

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengaruh globalisasi di dunia terus menumbuhkan inovasi di berbagai bidang salah satu bidang yang terpengaruh besar dari adanya globalisasi adalah bidang ekonomi dan bisnis. Perusahaan yang melakukan transaksi antar negara semakin tinggi intensitasnya dan semakin kompleks seiring dengan peningkatan arus globalisasi. Dalam perusahaan multinasional terjadi berbagai transaksi internasional antar anggota (divisi), salah satunya adalah penjualan barang atau jasa. Sebagian besar transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi diantara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Bagi perusahaan multinasional yang telah mempunyai jaringan operasi diberbagai negara, skema *transfer pricing* merupakan alternatif terbaik untuk mencapai keunggulan kompetitif perusahaan dalam bidang mengelola resiko dan biaya yang ditimbulkan dari ketidaksempurnaan struktur pasar dinegara-negara mitra kerjasama (Liza et al., 2020).

Transfer pricing merupakan istilah yang menggambarkan perjanjian penetapan harga antar perusahaan, melibatkan transaksi antara perusahaan dan pihak permasalahan yang berkaitan dengan pengalihan aset berwujud, jasa, kekayaan intelektual, pinjaman dan/atau transaksi keuangan lainnya. Awal mulanya penerapan *transfer pricing* digunakan untuk mengevaluasi kinerja setiap anggota dan departemen di perusahaan. Namun, hal itu kini menjadi kenyataan *transfer pricing* dapat digunakan untuk mengurangi kewajiban pajak. Hal ini terjadi karena perusahaan multinasional

seringkali menghadapi perbedaan peraturan dan dasar hukum masing-masing negara. Salah satu contohnya adalah peraturan perpajakan efektif (Sari et al., 2023).

Transfer pricing adalah suatu rekayasa manipulasi harga secara sistematis yang bertujuan untuk mengurai laba, membuat seakan-akan perusahaan rugi, untuk menghindari pajak yang seharusnya dikenakan atau dibayarkan di suatu negara. Rekayasa tersebut memanfaatkan tarif pajak di suatu negara dengan menggeser laba tersebut ke tarif pajak yang paling rendah (Sari & Djohar, 2022).

Adapun fenomena dari tindakan *transfer pricing* yaitu pada PT Coca Cola Indonesia diduga mengakali pajak sehingga mengakibatkan kekurangan pembayaran pada pajak senilai Rp 49,24 miliar. Dari hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementrian Keuangan menemukan bahwa adanya pembengkakan biaya yang besar pada tahun 2002, 2003, 2004, dan 2006. Beban biaya yang besar menyebabkan PKP (Penghasilan Kena Pajak) berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya yang diduga menjadi pembengkakan yaitu antara lain untuk iklan dari rentan waktu tahun 2002-2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar. Ditujukan untuk iklan produk minuman jadi merek Coca-Cola. Akibatnya, terjadi penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp 492,59 miliar. Dengan selisih tersebut, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPh) CCI Rp 49,24 miliar. Bagi DJP beban biaya tersebut sangat mencurigakan dan mengarah kepada praktik *transfer pricing* demi meminimalisirkan pajak (Sofiatin et al., 2021).

Selanjutnya, fenomena *transfer pricing* juga terjadi pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF). Fenomena ini melibatkan indikasi penghindaran pajak, khususnya pada PT Indofood Sukses Makmur dan anak perusahaannya PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. *Transfer pricing* terindikasi melalui perbedaan performa keuangan, di mana laba bersih PT Indofood Sukses Makmur Tbk tercatat baik yaitu mencapai Rp 1,4 triliun pada kuartal 1 tahun 2020, namun saham PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan. Selain faktor *transfer pricing*, penurunan harga saham juga dapat diatributkan kepada akuisisi saham *Pinehill Corpora Limited* (PCL) oleh PT Indofood Sukses Makmur, yang dianggap mahal dan berpotensi menyebabkan penurunan harga saham (Anggraeni et al., 2023).

Pada kenyataannya *transfer pricing* tidak hanya sekedar teknik akuntansi, melainkan juga merupakan cara perusahaan untuk mengalokasi sumber daya milik perusahaan dan memanfaatkan penghindaran pajak. Meskipun perusahaan yang memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* pada dasarnya merupakan sesuatu yang sah untuk dilakukan sesuatu perusahaan, tetapi penghindaran pajak yang dilakukan merupakan suatu masalah yang rumit untuk diselesaikan dimana *transfer pricing* bukan suatu perilaku yang menyalahi hukum namun, di sisi yang berbeda negara tidak ingin adanya pengurangan pajak yang diterima karena akan berpengaruh pada penerimaan negara (Rifqiyati et al., 2021).

Peraturan tentang *transfer pricing* di Indonesia diatur dalam Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Berdasarkan UU Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) menyatakan bahwa hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan

oleh badan lainnya sebanyak 25% (duapuluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (duapuluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Bagi wajib pajak perseorangan, hubungan istimewa dapat terjadi karena hubungan keluarga sedarah dalam garis lurus atau kesamping satu derajat. Sedangkan menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010 menyatakan bahwa pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa adalah apabila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain yang mengambil keputusan keuangan dan operasional (Hendrianto & Dara, 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 melibatkan penentuan harga untuk transfer barang, jasa, dan aset antara perusahaan dan anak perusahaan asing atau entitas terkait. Hal ini sering digunakan untuk menyesuaikan nilai transaksi, yang bertujuan untuk mengalihkan keuntungan antar entitas, yang dapat menurunkan pembayaran pajak dan pada akhirnya mengurangi pendapatan negara. Perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan dengan mengalihkan laba ke perusahaan afiliasi yang berada di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah (Prima et al., 2023).

Beberapa faktor yang mempengaruhi *Transfer pricing* adalah *Tunneling Incentive*, Leverage dan Mekanisme Bonus.

Faktor yang pertama yaitu *Tunneling Incentive*. *Tunneling incentive* merupakan perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan sendiri, namun pemegang saham minoritas terlibat dalam menanggung biaya yang dibebankan. Praktik memindahkan aset dan keuntungan yang dilakukan manajer akibat dorongan dari *majority shareholder* merupakan pemicu utama dilakukannya *transfer pricing* (Hariyani & Ayem, 2021).

Secara harfiah, *tunnel* berarti terowongan. Namun, dalam istilah keuangan *tunneling* berarti transfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Fungsi terowongan digunakan untuk jalan air, kereta atau mobil secara harfiah. Sama halnya dengan istilah keuangan, *tunneling* digunakan untuk mengalirkan sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Munculnya *tunneling* karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Kepemilikan saham yang besar atau mayoritas pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada dibawah kendalinya (Baviga et al., 2024).

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi terhadap *transfer pricing* yaitu leverage. Leverage merupakan rasio yang mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan utang dalam pembiayaan. Anggota kelompok biasanya dibiayai oleh perusahaan multinasional dengan cara transfer utang dan/atau modal. Perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi selektif utang untuk tujuan pajak lebih mungkin menjadi agresif dalam hal pengaturan *transfer pricing* mereka. Hal tersebut di dukung oleh peluang untuk

abitrasi pajak yang mendorong perusahaan multinasional untuk melakukan transfer utang dan/atau modal. Dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup, ada kemungkinan bahwa leverage dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing* (Ani & Siregar, 2022).

Penggunaan leverage dapat meningkatkan potensi pengembalian bagi pemegang saham ketika investasi yang didanai oleh utang menghasilkan laba yang lebih tinggi daripada biaya utang. Namun, leverage juga meningkatkan risiko keuangan karena kewajiban untuk membayar bunga dan pokok utang tetap ada, terlepas dari kinerja perusahaan. Tingkat leverage yang tinggi dapat membuat perusahaan rentan terhadap kesulitan keuangan dan kebangkrutan, terutama dalam kondisi pasar yang tidak stabil atau penurunan pendapatan. Oleh karena itu, perusahaan harus mengelola leverage dengan hati-hati, menyeimbangkan antara potensi keuntungan dan risiko yang terkait. Strategi leverage yang tepat dapat membantu perusahaan mencapai pertumbuhan yang lebih cepat dan meningkatkan nilai perusahaan, tetapi harus disertai dengan manajemen risiko yang efektif untuk menjaga stabilitas keuangan jangka panjang (Gurusinga & Yusrini, 2024).

Faktor lainnya yang juga mempengaruhi terhadap *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Mekanisme bonus adalah suatu sistem atau pola yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk memberikan penghargaan atau insentif kepada karyawan atas pencapaian tertentu atau kinerja yang baik. Mekanisme bonus dirancang untuk mendorong karyawan untuk mencapai tujuan bisnis, meningkatkan motivasi, dan mempertahankan talenta dalam perusahaan. Setiap mekanisme bonus dapat memiliki aturan dan ketentuan yang berbeda, seperti cara perhitungan, periode pembayaran, dan

syarat pencapaian. Mekanisme bonus yang baik dirancang dengan jelas, adil, dan transparan untuk memotivasi karyawan dan mencapai tujuan perusahaan (Sari & Pramukti, 2023).

Jika rencana kinerja adalah target laba jangka panjang (tiga atau lima tahun), maka bentuk kompensasi yang paling populer adalah penggajian, paket asuransi, opsi saham yang tidak memenuhi syarat, hak penghargaan saham dan rencana bonus. Mengingat mekanisme bonus bisa dari indeks trend laba bersih yang akan mempengaruhi *transfer pricing*, dan kemudian direktur dan manajer akan mengambil tindakan untuk menyesuaikan laba bersih, memaksimalkan bonus yang akan mereka terima (Rahma & Wahjudi, 2021).

Ada hal lain yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu *tax minimization* yang penulis jadikan sebagai variabel moderasi. 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).

Beberapa penelitian terdahulu terkait *transfer pricing* telah banyak dilaksanakan tetapi masih terjadi beberapa perbedaan. Hasil peneltian (Hariyani & Ayem, 2021) menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* sedangkan menurut (Yumma et al., 2021) menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan *Transfer pricing*. Hasil penelitian (Lukmono & Adam, 2020), menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh pada *Transfer Pricing*. Namun, menurut (Widiyastuti & Asalam, 2021) menunjukkan bahwa Leverage tidak berpengaruh pada *Transfer Pricing*. Hasil penelitian (Mineri, 2021) Mekanisme Bonus memiliki pengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*, sedangkan menurut (Setyorini & Nurhayati, 2022) tidak memiliki pengaruh terhadap Keputusan *Transfer Pricing*.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh (Hendrianto & Dara, 2023) Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2022”. Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian ini, yaitu penelitian ini adanya penambahan variabel independen yaitu leverage dan objek serta tahun objek penelitian yang berbeda.

Berdasarkan dari latar belakang dan penelitian sebelumnya, maka penulis memutuskan untuk meliputi: **“Pengaruh *Tunneling Incentive*, Leverage, dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI Tahun 2019-2023”**.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk menghindari pajak yang besar.
2. Perusahaan dapat mengatur *transfer pricing* dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa.
3. Perbedaan tarif pajak antar negara membuat perusahaan multinasional cenderung mendorong untuk memanipulasi *transfer pricing* ke negara afiliasi yang tarif pajak rendah.
4. Pemilik saham mayoritas mentransfer keuntungan demi keuntungan pribadinya dan membagi beban pajak bersama pemilik saham minoritas.
5. *Transfer pricing* digunakan oleh perusahaan dengan leverage yang tinggi untuk penghindaran pajak dengan penataan hutang.
6. Adanya pengaruh mekanisme bonus yang digunakan untuk memaksimalkan laba perusahaan.
7. Besarnya laba yang didasarkan mekanisme bonus akan mengakibatkan direksi berupaya untuk melakukan *transfer pricing*.
8. Perusahaan akan berusaha meminimalkan pembayaran pajak.
9. Hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional oleh praktir *transfer pricing* tersebut.
10. Perusahaan menghindari pajak untuk memperoleh laba sebesar-besarnya.

1.3 Batasan Masalah

Melihat luasnya ruang lingkup yang akan dibahas serta keterbatasan waktu dan agar penelitian ini lebih fokus tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang ada dengan Variabel Dependen yaitu *Transfer Pricing* (Y), Variabel Independen yaitu *Tunneling Incentive* (X1), Leverage (X2), Mekanisme Bonus (X3), dan Variabel Moderasi yaitu *Tax Minimization* (Z). Dengan objek penelitian pada Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023.

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
2. Bagaimana pengaruh leverage terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
3. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

4. Bagaimana pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
5. Bagaimana pengaruh leverage terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?
6. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

4. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
5. Untuk mengetahui pengaruh leverage terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
6. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* 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 pengaruh *tunneling incentive*, leverage, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi.

2. Bagi Akademik

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadikan dokumen akademik yang berguna untuk dijadikan acuan yang aktivitas akademik khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

3. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai pengaruh *tunneling incentive*, leverage, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* dengan *tax minimization* sebagai variabel moderasi, sehingga membantu manajemen perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan.

4. Bagi Penelitian 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*, leverage, dan mekanisme bonus.