

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Optimalisasi pemungutan pajak di Indonesia masih banyak mengalami kendala akibatnya efektivitas pemungutan pajak terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1.1 berikut merupakan penerimaan perpajakan dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2018.

Tabel 1.1
Data Realisasi Penerimaan Pajak
(Dalam Triliun Rupiah)

Tahun	2014	2015	2016	2017	2018
Target	161,97	180,26	100	100	100
Realisasi	173,73	195,00	81,00	89,68	92,24
Capaian	107,26 %	108,17%	81,00%	89,68%	92,24%

Sumber: Menu Kinerja Penerimaan PortalDJP

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa persentase penerimaan pajak tahun 2014 mengalami kenaikan 107,26 dan pada tahun 2015 juga mengalami kenaikan sebesar 108,17 sedangkan tahun 2016 mengalami penurunan sebesar

81,00 dan barulah pada tahun 2017 - 2018 mengalami kenaikan sebesar 89,68 dan 92,24.

Hal ini dikarenakan wajib pajak berusaha untuk seminimal mungkin memenuhi kewajiban pajak yang harus dibayarkan dengan melakukan praktik *transfer pricing*. Tindakan ini sengaja dilakukan oleh wajib pajak untuk membayar kurang dari jumlah yang seharusnya dibayar kepada otoritas pajak, (Laporan Kinerja DJP, 2018).

Seiring dengan berjalannya waktu, beberapa perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak tersebut. *Transfer pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antar perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah 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* **Ayshinta, dkk (2019)**.

Fenomena *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia yaitu pada PT Adaro Energi TBK (Adro) yang merupakan perusahaan di bidang Batu Bara. Tindakan *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT Adaro Energi TBK yaitu dengan memindahkan sejumlah uang melalui suaka pajak, Adaro berhasil mengurangi

tagihan pajak nya di indonesia yang berarti mengurangi pemasukan bagi pemerintah indonesia hampir sebesar US\$ 14 juta setiap tahunnya. Persoalan ini bukanlah hal baru karena pernah mencuat sekitar 11 Tahun yang lalu ketika Adaro go publik pada tahun 2008.

Lain hal dengan Perusahaan minuman yaitu the Coca Cola yang bermula dari adanya surat pemberitahuan kurang bayar pada september 2015 sebesar US\$ 3,3 Miliar. Sebenarnya pajak terutang Coca Cola senilai US\$ 9,4 Miliar. Tetapi the Coca Cola beranggapan bahwa premi yang salah. Hal ini disebabkan oleh atribusi Coca Cola sebagai pemilik sah dari sebagian besar merek dagang yang lisensi nya digunakan oleh suplay point.

Menurut **Melmusi (2016)**, *transfer pricing* secara umum merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Walaupun istilah *transfer pricing* tersebut sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam praktiknya *transfer pricing* sering kali diartikan sebagai upaya untuk memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba antar perusahaan dalam satu grup. Oleh otoritas pajak, *transfer pricing* dianggap sebagai upaya penghindaran pajak apabila penentuan harga dalam transaksi antar pihak yang di pengaruhi oleh hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan.

Transfer Pricing sebenarnya sebuah skema yang sering digunakan oleh perusahaan untuk mengefisienkan operasionalnya. *Transfer pricing* berkaitan erat dengan harga transaksi barang, jasa atau harta tak berwujud antar perusahaan dalam suatu perusahaan multinasional. Untuk mengoptimalkan penerimaan pajak,

terdapat kendala yang dihadapi oleh pemerintah dalam mengoptimalkan penerimaan sektor pajak yaitu upaya untuk memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba antar perusahaan.

Menurut **Purwanto dan Tumewu (2018)** salah satu faktor yang membuat keputusan *transfer pricing* semakin rumit adalah perbedaan tarif pajak antar negara. *Transfer pricing* dapat membuat potensi penerimaan pajak suatu negara berkurang atau hilang. Perusahaan multinasional akan memiliki kecenderungan dalam menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menetapkan tarif pajak rendah. Sehingga dengan demikian terjadi pergeseran dasar pengenaan pajak dari satu negara ke negara lainnya. Hal inilah yang membuat masalah *transfer pricing* menjadi masalah internasional karena banyak negara yang memiliki kepentingan, terutama bagi negara berkembang seperti indonesia yang dalam transaksi yang mengandung *transfer pricing* menjadi negara sumber penghasilan.

Besarnya keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah secara global pada umumnya. Hal ini disebabkan karena perusahaan multinasional yang memperoleh keuntungan akan melakukan pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan tarif pajak tinggi ke negara-negara dengan tarif pajak yang rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Pajak adalah sumber pendanaan penting bagi perekonomian negara di dunia termasuk indonesia. Dari pajaklah pemerintah dapat menjalankan program-

programnya dengan tujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pembangunan infrastruktur, aset-aset publik, dan berbagai fasilitas umum lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh **Refgia (2017)**, dimana dalam penelitiannya salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pembayaran pajak. Pembayaran pajak yang tinggi akan membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah.

Menurut **Saifudin dan Putri (2018)**, selain pajak, 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.

Menurut **Refgia (2017)**, mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karna berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer yang dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Oleh sebab itu, direksi mampu mengangkat laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan menjual persediaan kepada antar

perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga dibawah pasar. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba pada tahun tersebut.

Dalam *bonus plan hypothesis*, para manajer perusahaan dengan rencana bonus cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan/perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Jika bonus yang akan mereka terima tergantung pada laba bersih yang akan dilaporkan, maka kemungkinan mereka menerima bonus yang lebih besar pada periode tersebut adalah dengan meningkatkan laba setinggi-tingginya. Salah satu cara manajer dalam memaksimalkan laba yang dilaporkan adalah dengan melakukan praktik *transfer pricing*. Dengan melakukan praktik *transfer pricing* ini, maka manajer dapat menjual persediaan kepada perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga lebih mahal dari harga wajar, sehingga laba perusahaan akan meningkat **Ayshinta, dkk (2019)**.

Menurut **Refgia (2017)**, ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relatif 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.

Menurut **Melmusi (2016)** ukuran perusahaan sangat menentukan besar kecilnya suatu perusahaan, ukuran perusahaan dapat diketahui dari total aset suatu

perusahaan, semangkin besar jumlah aset perusahaan maka semangkin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aset yang besar akan menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama. Hal tersebut membuat menejer yang memimpin perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba termasuk dalam melakukan *transfer pricing* sebab perusahaan yang besar lebih diperhatikan masyarakat sehingga akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan.

Berdasarkan fenomena diatas, maka penulis mengangkat judul penelitian **Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Kontrol Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang diatas, maka ditemukan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Terjadinya fluktuasi terhadap realisasi penerimaan pajak pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Naik turunnya penerimaan pajak disinyalir disebabkan oleh masih adanya perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing*.
3. Banyak perusahaan yang mengecilkan atau memanipulasi laba agar lebih terlihat kecil untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan.
4. Masih adanya perusahaan yang memanfaatkan celah untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

5. Masih banyaknya faktor-faktor yang mendukung praktik *transfer pricing*.
6. Pembayaran pajak yang tinggi akan membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis membatasi penelitian ini agar tidak menyimpang dari kerangka acuan yang telah ditetapkan dan lebih berfokus pada pengaruh pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel kontrol pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh pajak secara parsial terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan secara bersama-sama terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

5. Bagaimana pengaruh profitabilitas sebagai variabel kontrol terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
4. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa pengaruh pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Untuk mengidentifikasi dan menganalisa pengaruh profitabilitas sebagai variabel kontrol terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan beberapa masukan yang dapat berguna dalam memecahkan berbagai masalah-masalah yang berhubungan dengan pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

2. Bagi Penulis

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan mengenai akuntansi dibidang perpajakan, khususnya membahas pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

3. Bagi Peneliti Lainnya

Untuk dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan atau referensi dalam penelitian lebih lanjut mengenai perpajakan.