

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1.Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi yang semakin pesat memengaruhi persaingan pada pasar dagang global yang juga turut meningkat. Hal tersebut menuntut setiap perusahaan yang bergerak di sektor apapun khususnya perusahaan di sektor manufaktur untuk dapat meningkatkan kualitas produk mereka dengan melakukan inovasi agar dapat bersaing di pasar dagang global. Biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan inovasi tersebut tidaklah sedikit sehingga untuk mewujudkan hal tersebut salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan yaitu tidak hanya mendirikan usahanya di satu negara saja melainkan ke banyak negara dengan cara mendirikan anak perusahaan di luar negeri atau dengan cara menjalin kerjasama dengan perusahaan asing di negara lain.

Perusahaan ini akan sulit menentukan harga penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengawasan dan pengukuran kinerja perusahaan. Oleh karena itu, dilakukan sebuah kegiatan yang disebut transfer pricing dalam rangka penentuan harga tersebut (Refgia, Ratnawati, and Rusli 2016).

Para ahli juga mengakui bahwa transfer pricing ini bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun disamping itu juga memungkinkan perusahaan mendapatkan peluang menyalahgunakan untuk perusahaan yang berorientasi pada laba yang tinggi. Perusahaan yang memiliki anak cabang usahanya diluar negara yang tarif pajaknya lebih tinggi maka akan menimbulkan masalah, karena

perusahaan akan membayar pajak yang lebih tinggi dan laba yang didapatkan lebih sedikit. Banyak perusahaan yang melihat ini sebagai peluang untuk membuat strategi mendapatkan laba yang tinggi dari hasil penjualan dan penghindaran pajak. Salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan yaitu mendirikan anak perusahaan di negara yang menetapkan tarif pajaknya rendah atau di negara yang berstatus tax heaven country (Sarifah, Probowulan, and Maharani 2019).

Indonesia kemudian memberikan persentase keuntungan pembagian kepada pemerintah pusat. Adanya hubungan istimewa di perusahaan dalam negeri maupun luar negeri dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Secara universal transaksi antar Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah Transfer pricing. Kunci utama keberhasilan Transfer pricing dari sisi pajak adalah transaksi karena adanya hubungan istimewa, bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi (Kurniawan, Stjiatmo, and Wikansari 2018).

Ada beberapa alasan atau faktor perusahaan multinasional melakukan transfer pricing. Salah satunya adalah alasan pajak. Menurut **Suryana dalam** (Noviastika, Mayowan, and Karjo 2016)), tujuan dilakukan transfer pricing adalah untuk mengakali jumlah laba perusahaan sehingga pajak yang dibayar dan dividen yang

dibagikan menjadi rendah. Hal ini membuktikan bahwa motivasi pajak memiliki peran yang tinggi dalam mempengaruhi keputusan melakukan transfer pricing.

Perbedaan tarif pajak yang berlaku antarnegara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik transfer pricing. **(Hansen and Mowen, 2005:195 dalam (Ayu, Surya, and Sujana 2017))**. Perusahaan multinasional sering memanfaatkan celah aturan perpajakan untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan transfer pricing yaitu memindahkan keuntungan atau penghasilan yang didapat ke perusahaan afiliasi yang berada di negara lain, sehingga total pajak perusahaan yang dibayarkan menjadi lebih rendah dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut semakin tinggi. Hal tersebut telah menyebabkan kerugian yang besar bagi negara berkembang termasuk Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN bagi negara Indonesia **(Lubis, 2015 dalam (Ayu, Surya, and Sujana 2017))**. Sehingga saat ini transfer pricing menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak.

Terlihat jelas dampak negatif atas penerimaan negara akibat praktik transfer pricing, namun tidak jarang pemerintah kalah saat mengajukan banding ke pengadilan pajak. Kurangnya sumber daya manusia yang memahami mengenai transfer pricing dan minimnya pemeriksa pajak yang memahami mengenai transfer pricing dalam Direktorat Jenderal Pajak menyebabkan pemeriksaan terhadap perusahaan multinasional yang terindikasi melakukan praktik transfer pricing juga sangat terbatas. Sehingga perusahaan multinasional dapat memanfaatkan celah-

celah yang ada untuk melakukan praktik transfer pricing ini (Prananda and Triyanto 2020).

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan transfer pricing adalah *tunneling incentive*. Menurut **Ananta (2018) dalam** (Khotimah 2018) *Tunneling incentive*, adalah kegiatan pentransferan aset dan/atau pembagian keuntungan dan/atau pemberian hak-hak istimewa yang langsung diberikan kepada pemegang saham mayoritas tanpa memperhatikan hak-hak pemegang saham minoritas. Tunneling incentive merupakan masalah keagenan terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali pada untuk keputusan daripada pemegang saham minoritas.

Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas **Nugraha (2016) dalam** (Khotimah 2018). Masalah keagenan seperti ini biasanya terjadi karena perbedaan kepentingan pemegang saham minoritas dan pemegang saham mayoritas, dimana pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang menguntungkan bagi diri mereka sendiri tanpa memperhatikan kepentingan pemegang saham minoritas. Hal yang menyebabkan timbulnya masalah keagenan ini yaitu lemahnya perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk

melakukan tindakan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas (Khotimah 2018).

*Tunneling* dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan tersebut daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di Bursa harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali (**Lo et al., 2010 dalam** (Ni'maturosyiddah 2018)). Keterkaitan *tunneling incentive* dengan kebijakan harga transfer biasanya terjadi pada pertimbangan akuisisi dan merger yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam negeri dengan perusahaan asing (Wicaksananingtyas and Sari 2019).

Faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* selanjutnya yaitu *exchange rate*. *Exchange rate* (nilai tukar atau dikenal sebagai kurs) adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dimasa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda (**Ardiyanti, 2017 dalam** (Pratiwi 2018)). Perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko *exchange rate* (nilai tukar) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui transfer pricing untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (**Chan, Landry, & Jalbert, 2002 dalam** (Pratiwi 2018)).

Fluktuasi pada nilai tukar yang terjadi secara terus-menerus akan mempengaruhi harga barang atau jasa yang diperdagangkan, sehingga keputusan

untuk melakukan *transfer pricing* menjadi pilihan manajemen agar kas yang tersedia untuk melakukan pembayaran dapat dipastikan nilainya. Akan tetapi, penelitian Marfuah &Azizah (2015) dalam (Weni Avri Rahman 2020) menunjukkan hasil bahwa besar atau kecilnya nilai tukar (*exchange rate*) tidak memberikan pengaruh pada pertimbangan perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

**Marfuah dan Azizah (2014) dalam** (Ni'maturosyiddah 2018), menyatakan bahwa arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang, dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik transfer pricing pada perusahaan multinasional. Sebagai contoh, sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga.

*Exchange rate* memiliki dua efek akuntansi yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional mungkin mencoba untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk

memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Chan, et al 2002 dalam(Ayshinta, Agustin, and Afriyenti 2019))

Perencanaan pajak merupakan sarana yang memungkinkan untuk merencanakan pajak - pajak yang akan dibayarkan agar tidak terjadi kelebihan dalam membayar pajak. Perencanaan Pajak tidak berarti sebagai upaya menghindari pajak karena bila demikian jelas bertentangan dengan undang - undang perpajakan yang berlaku. Perencanaan pajak sendiri sebagai bagian terdepan dari manajemen pajak. Manajemen pajak dapat didefinisikan sebagai pengelolaan perusahaan agar kewajiban pemenuhan kewajiban perpajakannya dapat dilakukan dengan benar dan baik, dengan jumlah pajak yang dapat ditekan serendah mungkin untuk mendapatkan laba yang diharapkan tanpa unsur pelanggaran yang di kemudian hari dapat mengakibatkan adanya sanksi atau denda. Dengan demikian tujuan manajemen pajak ialah melakukan usaha efisiensi pajak untuk mencapai laba yang rasional dan metakukan pemenuhan kewajiban perpajakannya secara benar (Permatasari 2004).

Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* dengan Perencanaan Pajak sebagai Variabel Kontrol (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2015-2018)”**.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Masih banyak perusahaan multinasional yang dengan sengaja melakukan kecurangan-kecurangan dalam memenuhi pajaknya dengan membayar pajak rendah.
2. Masih banyak negara berkembang mengalami kerugian akibat penghindaran pajak ke negara yang lebih rendah pajaknya.
3. Masih lemahnya perlindungan bagi pemegang saham minoritas yang mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan bagi pemegang saham minoritas.
4. Masih adanya perusahaan multinasional yang memindahkan dana ke mata uang yang kuat untuk mengurangi risiko *exchange rate*.
5. Masih banyak kasus *transfer pricing* yang terjadi karena kurangnya hukum bagi pelaku transfer pricing.
6. Perusahaan melakukan perencanaan pajak untuk menghindari kelebihan dalam membayar pajak.

## 1.3. Batasan Masalah

Dikarnakan banyaknya faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*, penulis membatasi penelitian hanya dengan tiga variabel bebas yaitu, pajak (X1), *tunneling incentive* (X2), *exchange rate* (X3), dan keputusan *transfer pricing* (Y) sebagai variabel terikat serta perencanaan pajak (Z) sebagai variabel kontrol.



#### **1.4.Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah yang dikemukakan diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
2. Bagaimanakah pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
3. Bagaimanakah pengaruh *Exchange Rate* terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
4. Bagaimanakah pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* secara bersama-sama terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
5. Bagaimanakah pengaruh perencanaan pajak secara langsung terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
6. Bagaimanakah pengaruh pajak yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?

7. Bagaimanakah pengaruh *Tunneling Incentive* yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
8. Bagaimanakah pengaruh *Exchange Rate* yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?
9. Bagaimanakah pengaruh pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018?

## **1.5. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
2. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
3. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.

4. Pengaruh pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap keputusan *Transfer Pricing* secara bersama-sama pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
5. Pengaruh perencanaan pajak secara langsung terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
6. Pengaruh pajak yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
7. Pengaruh *Tunneling Incentive* yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
8. Pengaruh *Exchange Rate* yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.
9. Pengaruh pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* yang dikontrol oleh perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.

## **1.5.2. Manfaat Penelitian**

### **1.5.2.1. Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah bukti-bukti empiris mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap *transfer*

*pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Penelitian ini juga berfungsi sebagai pengaplikasian dari teori-teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan berlangsung.

#### **1.5.2.2.Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Diharapkan pihak perusahaan dapat mengatur secara tepat pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing*.