

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi membuat perkembangan perekonomian di dunia menjadi semakin pesat dan membuat batas-batas negara menjadi hampir tidak ada. Perusahaan multinasional juga akan menghadapi suatu permasalahan yaitu perbedaan tarif pajak. Perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* menimbulkan beberapa masalah menyangkut bea cukai, pajak, ketentuan anti *dumping*, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen.

Transfer pricing memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda, tetapi juga terbuka untuk penyalahgunaan. Hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke Negara yang tarif pajaknya rendah, dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan (PriceWaterhouseCoopers, 2009: 15). Secara umum otoritas fiskal harus memperhatikan dua hal mendasar agar koreksi pajak terhadap dugaan *transfer pricing* mendapat justifikasi yang kuat, yaitu: afiliasi (*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*), dan kewajaran atau *arm's length principle* (Bakti, 2002). Hampir dalam setiap undang-undang perpajakan dapat dijumpai aturan-aturan yang mengatur perlakuan pajak terhadap transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Aturan tersebut merupakan dasar hukum bagi otoritas pajak untuk melakukan koreksi atas transaksi yang terjadi antar pihak-pihak yang

mempunyai hubungan istimewa, dan dianggap sebagai aturan yang dapat memecahkan masalah *transfer pricing*.

Wajib Pajak menganggap isu *transfer pricing* merupakan hal penting, hal ini dibuktikan dengan hasil survey E&Y dalam Haeruman (2010), terkait *transfer pricing* untuk tahun 2007 yang dipublikasikan pada bulan Februari 2008. Dari tujuh permasalahan pajak, *transfer pricing* merupakan persentase yang paling tinggi dengan memperoleh 39% responden, berturut-turut ada *Tax Planning* dengan 32%, *Double Taxation* 9%, *Value Added Tax* 8%, *Tax Controversy* 6%, *Custom Duties* 3%, dan *Foreign Tax Credit* 3%. Hal ini menandakan 39% dari semua responden mengidentifikasi *transfer pricing* sebagai isu pajak yang paling penting yang dihadapi kelompok mereka, lebih dari masalah pajak lainnya. 74% dari induk dan 81% dari anak responden percaya bahwa *transfer pricing* akan "benar-benar penting" atau "sangat penting" untuk organisasi mereka selama dua tahun ke depan. 2/3 dari responden induk telah mengalami peningkatan kebutuhan sumber daya *transfer pricing* dalam tiga tahun terakhir, dengan pertemuan 74% ini perlu melalui peningkatan ketergantungan pada penasihat eksternal.

Dari hasil survey tersebut tidak bisa dipungkiri bahwa isu *transfer pricing* bagi wajib pajak sangat penting. Oleh sebab itu penelitian ini akan mengangkat topik mengenai transfer pricing dan faktor-faktor yang mempengaruhinya

Penelitian tentang pajak yang mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan. Dalam penelitiannya Swenson (2000) menemukan bahwa harga dilaporkan pada laporan keuangan akan naik ketika efek gabungan dari pajak dan tarif memberikan dorongan bagi

perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* (Swenson, 2000). Dalam penelitian Yuniasih (2012) juga menyebutkan bahwa Beban Pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda dan juga terbuka untuk penyalahgunaan. Karena hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan menjadi kecil (Pricewaterhouse, 2009). Secara umum otoritas fiskal harus memperhatikan dua hal mendasar agar koreksi pajak terhadap dugaan *transfer pricing* mendapat justifikasi yang kuat, yaitu: afiliasi (*associated enterprises*) atau hubungan istimewa (*special relationship*), dan kewajaran atau *arm's length principle* (Bakti; 2002). Hal ini didukung oleh penelitian Rahayu (2010: 64), ia menemukan bahwa modus *transfer pricing* dilakukan dengan cara merekayasa pembebanan harga transaksi antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa, dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak terutang secara keseluruhan.

Selain beban pajak, keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh kepemilikan saham. Struktur kepemilikan di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik (Claessens, 2000), sehingga muncul konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Masalah keagenan terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas memiliki kendali pada keputusan daripada pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat

keputusan yang menguntungkan bagi dirinya sendiri, tanpa memperdulikan adanya kepentingan lainnya pada pemegang saham minoritas. Hal lain yang membuat konflik keagenan ini adalah lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens, 2002). Contoh *tunneling* adalah jaminan pinjaman, menjual produk di bawah harga pasar, manipulasi tingkat pembayaran dividen, memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan.

Beberapa penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan. Mutamimah (*tunneling* 2008) menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. Lo et al., (2010) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk keuntungan ke perusahaan induk. Aharony et al (2010) menemukan bahwa *tunneling incentive* setelah *initial public offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum IPO. Dan Yuniasih et al (2012) menemukan tunneling incentive berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Selain *tunneling incentive*, keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus scheme*). Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Adanya pemberian bonus

kepada direksi atau manajemen secara tidak langsung akan memberikan motivasi untuk bekerja lebih keras lagi untuk mendapatkan bonus yang lebih lagi. Karena sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing* maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Hal ini didukung oleh pendapat Horngren dalam Mutamimah (2008) yang menyebutkan bahwa kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan.

Menurut penelitian terdahulu, Purwanti (2010) bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Pemberian bonus tersebut akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekrut laba. Manajer secara otomatis akan lebih cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan yang akan mereka terima.

Beberapa penelitian tentang mekanisme bonus telah dilakukan dan hasilnya menurut (Lo, Wong, & Firth, 2010) bonus berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan perusahaan yang dilaporkan dengan meningkatkan laba periode sekarang salah satunya dengan praktek *transfer pricing*. Palestin (2008) juga menganalisis pengaruh bonus terhadap manajemen laba yang hasilnya menunjukkan bonus berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2016, alasannya karena praktek *transfer pricing* ini terjadi hanya dalam perusahaan manufaktur, khususnya perusahaan-

perusahaan multinasional yang memiliki anak perusahaan di luar negeri. Penggunaan sampel selama 3 tahun cukup untuk menggambarkan tentang kondisi perusahaan manufaktur di Indonesia yang melakukan praktek *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini akan menggabungkan dan menguji kembali pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis mengambil judul “Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2016”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi masalah-masalah yang mempengaruhi keputusan perusahaan manufaktur dalam melakukan *transfer pricing* sebagai berikut:

1. Perbedaan tarif pajak penghasilan badan antar Negara;
2. Kepemilikan saham mayoritas dalam suatu perusahaan;
3. Perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi;
4. Mekanisme pembagian bonus dalam suatu Perusahaan;
5. Ukuran atau assets perusahaan yang dimiliki.

C. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis ingin mengetahui apakah ada pengaruh antara pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan

untuk melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Namun karena perusahaan memiliki beragam karakteristik maka penulis mempersempit kategori objek atau sampel penelitian dengan karakteristik di berikut ini:

1. Perusahaan dengan bidang manufaktur, perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dipilih sesuai dengan penelitian ini yang memfokuskan penelitian pada industri manufaktur.
2. Laporan keuangan yang telah listing sejak tahun 2014 sampai dengan tahun 2016, periode ini dipilih karena cukup untuk menggambarkan tentang kondisi perusahaan manufaktur di Indonesia yang melakukan praktek *transfer pricing*.
3. Masalah dibatasi hanya pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* yang dipengaruhi oleh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus.

D. Perumusan Masalah

Transfer Pricing merupakan salah satu masalah penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia. Ini juga merupakan masalah penghindaran pajak yang besar yang merugikan negara. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan kajian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, dengan perumusan masalah yang dinyatakan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah beban pajak perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah mekanisme berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

E. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Kegunaan Praktis

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/ kreditor bagaimana pajak, *tunneling*, dan mekanisme bonus mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.

2. Kegunaan Teoritis

Menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran faktor yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia. Menambah referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.