

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ditengah perkembangan dunia bisnis yang semakin dinamis pada era globalisasi, perusahaan berlomba-lomba dalam menguasai pasar. Salah satu upaya yang dilakukan diantaranya dengan mendirikan anak perusahaan atau cabang baik di dalam maupun di luar negeri. Setiap negara memiliki serangkaian peraturan yang berbeda, sehingga dapat menghambat perusahaan yang memiliki anak perusahaan pada negara lain untuk menjalankan aktivitas perekonomiannya. Pada keadaan tersebut, biasanya perusahaan memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* atas sumber daya, jasa, dan teknologi antara perusahaan induk dan anak maupun antara anak perusahaan dalam skala multinasional (Tiwa dkk, 2017).

Transfer pricing merupakan kegiatan dalam menentukan harga pada transaksi yang dilakukan oleh antar anggota maupun antar divisi (Saifudin dan Putri, 2018). *Transfer pricing* timbul karena adanya hubungan istimewa salah satunya seperti antar anggota perusahaan. Indonesia telah mengatur mengenai Hubungan istimewa yang tertuang pada undang-undang nomor 36 tahun 2008 yang terdapat pasal 18 ayat (4) yang menjelaskan tentang adanya hubungan istimewa antara wajib pajak badan disebabkan karena kepemilikan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% atau lebih, maupun antara beberapa badan yang 25% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Kemudian Standar Akuntansi Keuangan juga mengatur mengenai hubungan istimewa yang terdapat pada Standar Akuntansi Keuangan tahun 2018 No.7 yang menyatakan bahwa pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa adalah orang atau entitas yang terkait pada entitas yang membuat atau menyiapkan laporan keuangannya.

Pada praktiknya, *transfer pricing* banyak disalahgunakan oleh perusahaan multinasional. Adanya perbedaan tarif antar negara dapat memberikan celah bagi perusahaan multinasional dalam melakukan perencanaan pajak dengan melakukan *transfer pricing*, sehingga hal ini berdampak pada banyak negara yang berpotensi mengalami kerugian terutama Indonesia yang salah satu sumber APBN yang dimilikinya berasal dari pemungutan pajak. Menurut Yustinus Prabowo selaku

Direktur *Eksekutif Center For Indonesian Taxation* menyatakan bahwa Indonesia berpotensi mengalami kerugian kehilangan penerimaan pajak sebesar lebih dari Rp.1.300 triliun setiap tahunnya yang diakibatkan adanya penyalahgunaan praktik *transfer pricing* (Refgia, 2017). Sehingga, kebanyakan praktik *transfer pricing* menyebabkan perusahaan multinasional mengalihkan keuntungan atau asetnya kepada negara lain yang memiliki kebijakan tarif pajak yang lebih rendah, maka pajak yang dikenakan oleh suatu negara tersebut lebih rendah karena adanya penggeseran penghasilan.

Beberapa kasus *transfer pricing* yang terjadi baik di Indonesia maupun di luar negeri, seperti pada kasus yang dialami oleh PT. Adaro Energy yang merupakan perusahaan sektor tambang yang berasal dari Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. PT. Adaro Energy melakukan *transfer pricing* dengan terhadap *Coaltrade Services International Pte. Ltd.* yang merupakan perusahaan afiliasi yang terletak di Singapura. Adaro dan Coaltrade memiliki pemegang saham yang sama sehingga negosiasi kontrak antara keduanya tidak terjalin sesuai dengan prinsip kewajaran (inilahcom, 2008). Praktek *transfer pricing* yang dilakukan adalah dengan cara Adaro melakukan penjualan batubara terhadap Coaltrade dengan di bawah harga pasar, kemudian Coaltrade menjual kembali sesuai dengan harga pasar. Hal tersebut cukup menguntungkan Coaltrade namun berdampak pada keuntungan yang dihasilkan oleh Adaro menjadi lebih rendah dan dapat merugikan Indonesia dari segi perpajakan (Saraswati dan Sujana, 2017).

Kasus *transfer pricing* juga ada yang terjadi di luar negeri seperti *Apple Inc.* yang merupakan perusahaan sektor manufaktur yang berasal dari Amerika yang mana skema *transfer pricing* yang dimulai ketika apple memiliki dua anak perusahaan di Irlandia. Irlandia merupakan negara yang memiliki tarif pajak yang cukup rendah yaitu 12,5%. Anak perusahaan di Irlandia memiliki kekayaan intelektual perusahaan apple sehingga dapat melisensikan IP (*Internet Protocol*) kepada seluruh anak perusahaan apple secara global. Praktik *transfer pricing* apple yaitu dengan cara setiap penjualan produk apple secara global, maka harus melakukan pembayaran kepada anak perusahaan apple di Irlandia sebagai penggunaan kekayaan intelektual yang dimiliki oleh anak perusahaan tersebut. Sehingga seluruh keuntungan yang didapatkan dari penjualan produk apple dapat

dialihkan ke anak perusahaan apple di Irlandia sehingga perusahaan apple dapat membayar pajak dengan tarif yang rendah (CNBC, 2016).

Adanya kasus yang dialami oleh Adaro Energy dan *Apple Inc* tersebut, menggambarkan adanya penyalahgunaan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki skala yang besar yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan dengan cara meminimalkan beban pajak yang dibayarkan melalui *transfer pricing* dengan memanfaatkan perbedaan tarif antar negara. Adanya penyalahgunaan *transfer pricing* juga dapat terjadi karena adanya peran pemegang saham seperti yang terjadi pada PT. Adaro Energy dengan *Coaltrade Services International Pte. Ltd.* sehingga transaksi yang telah terjadi tidak sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha.

Adanya kasus mengenai *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT. Adaro Energy dan *Apple Inc* yang menimbulkan masalah perpajakan, maka Indonesia memiliki serangkaian peraturan yang menangani masalah *transfer pricing* tertuang dalam undang-undang Nomor 36 tahun 2008 pada pasal 18 yang meliputi pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak sesuai dengan *arm's length principle*, *arm's length principle* itu sendiri merupakan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha yang terjadi antara transaksi dengan memiliki hubungan istimewa dengan transaksi yang tidak memiliki hubungan istimewa haruslah sebanding, hal ini diatur dalam Peraturan Direktorat Jenderal Pajak No. 32 Tahun 2011 (Cahyadi dan Noviari, 2018), serta adanya peraturan mengenai pemeriksaan *transfer pricing* pada Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER 22/PJ/2013.

Adanya faktor-faktor yang dapat mendorong perusahaan untuk memutuskan melakukan *transfer pricing*. Faktor pertama adalah pajak. Adanya beban pajak penghasilan perusahaan yang ditanggung perusahaan yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* untuk dapat meminimalkan beban pajak yang ditanggung. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian terdahulu oleh penelitian Saraswati dan Sujana (2017) dengan periode penelitian 2012 sampai 2015, Tiwa, dkk (2017) dengan periode penelitian 2013 sampai 2015, Kusumasari, dkk (2018) dengan periode penelitian 2012 sampai 2016, serta Cahyadi dan Noviari

(2018) dengan periode penelitian 2014 sampai 2016 dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan *transfer pricing* sebab dalam penerapan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional masih menjadi sarana untuk penghindaran pajak dan menempatkan tarif pajak efektif sebagai tolak ukurnya. Sehingga, semakin besar jumlah beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara maka perusahaan-perusahaan multinasional yang berorientasikan pada laba usaha semakin terpicu untuk melakukan berbagai kiat dalam rangka meminimalisir jumlah beban pajak yang harus dibayar yang salah satunya dengan menerapkan *transfer pricing*. Hasil lain telah didapatkan dalam penelitian Refgia (2017) dengan periode penelitian 2011 sampai 2014 dan Kusuma dan Wijaya (2017) dengan periode penelitian 2011 sampai 2015 yang mendapatkan hasil penelitian bahwa pajak berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan *transfer pricing* karena penghindaran pajak diukur dengan menggunakan tarif efektif pajak yang mewakili motif kepatuhan pajak oleh perusahaan. Maka, semakin tidak patuh perusahaan dalam hal perpajakan, semakin besar kemungkinannya perusahaan akan terlibat dalam mekanisme penetapan harga transfer. Namun, adanya pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* tidak didukung dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) dengan periode penelitian 2012 sampai 2016 serta Saifudin dan Putri (2017) dengan periode penelitian 2012 sampai 2015 yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Selain pajak, faktor ukuran perusahaan yang merupakan skala besar atau kecilnya perusahaan yang juga menjadi penyebab perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* karena semakin tinggi laba yang didapatkan oleh perusahaan besar dapat mendorong perusahaan memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* untuk menghindari beban pajak yang tinggi. Hal ini didukung pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Richardson, dkk (2013) dengan tahun penelitian 2009, Waworuntu dan Hadisaputra (2016) dengan periode penelitian 2010 sampai 2012 serta Kusuma dan Wijaya (2017) dengan periode penelitian 2011 sampai 2015 yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan *transfer pricing* sebab semakin besar ukuran perusahaan

maka akan semakin potensial untuk menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Semakin besar perusahaan akan memiliki operasi dalam lingkup global dapat meningkatkan penjualan. Bersamaan dengan itu, mereka dapat melindungi pendapatan mereka yang tinggi dengan melakukan mengalihkannya ke negara-negara yang memiliki tarif yang lebih rendah. Sehingga semakin besar perusahaan maka akan semakin tinggi potensi untuk memutuskan melakukan *transfer pricing*. Hasil lainnya didapatkan oleh Kusumasari, dkk (2018) dengan periode penelitian tahun 2012 sampai 2016 yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap *transfer pricing*, sebab manajer yang memimpin perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan *transfer pricing* karena perusahaan besar cenderung lebih diperhatikan masyarakat dibandingkan perusahaan kecil. Sehingga perusahaan kecil lebih berpotensi untuk melakukan *transfer pricing*. Namun hasil yang berbanding terbalik didapatkan pada penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) dengan periode penelitian 2012 sampai 2016 dan Refgia (2017) dengan periode penelitian 2011 sampai 2014 yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Maka, hasil dari penelitian kedua peneliti tersebut tidak mendukung bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah *tunneling Incentives*. *Tunneling incentives* disebabkan adanya konflik kepentingan antara pihak pemegang saham pengendali dan non pengendali. Adanya *Tunneling incentives* dapat mendorong perusahaan untuk memutuskan melakukan *transfer pricing* sebab pihak pengendali dapat memberikan tekanan kepada pihak manajemen untuk melakukan *transfer pricing* agar tujuan pihak pengendali dapat tercapai. Hal ini didukung pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saraswati dan Sujana (2017) dengan periode penelitian 2012 sampai 2015, Refgia (2017) dengan periode penelitian 2011 sampai 2014 serta Nuradila dan Wibowo (2018) dengan periode penelitian 2012 sampai 2014 menunjukkan bahwa *tunneling incentives* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap keputusan *transfer pricing* karena apabila semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham, dapat berdampak pada semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk memutuskan

melakukan *transfer pricing*. sebab, apabila perusahaan anak membeli suatu barang atau jasa kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal, maka akan dapat sangat menguntungkan bagi perusahaan induk yang mana pemegang saham pengendali atas perusahaan anak tersebut. Namun, pemegang saham non pengendali akan merasa dirugikan karena ikut menanggung beban atas adanya kegiatan *transfer pricing* tersebut. Kemudian hasil lain didapatkan oleh Lo dkk. (2010) dengan tahun penelitian 2008 menyatakan bahwa pajak berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan *transfer pricing* sebab semakin tinggi presentase saham yang dimiliki pemegang saham pengendali. Maka, semakin besar kemungkinan bahwa laba yang akan bergeser jauh dari perusahaan yang terdaftar melalui penjualan pihak terkait untuk perusahaan induk sehingga perusahaan tidak bersedia melakukan *transfer pricing* atau mengorbankan penghematan pajak agar dapat menyalurkan keuntungan ke perusahaan induk. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Putri (2017) dengan periode penelitian 2012 sampai 2015 mendapatkan hasil penelitian yang berbanding terbalik dibandingkan dengan penelitian yang lain, dalam penelitian tersebut menyatakan bahwa *tunneling incentives* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian diatas, terdapat fenomena mengenai kasus *Apple Inc* dan PT. Adaro Energy yang menunjukkan adanya penyalahgunaan praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional khususnya pada sektor non keuangan yang dapat merugikan Indonesia dari sisi penerimaan pajak serta adanya hasil penelitian yang berbeda-beda pada hasil penelitian terdahulu mengenai faktor-faktor yang memicu adanya penyalahgunaan pada *transfer pricing* yang telah dijelaskan diatas, sehingga *transfer pricing* sangat menarik untuk diteliti. maka, sampel yang akan digunakan merupakan perusahaan multinasional yang bergerak pada sektor non keuangan yang telah terdaftar pada Bursa Efek Indonesia pada periode antara tahun 2013 sampai 2017. Sehingga penelitian ini berjudul Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan di Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, berikut adalah rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian :

1. Apakah Pajak (PPh Badan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* ?
2. Apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* ?
3. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian pada latar belakang dan rumusan masalah, berikut adalah beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian :

1. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh Pajak (PPh Badan) terhadap keputusan *Transfer Pricing*.
2. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap keputusan *Transfer Pricing*.
3. Menemukan bukti empiris dan menganalisis pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan pada penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, diharapkan dapat memberikan manfaat ke berbagai pihak antara lain:

1. Manfaat Teoritis dan Akademis
 - a. Menambah pengetahuan dalam bidang akuntansi mengenai *transfer pricing* beserta faktor penyebabnya.
 - b. Menambah referensi bagi peneliti di masa yang akan datang sehingga dapat lebih mendalami mengenai *transfer pricing* beserta faktor penyebabnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Investor dan Kreditor

Memberikan dan menambah wawasan mengenai *transfer pricing* serta faktor penyebabnya sehingga dapat membantu investor dan kreditor dalam mengambil keputusan.

b. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini, dapat dijadikan sumber informasi yang diberikan bagi tiap perusahaan untuk bahan evaluasi perusahaan sehingga menambah kesadaran perusahaan untuk tidak menyalahgunakan praktek *transfer pricing*.

