

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Transfer pricing dapat diartikan sebagai upaya penetapan harga transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Pada dasarnya hal yang mendorong terjadinya *transfer pricing* salah satunya agar pajak menjadi lebih rendah. Terdapat berbagai macam motivasi manajemen yang dapat menyebabkan terjadinya *transfer pricing* dan tidak hanya karena motivasi pajak saja. Hal tersebut juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing antar perusahaan. *Transfer pricing* dapat dilakukan di negara yang sama maupun berbeda dengan tarif pajak yang rendah dan dapat disertai dengan memperkecil harga jual antar perusahaan (Cahyadi dan Noviari, 2018).

Transfer pricing termasuk suatu isu perpajakan yang cukup kontroversial dan sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut bahkan menjadi pusat perhatian oleh otoritas pajak di berbagai negara. Berdasarkan adanya berbagai penelitian terdahulu ditemukan hasil yang bervariasi antara satu peneliti dengan peneliti yang lain. Rahayu, Masitoh, dan Wijayanti (2020) menyatakan bahwa beban pajak dan profitabilitas mempengaruhi keputusan *transfer pricing* suatu perusahaan, sedangkan variabel *tunneling incentive* dan *leverage* tidak mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Berbeda dengan hasil penelitian dari Agustina (2019) menyatakan bahwa beban pajak dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Selain itu, penelitian dari Jafri dan Mustikasari (2018) menyatakan bahwa *tunneling incentive* mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Hasil riset *transfer pricing* berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa masih terdapatnya berbagai keterbatasan ruang lingkup, waktu, dan tidak konsistennya hasil penelitian antara yang satu dengan yang lain.

Fenomena *transfer pricing* di industri makanan dan minuman dapat terjadi melalui berbagai jenis transaksi. Jenis transaksi tersebut dapat berupa penjualan persediaan, pembelian bahan baku, dan pembayaran royalti. Penjualan dan pembelian persediaan ini dapat dilakukan melalui ekspor dan impor ke berbagai

anak perusahaan. Royalti juga menjadi faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan *transfer pricing* melalui adanya perjanjian lisensi sebuah merek dagang. Hubungan afiliasi yang dapat terjadi salah satunya yaitu transaksi yang terjadi dalam satu grup perusahaan seperti transaksi ke anak perusahaan.

Terdapat beberapa motivasi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* seperti meminimalkan besarnya pajak, mengurangi risiko mata uang, dan berbagai pertimbangan lainnya. Dalam hal ini perusahaan akan berusaha memaksimalkan keuntungan dengan semaksimal mungkin. Adanya perbedaan tarif pajak juga dapat menyebabkan suatu perusahaan melakukan *transfer pricing* dengan menggeser kewajiban perpajakannya negara yang bertarif pajak tinggi ke rendah. Perusahaan dapat melakukannya dengan memiliki anak perusahaan yang memiliki tarif pajak rendah dan dapat disebut negara dengan status *tax heaven country* (Santosa dan Suzan, 2018).

Undang-undang Pajak Penghasilan Pasal 18 ayat 4 menyatakan bahwa hubungan istimewa merupakan pihak dengan kepemilikan modal sebesar 25% atau lebih. Secara umum faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu dalam menjalankan operasionalnya berbagai perusahaan ini tidak hanya beroperasi pada negara asalnya saja melainkan pada beberapa negara. Setiap perusahaan pasti memiliki anak perusahaan dan cabang yang tersebar di berbagai negara.

Permasalahan dalam *transfer pricing* dapat dihubungkan dengan teori keagenan. Teori tersebut berhubungan dengan sebuah kontrak kerja antara agen sebagai manajemen dan prinsipal sebagai pemegang saham perusahaan. Pelimpahan wewenang dari pemegang saham kepada agen dapat menyebabkan asimetri informasi yang menyebabkan manajemen perusahaan memiliki informasi lebih. Dengan begitu menyebabkan manajemen perusahaan dapat melakukan tindakan oportunistik salah satunya yaitu terkait pajak. Manajemen dapat mengatur besarnya pajak yang dapat dikurangkan seperti biaya royalti untuk meningkatkan laba setelah pajak (Novira, Suzan, dan Asalam, 2020). Selain itu, terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Faktor pertama adalah beban pajak. Besarnya pajak suatu perusahaan akan berdampak pada laba bersih perusahaan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi struktur keuangan dan investasi yang dilakukan perusahaan (Eiteman, Stonehill, dan Moffett, 2010). Semakin baik kinerja suatu perusahaan maka akan diimbangi dengan tingginya beban pajak yang dibayarkan perusahaan dan menyebabkan keuntungan perusahaan menjadi berkurang. Beban pajak dapat diukur melalui *Effective Tax Rate* yang merupakan besarnya jumlah pajak yang dibayarkan sesuai dengan pelaporan akuntansi keuangan yang berlaku (Astuti dan Aryani, 2016).

Faktor kedua adalah *tunneling incentive* dimana pemegang saham mayoritas dapat mengalihkan aset dan keuntungan untuk kepentingannya, tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan (Hartati, Desmiyawati, dan Azlina, 2015). *Tunneling incentive* dapat terjadi melalui pemegang saham mayoritas yang melakukan transfer sumber daya dari perusahaan ke dirinya sendiri melalui transaksi antar perusahaan seperti transaksi penjualan aset dan penerbitan saham dilutif yang dapat menyebabkan kerugian bagi pemegang saham minoritas (Brundy dan Siswantya, 2014). *Tunneling incentive* dapat diukur melalui jumlah kepemilikan saham terbesar dibagi dengan jumlah saham yang beredar.

Faktor ketiga adalah profitabilitas yang menjadi tolak ukur dalam kemampuan suatu perusahaan menghasilkan laba (Kasmir, 2012). Selain itu, profitabilitas juga akan mencerminkan kinerja operasional suatu perusahaan. Tingginya tingkat profitabilitas maka akan diimbangi dengan besarnya pajak yang harus akan dibayarkan oleh perusahaan. Hal ini akan mengakibatkan kemungkinan pergeseran laba yang artinya bahwa semakin besar potensi perusahaan melakukan pengoptimalan pajak. Laba yang diperoleh dari perusahaan dapat berupa laba ditahan dan laba yang dibagikan berupa dividen. Profitabilitas dapat diukur melalui laba bersih yang dibagi dengan total aset.

Faktor keempat adalah *leverage* yang merupakan pengukuran yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana aset perusahaan dibiayai oleh hutang (Kasmir, 2012). Semakin tinggi hutang maka berpengaruh terhadap besarnya bunga yang akan dibayarkan. Beban bunga dalam hal ini menjadi faktor yang mengurangi pajak yang dibayarkan. *Leverage* dapat diukur melalui total kewajiban dibagi dengan total

ekuitas. Rasio tersebut digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan perusahaan dalam memenuhi baik itu kewajiban jangka pendek maupun kewajiban jangka panjang.

Penelitian ini menulis tentang *transfer pricing* di perusahaan sub sektor makanan dan minuman tahun 2016-2019. Pemilihan periode 2016-2019 untuk melanjutkan dari penelitian terdahulu dengan periode penelitian yang lebih baru dan menggunakan saran penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel *tunneling incentive*. Penelitian ini menggunakan periode selama empat tahun agar dapat menggambarkan keadaan perusahaan ketika melakukan praktik *transfer pricing*. Alasan pemilihan perusahaan makanan dan minuman dalam penelitian ini dikarenakan sub sektor ini selalu mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan penyumbang terbesar dalam produk domestik bruto nasional (Badan Pusat Statistik, 2019). Mengingat barang-barang yang dihasilkan dibutuhkan oleh konsumsi masyarakat yang menyebabkan sektor ini termasuk memiliki tingkat penjualan yang stabil dan tinggi. Perusahaan tersebut tentunya membutuhkan pengolahan produksi yang cukup panjang sehingga membutuhkan berbagai macam sumber daya sehingga mendorong terjadinya transaksi antar negara dan memiliki potensi dalam melakukan *transfer pricing*.

Total perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019 adalah sebanyak 28 perusahaan dan terdapat 16 perusahaan yang telah memenuhi kriteria. Keseluruhan perusahaan tersebut merupakan perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan telah menyajikan laporan keuangan secara lengkap yang dibutuhkan selama periode penelitian dari tahun 2016-2019. Karakteristik perusahaan makanan dan minuman ini sangatlah bervariasi seperti makanan ringan, permen, roti hingga minuman seperti air mineral, susu, dan minuman beralkohol.

Proporsi kepemilikan dalam negeri dan luar negeri sangatlah bervariasi. Ada perusahaan yang memiliki proporsi kepemilikan lebih dari 50% dimiliki dalam negeri dan ada juga sebaliknya proporsi kepemilikan asing lebih dari 50%. Hal tersebut juga didukung dari tingkat afiliasi anak perusahaan mencapai di atas 50%.

Kedua hal ini menyebabkan adanya hubungan perusahaan melakukan transaksi dengan pihak berafiliasi baik yang berada dalam negeri maupun luar negeri. Hubungan afiliasi perusahaan makanan dan minuman dapat terjadi melalui transaksi antara induk dan anak serta dengan berbagai pihak berelasi. Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka mendorong minat peneliti untuk menguji kembali dari adanya hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten dengan meneliti kecenderungan perusahaan melakukan *transfer pricing* berdasarkan variabel beban pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, dan *leverage*.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah beban pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan ?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan ?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan ?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh beban pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa wawasan dan bahan masukan bagi peneliti untuk menambah pengetahuan mengenai berbagai variabel yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan. Selain itu, dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian yang akan datang terkait pengaruh berbagai variabel terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi bagi perusahaan mengenai pengaruh dari beberapa aspek seperti beban pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan dalam mengambil keputusan.

1.5. Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi terdiri dari lima bab dengan pembahasan sebagai berikut:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai hal yang melatarbelakangi suatu penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, berbagai rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang didapatkan beserta sistematika penulisan yang merupakan gambaran umum dari suatu penelitian juga dijelaskan dalam bagian ini.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini akan menjelaskan mengenai berbagai landasan teori dan penelitian terdahulu yang dibutuhkan dan dapat dijadikan sebagai dasar

penelitian. Pengembangan hipotesis dan model penelitian yang digunakan juga dijelaskan dalam bagian ini.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai desain penelitian beserta identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Selain itu, jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel beserta teknik analisis data juga akan dijelaskan dalam bagian ini.

BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data beserta pembahasannya berdasarkan metode penelitian yang dilakukan.

BAB 5: SIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini akan menjelaskan mengenai simpulan, keterbatasan, dan saran yang berguna sebagai masukan bagi penelitian yang akan datang.