

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi mendorong perkembangan ekonomi dunia menjadi pesat, hal tersebut berpengaruh besar bagi pola dan sikap para pelaku bisnis, khususnya pelaku bisnis di Indonesia. Meluasnya ekspansi bisnis, baik di luar negeri maupun di Indonesia, merupakan tanda perkembangan globalisasi. Upaya perusahaan untuk mengembangkan usaha tidak diragukan lagi ditujukan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan di masa yang akan datang. Salah satu strategi untuk mengurangi pembayaran kewajiban perpajakan adalah dengan meminimalkan nilai pajak nominal melalui *transfer pricing*.

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* merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara. Dengan *transfer pricing*, perusahaan dapat menentukan transaksi antar anggota divisi dimana nilai transaksi yang telah ditetapkan bisa menyimpang dari harga pasar. Akan tetapi, dalam prakteknya *transfer pricing*

digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari kewajiban perpajakan yang besar dengan cara mengecilkan harga transfer sehingga beberapa negara terkena dampak negatif yakni penerimaan pajak yang lebih kecil dari yang seharusnya. 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* di Indonesia sudah banyak terdengar di perusahaan multinasional. Seperti yang terjadi PT Adaro Energy melakukan *transfer pricing* terhadap *cooltrade services International Pte. Ltd.* Yang merupakan perusahaan afiliasi yang terletak di Singapura. Adaro dan *Cooltrade* memiliki pemegang saham yang sama sehingga negosiasi kontrak antar keduanya tidak terjalin sesuai prinsip kewajaran. *Transfer pricing* yang dilakukan adalah dengan cara Adaro melakukan penjualan batu bara terhadap *Cooltrade* dengan harga dibawah pasar, kemudian *Cooltrade* menjual kembali sesuai dengan harga pasar. Hal tersebut berdampak pada keuntungan Adaro menjadi lebih rendah dan dapat merugikan negara Indonesia dari segi perpajakan.

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 (Novianty & Apriyanto, 2024)

Dari beberapa kasus diatas dapat terlihat bahwa *transfer pricing* merupakan merupakan salah satu skema yang dijadikan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar. Dan hal tersebut menjadikan *transfer pricing* sebagai hal yang perlu diteliti untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* tersebut.

Tujuan perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah mentransfer keuntungan atau pendapatan yang diperoleh kepada perusahaan afiliasi yang berada di negara lain, sehingga beban pajak perusahaan akan lebih rendah dan keuntungan yang diperbesar oleh perusahaan semakin tinggi. Hal tersebut tentunya mempengaruhi jumlah pendapatan pajak negara, padahal pajak merupakan penyumbang utama pendapatan bagi negara. Permasalahan *transfer pricing* ini sulit untuk diselesaikan karena terdapat perbedaan kepentingan diantara perusahaan dan pemerintah mengakibatkan kasus *transfer pricing* sebagai isu yang masih tergolong menarik saat ini (Suryarini et al., 2021)

Beberapa penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa *transfer pricing* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pajak, tetapi dapat dipengaruhi faktor lain seperti mekanisme bonus (*bonus scheme*), *tunneling incentive*, *leverage*, dan ukuran perusahaan. *bonus scheme* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Purba et al., 2024) menunjukkan bahwa *bonus scheme* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Tunneling incentives* mudah dilakukan oleh perusahaan multinasional karena memiliki hubungan dengan pihak berelasi. Apabila pemegang saham memiliki kontrol yang besar dalam suatu perusahaan, maka tindakan perusahaan untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi dapat digunakan untuk mengalihkan aset dan laba perusahaan keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham mayoritas dibandingkan membagi dividennya kepada para pemegang saham minoritas **(R. Handayani, 2024)**

Minimnya *tunneling incentive* yang terjadi membuat *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, pihak saham minoritas yang dimiliki oleh pemerintah juga membuat perusahaan tidak berani melakukan *tunneling incentive* dengan jumlah yang besar karena akan menjadi masalah **(Hendrianto & Dara, 2023)**. Perbedaan hasil penelitian yang pertama pada pengaruh variabel *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*, penelitian yang dilakukan **(Azzuhriyyah & Kurnia, 2023)** berhasil membuktikan jika *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pemindahan aset, dan laba perusahaan ke pihak berelasi atau cabang perusahaan di negara lain akan meningkatkan *transfer pricing*.

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 (**Herman et al., 2023**)

(**Fuadah & Nazihah, 2019**) dalam penelitiannya membuktikan jika mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*, bonus yang di dapatkan pihak direksi karena laba yang mencapai target mendorong pihak direksi untuk melakukan *transfer pricing*. Mekanisme bonus membuat manajemen melakukan manipulasi laba yang dilaporkan bukan dengan cara *transfer pricing*. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (**Amanah & Suyono, 2020**) membuktikan jika mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, mekanisme bonus membuat manajemen melakukan manipulasi laba yang dilaporkan bukan dengan cara *transfer pricing*.

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* menemukan bahwa profitabilitas dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* (**Surianto et al., 2023**)

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. Menurut (Mahdiana & Amin, 2020) menyatakan profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Perusahaan menerapkan strategi *transfer pricing* dengan tujuan meningkatkan nilai pemegang saham dan memperkuat kinerja perusahaan secara keseluruhan, khususnya dalam hal profitabilitas. Akibatnya badan usaha berupaya mengoptimalkan profitabilitasnya dapat menyesuaikan *transfer pricing* dalam kerangka *transfer pricing* untuk mengurangi atau meningkatkan keuntungannya, tergantung pada tarif pajak yang berlaku, yang semakin tinggi atau rendah. Untuk memicu keinginan perusahaan menurunkan kewajibannya melalui kegiatan *transfer pricing* (Rohmani & Amin, 2022) *transfer pricing* dipengaruhi juga oleh *tax minimization*.

*Tax minimization* adalah usaha yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang disebabkan oleh besarnya tarif pajak yang dikenakan pada suatu perusahaan dengan tujuan memaksimalkan laba dengan cara memindahkan kewajiban perpajakannya dari negara. 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 (Sapti et al., 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh (Hutomo et al., 2021) berhasil membuktikan jika *tax minimization* berpengaruh terhadap *transfer pricing*, penghindaran pajak yang paling aman, dan efektif adalah melakukan *transfer pricing*. Upaya penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan mendorong terjadinya *transfer pricing* yang tinggi. Perusahaan biasa melakukan penghindaran pajak dengan cara menambahkan beban operasional yang keluar dari kas yang membuat *tax minimization* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Perusahaan yang tidak memiliki cabang perusahaan di negara lain juga melakukan cara penghindaran pajak dengan meninggikan biaya yang keluar dari kas bukan dengan transfer laba ke pihak relasi istimewa atau cabang perusahaan di negara lain (Hendrianto & Dara, 2023)

Sedangkan hasil pengujian (Putri & Lindawati, 2023) secara simultan menunjukkan bahwa *tax minimization*, berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

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 2019-2023).**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

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

Pembatasan masalah dilakukan agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus pada tujuan penelitian. Oleh karena itu dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. *Transfer pricing* sebagai variabel dependen *tunneling incentive*, mekanisme bonus, profitabilitas sebagai variabel Independen, *tax minimization* sebagai variabel moderasi.
2. Penelitian ini lakukan pada diolah perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### 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 2019-2023?
2. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

4. Bagaimana *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* yang dimoderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
5. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* yang dimoderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
6. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* yang dimoderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

### **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 2019-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

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 2019-2023.
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 2019-2023.
6. Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* yang di moderasi oleh *tax minimization* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

## **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 serta dapat menambah pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa Akuntansi yang meneliti masalah yang sama.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**