

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Globalisasi saat ini berkembang dengan sangat pesat tanpa mengenal batas negara, dimana akan membawa dampak disegala bidang salah satunya pada perkembangan dan kemajuan di bidang ekonomi dan bisnis. Dengan perkembangan dunia bisnis saat ini, perusahaan-perusahaan nasional kini menjelma menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan di beberapa negara. Sehingga menyebabkan perusahaan menjadikan proses produksinya dalam departemen-departemen produksi. Hal ini mungkin tidak menjadi sulit apabila hanya terjadi di sebuah perusahaan dalam satu negara karena beban-beban serta biaya-biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Namun, hal ini akan menjadi sulit apabila suatu perusahaan memiliki anak perusahaan diberbagai negara dan itulah yang terjadi saat ini. 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 (Saraswati & Sujana, 2017).

Perkembangan *transfer pricing* tidak lepas dari globalisasi. Globalisasi berperan mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan antarnegara dalam rangka memudahkan arus barang, jasa, modal dan sumber daya manusia antarnegara. Kemajuan yang pesat dalam teknologi, transportasi, dan komunikasi memberi kemudahan bagi perusahaan multinasional dalam menempatkan usaha mereka di negara manapun di belahan dunia. Kenyatannya sebagian besar transaksi perdagangan internasional saat ini melibatkan perusahaan multinasional dalam satu grup (*intra-group transactions*). Dalam perkembangannya, transaksi perdagangan internasional yang melibatkan perusahaan multinasional dalam satu grup berkembang semakin kompleks, yang tidak hanya melibatkan barang saja, tetapi juga modal, jasa, dan harta tak bergerak (misalnya kekayaan intelektual). Pada akhirnya kompleksitas tersebut mengakibatkan kompleksitas dalam

menganalisis dan memahami transaksi tersebut, termasuk untuk kepentingan pemajakan (Kurniawan, 2015).

Lazimnya suatu transaksi yang terjadi apabila melibatkan pihak-pihak yang independen satu dengan yang lain (tidak ada hubungan istimewa) harga yang terbentuk ditentukan oleh kekuatan pasar (hukum permintaan dan penawaran). Apabila transaksi tersebut melibatkan pihak-pihak yang ada hubungan istimewa (*associated enterprises*), maka dapat terjadi harga yang terbentuk menjadi tidak wajar, karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya. Namun demikian, otoritas pajak tidak dapat serta-merta menganggap bahwa transaksi yang melibatkan hubungan istimewa terdapat upaya untuk meminimalkan laba (penghindaran pajak), sebab dari sisi wajib pajak, perusahaan multinasional terkadang mengalami kesulitan dalam menentukan harga wajar karena ketiadaan mekanisme pasar, atau karena adanya strategi bisnis tertentu yang berujung sulitnya menentukan harga perbandingan. Dalam situasi seperti itu, menjadi penting kiranya untuk menetapkan harga transfer yang tepat, yang dapat diterima oleh semua pihak apabila transaksi melibatkan perusahaan-perusahaan dalam satu grup (*intra-group transactions*) yang dipengaruhi oleh suatu hubungan istimewa (Kurniawan, 2015).

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 berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak (PKP) bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib 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 (Setiawan, 2014). Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang diatur dalam Pasal 18 ayat (4) menerangkan bahwa hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lain sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Sedangkan untuk wajib pajak perseorangan,

hubungan istimewa dapat terjadi karena hubungan keluarga sedarah dalam garis lurus atau kesamping satu derajat. Hubungan istimewa yang dimaksud dapat mengakibatkan kekurangwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha (Sumarsan, 2013).

Beberapa alasan perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing*. Salah satunya adalah alasan pajak. Menurut Dwi Noviasatika dalam Yuniasih *et al.*, (2012:13), 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*.

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing* adalah *tunneling*. *Tunneling* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Hartati, 2014). Pemindahan sumber daya dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan melalui *transfer pricing*.

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus (*bonus mechanism*). Menurut Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima. Termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*.

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. Penyebab lainnya penjualan mobil kepada pihak terafiliasi seperti TAM (Indonesia) dan TMAP (Singapura) di bawah harga pokok produksi (Amin, 2013).

Bila di lihat dari fenomena tersebut, dapat di simpulkan bahwa perusahaan tersebut telah melakukan praktik *transfer pricing* untuk dapat mengurangi beban pajak perusahaan, yaitu dengan memainkan harga transaksi dengan pihak terafiliasi dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti secara tidak wajar. Perusahaan juga melakukan *tunneling*, praktek *transfer pricing* dalam *tunneling* ini dilakukan oleh perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan cara menjual persediaan dengan harga jauh dibawah harga pasar dan pembelian bahan baku secara tidak wajar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya (Refgia, 2017).

Praktik *transfer pricing* untuk mekanisme bonus terindikasi terjadi pada PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. Indikasi tersebut dapat di lihat berdasarkan tabel 1.

Tabel 1 : Indikasi Mekanisme Bonus

Nama Perusahaan	Tahun	Laba Bersih Tahun t	Laba Bersih Tahun t-1	Bonus	Transfer Pricing
Sepatu Bata, Tbk.	2013	44.373.679.000	69.343.398.000	0,639	1
	2014	70.781.440.000	44.373.679.000	1,595	1
	2015	129.519.446.000	70.781.440.000	1,830	1
Japfa Comfeed Indonesia Tbk	2013	640.637.000.000	1.074.577.000.000	0,596	1
	2014	384.846.000.000	640.637.000.000	0,601	1
	2015	524.484.000.000	384.846.000.000	1,363	1

Suber: Data di olah dari laporan keuangan

Dari tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa dari hasil perhitungan Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) pada Sepatu Bata Tbk dan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk yang digunakan untuk mengukur besarnya bonus yang akan diberikan kepada para anggota direksi mengalami kenaikan pada tahun 2013-2015. Kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima (Hartati, 2014).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Marfua & Azizah (2014), Noviasatika, dkk (2016), Refgia (2017), dan Saraswati & Sujana (2017) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfe pricing*. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini kemungkinan terjadi dikarenakan perusahaan mengurangi beban pajak perusahaan dengan menerapkan manajemen pajak.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015), Noviasatika, dkk (2016), Refgia (2017), dan Saraswati & Sujana (2017) bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Marisa (2017) bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hal ini kemungkinan terjadi dikarenakan para pemegang saham mayoritas memiliki kendali untuk dapat menghasilkan laba yang tinggi dan mengorbankan hak-hak pemegang saham minoritas.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hartati, dkk (2014) bahwa mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh & Hapsari (2015), Mispianiti (2015), Refgia (2017), dan Saraswati & Sujana (2017) 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.

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 dijelaskan, maka penulis akan meneliti dan menguji kembali sebagai isu sentral dalam penelitian pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Adapun perbedaan penelitian ini dari penelitian sebelumnya terletak pada periode pengamatan yang diteliti.

I. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
- b. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* ?
- c. Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?

I.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- b. Untuk mengetahui pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
- c. Untuk mengetahui pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

I.4 Manfaat Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap agar hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1) Bagi Akademisi

Memberikan kontribusi ilmiah dan tambahan bukti empiris yang berkaitan dengan pajak, tunneling incentive, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

2) Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sumber kepustakaan dan sebagai bahan acuan terhadap penelitian dimasa yang akan datang mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan harga transfer perusahaan multinasional.

b. Manfaat Praktisi

1) Bagi Penulis

Dapat memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis yang mendalam tentang pajak, tunneling incentive, dan mekanisme bonus serta pengaruhnya terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing. Di samping itu, penelitian ini juga dapat disajikan pengalaman berharga dalam merumuskan, menganalisa dan

memecahkan masalah dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat selama belajar di perguruan tinggi.

2) Bagi Regulator

Dalam hal ini adalah Direktorat Jendral Pajak (DJP) dan Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berhubungan dengan pentingnya pengawasan serta efektifitas peraturan yang telah dikeluarkan mengenai pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan harga transfer perusahaan multinasional di Indonesia sehingga dapat meminimalisir kecurangan maupun penyelewengan terhadap kebijakan harga transfer di Indonesia.

3) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan harga transfer perusahaan multinasional di Indonesia, sebagai salah satu bahan pertimbangan dan memberikan informasi, sehingga dapat membantu dalam pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika bisnis.