

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini ekonomi dan bisnis terus berkembang seiring berjalanya waktu begitu juga dengan transaksi perdagangan yang tidak lagi mengenal jarak dan waktu. Perekonomian dunia mengalami kemajuan dikarenakan dampak globalisasi yang mendunia tanpa mengenal batas-batas sehingga terjadi peningkatan transaksi-transaksi internasional atau *cross border transaction*. Adanya transaksi perdagangan yang mudah dan cepat memperkuat perusahaan-perusahaan berskala global bersaing dalam berbagai sektor. Berkembangnya perusahaan-perusahaan ini diakibatkan karena kemajuan perekonomian, teknologi, transportasi dan informasi yang juga berdampak besar bagi pola bisnis dan perilaku para pemilik bisnis. Pertumbuhan perusahaan-perusahaan berawal dari perusahaan nasional menjadi perusahaan multinasional yang berskala besar yang mengoperasikan cabang perusahaan diluar negeri.

Salah satu alasan dasar yang mendorong perekonomian internasional berkembang yaitu dikarenakan perbedaan tarif pajak yang berlaku di berbagai negara sehingga banyaknya perusahaan yang melakukan kebijakan *transfer pricing*. Penentuan harga transfer atau *transfer pricing* adalah penentuan harga transaksi produk, jasa, transaksi financial, ataupun *intangibel assets* yang dilakukan antar perusahaan yang bekerjasama (Pratiwi, 2018). Di bidang perpajakan maupun manajemen *transfer pricing* merupakan sebuah isu klasik,

dikarenakan sulit didefinisikan dalam praktiknya yang dipengaruhi oleh pergerakan perubahan yang sangat pesat. Dengan adanya pergerakan transaksi yang cepat antar negara maka perusahaan melakukan orientasi untuk mendapatkan laba dan keuntungan semaksimal mungkin termasuk efisiensi biaya.

Adanya perbedaan tarif pajak di tiap-tiap negara memungkinkan perusahaan-perusahaan memindahkan labanya ke negara-negara yang tarif pajaknya lebih rendah, sehingga bisa memperkecil beban pajak dan dapat memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan pajak yang akan dibayarkan, dikarenakan adanya kegiatan *transfer pricing*. Kejadian ini tidak berlaku pada perusahaan sawit saja adapun para perusahaan kontraktor yang nakal dalam melaporkan laporan keuntungannya dan melakukan minimalisir dana agar dapat memperkecil pembayaran pajak yang seharusnya dan dana diminimalisir tersebut digunakan untuk melakukan tindakan yang tidak semestinya seperti untuk menyuap dan memenangkan tender (www.kompas.com).

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Diantaranya adalah ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus dan *tax planning*.

Menurut (Putri, 2020) Peraturan mengenai masalah *transfer pricing* yang berhubungan dengan perpajakan terdapat dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 mengenai Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang PPh menerangkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak (PKP)

bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib 3 pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya. (Agustina, 2019)

Ukuran perusahaan merupakan sebuah nilai yang menunjukkan apakah perusahaan tersebut tergolongkan perusahaan kecil atau perusahaan besar. Menurut (Agustina, 2019), semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi aktivitas usaha dan transaksi keuangan yang dilakukan. Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar atau kecilnya suatu objek.“(1) alat-alat untuk mengukur (seperti menjengkal dan sebagainya), (2)sesuatu yang dipakai untuk menentukan (menilai dan sebagainya), (3)pendapatan mengukur (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu”(Poerwadarminta (1983;13). Kultur perusahaan yang kuat akan terbentuk dari berbagai faktor seperti jenis industri, ukuran perusahaan, dan lingkungan yang mempengaruhi perusahaan itu sendiri(Saffold (1998;132). Dengan adanya faktor-faktor tersebut perusahaan mampu memperoleh laba.(Kiswanto nancy, 2016)

Hal lain yang menjadi salah satu faktor dalam penerapan kebijakan *transfer pricing* perusahaan adalah *leverage*. Selain pajak, *leverage* juga merupakan salah satu cara yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan keputusan *transfer pricing*. *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 (Richardson, 1998). 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 arbitrase pajak yang mendorong perusahaan multinasional untuk melakukan transfer utang dan/atau modal (Richardson,1998). (Wardani, Pipit Kusuma, Kurnia, n.d.)

Dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup, ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti untuk *transfer pricing*. *Leverage* merupakan sesuatu yang penting dalam pendanaan. *Leverage* merupakan rasio yang menggambarkan seberapa besar perbandingan tingkat utang perusahaan terhadap modal maupun aset perusahaan. Rasio ini dapat melihat sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menyeimbangkan utang tersebut dengan modal ataupun aset yang dimiliki perusahaan. perusahaan yang baik adalah perusahaan dengan tingkat *leverage* rendah. tingka rasio *leverage* yang tinggi berarti tingkat utang perusahaan juga tinggi. Hal ini berarti dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan, tetapi di sisi lain kewajiban utang perusahaan akan meningkatkan dan dapat memicu kebangkrutan.(Wardani, Pipit Kusuma, Kurnia, n.d.)

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Para direksi didalam suatu perusahaan akan cenderung memperlihatkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan dalam menjalankan tugasnya. Penilaian pemilik perusahaan terhadap karawannya merujuk pada laba perusahaan secara keseluruhan. Dan memberikan penghargaan dengan memberikan bonus

kepada karyawan. Mekanisme bonus merupakan komponen yang digunakan untuk menghitung besarnya jumlah bonus yang akan diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) kepada anggota direksi yang kualitas kinerjanya baik. (Putri, 2020)

Faktor berikutnya yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *tax planning*. Menurut Gunawan, yang dikutip oleh Lumbantoruan (Lumbantoruan : 1996:485), *tax planning* merupakan upaya legal yang bisa dilakukan oleh wajib pajak. Tindakan itu legal karena penghematan pajak hanya dilakukan dengan memanfaatkan hal-hal yang tidak diatur oleh undang-undang pajak(loopholes). (<https://doi.org/10.47221/tangible.v4i1.46>)

Rencana meminimalkan pajak dapat ditempuh misalnya, mengambil ketentuan yang sebesar-besarnya dari ketentuan mengenai pengecualian dan pemotongan atau pengurangan yang diperkenankan. Pada umumnya *tax planning* adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak. Rencana meminimalkan pajak dapat ditempuh dengan cara, mengambil keuntungan yang sebesar-besarnya dari ketentuan mengenai pengecualian dan potongan atau pengurangan yang diperkenankan, hal ini dapat memanfaatkan penghasilan yang dikecualikan sebagai obyek pajak sesuai dengan pasal 4 ayat 3.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar pada bursa efek Indonesia periode 2015-2019. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan tersebut melakukan aktivitas usaha secara menyeluruh seperti pembelian barang sudah menjadi barang jadi dan siap jual kepasarannya sehingga sebagian besar aktivitas tersebut berkaitan dengan aspek

perpajakan perpajakan. Perusahaan dagang sebagai wajib pajak sering difokuskan dalam pemeriksaan direktorat jendral pajak karena pada tahun 2012 terdapat 4000 perusahaan penanam modal asing yang melaporkan namun tidak memiliki besaran pajak yang terutang karena mengalami kerugian selama 7 tahun berturut-turut (prakoso, 2014). Perusahaan tersebut umumnya bergerak dibidang manufaktur. (Subagiastra et al., 2017)

Kasus penggelapan pajak yang melibatkan perusahaan kelas wahid. Kali ini melibatkan salah satu perusahaan dalam kelompok Coca-Cola Company, yakni PT Coca-Cola Indonesia (CCI). PT CCI diduga mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp 49,24 miliar. Sekarang kasus ini sedang dalam tahap banding di Pengadilan Pajak. PT CCI mengajukan banding karena merasa sudah membayar pajak sesuai ketentuan. Kasus ini terjadi untuk tahun pajak 2002, 2003, 2004, dan 2006. Hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan menemukan, ada pembengkakan biaya yang besar pada tahun itu. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya itu antara lain untuk iklan dari rentang waktu tahun 2002-2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar. Itu untuk iklan produk minuman jadi merek Coca-Cola. Akibatnya, ada 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 itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPh) CCI Rp 49,24 miliar. Bagi DJP, beban biaya ini sangat mencurigakan dan mengarah pada

praktik *transfer pricing* demi meminimalisir pajak. *Transfer pricing* merupakan transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, sehingga beban pajak berkurang. Praktik ini bisa dideteksi jika ada kegiatan yang tak sesuai dengan bisnis perusahaan. Produk PT CCI adalah konsentrat, bukan produk minuman jadi. Namun, mereka harus mengeluarkan biaya yang besar untuk iklan. "Biaya iklan yang dibebankan oleh PT CCI tidak memiliki kaitan langsung dengan produk yang dihasilkan," kata Edward Sianipar, perwakilan DJP di persidangan, Kamis (12/6/2014). Wajarnya, biaya iklan menjadi tanggungan perusahaan Coca-Cola lainnya. Asal tahu saja, Coca-Cola Indonesia terbagi pada tiga perusahaan, yakni yang fokus menangani konsentrat, pengemasan, dan distribusi. Sementara itu, dalam persidangan ini, PT CCI diwakili Price Water House Cooper (PWC) dengan kuasanya adalah Ay Tjhin Pan dan Mardianto. Mereka mengajukan banding karena DJP dianggap tak konsisten melakukan pemeriksaan. Namun, saksi ahli yang hadir di persidangan itu, yakni Zainal Arifin Muchtar, pakal hukum Administrasi Negara, berpendapat, pemeriksaan DJP bisa saja berbeda di setiap periode. Itu tergantung tujuan pemeriksaaan, apakah untuk kewajaran atau kebenaran dan bukti. "Pemeriksaan kewajaran lebih dalam dibandingkan dengan pemeriksaan kebenaran," katanya. Namun, di persidangan itu, perwakilan PT CCI tidak memberikan bantahan ataupun tanggapan. Selanjutnya, hakim masih akan memeriksa kasus ini sebelum menjatuhkan putusan. (Adinda Ade Mustami).

<https://ekonomi.kompas.com/read/2014/06/13/1135319/CocaCola.Diduga.Akali.Setoran.Pajak>

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus dan *tax planning* dengan pengambilan keputusan *transfer pricing*. Penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “ **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Mekanisme Bonus Dan Tax Planning Terhadap Transfer Pricing Dengan Profitabilitas sebagai variabel Moderasi (Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2015-2019)**”.

1.2 Identifikasi Masalah.

Transfer pricing merupakan salah satu masalah penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional, baik di dalam maupun di luar negeri. Penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing* dapat menyebabkan kerugian Negara. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Perkembangan globalisasi berpengaruh terhadap perkembangan praktik *transfer pricing*.
2. Seberapa besar pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Perbedaan tarif pajak antar negara mempengaruhi keputusan *transfer pricing*.
4. Perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara akan dihadapi oleh perusahaan multinasional sehingga melakukan *transfer pricing*.
5. Adanya praktik transfer mempengaruhi perolehan keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan.

6. Sulitnya mendefinisikan praktik *transer pricing* yang dilakukan perusahaan-perusahaan dikarenakan pergerakan perubahan yang sangat pesat.
7. perbedaan tarif pajak ditiap-tiap negara memungkinkan perusahaan-perusahaan memindahkan labanya kenegara-negara yang tarif pajaknya lebih rendah

1.3 Batasan masalah

Dalam penelitian ini, supaya tercapainya sasaran dan agar tidak terjadi penyimpangan yang akan mengganggu tercapainya tujuan. Maka didalam penelitian ini penulis berfokus kepada perusahaan dagang di BEI mengenai Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Mekanisme Bonus dan *Tax planning* terhadap *Transfer pricing* dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi (studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2015-2019).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*?

4. Bagaimana pengaruh *tax planning* terhadap keputusan *transfer pricing*?
5. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi?
6. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi?
7. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi?
8. Bagaimana pengaruh *tax planning* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Untuk menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Untuk menganalisis pengaruh *tax planning* terhadap keputusan *transfer pricing*.
5. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap ukuran perusahaan.

6. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap *leverage*.
7. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap mekanisme bonus.
8. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas sebagai variabel moderasi terhadap *tax planning*.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian antara lain dapat memberikan masukan bagi beberapa pihak antara lain adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mahasiswa jurusan akuntansi, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan referensi selanjutnya dan pembanding untuk menambah ilmu pengetahuan.
 - b. Masyarakat, sebagai sarana informasi serta menambah pengetahuan akuntansi khususnya pajak, terutama tentang ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, *tax planning*, terhadap keputusan perencanaan pajak dengan *transfer pricing* pada sektor manufaktur.
 - c. Peneliti berikutnya, sebagai bahan referensi bagi pihak-pihak yang akan melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.
 - d. Penulis sebagai sarana untuk memperluas wawasan serta menambah referensi mengenai pajak, terutama mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, *tax planning*, terhadap

keputusan perencanaan pajak dengan *transfer pricing* pada sektor manufaktur dapat bermanfaat bagi penulis di masa yang akan datang.

2. Manfaat praktis

a. Regulator

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris akan efektifitas peraturan yang telah dikeluarkan mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus, *tax planning* terhadap keputusan perencanaan pajak dengan *transfer pricing* pada sektor dagang agar lebih efektif sehingga tidak ada lagi penggelepan pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia.

b. Bagi wajib pajak pribadi atau badan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi sektor dagang mengenai ukuran perusahaan, *leverage*, mekanisme bonus *tax planning* sehingga bisa membantu dalam mengambil keputusan dan dapat tercapainya tujuan perusahaan.