

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan-perusahaan multinasional bermunculan di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Keadaan ini tidak lepas dari terbentuknya kawasan ekonomi terintegrasi di wilayah Asia Tenggara yang dikenal dengan istilah Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). Melalui MEA ini diharapkan negara-negara anggota dapat memiliki akses yang lebih besar untuk dapat mengembangkan usahanya sampai ke negara-negara tetangga di kawasan ASEAN. Suandy (2016:30) menyatakan perusahaan multinasional sebagai perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas-batas negara serta memiliki hubungan istimewa, baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi; dapat berupa anak perusahaan, cabang perusahaan, agen dan sebagainya, dengan tujuan untuk memaksimalkan laba setelah pajak (meminimalkan beban pajak). Namun masalah yang sering kali muncul berkaitan dengan perusahaan multinasional adalah mengenai harga transfer atau *transfer pricing* antar perusahaan baik masih dalam 1 perusahaan yang sama (internal perusahaan) atau dengan perusahaan lain (eksternal perusahaan).

Hongren dan Sundem (2008) menyatakan *transfer pricing* ialah usaha pengalokasian laba perusahaan kepada anak perusahaan yang memiliki beban pajak lebih rendah dengan tujuan untuk mengurangi pajak penghasilan yang dibayarkan oleh perusahaan induk. Pengalokasian laba biasanya dilakukan dengan melakukan pertukaran produk atau jasa antar unit-unit bisnis yang berbeda dalam perusahaan, produk tersebut mungkin merupakan produk akhir yang dapat dijual pada pelanggan luar atau produk menengah yang merupakan komponen produk akhir, seperti perusahaan kimia yang menjual produknya ke perusahaan sabun yang memang menggunakan bahan kimia sebagai bahan baku produknya. Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan (UU PPh) Pasal 18 ayat 4 menjelaskan bahwa hubungan istimewa merupakan hubungan antara

Wajib Pajak dengan pihak yang memiliki penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25%, wajib pajak menguasai wajib pajak lainnya yang berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung atau tidak langsung, dan memiliki hubungan keluarga, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan istimewa menyebabkan praktik *transfer pricing* menjadi relevan. Salah satu fenomena yang terjadi adalah PT. Adaro Energy Tbk. yang bergerak dibidang pertambangan batubara melakukan pemindahan laba perusahaan ke anak perusahaannya yang berada di Singapura yaitu Coaltrade Service International Pte. Ltd. Pemindahan laba ini dilakukan melalui batubara yang ditambang di Indonesia yang kemudian dijual di Singapura untuk melakukan penghindaran perpajakan di Indonesia. Pemindahan sejumlah besar melalui suaka pajak, PT. Adaro Energy Tbk. berhasil mengurangi tagihan pajaknya di Indonesia sekitar US\$ 14 juta setiap tahunnya (CNBC Indonesia,2019). Tingginya tarif pajak untuk pertambangan di Indonesia mendorong PT. Adaro Energy Tbk. melakukan hal ini.

Otoritas pajak dalam menyelesaikan kasus *transfer pricing*, harus membuktikan terlebih dahulu apakah pihak yang melakukan *transfer pricing* memiliki hubungan istimewa kemudian melakukan pengujian untuk menentukan kewajaran harga atau laba (Kurniawan, 2015:17). Menurut Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa pada Pasal 1 ayat 6, harga wajar dalam *transfer pricing* adalah harga atau laba yang terjadi dalam suatu transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi yang sebanding, atau harga yang ditentukan sebagai harga yang memenuhi Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*arm's length*). Prinsip kewajaran dan kelaziman digunakan sebagai *instrument* untuk mencegah terjadinya praktik penghindaran pajak menurut undang-undang pajak penghasilan (Kurniawan, 2015:17)

Menurut Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011, Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*arm's length*) merupakan prinsip yang mengatur kondisi apabila dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang memiliki

hubungan istimewa sama atau sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Berdasarkan Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa pada Pasal 1 ayat 5, prinsip ini didasarkan pada norma bahwa harga atas suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut dapat mencerminkan harga pasar yang wajar. Dalam *transfer pricing*, prinsip kewajaran dan kelaziman usaha ini dijadikan pedoman untuk menentukan harga transfer dalam suatu perusahaan multinasional.

Teori keagenan menjelaskan bahwa agen seringkali memiliki tujuan yang berbeda dengan *principal* (Jensen and Meckling, 1976). Perbedaan ini dapat dilihat dari pembayaran pajak bagi perusahaan dianggap sebagai beban yang dapat mengurangi laba perusahaan, sehingga perusahaan seringkali berupaya untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar untuk dapat memaksimalkan laba yang diperoleh. Keputusan *transfer pricing* seringkali digunakan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak dengan merekayasa harga transfer antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa melalui perencanaan pajak perusahaan (Tiwa, Saerang dan Tirayoh, 2017). Jafri dan Mustikasari (2018) menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Perencanaan pajak merupakan sebuah pertimbangan atas beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan sesuai dengan laba yang diperoleh perusahaan (Jafri dan Mustikasari, 2018). Menurut Zain (2005:43) perencanaan pajak merupakan upaya mengkoordinasi usaha wajib pajak atau sekelompok wajib pajak sehingga meminimalkan hutang pajaknya (baik pajak penghasilan maupun pajak lainnya) yang sesuai dengan peraturan perpajakan. Besarnya keputusan *transfer pricing* yang diambil oleh perusahaan akan mampu membuat perencanaan pajak dalam suatu perusahaan menjadi lebih baik dengan melihat beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan menjadi rendah secara global.

Yuniasih, Rasmini dan Wirakusuma (2012) menyatakan bahwa keputusan *transfer pricing* dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. Hartati, Desmiyawati, dan Julita (2015) mengungkapkan jika *tunneling incentive* adalah perilaku pemegang saham mayoritas yang dilakukan untuk kepentingan pribadi dengan cara mentransfer atau menjual aset dan laba perusahaan ke perusahaan lain, namun pemegang saham minoritas turut menanggung beban yang dibayarkan. Lemahnya perlindungan terhadap hak-hak pemegang saham minoritas mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pihak pemegang saham minoritas (Claessens, Simeon, Larry, 2002). *Tunneling* yang dilakukan perusahaan bisa dengan berbagai macam cara, seperti tidak membagikan deviden, menjual aset dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang dimiliki dengan harga dibawah harga pasar, serta memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan (La Porta, Silanes, Shleifer, dan Vishny, 2000). Hal ini pun didukung dengan teori keagenan yang mengatakan bahwa manajer seringkali memiliki tujuan yang berbeda dengan *principal* sehingga keputusan-keputusan yang diambil oleh manajer bisa merugikan *principal* atau pemegang saham (terlebih pemegang saham minoritas) contohnya keputusan *transfer pricing* (Jensen and Meckling, 1976). Semakin banyak penjualan yang dilakukan oleh perusahaan induk kepada perusahaan anak dengan harga yang jauh lebih rendah dari harga pasar maka semakin banyak keuntungan yang diterima oleh perusahaan induk dan dinikmati oleh pemegang saham mayoritas.

Hartati, Desmiyawati, dan Azlina (2014) menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Menurut Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh para pemegang saham melalui rapat umum pemegang saham kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan (UU PPh) Pasal 6 ayat 1b yang menyatakan bahwa bonus merupakan Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak. Pemberian bonus ini yang sesungguhnya bertujuan untuk meningkatkan kinerja namun terkadang disalahgunakan oleh perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Berdasarkan

teori keagenan, manajer akan mengambil keputusan yang menghasilkan laba tinggi dalam jangka waktu pendek untuk memenuhi kepentingan pribadinya yaitu memperoleh bonus yang maksimal (Jensen and Meckling, 1976). Healey (1985 dalam Mispiyanti, 2015) menyatakan manajer yang mengetahui informasi mengenai laba perusahaan akan cenderung melakukan manajemen laba untuk dapat memaksimalkan laba yang diperoleh. Hartati dkk. (2014) menjelaskan bahwa manajer akan melakukan manajemen laba dengan cara menerapkan *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang akan diterima apabila pemberian bonus ditentukan berdasarkan besarnya laba yang diperoleh perusahaan. Manajemen cenderung memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan laba. Besarnya keputusan *transfer pricing* akan meningkatkan total laba perusahaan sehingga bonus yang diperoleh manajer pun akan semakin meningkat.

Objek penelitian yang digunakan sebagai sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017. Perusahaan manufaktur dipilih karena merupakan jenis usaha yang bergerak di sektor riil dan memiliki jumlah perusahaan yang paling banyak dibandingkan jenis usaha lainnya serta terdiri dari beberapa sektor industri yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Periode penelitian yang digunakan adalah periode 2015-2017 dikarenakan data tersebut merupakan data yang terbaru.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik

Sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan topik sejenis yaitu pengaruh perencanaan pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* bagi perusahaan manufaktur.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

- a. Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi salah satu informasi sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.

- b. Dirjen Pajak

Sebagai bahan pertimbangan memperbaiki kebijakan yang terkait dengan *transfer pricing* yang diharapkan dapat mendeteksi indikasi kecurangan pajak melalui *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan Skripsi ini menggunakan sistematika sebagai berikut :

## **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab 1 menjelaskan mengenai latar belakang penulis melakukan penelitian ini. Rumusan masalah, tujuan penelitian. Manfaat penelitian serta sistematika penelitian juga turut dibahas dalam bab ini.

## **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab 2 berisi landasan teori dan penelitian terdahulu sebagai dasar yang digunakan untuk melakukan penelitian ini. Terdapat juga penjelasan pengembangan hipotesis dan juga model gambar analisis penelitian yang digunakan.

## **BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN**

Bab 3 menjelaskan mengenai desain penelitian serta identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel yang akan digunakan selama penelitian berlangsung. Jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, serta teknik menganalisis data juga akan dibahas dalam bab ini.

## **BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab 4 karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian dijelaskan.

## **BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Bab 5 memberikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan-keterbatasan yang dialami dalam melakukan penelitian ini serta saran untuk penelitian selanjutnya.