

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat berdampak pada pertumbuhan ekonomi dan bisnis. Perkembangan ini memberikan kemudahan bagi perusahaan multinasional untuk menempatkan usaha-usaha mereka di negara manapun tanpa mengenal batas. Perusahaan multinasional melakukan transaksi dengan berbagai anak perusahaan guna mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Namun dengan banyaknya transaksi yang dilakukan perusahaan multinasional mengakibatkan adanya harga transfer antar perusahaan sehingga perusahaan membuat keputusan dengan *transfer pricing*.

Transfer pricing sendiri 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. *Transfer pricing* dapat membuat potensi penerimaan pajak suatu negara berkurang atau hilang. Setiap negara memiliki peraturan perpajakan yang berbeda – beda. Ada negara yang mengenakan tarif pajak yang tinggi pada laba kena pajak perusahaan, namun juga ada negara yang mengenakan tarif pajak yang rendah pada laba kena pajak perusahaan, atau bahkan ada negara yang tidak mempunyai peraturan anti penghindaran pajak. Pada negara – negara inilah biasanya perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan mudah (Purwanto and Tumewu 2018).

Di negara Spanyol memberlakukan tarif pajak yang tidak terlalu tinggi yakni 19%, sedangkan di Italia menerapkan tarif pajak yang tetap bagi warga negara asing yang bersedia menjadi wajib pajak disana. Di kawasan regional Asia Tenggara penerapan tarif pajak juga sangat bervariasi. Tarif pajak Singapura tercatat paling rendah di ASEAN yaitu 17%. Bahkan bila dibandingkan dengan Indonesia, perbedaannya cukup signifikan.

Tarif pajak penghasilan di Singapura jauh lebih rendah dari Thailand yang sebesar 23%, Malaysia dan Indonesia sama – sama 25%. Sedangkan penetapan pajak yang tertinggi ada di Filipina dengan 30%. Akan tetapi bila dilihat dari jumlah persentase yang sama dengan Indonesia, Malaysia jauh lebih unggul, terutama penetapan pajak produk jasa. Malaysia menetapkan pajak penghasilan sektor jasa hanya 5%, Indonesia bisa mencapai 10%. Sehingga investasi arus jasa lebih dominan ke Malaysia dibandingkan Indonesia. Untuk itu, banyak investasi jasa – jasa ke Malaysia. Sedangkan industri banyak yang ke Singapura, sebagai contoh banyaknya pusat perbelanjaan yang ada di Singapura (www.pajak.go.id).

Aktivitas *transfer pricing* memberikan dampak bagi perusahaan dan juga bagi pemerintah tempat dimana perusahaan itu beroperasi. Dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Sedangkan dari sisi pemerintah, *transfer pricing* mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam suatu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada

perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah (*tax haven countries*) (Viviany, 2018).

Perhitungan harga imbalan atau persyaratan dagang, pembiayaan dan pelaksanaan bisnis ditentukan berdasarkan harga transfer (*transfer pricing*). Harga transfer tersebut dapat sama atau karena berbagai pertimbangan, berbeda dengan harga pasar (*market price*). Kebijakan harga transfer pada umumnya diarahkan pada maksimisasi efisiensi grup secara totalitas dan oleh karena itu menguntungkan bisnis (investasi) global mereka. Pada awalnya, praktik *transfer pricing* ini dilakukan oleh perusahaan hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan. Seiring berjalannya waktu, beberapa perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Ayshinta, Agustin, and Afriyenti 2019).

Di Indonesia, transaksi antar anggota perusahaan multinasional tidak luput dari rekayasa *transfer pricing*, terutama oleh wajib pajak penanaman modal asing (PMA) dan cabang perusahaan asing di Indonesia yang termasuk dalam kategori bentuk usaha tetap (BUT). Sebagian besar perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan internal yang cukup substansial dengan induk perusahaan atau afiliasinya di mancanegara. Keputusan untuk melakukan pengaturan laba antara perusahaan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah dari skala global (Fitri, Hidayat, and Arsono 2019).

Dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurangnya atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari

negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). **(Fitri et al. 2019)**

Penerimaan perpajakan dalam Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2019 ditargetkan sebesar Rp1.786,4 triliun atau tumbuh 15,4 persen dari APBN 2018 dengan *tax ratio* sebesar 12,2 persen dari Produk Domestik Bruto (PDB). Dari target sebesar Rp1.786,4 triliun tersebut, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) diberikan amanat untuk mencapai target penerimaan pajak sebesar Rp1.577,6 triliun atau meningkat 20,1 persen dari realisasi penerimaan pajak 2018. Pencapaian target penerimaan perpajakan tersebut diharapkan dapat sejalan dengan target pertumbuhan PDB tahun 2019 yaitu sebesar 5,3 persen. Hal ini merupakan tantangan besar bagi DJP agar target pajak tersebut dapat terealisasi, sehingga pada gilirannya dapat membiayai pembangunan.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* dapat dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus scheme*). Pemberian bonus dapat mempengaruhi kinerja para manajer dan menunjang para manajer untuk bekerja lebih optimal. Mengingat mekanisme bonus pada hakekatnya berdasarkan pada besarnya laba yang diperoleh oleh perusahaan. Dimana sistem dalam pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam hal merekayasa **(Fitri et al. 2019)**.

Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus (**Sukma, 2018**).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (**Fitri et al, 2019**) Mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Tingginya mekanisme bonus yang dilakukan direksi perusahaan akan meningkatkan praktik *transfer pricing*. Menurut (**Santosa and Suzan 2018**) mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa bonus yang diberikan pemilik perusahaan kepada direksi yang didasarkan atas besarnya laba yang dihasilkan perusahaan sesuai dengan *bonus plan hypothesis* tidak mempunyai hubungan sama sekali dengan indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Sedangkan menurut (**Refgia, Ratnawati, and Rusli 2016**) mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Nilai ITRENDLB yang tinggi menunjukkan dari setiap laba di tahun berjalan lebih tinggi dibandingkan dengan laba tahun sebelumnya.

Dalam penelitian ini nilai INTRENDLB nya dapat dianggap cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba (*earnings management*) dan *transfer pricing* untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

Pajak juga dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing*, beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak tersebut. Dalam transaksi penjualan barang atau jasa perusahaan 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 sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak, sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukannya (Ayshinta et al, 2019).

Pada penelitian yang dilakukan (Halim Rachmat, 2019) motivasi pajak dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Praktik *Transfer pricing* diyakini dapat mengakibatkan berkurang potensi penerimaan pajak suatu negara dikarenakan perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*).

Sedangkan menurut (Indriaswari, 2017) pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Semakin besar nilai *effective tax rate* perusahaan, maka semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dilakukan dengan mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang berada di negara lain dengan tarif pajak yang lebih rendah dari Indonesia.

Keputusan *transfer pricing* perusahaan dapat dilihat dari hubungan istimewa antar perusahaan atau dapat disebut *tunneling incentive* (**Santosa and Suzan 2018**). Pemegang saham mayoritas memindahkan laba perusahaan demi keuntungan sendiri dan merugikan pemegang saham minoritas. Pemegang saham pengendali melakukan kegiatan *tunneling* bertujuan untuk mengalihkan asetnya sementara ke anggota atau anak perusahaan dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan. Apabila kegiatan *tunneling* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya (**Santosa and Suzan 2018**).

Pada penelitian yang dilakukan oleh (**Ayshinta et al, 2019**) *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, ini mengindikasikan bahwa besar atau kecilnya *tunneling incentive* pada perusahaan tidak ada pengaruhnya terhadap *transfer pricing* perusahaan tersebut. Hasil tersebut mengidentifikasi bahwa pemegang saham mayoritas tidak menggunakan hak kendalinya untuk memerintahkan manajemen dalam melakukan *transfer pricing* atau bisa juga diartikan bahwa ada atau tidaknya pemegang saham mayoritas, perusahaan akan tetap melakukan *transfer pricing*.

Menurut (**Viviany, 2018**) *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dimana hal tersebut menunjukkan semakin meningkatnya *tunneling incentive* maka perusahaan akan

lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk menguji kembali perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti sebelumnya adalah terletak pada periode penelitian yang hendak diteliti adalah tahun 2015 – 2018. Dengan demikian peneliti memberi judul penelitian ini sebagai **PENGARUH PAJAK, TUNNELING INSENTIVE, KEPEMILIKAN ASING, DAN MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAPAT DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2015 – 2018.**

1.2 Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Masih adanya upaya perusahaan dalam memperkecil pajak secara internasional dilakukan dengan *transfer pricing*.
2. Perusahaan melakukan *transfer pricing* berpotensi mengurangi penerimaan pajak suatu negara sedangkan dari sisi bisnis, *transfer pricing* menguntungkan bagi perusahaan sehingga perusahaan akan berupaya untuk meminimalkan beban dalam pembayaran pajak perusahaan.
3. Perusahaan memilih melakukan *transfer pricing* ke grup perusahaannya yang ada di negara lain agar pajak yang dibayar oleh perusahaan bisa seminimal mungkin.

4. Perusahaan melakukan *transfer pricing* di beberapa perusahaan untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara memperkecil pajaknya dan membuat beberapa negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak.
5. Upaya pemberian bonus dalam perusahaan maka direksi berusaha melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima.
6. Masih adanya perusahaan yang melakukan *Tunneling incentive* untuk melakukan *transfer pricing*.

1.3 Batasan Masalah

Atas pertimbangan-pertimbangan efisiensi, keterbatasan waktu dan tenaga, serta pengetahuan penulis terhadap penelitian yang akan diteliti, agar terarah dan pemasalahan yang dihadapi tidak terlalu luas maka penulis membatasi masalah yang berkaitan dengan Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Kepemilikan Asing dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015 – 2018.

1.4 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)?
2. Bagaimana *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)?

3. Bagaimana Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)?
4. Bagaimana Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)?
5. Bagaimana Pajak, *Tunneling insentive*, Kepemilikan asing dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)?

1.5. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis Pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)
2. Untuk menganalisis *Tunneling Insentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)
3. Untuk menganalisis Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)
4. Untuk menganalisis Mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)
5. Untuk menganalisis Pajak, *Tunneling insentive*, Kepemilikan asing dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada Perusahaan Manufaktur Bursa Efek Indonesia (2015-2018)

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak – pihak yang berkaitan dengan permasalahan ini. Beberapa pihak yang dapat mengambil manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini diharapkan penulis dapat menambah pengetahuan mengenai pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*, kepemilikan asing, dan mekanisme bonus terhadap *Transfer Pricing*.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat dijadikan acuan ataupun pertimbangan dalam pengambilan keputusan perusahaan berkaitan dengan kebijakan deviden yang dipengaruhi oleh Kesempatan pajak, *Tunneling Incentive*, kepemilikan asing, dan mekanisme bonus terhadap *Transfer Pricing*.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya, yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan topik ini.