

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini perkembangan ekonomi di dunia semakin meningkat hal ini ditandai dengan adanya kemajuan teknologi, transportasi dan juga komunikasi yang berperan penting dalam menghubungkan proses transaksi antar Negara. Dengan perkembangan ekonomi dunia spesifik di bidang usaha bisnis tersebut, perusahaan-perusahaan nasional kini beralih menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu Negara, melainkan di beberapa Negara. Kegiatan perdagangan lintas Negara tanpa adanya batas-batas membuat pertumbuhan perusahaan multinasional makin pesat. Hal ini tentu memberikan pengaruh yang sangat besar bagi pola bisnis dan sikap para pelakunya. Perusahaan multinasional memanfaatkan anak atau cabang perusahaan yang berkedudukan di luar negeri. Transaksi tidak hanya dalam bentuk barang akan tetapi juga dapat berupa jasa, modal, maupun sumber daya manusia.

Terkait transaksi tersebut tidak terlepas dari pemungutan pajak yang harus dibayarkan ke pemerintah dalam maupun luar negeri, yang tentunya di setiap Negara memiliki tarif pajak yang berbeda-beda. Perbedaan tarif pajak tersebut memungkinkan perusahaan melakukan penghematan pajak dengan cara melakukan *transfer pricing*, yaitu meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar dengan

memperbesar harga pembelian atau memperkecil harga penjualan. Namun karena belum tersedianya alat, tenaga ahli, dan peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Saputra, 2020).

Dikutip dari laman [www.bisnis.com](http://www.bisnis.com) (2019), *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD): kasus *transfer pricing* meningkat cukup signifikan pada tahun 2018 dibandingkan tahun 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%.

Dapat disimpulkan bahwa kasus *transfer pricing* pada perusahaan multinasional selalu mengalami peningkatan, dalam satu tahun bisa terjadi kenaikan 10% kasus. Di Indonesia transaksi antar perusahaan multinasional tidak luput dari rekayasa harga transfer, terutama oleh wajib pajak dalam investasi di cabang-cabang perusahaan asing. Sebagian besar perusahaan-perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur yang memiliki hubungan istimewa dengan induk perusahaan atau afiliasi mereka diluar negeri. Sebagai contoh kasus, yaitu adanya temuan dari Global Witness mengenai adanya indikasi penghindaran pajak yang dilakukan oleh Adaro dengan memindahkan sejumlah laba yang didapatkan dari batu bara yang ditambang di Indonesia ke jaringan perusahaan luar negerinya sejak 2009-2017 melalui salah satu

anak perusahaannya di Singapura yang bernama *Coaltrade Services International Pte. Ltd.* Telah mengatur sedemikian rupa sehingga mereka bisa membayar pajak US\$ 125 juta dolar lebih rendah dari pada yang seharusnya dibayarkan di Indonesia. “Dengan memindahkan sejumlah besar uang melalui suaka pajak, Adaro berhasil mengurangi tagihan pajaknya di Indonesia yang berarti mengurangi pemasukan bagi pemerintah Indonesia sebesar hampir US\$ 14 juta setiap tahunnya yang sekiranya bisa digunakan untuk kepentingan umum,” kata Stuart McWilliam, Manajer Kampanye Perubahan Iklim untuk Global Witness [www.cnbcindonesia.com](http://www.cnbcindonesia.com), (2019). Selain itu, Di Indonesia sendiri pada pertengahan tahun 2007 Direktorat Jenderal Pajak membongkar kasus dugaan penggelapan pajak yang dilakukan PT. Asian Agri, yang merupakan anak perusahaan Raja Garuda Mas Group. Direktorat Jenderal Pajak memeriksa bahwa perusahaan itu diduga telah menggelapkan pajak senilai 1,34 triliun. Manipulasi tersebut secara garis besar menggunakan modus dengan skema *transfer pricing*, transaksi lindung nilai (*hedging*) fiktif, dan pembuatan biaya fiktif (Ayshinta, Agustin, & Afriyenti, 2019).

Kasus penggelapan pajak bagian *transfer pricing* tidak hanya terjadi di Indonesia, bahkan juga terjadi diluar negeri salah satu contoh yaitu, Starbucks Inggris juga mengaku rugi pada tahun 2008, dengan jumlah kerugian sebesar £112 juta atau sekitar Rp1,7 triliun. Selain itu Starbucks Inggris pada tahun 2011 sama sekali tidak membayar pajak korporasi padahal ia memperoleh penjualan sebesar £398 juta. Dan dalam laporannya kepada investor di Starbucks Amerika Serikat, Starbucks Inggris

mengaku untung besar selama tiga tahun (2008-2011) mencapai £1,2 milyar (Wicaksananingtyas & Sari, 2019).

Berdasarkan fenomena-fenomena diatas dapat dilihat bahwa praktik *transfer pricing* telah dilakukan wajib pajak dari tahun ke tahun. *transfer pricing* merupakan salah satu skema yang dijadikan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar. Pada awalnya, *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, & Afriyenti, 2019). Faktor tersebut dapat berupa pajak yang terdapat pihak yang dirugikan khususnya Negara (Wicaksananingtyas & Sari, 2019). Secara konsep terdapat tiga tujuan berbeda untuk penerapan *transfer pricing* ini. Pertama, dari sudut pandangan hukum perseroan, tujuan *transfer pricing* dapat dipergunakan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan sinergi antara pemegang sahamnya dengan perusahaan itu sendiri. Kedua, dari sisi akuntansi manajerial, *transfer pricing* dapat digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan kepada unit organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama (grup). Ketiga, yaitu dari perspektif perpajakan, *transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Saputra, 2020).

Salah satu hal yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ialah mekanisme bonus. Mekanisme bonus adalah imbalan atau penghargaan tambahan kepada manajer dan jajaran direksi atas keberhasilan kinerja sistem manajemen perusahaan tersebut melebihi pencapaian target laba perusahaan. Berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Dalam menjalankan tugasnya, dalam mengelola perusahaan para direksi cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus (Refgia, 2017). Apabila target laba perusahaan tercapai maka pemilik perusahaan akan memberikan apresiasi berupa bonus kepada manajer dan jajaran direksi melalui Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) akan diberikan bonus berdasarkan laba yang dihasilkan tiap tahunnya. Sebagai bentuk penghargaan atas keberhasilan kinerja sistem manajemen perusahaan dan dijadikan motivasi karyawan untuk semangat menjalankan tugas untuk kedepannya.

Selain faktor mekanisme bonus keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan suatu tolak ukur untuk menandakan perusahaan tersebut besar atau kecil melalui gambar dari besar kecilnya aset yang digunakan dalam suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menandakan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik atau mengalami peningkatan dalam jangka waktu yang relatif lebih lama Saputra, (2020). Sedangkan sebaliknya perusahaan dikatakan kecil apabila total asset yang dimilikinya sedikit. Hal tersebut membuat manajer yang memimpin perusahaan yang

memiliki aktiva yang besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba termasuk dengan melakukan *transfer pricing* sebab perusahaan yang besar lebih menonjol serta lebih diperhatikan kinerjanya oleh masyarakat sehingga manajer perusahaan akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangan. Dan perusahaan kecil berkemungkinan besar terjadinya *transfer pricing* tersebut karena hal ini jarang dilirik masyarakat maupun investor. Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan investasi yang dilakukan hal ini disebabkan karena investor akan melihat prospek kinerja perusahaan yang menjadi daya tarik investor untuk menanamkan modalnya (Rosita, 2020). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa, semakin besar perusahaan maka volume terjadinya *transfer pricing* dimungkinkan akan semakin sedikit (Kiswansto & Purwaningsih, 2015). Sedangkan sebaliknya perusahaan yang memiliki aktiva tergolong kecil akan lebih berkemungkinan besar untuk melakukan *transfer pricing*.

Penelitian mengenai pengaruh mekanisme bonus dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pernah dilakukan oleh Refgia, (2017) dengan Hasil penelitian yang dilakukan Refgia menunjukkan hasil bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rezky & Fachrizal, (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan variabel mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*

pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014.

Hal lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ialah *Profitabilitas*. *Profitabilitas* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu pada tingkat penjualan, *asset* dan modal saham tertentu. Suatu perusahaan dapat dinilai melalui berbagai cara tergantung pada laba dan aktiva atau modal yang dibandingkan satu dengan yang lainnya. sehingga perusahaan memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan baik di induk maupun anak perusahaan, (Janah, Wijaya, & Amah, 2019). Salah satu rasio yang terdapat pada rasio profitabilitas adalah *Return On Asset (ROA)*. *Return On Asset* adalah rasio profitabilitas yang menunjukkan keuntungan (laba bersih) yang diperoleh perusahaan sehubungan dengan keseluruhan sumber daya atau jumlah asset (Agustina, 2019).

Penelitian mengenai profitabilitas juga pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Yaitu Sari & Mubarak (2018), dengan hasil penelitian yang dilakukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2012-2016. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Ilmi (2020), dengan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Leverage* juga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi terjadinya *transfer pricing*. Pemilik perusahaan menggunakan utang untuk memaksimalkan pengembalian dari investasi, sehingga akan berdampak meningkatnya laba yang diperoleh. Penataan hutang yang baik akan mempermudah perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Menurut (Ayshinta, Agustin, & Afriyenti, 2019). Pembiayaan dengan utang umumnya akan meningkatkan tingkat pengembalian yang diharapkan untuk suatu investasi, tetapi bagi pemilik perusahaan utang juga meningkatkan risiko terhadap investasi. Maka dari itu dapat ditarik makna bahwa perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi cenderung akan melakukan penataan hutang agar dapat mengakali penghindaran pajak melalui *transfer pricing*. Dengan memanfaatkan hubungan istimewa Penataan hutang yang baik akan mempermudah suatu perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dalam proses transaksi pembelian kebutuhan operasional perusahaan. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100% (Rezky & Fachrizal, 2018). Kreditor lebih menyukai rasio utang yang rendah karena, semakin rendah rasio utang maka makin besar perlindungan terhadap kerugian kreditor jika terjadi likuidasi, semakin rendah rasio ini, maka tekanan utang pada perusahaan akan berkurang.

Berdasarkan latar belakang serta hasil penelitian terdahulu adanya perbedaan-perbedaan hasil pada beberapa penelitian, maka penulis tertarik untuk mengkaji dan membahas lebih lanjut dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap *Transfer***



***Pricing* dengan Leverage sebagai variabel kontrol studi kasus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2015-2019.**

**1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Praktik *transfer pricing* disalahkan digunakan untuk melakukan penggelapan pajak.
2. *Transfer pricing* merupakan salah satu skema yang dijadikan perusahaan untuk memperoleh laba yang besar.
3. *Transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda.
4. Perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara akan dihadapi oleh perusahaan multinasional sehingga melakukan *transfer pricing*.
5. salah satu upaya perencanaan pajak perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan pada Negara.
6. Besarnya laba yang didasarkan mekanisme bonus akan mengakibatkan direksi berupaya untuk melakukan *transfer pricing*.
7. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai Negara cenderung menggeser kewajiban

perpajakannya dari Negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke Negara-negara yang memiliki tarif pajak rendah.

8. Kasus transfer pricing yang terjadi karena kurangnya hukum bagi pelaku *transfer pricing*.
9. Perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menajsi semakin tinggi.
10. Adanya masalah menyangkut *Bea Cukai*, pajak, persaingan usaha yang tidak sehat dan masalah internal manajemen yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas agar penelitian lebih fokus dan terarah, maka penulis perlu membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu variabel bebas mekanisme bonus (X1), ukuran perusahaan (X2), *profitabilitas* (X3), Variabel terikat adalah *Transfer Pricing* (Y), dan Variabel kontrol *leverage* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah di atas, dapat diambil rumusan masalah dalam penelitian ini ialah :

1. Bagaimana pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019?
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019?
3. Bagaimana pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019?
4. Bagaimana pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, dan *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019?
5. Bagaimana pengaruh *Leverage* sebagai variable kontrol terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan yang diharapkan dapat diperoleh ialah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.
4. Untuk mengetahui pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan dan *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan untuk memperdalam wawasan serta ilmu pengetahuan khususnya tentang Mekanisme Bonus, Ukuaran Perusahaan, dan *Profitabilitas* terhadap *Transfer Pricing*

2. Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai bahan penambah referensi, informasi serta dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan bagi pihak - pihak yang akan melakukan penelitian dengan objek penelitian yang sama dimasa akan datang.

3. Bagi Lingkungan Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu tambahan wawasan khususnya penelitian ini serta bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Sebagai sumber referensi untuk peneliti selanjutnya agar dapat dikembangkan secara lebih luas dan terperinci dalam penyusunan.