adaro menggunakan salah satu anak perusahaannya di Singapura yaitu *Coaltrade Service International* dengan memindah sejumlah laba dari bisnis batu baranya ke jaringan perusahaan luar negeri untuk memangkas pembayaran pajak (Amanah & Suyono, 2020).

Pemanfaatan *transfer pricing* oleh perusahaan berkaitan dengan implikasi perpajakannya. Untuk meningkatkan pendapatan perusahaan, perusahaan berusaha meminimalkan kewajiban pajak mereka. Tarif pajak bervariasi di berbagai negara. Perusahaan multinasional yang beroperasi di negara dengan tarif pajak tinggi, seperti Indonesia, sering kali mencoba membenarkan upaya mereka untuk mengurangi kewajiban perpajakannya. Menurut analisis statistik berdasarkan penelitian Prasetio dan Mashuri (2020), pajak tidak terlalu berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Temuan empiris Patriandari dan Cahya (2020) serta Wijaya dan Amalia (2020), yang menunjukkan hubungan baik dan signifikan secara statistik antara pajak dan *transfer pricing*, menjadi landasan hipotesis penelitian (Ramadhany & Amin, 2023).

Peningkatan transaksi antar negara dan perkembangan jumlah aktivitas pada perusahaan multinasional dapat menyebabkan adanya transaksi afiliasi. Mekanisme dalam menentukan kebijakan dan skema dari transaksi afiliasi tersebut dapat dikatakan sebagai *transfer pricing* karena berhubungan dengan kebijakan dalam penentuan harga. *Transfer pricing* merupakan harga transaksi yang terkandung dalam setiap produk atau jasa antar perusahaan dari satu divisi lainnya dalam perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Azzuhriyyah & Kurnia, 2023).

Peningkatan transaksi antar negara dan perkembangan jumlah aktivitas pada perusahaan multinasional dapat menyebabkan adanya transaksi afiliasi. Mekanisme dalam menentukan kebijakan dan skema dari transaksi afiliasi tersebut dapat dikatakan sebagai *transfer pricing* karena berhubungan dengan kebijakan dalam penentuan harga. *Transfer pricing* merupakan harga transaksi yang terkandung dalam setiap produk atau jasa antar perusahaan dari satu divisi ke divisi lainnya dalam perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Azzuhriyyah & Kurnia, 2023).

*Transfer Pricing* diartikan sebagai suatu harga khusus yang dipakai dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). *Transfer Pricing* ini sering disebabkan oleh perbedaan tarif pajak yang berlaku antar negara. *Transfer Pricing* merupakan sarana yang sangat penting dilakukan untuk memperkecil beban pajak dengan cara mengalihkan pengeluaran dan pendapatan suatu perusahaan dari satu perusahaan ke perusahaan lain, yang mempunyai hubungan istimewa dan yang mempunyai tarif pajak yang berbeda atau cenderung lebih rendah (Fauzizah & Poerwati, 2023). Beberapa faktor yang mempengaruhi *Transfer Pricing* adalah *Tunneling Incentive*, Mekanisme bonus, dan Profitabilitas.

*Tunneling Incentive* adalah mengalihkan sumber daya kepada pemegang saham minoritas, termasuk sebagai aset, bagi hasil, dan hak yang diberikan pemilik saham dominan. Langkah ini diterapkan supaya pemilik saham dominan mendapat laba atau keuntungan, sedangkan pemegang saham minoritas dirugikan. Berdasarkan teori agensi, konflik agensi dapat terjadi antara *majority shareholders* dengan *minority shareholders* (Patricia, 2023).

Chalimatussa'diyah (2020) menyatakan *tunneling incentive* adalah aktivitas pemilik saham pengendali untuk memindahkan harta dan keuntungan perusahaan tentunya untuk keperluan sendiri, meskipun pemilik saham minoritas perlu merasakan beban. Kebanyakan kepemilikan mayoritas dimiliki oleh kepemilikan modal lebih dari 20% sehingga memiliki kekuatan pada manajemen perusahaan yang dimana berisi dengan perusahaan afiliasi ataupun keluarga manajemen perusahaan yang menjabat dalam perusahaan tidak memiliki kualifikasi (Wiharja & Sutandi, 2023). Selain *tunneling incentive*, *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus.

Keputusan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi. Ada juga perusahaan yang menginginkan bonus besar dengan mengubah laba yang dilaporkan. Tantiem atau jasa produksi (bonus) merupakan penghargaan yang diberikan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Kompensasi tambahan yang diberikan kepada manajemen atas keberhasilan pencapaian tujuan target perusahaan, juga dapat memicu tindakan yang bersifat menguntungkan. Cara yang sering dilakukan perusahaan dengan pemberian kompensasi berdasarkan hasil laba yang dihasilkan manajemen. Hal ini berpotensi mendorong manajer untuk memanipulasi laba agar penerimaan bonus yang diperoleh maksimal (Hendrianto & Dara, 2023).

Mekanisme Bonus merupakan suatu kompensasi tambahan yang diberikan kepada pegawainya atas keberhasilan yang telah dicapai dengan tujuan-tujuan target perusahaan. Mekanisme bonus adalah pemberian bonus atau imbalan yang ada di luar

gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi tersebut. Pemilik perusahaan biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan suatu kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya akan menjadi semakin tinggi (Pambudi & Suparman, 2023). Faktor terakhir yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah profitabilitas.

Profitabilitas adalah faktor yang mempengaruhi Perusahaan melakukan *transfer pricing*. Profitabilitas sebagai gambaran terkait perolehan laba selama satu periode. Profitabilitas juga digunakan sebagai acuan untuk mengetahui seberapa besar pajak yang ditanggung. Perusahaan dengan laba tinggi sering menggunakan penyesuaian *transfer pricing* untuk mengurangi kewajiban pajak mereka. Penyesuaian ini dapat menurunkan pendapatan perusahaan di negara-negara dengan tarif pajak yang tinggi dan meningkatkan laba perusahaan di negara-negara dengan tarif pajak yang rendah. Untuk memicu keinginan perusahaan menurunkan kewajiban pajaknya melalui kegiatan *transfer pricing* (Fernanda et al., 2023).

Profitabilitas yaitu kapasitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan selama jangka waktu tertentu atau bisa dibidang dalam pengelolaan kekayaan perusahaan, manajemen perusahaan menggunakan profitabilitas sebagai suatu indikator kinerja yang tercermin dari laba yang diperoleh (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020). Profitabilitas yang tinggi mempengaruhi tingginya pembayaran pajak. Tingginya tingkat keuntungan berarti pajak yang ditanggung perusahaan juga tinggi. Oleh sebab itu, perusahaan memanfaatkan *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak yang dibayarkan. Telah dilakukan penelitian mengenai profitabilitas sebagai variabel yang mempengaruhi *transfer pricing* (Junaidi & Yuniarti. Zs, 2020) dan

(Rahayu et al., 2020) menemukan bahwa profitabilitas dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* (Nurfadilla & Budiantara, 2023). *Transfer Pricing* dipengaruhi juga oleh *Tax Minimization*.

Pajak Juga menjadi salah satu faktor yang memotivasi Perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Dalam literatur praktik *transfer pricing*, *tax minimization* merupakan strategi yang diambil perusahaan agar mengurangi beban pajak perusahaan. Pada umumnya *tax minimization* dilakukan dengan menggerakkan biaya maupun pendapatan perusahaan yang terkait dengan transaksi perihal *related party* atau afiliasi dengan lawan transaksi (Hariyani & Ayem, 2021).

Pajak dapat mempengaruhi ketetapan perseroan dalam menerapkan *transfer pricing*. Perseroan didorong untuk menggunakan *transfer pricing* agar mengurangi kewajiban pajak mereka karena beban pajak yang meningkat. Sebenarnya, perseroan sering menganggap membayar pajak sebagai pengeluaran yang harus diminimalkan untuk meningkatkan pendapatan (Suriyanto et al., 2023).

Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Amanah & Suyono (2020). Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Profitabilitas, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive*, dan *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang memiliki Hubungan Istimewa yang terdaftar di BEI Periode 2015 sampai 2018)”. Perbedaan yang terdapat antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, yaitu penelitian ini tidak menggunakan variabel *Debt Covenant* dan tahun objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan dari latar belakang dan penelitian sebelumnya, maka penulis memutuskan untuk meneliti: “*Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, dan *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022).

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk menghindari pajak yang besar.
2. Perusahaan menghindari pajak untuk memperoleh laba sebesar-besarnya.
3. Pemilik saham mayoritas mentransfer keuntungan demi keuntungan pribadinya dan membagi beban pajak Bersama pemilik saham minoritas.
4. Perbedaan tarif pajak antar negara membuat perusahaan multinasional cenderung mendorong untuk memanipulasi *transfer pricing* ke negara afiliasi yang tarif pajak rendah.
5. Besarnya laba yang didasarkan mekanisme bonus akan mengakibatkan direksi berupaya untuk melakukan *transfer pricing*.
6. Adanya pengaruh mekanisme bonus yang digunakan untuk memaksimalkan laba perusahaan.
7. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan cenderung melakukan *transfer pricing*.
8. Perusahaan akan berusaha meminimalkan pembayaran pajak.

9. Hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional oleh praktik *transfer pricing* tersebut.
10. Perusahaan dapat mengatur *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dari Latar belakang masalah yang ada, penulis membatasi masalah penelitian ini hanya mengenai *Tunneling Incentive* (X1), Mekanisme Bonus (X2), dan *Profitabilitas* (X3), terhadap *Transfer Pricing* (Y) dengan *Tax Minimization* (Z) sebagai variabel moderasi Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022?
2. Bagaimana pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022?
3. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022?

4. Bagaimana *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* yang dimoderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022?
5. Bagaimana pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *transfer pricing* yang dimoderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022?
6. Bagaimana pengaruh Profitabilitas terhadap *transfer pricing* yang dimoderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

4. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* yang di moderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa efek Indonesia periode 2018-2022.
5. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* yang di moderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
6. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* yang di moderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

### **1. Bagi Penulis**

Untuk memperluas dan memperdalam wawasan serta ilmu pengetahuan khususnya dalam permasalahan *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi.

### **2. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah perbendaharaan referensi di perpustakaan Universitas Putra Indonesia “YPTK” serta dapat menambah pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa Akuntansi yang meneliti masalah yang sama.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing*, sehingga membantu manajemen perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis, yang berkaitan dengan faktor- faktor yang mempengaruhi penerapan *transfer pricing* khususnya tentang *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan profitabilitas.