

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia ekonomi dan bisnis merupakan salah satu akibat adanya globalisasi. Pangsa pasar tidak hanya berkembang dalam lingkup nasional melainkan merambah ke pasar Internasional. Hal ini mendorong perusahaan bergerak untuk membuka cabang dan anak perusahaan di berbagai Negara, terlebih globalisasi juga mendukung perkembangan di bidang lain seperti perkembangan teknologi, transportasi, komunikasi, serta informasi yang memberikan dampak besar kepada para pelaku bisnis hingga mengakibatkan semakin meningkatnya investasi dan transaksi berskala Internasional. Perusahaan multinasional akan dihadapkan dengan permasalahan mengenai perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara, permasalahan utama yang dihadapi berkaitan dengan investasi asing salah satunya adalah *transfer pricing* [1].

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan [2]. Hal tersebut mengakibatkan terjadinya penurunan harga dalam pembayaran biaya transfer yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki cabang dinegara lain. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intra-company transfer pricing* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang

mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*) maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*) [2]. Tujuan dari *transfer pricing* adalah untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan dan transaksi *transfer pricing* merupakan transaksi yang legal. Praktik *transfer pricing* atau harga transfer pada 2018 meningkat cukup signifikan dibandingkan dengan 2017. Dalam laporan yang mencakup 89 yurisdiksi, 2018 Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics, OECD mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* baru naik 20%. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan sengketa lainnya yang hanya pada kisaran 10%.

Salah satu perusahaan multinasional terbesar di dunia adalah Toyota. Toyota adalah perusahaan otomotif yang berpusat di Jepang. Toyota memiliki banyak cabang, anakperusahaan, dan perusahaan terafiliasi di berbagai negara di seluruh dunia. Salah satu anak perusahaan Toyota di Indonesia adalah PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia yang berkedudukan di Indonesia.

Direktorat Jenderal Pajak menganggap bahwa PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia melakukan *transfer pricing* untuk melakukan penghindaran pajak. Modus yang dilakukan oleh PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia adalah melakukan penjualan dengan *transfer price* di luar prinsip kewajaran dan kelaziman usaha kepada perusahaan afiliasinya yang berada di Singapura.

Dalam laporan pajaknya, PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) menyatakan nilai penjualan mencapai Rp 32,9 triliun, namun Ditjen

Pajak mengoreksi nilainya menjadi Rp 34,5 triliun atau ada koreksi sebesar Rp 1,5 triliun. Dengan nilai koreksi sebesar Rp 1,5 triliun, TMMIN harus menambah pembayaran pajak sebesar Rp 500 miliar. Sebelumnya, perakitan mobil (manufacturing) Toyota Astra masih digabung dengan bagian distribusi di bawah bendera Toyota Astra Motor (TAM). Namun sesudah itu, bagian perakitan dipisah dengan bendera TMMIN sedangkan bagian distribusi dan pemasaran di bawah bendera TAM. Mobil-mobil yang diproduksi oleh TMMIN dijual dulu ke TAM, lalu dari TAM dijual ke Auto 2000. Dari Auto 2000, mobil-mobil itu dijual ke konsumen. Sebelum dipisah, margin laba sebelum pajak (gross margin) TAM mengalami peningkatan 11% hingga 14% per tahun. Namun setelah dipisah, gross margin TMMIN hanya sekitar 1,8% hingga 3% per tahun, sedangkan di TAM, gross margin mencapai 3,8% hingga 5%. Jika gross margin TAM digabung dengan TMMIN, prosentasenya masih sebesar 7%. Artinya lebih rendah 7% dibandingkan saat masih bergabung yang mencapai 14%. Hal ini menjadi kejanggalan, meski laba turun, omzet produksi dan penjualan mereka pada tahun itu justru naik 40 persen. Dengan terjadinya pemisahan kedua perusahaan antara TMMIN dengan TAM ini, seharusnya tidak berdampak pada berkurangnya keuntungan kotor (gross margin) maupun nett margin, seharusnya saling menguntungkan. Namun yang terjadi, TMMIN dibebani rugi sedangkan TAM untung besar. Laba sebelum pajak TMMIN mengalami penurunan karena pembayaran royalti dan pembelian bahan baku yang tidak wajar.

Kasus lain *transfer pricing* adalah perusahaan multinasional yang pernah terjadi seperti kasus Google, Starbucks, dan Amazon (www.bbc.com). Starbucks

Inggris misalnya mempergunakan beberapa taktik untuk memanipulasi laba dengan mentransfer keuntungan ke luar negeri. Taktik pertama adalah dengan melakukan *offshore licencing*. Starbucks Inggris mengklaim bahwa mereka tidak memiliki kekayaan intelektual atas lisensi resep, logo, dan desain. Hak kekayaan intelektual tersebut dipegang oleh perusahaan asal Belanda bernama Starbucks Coffee EMEA BV. Oleh karena itu, tiap tahun Starbucks Inggris membayar biaya lisensi yang cukup besar padahal hal tersebut dilakukan adalah untuk mentransfer keuntungan ke Belanda. Oleh perusahaan Belanda, pemasukan dari Inggris itu tergolong royalti dan dikenai pajak sangat kecil berdasarkan peraturan perpajakan Belanda. Taktik yang kedua yang dilakukan Starbucks berkaitan dengan pembelian kopi. Starbucks Inggris membeli biji kopi dari unit Starbucks yang berkedudukan di Swiss. Oleh karena itu, Starbucks Inggris mengeluarkan biaya pembelian untuk biji kopi tersebut. Padahal sesungguhnya apa yang telah dilakukan Starbucks Inggris tersebut adalah cara mereka untuk melakukan manajemen pajak perusahaan mereka. Oleh Starbucks Swiss, transfer biji kopi tersebut dikategorikan sebagai penjualan komoditas dimana berdasarkan peraturan pajak Swiss hanya dikenai tarif 2%.

Dari kasus diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya *transfer pricing* merupakan praktik legal yang biasanya dilakukan perusahaan multinasional sebagai kebijakan penentuan harga untuk penjualan barang dan jasa yang terjadi dalam internal satu perusahaan atau satu kelompok perusahaan, namun belakangan justru dijadikan modus perusahaan untuk menghindari pajak

karena adanya perusahaan afiliasi yang berada di suatu negara dengan tarif pajak rendah.

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Peraturan tersebut memuat hal-hal sebagai berikut; pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam transaksi yang tidak *arm ' s length*. *Arm ' s length* adalah harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar. Hubungan istimewa tersebut dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Namun, dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya dan membuat beberapa Negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak. Pajak merupakan faktor lain yang mendorong perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Menurut [3] pajak merupakan iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Pajak mempunyai peran yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan [4]. Pajak menjadi penyumbang cukup besar

bagi pemerintah, tetapi bagi perusahaan pajak merupakan beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Beban pajak yang tinggi tentunya dapat memotivasi perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional, dalam hal ini ekspor dan impor akan menghadapi berbagai jenis pajak. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multi-nasional sudah biasa terjadi. Sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaannya yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Dengan adanya hal tersebut, maka perusahaan-perusahaan maju akan berpikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba. Apabila pajak dapat ditekan, maka dapat mengurangi cost perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menekan pajak adalah *transfer pricing*. Melalui *transfer pricing* ini perusahaan multinasional yang bersangkutan dapat menggeser kewajiban perpajakannya dari anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi (*high tax country*) ke anggota atau anak perusahaannya di negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang lebih rendah (*low tax country*). Apabila dalam suatu perusahaan terdapat pajak yang tinggi, maka tingkat kegiatan *transfer pricing* perusahaan tersebut ke anggota atau anak perusahaannya yang menerapkan tarif pajak lebih rendah akan meningkat dan sebaliknya.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi praktik *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Menurut [5], Mekanisme bonus adalah apresiasi yang

diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus tersebut akan berdampak kepada manajemen dalam merencanakan laba dimana manajer akan memaksimalkan laba bersih untuk memaksimalkan bonus yang didapatnya.

Dalam mekanisme pemberian bonus ini biasanya perusahaan akan memberikan bonus pada karyawan yang memiliki pencapaian target dan memiliki kinerja yang bagus, hal ini tidak menutup kemungkinan kecilnya pemberian kompensasi bonus karyawan oleh perusahaan. Manajer perusahaan pada dasarnya menginginkan bonus yang besar dari perusahaan, salah satu caranya dengan mengubah laba yang dilaporkan. Untuk memaksimalkan laba periode ini, maka manajer harus menyesuaikan dengan prosedur akuntansi yang diterapkan apabila ada rencana pemberian bonus oleh pemilik. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas pencapaian laba perusahaan secara keseluruhan maka logis bila manajer melaporkan laba bersih yang tinggi. Apabila komite pengawas tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih, maka manajer leluasa memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba yang dilaporkan dengan melakukan praktek *transfer pricing* karena rendahnya pengaturan laba bersih dapat menyebabkan bonus yang diterima oleh perusahaan tidak maksimal.

Kemudian yang mempengaruhi praktik *transfer pricing* adalah *debt covenant*. *Debt covenant* atau faktor kontrak utang jangka panjang merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, seperti pembagian dividen yang berlebihan, atau membiarkan ekuitas berada di bawah tingkat yang telah ditentukan, perlindungan

perusahaan yang masih kurang akan menyebabkan manajer bergerak bebas dan seenaknya terhadap kepentingan kreditur. Perjanjian ini membatasi segala aktivitas perusahaan yang dapat merusak nilai perjanjian. Dengan adanya batasan-batasan ini dapat memicu pelanggaran yang dilakukan oleh perusahaan karena tidak mampu bergerak bebas. Untuk menghindari pelanggaran tersebut maka kecenderungan salah satu praktik yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan *transfer pricing* [1].

Penelitian yang dilakukan oleh [6] menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh [4] bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini kemungkinan terjadi dikarenakan perusahaan mengurangi beban pajak perusahaan dengan menerapkan manajemen pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh [1] bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh [7] dan [6] bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini kemungkinan terjadi dikarenakan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba (*earnings management*) dan *transfer pricing* untuk memaksimalkan penerimaan bonus.

Penelitian yang dilakukan oleh [4] menyatakan bahwa *debt covenant* mempunyai pengaruh signifikan positif dengan ketetapan perusahaan dalam menjalankan *transfer pricing*. Namun, pendapat tersebut kemudian dibantah oleh

[5] yang menyatakan hal sebaliknya. Bahwa tidak ada pengaruh yang ditimbulkan antara keputusan manajemen melakukan *transfer pricing* dengan *debt covenant*.

Mengacu pada fenomena dan penelitian-penelitian sebelumnya, memperlihatkan bahwa *transfer pricing* merupakan salah satu skema yang sangat rawan untuk dijadikan jalan pintas dalam memperoleh laba. Hal tersebut tentu menjadikan *transfer pricing* sebagai hal yang sangat krusial untuk diteliti serta perlu untuk diketahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan, membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus Dan Debt Covenant Terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Terjadinya ketidakwajaran harga dalam hubungan istimewa pada praktik *transfer pricing*.
2. Terjadinya penurunan harga dalam pembayaran biaya transfer yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki cabang di negara lain.
3. Kurangnya pendapatan pajak suatu negara yang disebabkan oleh keputusan *transfer pricing*.
4. Terjadinya penghindaran pajak yang dilakukan oleh wajib pajak dengan cara *transfer pricing*.

5. Masih minimnya pemberian kompensasi bonus perusahaan terhadap karyawan.
6. Masih rendahnya pengaturan laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang diterima oleh perusahaan.
7. Masih kurangnya perlindungan bagi pemberi pinjaman dari tindakan perusahaan terhadap kepentingan kreditur dalam hal pembagian deviden yang berlebihan.
8. Masih adanya pelanggaran yang dilakukan perusahaan karena tidak mampu bergerak bebas yang dapat merusak nilai pinjaman.

1.3 Batasan Masalah

Adanya batasan masalah dan ruang lingkup dalam penelitian ini dimaksudkan untuk lebih memfokuskan penelitian terhadap masalah yang diteliti, sehingga dapat lebih bermanfaat. Adapun batasan masalah tersebut adalah pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas maka masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019?
2. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019?

3. Bagaimana pengaruh *debt covenant* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019?
4. Bagaimana pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan mengestimasi bagaimanakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019
2. Untuk mengetahui dan mengestimasi bagaimanakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019
3. Untuk mengetahui dan mengestimasi bagaimanakah *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019
4. Untuk mengetahui dan mengestimasi bagaimanakah pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019

1.5.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

1. Peneliti

Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis yang mendalam tentang pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* serta pengaruhnya terhadap *transfer pricing*. Memberikan pengalaman berharga dalam merumuskan, menganalisa dan memecahkan masalah dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat selama belajar di perguruan tinggi.

2. Perusahaan

Memberikan masukan mengenai pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional di Indonesia, sebagai salah satu bahan pertimbangan dan memberikan informasi mengenai pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing*.

3. Peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang sedang melakukan penelitian. Penelitian ini bisa menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah pustaka bagi mereka yang mempunyai minat untuk mendalami pengetahuan dibidang pajak, mekanisme bonus dan *debt covenant* terhadap *transfer pricing*.