

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

“*Transfer pricing*” yakni suatu transaksi sejumlah transfer atas barang serta jasa yang dilakukan oleh perusahaan, dimana pada proses transaksi ini terbagi dalam 2 kelompok yakni *intracompany transfer pricing* serta *intercompany transfer pricing*. Transaksi harga terjadi antar pengiriman pada tiap divisi yang ada pada suatu perusahaan disebut *intracompany transfer pricing*, dan transaksi harga transfer yang terjadi pada dua perusahaan yang mempunyai relasi istimewa disebut *intercompany transfer pricing*. Transaksi tersebut akan terjadi apabila kedua perusahaan bertempat di negara yang sama atau merupakan anak perusahaan dari negara maju (Andayani & Sulistyawati, 2020; Putri, 2018).

Praktik *transfer pricing* yang dijalankan perusahaan multinasional merupakan bentuk penghindaran pajak (*tax avoidance*). Ketika suatu grup usaha yang beroperasi disuatu negara atau lebih dan melakukan transaksi afiliasi yang merugikan penerimaan negara, maka hal tersebut dapat dikatakan sebagai *transfer pricing*. Peristiwa tersebut timbul disebabkan oleh perusahaan multinasional yang memindahkan hasil pendapatan yang berasal dari negara yang pajaknya lebih tinggi dari negara lainnya (Amanah & Suyono, 2020; Of et al., 2020).

Pada dasarnya praktik *transfer pricing* tidak mempunyai hubungan erat dengan *tax avoidance*, selama transaksi antar perusahaan yang terafiliasi telah memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Praktik ini bertujuan memotivasi para manajer dalam pengambilan keputusan dan meningkatkan kinerja operasional perusahaan (Tjandrakirana & Diani, 2020).

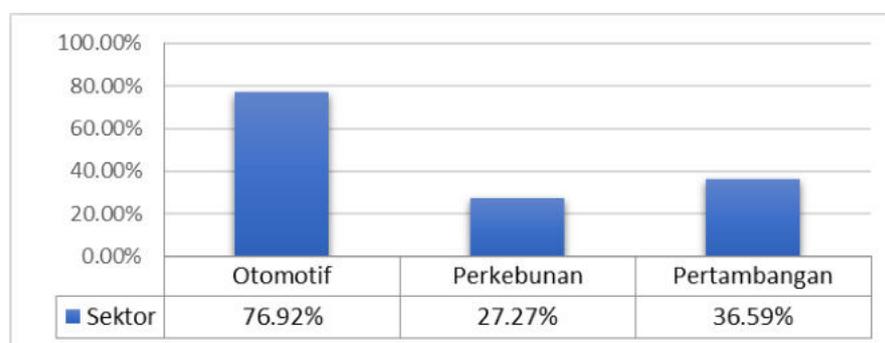
Kantor Perpajakan Australia (*Australian Taxation Office*) pada maret 2020, telah mengeluarkan ketetapan pajak terkait *transfer pricing* pada divisi alumunium Rio Tinto yang di mana pajak pertambahan sebesar \$86,1 juta harus dibayar untuk tahun fiskal 2010-2016. Berdasarkan penilaian, anak perusahaan Rio di Australia tidak mengenakan harga wajar untuk alumunium yang mereka jual ke pusat pemasaran Rio yang berada di Singapura (Ker, 2020).

Aturan yang berlaku terkait *transfer pricing* tertera pada Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Pasal ini menetapkan bahwa Direktur Jenderal Pajak berhak merumuskan kembali aturan mengenai penghasilan dan pemotongan berdasarkan kewajaran dan praktek bisnis yang tidak terpengaruh oleh hubungan istimewa, dan menetapkan hutang yang digunakan sebagai modal hitungan hubungan istimewa Wajib Pajak dengan Wajib Pajak lainnya.

Pengertian satu atau lebih pihak hubungan istimewa dengan pihak berelasi terkait yang diatur pada undang-undang perpajakan berbeda dengan pengertian yang terkandung pada PSAK 7. Pelaku yang mempunyai hubungan (relasi) istimewa didefinisikan sebagai sisi yang mengemban kemampuan dalam mengelola pajak pihak yang lain atau mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan dan operasi pihak lain. Pengendalian mengacu pada pemilik langsung anak (cabang) perusahaan yang memiliki suara lebih dari 50%, serta kewenangan untuk memandu kebijakan keuangan dan operasi manajemen perusahaan, dan dapat memperoleh pengendalian dari kepemilikan saham, anggaran dasar atau perjanjian. Oleh karena itu, pengertian mengenai pihak-pihak berelasi belum tentu sama dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Misalnya, jika Wajib Pajak dapat dikatakan memiliki hubungan istimewa, ketika berada dalam suatu keadaan yang dimana dapat mempengaruhi pengambilan keputusan yang tidak secara wajar diantara pihak-pihak (Kuncoro, 2017).

Sedangkan untuk pihak berelasi dalam PSAK 7 ialah individu maupun entitas yang menjalin kolaborasi untuk membuat laporan terkait dengan keuangan pada perusahaan (dalam pendapat tersebut, mengacu pada pelapor). Proses transaksi yang terjadi pada pihak berelasi (antara individu maupun entitas lainnya) berupa keterlibatan dalam berwujud jasa, sumber daya, serta kewajiban antara pihak-pihak yang berkolaborasi, tanpa melihat ada tidaknya kesepakatan terkait dengan harga yang dikenakan. Contoh transaksi yang terjadi pada pihak yang berelasi adalah dengan menjual dan membeli barang dan aset antar perusahaan konsolidasi dengan cara memindahkan pendapatan yang diperolehnya terhadap negara yang dianggap memiliki jumlah tarif pajak yang lebih dibawahnya.

Ketentuan lebih lanjut perihal *transfer pricing* terdapat pada Peraturan Direktur Jenderal Pajak No. 32 Tahun 2011, yang memuat implementasi prinsip kewajaran serta praktik komersial terhadap transaksi yang terjadi oleh Wajib Pajak dan pihak yang memiliki hubungan khusus (hubungan istimewa). Aturan tersebut menjelaskan prinsip transaksi yang wajar, yaitu jika kondisi transaksi antar pihak terkait yang memiliki hubungan khusus sama atau sebanding dengan antara pihak yang tidak memiliki hubungan khusus, maka transaksi yang dilakukan oleh pihak yang memiliki hubungan khusus dan pihak yang tidak memiliki hubungan khusus, berada dalam harga yang harus sama atau dalam kisaran harga atau keuntungan.



Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dalam (Sari & Puryandani, 2019)

Gambar 1. Grafik Perusahaan yang Melakukan *Transfer Pricing* di BEI Tahun 2014-2017

Seperti terlihat pada gambar di atas, diantara semua *company* yang termuat dalam catatan BEI, dilihat pada statistik Ditjen Pajak terdapat 3 sektor utama melakukan transaksi *transfer pricing*. Berikut persentasi di sektor otomotif sebesar 76,92% merupakan tertinggi dari sektor lainnya, sektor perkebunan sebesar 27,27%, dan sektor pertambangan 36,59% (Sari & Puryandani, 2019).

Dibandingkan tahun sebelumnya, terjadi peningkatan kasus *transfer pricing* yang signifikan di tahun 2018. Dalam laporan *Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics* pada tahun 2018, OECD mencatat bahwa jumlah sengketa manipulasi *transfer pricing* hanya meningkat sebesar 20%. Angka ini lebih tinggi dari sengketa lainnya, hanya sekitar 10%. Dalam kasus MAP *transfer pricing*, hampir 75% dari solusi diselesaikan melalui perjanjian pajak atau sebagian tidak

sesuai dengan perjanjian pajak, dimana 5% menerima keringanan secara sepihak, dan 5% diselesaikan melalui *domestic remedy* (Suwiknyo, 2019).

Pada Forum Nasional *Transfer Pricing* (Fornas TP) 2020 mengatakan bahwa *transfer pricing* bukanlah praktik yang negatif. Jika harga yang digunakan tidak wajar, maka praktik ini menjadi kurang tepat. Dirjen Pajak Suryo Utama mengungkapkan bahwa masalah *transfer pricing* tidak hanya ada di Kanwil DJP Wajib Pajak Besar dan Kanwil DJP Jakarta Khusus. Pasalnya, setiap Kanwil DJP di seluruh Indonesia sudah mengalami kendala terkait praktik *transfer pricing* (Wildan, 2020).

Perkembangan praktik *transfer pricing* terjadi di Indonesia pada perusahaan multinasional dibidang manufaktur. Seperti yang dilakukan oleh PT Coca-Cola Indonesia (PT CCI) yang merupakan anak perusahaan The Coca-Cola Company. PT CCI terindikasi mengelabui pajak yang mengakibatkan kurang bayar pajak sebesar Rp 49,24 miliar. Pada tahun 2004, PT CCI mengajukan banding ke pengadilan pajak karena dinilai telah membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Kasus tersebut berlangsung pada tahun pajak 2002-2006, hasil pemeriksaan oleh DJP mendeteksi bahwa biaya tahun tersebut sangat tinggi sehingga mengalami peningkatan yang signifikan. Penghasilan kena pajak yang berkurang disebabkan oleh biaya yang tinggi, dan oleh karena itu setoran pajak yang diberikan kepada negara akan lebih sedikit. Biaya tersebut antara lain digunakan untuk membayar iklan minuman jadi merek Coca-Cola selama periode 2002-2006 dengan total biaya sebanyak Rp 556,84 miliar, yang mengakibatkan adanya penurunan penghasilan kena pajak. Menurut perhitungan PT CCI, penghasilan kena pajak hanya Rp 492,59 miliar. Sedangkan data DJP menunjukkan bahwa jumlah penghasilan kena pajak PT CCI selama periode tersebut senilai Rp 603,48 miliar. Berdasarkan perbedaan tersebut, DJP menghitung bahwa Pajak Penghasilan (PPh) kurang bayar PT CCI sebesar Rp 49,24 miliar. Praktik ini terdeteksi karena produk PT CCI merupakan produk konsentrat, sehingga bukan produk minuman jadi yang membutuhkan banyak biaya periklanan, sehingga terdapat aktivitas yang tidak sejakan dengan bisnis perusahaan. Bagi DJP, kasus ini mengarah pada praktik *transfer pricing* untuk

mememinimalisir pembayaran pajak, karena beban biaya periklanan tersebut sangat mencurigakan (Mustami, 2014).

Perusahaan otomotif terbesar PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) juga telah menerapkan praktik *transfer pricing*. Kasus tersebut bermula ketika PT Toyota mengajukan permohonan restitusi pajak sebesar 412 miliar pada tahun 2005, 2007, dan 2008. DJP melakukan pemeriksaan atas permintaan tersebut. Pada tahun 2003 terjadi restrukturisasi, di mana pemegang saham PT Toyota adalah Toyota Motor Corporation Jepang yang memegang 95% sahamnya dan 5% sisanya dimiliki oleh PT Astra International Tbk. Sebelum tahun 2003, departemen perakitan mobil TMMIN masih bergabung dengan PT Toyota Astra Motor (TAM), namun setelah tahun 2003 perakitan mobil dipisahkan. Setelah dilakukan restrukturisasi pada tahun 2004, laba gabungan dari kedua perusahaan anjlok, dan pajak yang terutang kepada pemerintah menurun, dan omset produksi dan penjualan meningkat sebesar 40%. Hal ini ditunjukkan dengan laba bruto yang turun awalnya yakni Rp 1,5 triliun akhirnya Rp 950 miliar dengan persentase lebih dari 30%, dan terjadi penurunan *rasio gross margin* dari 14,59% menjadi 6,58%. Sebelum pemisahan, *rasio gross margin* TAM meningkat sebesar 11% sampai 14%/tahun. Setelah pemisahan *rasio gross margin* TMMIN sekitar 1,8% sampai dengan 3%/tahun, sementara TAM sekitar 3,8% sampai 5% per tahun. Artinya, apabila *rasio gross margin* TMMIN dan TAM digabungkan, hanya diperoleh persentase sebanyak 7% yang lebih sedikit, jika dibandingkan saat kedua perusahaan tersebut digabung yang mencapai 14%. Penurunan *rasio gross margin* tersebut disebabkan karena adanya indikasi *transfer pricing* dengan harga yang di luar prinsip kewajaran usaha. Hal ini terjadi karena TMMIN mengalihkan pendapatan yang diperolehnya dari Indonesia ke Singapura yaitu pada Toyota Motor Asia Pacific Pte., Ltd, dan memasarkan ke Toyota Astra Motor dengan harga yang ditawarkan lebih kecil dari harga pasar.

Merujuk pada pedoman *transfer pricing* yang disusun oleh OECD, DJP menggunakan cara “*Comparable Uncontrolled Price*” (CUP) yang membuat perbandingan harga melalui transaksi perusahaan serupa di negara lain. Melalui metode CUP ini, DJP melakukan perbandingan pada 5 perusahaan otomotif yang mempunyai karakteristik yang sama yaitu Yulon Motor (Taiwan), Hindustan

Motors (India), Dongan Heibao (China), Shenyang Jinbei, dan Force Motor Limited (India). DJP menemukan bahwa *rasio gross margin* berada di bawah nilai wajar, sehingga DJP menyimpulkan bahwa terjadi praktik *transfer pricing* untuk penghindaran pajak. Selain melakukan transaksi penjualan dengan pihak afiliasi diluar prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, TMMIN juga meningkatkan beban biaya melalui pembayaran royalti yang tidak sewajarnya, terutama kepada perusahaan induk Toyota yang berada di Jepang.

Berdasarkan uraian di atas, tampaknya *transfer pricing* merupakan opsi jalan pintas dalam mencari keuntungan. Terdapat beberapa faktor yang membuat perusahaan multinasional mengambil tindakan *transfer pricing*. Seperti yang dikemukakan oleh penelitian Ayu, dkk (2017), bahwasannya pajak memberikan pengaruh terhadap indikator *transfer pricing*. Proses ini melibatkan perusahaan afiliasi, berlokasi pada negara atau wilayah yang berbeda. Dengan tujuan agar mengurangi total pajak yang harus perusahaan bayar tersebut. Penelitian ini juga didukung oleh Wijaya & Amalia (2020) yang menyebutkan bahwasannya pajak berpengaruh positif pada *transfer pricing*. Hasilnya menyimpulkan bahwa semakin tinggi motivasi perusahaan dalam mengambil keputusan kegiatan *transfer pricing* yang dipengaruhi oleh jumlah pajak yang semakin besar.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Andayani & Sulistyawati (2020) menyatakan perusahaan yang pajaknya kecil, memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk tidak melakukan manipulasi pajak melalui *transfer pricing*. Dalam hal ini *transfer pricing* juga dikerjakan untuk mengalihkan sejumlah harga kepada perusahaan yang memiliki afiliasi atau anak cabang di dalamnya. Tjandrakirana & Diani (2020) juga menambahkan bahwa pajak tidak mempengaruhi keputusan perusahaan menerapkan *transfer pricing*. Perusahaan dengan beban pajak yang besar, tidak akan memutuskan untuk menerapkan *transfer pricing*.

Penyebab lainnya yang mungkin memberikan pengaruh pada perusahaan memutuskan untuk *transfer pricing* ialah dengan *tunneling incentive*. *Tunneling* dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemindahan harta benda perusahaan. Praktik *tunneling* termasuk transaksi antara *company with owner* melalui aset yang dijual, peminjaman, pemberian ganti rugi eksekutif terlalu besar, penerbitan saham dilutif, kontrak harga pengalihan, atau transaksi lainnya yang memungkinkan

untuk memberatkan pemegang saham bukan pengendali. Jika semakin banyak aktivitas *tunneling* yang dilakukan, maka aktivitas *transfer pricing* juga akan semakin meningkat (Suryarini dkk, 2020). Lo et al., (2010) menyatakan bahwa pengambilan keputusan di China dipengaruhi oleh konsentrasi kepemilikan pemerintah, karena perusahaan mau mempertaruhkan penghematan pajak guna *tunneling* profit kepada induk perusahaannya.

Penelitian terkait *tunneling incentive* terhadap ketetapan *transfer pricing* sudah ada, antara lain, diantaranya Ayu, dkk (2017) mengemukakan *tunneling incentive* memiliki *positive effect* terhadap ketetapan perusahaan melakukan *transfer pricing*, karena kepemilikan perusahaan hanya dikendalikan oleh beberapa pihak yang mengontrol perusahaan tersebut, dan seringkali akan mengambil tindakan yang hanya bermanfaat bagi dirinya sendiri. Hal tersebut bisa dicapai melalui *tunneling* yakni melakukan transaksi *transfer pricing* guna menambahkan pengembalian atau dividen yang akan diperoleh pemilik saham pengendali, namun pemilik saham non pengendali hanya turut memikul beban dari transaksi tersebut. Andayani & Sulistyawati (2020) menyatakan bahwa *tunneling incentive* mempunyai pengaruh yang signifikan dengan arah positif terhadap *transfer pricing*. Perusahaan dengan *tunneling* yang besar dikendalikan oleh pemegang saham asing yang lebih besar dan cenderung melakukan *transfer pricing*. Keadaan ini menunjukkan kebijakan yang diambil oleh perusahaan tidak dapat dipisahkan dengan negara pemegang saham yang memiliki kendali. Disisi lain, Wijaya & Amalia (2020) menyatakan bahwa perusahaan asing yang mempunyai modal saham lebih dari 20% tidak akan menempatkan pemilik saham asing pada kedudukan yang menguntungkan untuk mengendalikan ketetapan *transfer pricing*. Hal ini terjadi karena telah ada perjanjian dalam perusahaan, baik investasi maupun operasional yang terlebih dahulu harus dibicarakan dengan pemilik saham utama (mayoritas) dan juga dengan pemilik saham lainnya.

Hal lainnya yang mungkin memberikan pengaruh pada perusahaan memutuskan untuk *transfer pricing* adalah *Debt covenant*. *Debt Covenant* menggunakan rasio *leverage* sebagai proksi, dimana *leverage* ialah rasio perbandingan antara total utang dengan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perbandingan tersebut digunakan sebagai tolok ukur atas kemungkinan untuk

dapat membayar tagihan suatu utang, sehingga dapat menyampaikan representasi mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan. Menurut Junaidi & Yuniarti (2020) apabila perusahaan memiliki rasio terhadap utang yang lebih besar, maka manajer perusahaan akan dapat menggunakan cara yang dapat memberikan peningkatan pada keuntungan yang diperoleh perusahaan melalui metode akuntansi. Berdasarkan penelitian Tjandrakirana & Diani (2020) menjelaskan bahwa *debt covenant* memberikan pengaruh negatif secara signifikan terhadap ketetapan perusahaan menerapkan *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* (DER) yang semakin rendah membuat perusahaan memutuskan menerapkan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Indrasti (2016) berbeda dengan penelitian sebelumnya, dan menemukan bahwa perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. *Transfer pricing* bertujuan guna meningkatkan keuntungan dan mengurangi peraturan kredit atau pembatasan perjanjian yang termuat dalam kontrak utang (*debt covenant*).

Perbedaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu variabel independen, penulis mengikuti rekomendasi peneliti sebelumnya dengan memasukkan *debt covenant* sebagai variabel independen. Alasan pemilihan perusahaan manufaktur karena perusahaan multinasional cenderung menjalankan usahanya di sektor manufaktur, sehingga praktik *transfer pricing* akan dilakukan. Variabel dalam penelitian ini diantaranya Pajak Penghasilan, *Tunneling incentive*, dan *Debt covenant*.

Berdasarkan fenomena yang ada dan telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa praktik *transfer pricing* masih banyak dikerjakan perusahaan multinasional di Negara ini, serta fenomena yang ada menjadi isu penting untuk mendapatkan perhatian lebih mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi adanya *transfer pricing*. Selain itu, berdasarkan *gap research* yang ada belum menunjukkan bukti yang kuat dan akurat antara variabel dependen dengan independen, hal ini memotivasi penulis untuk melangsungkan penelitian dengan judul **“Determinasi Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia”**.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas:

- a. Apakah pajak penghasilan berpengaruh terhadap indikasi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?
- b. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap indikasi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?
- c. Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap indikasi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Menganalisa apakah pajak penghasilan memiliki pengaruh terhadap indikasi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia.
- b. Menganalisa apakah *tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap indikasi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia.
- c. Menganalisa apakah *debt covenant* memiliki pengaruh terhadap indikasi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, dan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menyajikan bukti implementasi teori keagenan pada praktik indikasi *transfer pricing* yang dipengaruhi oleh pajak penghasilan, *tunneling incentive*, dan *debt covenant*. Hasil

penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi perusahaan manufaktur

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan peninjauan dalam memaksimalkan laba perusahaan dengan penetapan harga barang dan jasa yang dilakukan antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa yang dilihat dari sisi pajak penghasilan, *tunneling incentive*, dan *debt covenant*.

2) Bagi pemerintah

Memberikan pemerintah gambaran umum tentang pajak penghasilan, *tunneling incentive* dan *debt covenant* yang mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam membuat suatu kebijakan mengenai *transfer pricing*.