

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Pada era globalisasi sekarang ini membuat perekonomian berkembang semakin pesat tanpa mengenal batas ruang dan gerak, tanpa mengenal batas suatu negara. Hal ini disebabkan karena perubahan lingkungan bisnis secara cepat, baik secara domestik maupun global. Perubahan tersebut menuntut para pelaku bisnis untuk cepat tanggap melakukan suatu proses adaptasi atau penyesuaian mengikuti gerak langkah perubahan lingkungan bisnis tersebut.

Banyak cara dilakukan oleh para pelaku bisnis untuk bisa bertahan menghadapi perkembangan perekonomian yang bergerak begitu cepatnya, salah satunya adalah dengan melakukan kebijakan *transfer pricing*. Kebijakan *transfer pricing* merupakan isu klasik di bidang perpajakan maupun manajemen, namun pergerakan perubahannya sangat cepat dan susah diidentifikasi dalam praktiknya.

Awalnya, kebijakan *transfer pricing* ini dilakukan untuk mengevaluasi kinerja perusahaan di setiap divisi atau departemen dalam satu perusahaan (Suandy, 2009). Akan tetapi, apa yang terjadi sekarang ini, penggunaan kebijakan *transfer pricing* bertransformasi sebagai isu pajak internasional yang mana kebijakan *transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan multinasional atau perusahaan yang berskala global (Klassen, dkk., 2013).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan dalam mengambil keputusan *transfer pricing*, diantaranya ukuran perusahaan atau *firm size*, *leverage*, *intensity*, dan *tax planning*.

Perusahaan merupakan wajib pajak, sehingga ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi cara sebuah perusahaan dalam memenuhi kewajiban pajaknya. Machfoedz (1994) dalam Suwito dan Herawati (2005) menyatakan bahwa ukuran perusahaan atau *firm size* adalah suatu skala yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi perusahaan besar dan kecil menurut berbagai cara seperti total aktiva atau total aset perusahaan, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan. Ukuran perusahaan umumnya dibagi dalam 3 kategori, yaitu *large firm*, *medium firm*, dan *small firm*.

Tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva, semakin besar total aktiva menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Hal ini juga menggambarkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aktiva yang kecil (Indriani, 2005 dalam Rachmawati dan Triatmoko, 2007). Watts dan Zimmerman (1986) dalam Achmad, dkk. (2007) menyatakan bahwa manajer perusahaan besar cenderung melakukan pemilihan metode akuntansi yang menangguhkan laba yang dilaporkan dari periode sekarang ke periode mendatang guna memperkecil laba yang dilaporkan.

Faktor lain yang mempengaruhi *transfer pricing* yaitu *leverage*. *Leverage* atau solvabilitas merupakan suatu ukuran seberapa besar aset yang dimiliki perusahaan dibiayai oleh utang. *Leverage* menunjukkan penggunaan utang untuk membiayai investasi (Sartono, 2008). *Debt to Total Asset Ratio* (DAR) merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat solvabilitas perusahaan dimana rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah aset perusahaan dibiayai dengan total utang. DAR digunakan karena dapat mengukur seberapa besar jumlah aset perusahaan dibiayai dengan total utang. Penelitian terkait dengan *leverage* yang dilakukan oleh Noor, dkk.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *intensity ratio*. Pengurangan beban pajak perusahaan dapat dilakukan melalui berbagai cara, diantaranya dalam proporsi aset tetap di dalam perusahaan. Proporsi aset tetap diukur dengan menggunakan *capital intensity ratio*. Perusahaan dengan jumlah aset yang besar akan memiliki beban pajak yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki jumlah aset yang lebih kecil karena mendapatkan keuntungan dari beban depresiasi yang ditanggung perusahaan (Noor dan Sabli, 2012).

Faktor berikutnya yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *tax planning*. Perencanaan pajak adalah salah satu cara yang dapat dimanfaatkan oleh wajib pajak dalam melakukan manajemen perpajakan usaha atau penghasilannya, namun perlu diperhatikan bahwa perencanaan pajak yang dimaksud adalah perencanaan pajak tanpa melakukan pelanggaran konstitusi atau Undang-Undang Perpajakan yang berlaku.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tax planning*. *Tax Planning* adalah suatu kapasitas yang dimiliki oleh wajib pajak (WP) untuk menyusun aktivitas keuangan guna mendapat pengeluaran (beban) pajak yang minimal. secara teoritis, *tax planning* dikenal sebagai *effective tax planning*, yaitu seorang wajib pajak berusaha mendapat penghematan pajak (*tax saving*) melalui prosedur penghindaran pajak (*tax avoidance*) secara sistematis sesuai ketentuan UU Perpajakan (Hoffman, 1961).

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 (loopholes). 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 2013-2017. Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dikarenakan perusahaan tersebut melakukan aktivitas usaha secara menyeluruh seperti pembelian bahan baku hingga menjadi barang jadi dan siap jual

kepasaran sehingga sebagian besar aktivitas tersebut berkaitan dengan aspek perpajakan perpajakan. Perusahaan manufaktur 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.

Terdapat satu hal yang menjadi perhatian bagi dunia perpajakan internasional, yakni seringkali banyak perusahaan multinasional menggunakan kebijakan *transfer pricing* dalam perencanaan pajak perusahaannya tidak sesuai dengan aturan yang berlaku di Indonesia. Sehingga memungkinkan perencanaan pajak dengan kebijakan *transfer pricing* menjadi suatu tindakan penghindara pajak (*Tax avoidace*). Salah satu kasus penyelewengan penggunaan kebijakan *transfer pricing* juga terjadi diperusahaan multinasional Indonesia, yakni perusahaan PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN).

Kasus Toyota Manufaktur Indonesia mulai bisa ditelusuri mulai tahun 2003. Pada tahun 2003 PT Toyota melakukan restrukturisasi mendasar pada bisnis nya. Sebelumnya lini bisnis produksi dan distribusi mereka dilakukan di bawah satu bendera, yaitu PT Toyota Astra Motor. Pemilik PT Toyota Astra Motor terdiri atas dua pihak, yaitu PT Astra International, Tbk (sebesar 51%) dan Toyota Motor Corporation Jepang (sebesar 49%). Pada pertengahan 2003, PT Astra International menjual sebagian saham Astra International, Tbk menjual sahamnya di PT Toyota Astra Motor karena mempunyai utang jatuh tempo yang tak bisa ditanggihkan lagi.

Setelah penjualan saham tersebut, Toyota Motor Corporation Jepang menjadi pemegang saham mayoritas PT. Toyota Astra Motor dengan kepemilikan saham sebesar 95%. Akibat dari perubahan kepemilikan tersebut, nama perusahaan berubah dari PT Toyota Astra Motor menjadi PT Toyota Manufacturing Indonesia menjalankan fungsi produksi Toyota Indonesia.

Skandal *transfer pricing* Toyota di Indonesia terendus setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing pada 2005. Belakangan, pajak Toyota pada 2007 dan 2008 juga ikut diperiksa. Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun itu, dan meminta negara mengembalikannya (restitusi).

Dari pemeriksaan SPT Toyota pada 2005 itu, petugas pajak menemukan sejumlah kejanggalan. Pada 2004 misalnya, laba bruto Toyota anjlok lebih dari 30 persen, dari Rp 1,5 triliun (2003) menjadi Rp 950 miliar. Selain itu, rasio *gross margin* atau perimbangan antara laba kotor dengan tingkat penjualan juga menyusut. Dari sebelumnya 14,59 persen (2003) menjadi hanya 6,58 persen setahun kemudian. Sebelum restrukturisasi, *gross margin* PT Toyota Astra Motor mengalami peningkatan 11% hingga 14% pertahun. Namun setelah dilakukan restrukturisasi, *gross margin* PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia hanya sekitar 1.8% hingga 3% per tahun. Sementara di PT Toyota Astra Motor (perusahaan agen tunggal pemegang merek yang didirikan setelah restrukturisasi), *gross margin* mencapai 3.8% hingga 5%. Jika *gross margin* PT Toyota Astra Motor digabung dengan PT Toyota

Manufacturing Indonesia, presentasi nya masih sebesar 7%. Hal ini berarti *margin* laba sebelum pajak setelah restrukturisasi lebih rendah 7% dibanding dengan margin laba kotor pada tahun 2003 sebesar 14%.

Berdasarkan hasil pemeriksaan pajak SPT Toyota, petugas pajak menyimpulkan penyebab turunnya *gross margin* adalah *transfer pricing* dengan harga diluar prinsip kewajaran kelaziman usaha serta pembayaran *royalty* yang dinilai tak wajar. ([www.investigasi.tempo.co/toyota/](http://www.investigasi.tempo.co/toyota/)).

Kasus *transfer pricing* lainnya adalah perusahaan Nestle. Nestle adalah sebuah perusahaan multinasional di Vevey, Swiss yang bergerak dalam bidang makanan. Didirikan pada tahun 1867 oleh Henri Nestle. Nestle mulai tumbuh dan berkembang menjadi sebuah perusahaan makanan terbesar di dunia, serta perusahaan makanan dan minuman yang telah dipercaya oleh banyak orang di seluruh dunia secara turun temurun hingga sekarang. Perusahaan Nestle tersebar di seluruh mancanegara, Nestle berkomitmen untuk tetap mengembangkan produk-produk melalui inovasi dan renovasi demi memuaskan kebutuhan konsumennya di seluruh dunia.

Nestle adalah bentuk usaha Joint Venture dengan menggunakan bentuk usaha ini Nestle mempunyai keuntungan yaitu perusahaan dapat mengambil manfaat dari mitra lokalnya mengenai pengetahuan tentang kondisi persaingan, budaya, bahasa, sistem politik dan sistem bisnis di negara dimana perusahaan akan didirikan. Ketika perkembangan biaya dan risiko pembukaan pasar luar negeri tinggi, suatu perusahaan dapat mengambil keuntungan dengan cara berbagi biaya dan atau risiko ini dengan

mitra lokal, sehingga Nestle dapat berkembang dengan cepat dan terjalin hubungan yang kuat.

Beberapa merek produk Nestlé yang dipasarkan di Indonesia antara lain : susu bubuk Nestlé Dancow, kopi instant Nescafé, Nestlé Milo, Nestlé Bubur Bayi, Kit Kat, Polo, dan lain-lain. Kita bisa ambil produk Dancow dan Milo sebagai contoh produk yang menerapkan *transfer pricing* pada perusahaan Nestle. Pada dasarnya, produk Dancow sebagai bagian dari salah satu produk Nestle, merupakan produk jadi yang bisa langsung dikonsumsi oleh konsumen. Namun bagi produk Milo, Dancow merupakan produk setengah jadi. Milo membeli susu Dancow sebagai bahan tambahan produknya.

Perusahaan Nestle melakukan *transfer pricing* (harga transfer) yaitu bertujuan untuk meningkatkan laba pusat, sehingga terjadi perputaran uang yang cukup besar dalam siklus laporan keuangan perusahaan Nestle. Konsep *transfer pricing* lebih mementingkan kepentingan perusahaan internal dibandingkan dengan kepentingan perusahaan eksternal sesuai dengan tujuannya yaitu ingin meningkatkan laba pusat. Alasan lain perusahaan Nestle melakukan *transfer pricing* adalah untuk menekan biaya. Baik itu biaya perolehan produk maupun beban pajak. Dengan melakukan *transfer pricing*, harga yang diperoleh untuk pembelian suatu produk dalam suatu perusahaan induk lebih murah dibandingkan dengan pembelian produk dari perusahaan lain. Perusahaan yang dipecah-pecah menjadi suatu grup seperti perusahaan Nestle dapat merekayasa laba sehingga dapat meminimalkan pajak dan memaksimalkan keuntungan. Sedangkan perusahaan tunggal harus membayar pajak



seperti apa adanya (<https://wordpress.com/2013/07/11/transfer-pricing/>).

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan suatu rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan, *leverage*, *intensity ratio*, *tax planning* dengan pengambilan keputusan *transfer pricing*. Penulis tertarik untuk meneliti dengan judul “**Pengaruh *Firm size*, *Leverage*, *Intensity ratio*, dan *Tax planning* terhadap *Transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)**”.

## 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 merugikan Negara. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.
2. Masih banyaknya perusahaan yang belum mengetahui ada persyaratan yang harus dipenuhi agar suatu *transfer pricing* atau transaksi antar-pihak terafiliasi tidak dituding sebagai modus penghindaran pajak (*tax avoidance*).
3. Dengan adanya profitabilitas pada perusahaan apakah akan menjadi kontrol bagi perusahaan untuk tidak melakukan penghindaran pajak dengan cara melakukan *transfer pricing*.

4. seberapa besar pengaruh *firm size*, *leverage*, *intensity ratio*, dan *tax planning* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, agar tercapai sasaran dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan maka didalam penulisan skripsi ini penulis berfokus pada perusahaan manufaktur di BEI mengenai Pengaruh *Firm size*, *Leverage*, *Intensity ratio*, dan *Tax planning* terhadap *Transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2017.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *firm size* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Apakah *leverage* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah *intensity ratio* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
4. Apakah *tax planning* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
5. Apakah *firm size*, *leverage*, *intensity ratio* dan *tax planning* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
6. Apakah *firm size*, *leverage*, *intensity ratio* dan *tax planning* memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel kontrol?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

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

1. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *firm size* terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *intensity ratio* terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *tax planning* terhadap keputusan *transfer pricing*.
5. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *firm size*, *leverage*, *intensity ratio* dan *tax planning* terhadap keputusan *transfer pricing*.
6. Untuk menganalisis ada atau tidaknya pengaruh *firm size*, *leverage*, *intensity ratio* dan *tax planning* terhadap keputusan *transfer pricing* dengan profitabilitas sebagai variabel kontrol

## **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 *firm size*, *leverage*, *intensity ratio*, *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 *firm size*, *leverage*, *intensity ratio*, *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 *firm size*, *leverage*, *intensity ratio*, *tax planning* terhadap keputusan perencanaan pajak dengan *transfer pricing* pada sektor manufaktur 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 manufaktur mengenai *firm size, leverage, intensity ratio, tax planning* sehingga bisa membantu dalam mengambil keputusan dan dapat tercapainya tujuan perusahaan.