

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi bukanlah suatu fenomena yang terjadi begitu saja, namun merupakan suatu proses yang panjang. Ekonomi dunia berkembang mulai dari ekonomi subsistem di mana masyarakat memproduksi barang untuk kebutuhannya sendiri, kemudian perekonomian tumbuh semakin terbuka menjadi ekonomi kota, negara, bahkan menjadi ekonomi global. Globalisasi ekonomi membuat proses produksi dan konsumsi barang dan jasa menjadi suatu kerja internasional yang melibatkan banyak negara.

Salah satu bentuk globalisasi ekonomi adalah tumbuhnya bisnis dalam skala global. Dewasa ini, perusahaan-perusahaan berskala multinasional yang memiliki jaringan bisnis global berkembang semakin banyak. Perusahaan multinasional tersebut melihat bahwa bisnis skala global memberikan kesempatan besar untuk berkembang dan juga memperoleh keuntungan yang lebih besar daripada perusahaan yang hanya beroperasi pada skala domestik. Mereka beroperasi melalui antaranggota (divisi), anak usaha dan cabang-cabangnya di banyak negara berkembang dan pasar-pasar yang sedang tumbuh (Santoso, 2004). Dalam perusahaan multinasional tersebut, hampir sebagian transaksi dan aktivitas ekonomi terjadi antar mereka, seperti transaksi penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa, dan sebagainya.

Keberhasilan operasi-operasi bisnis di luar negeri sangat berkaitan dengan kemampuan untuk beradaptasi dengan faktor-faktor lingkungan yang sangat banyak jumlahnya. Salah satu mekanisme yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk beradaptasi adalah teknik *transfer pricing* atas sumber daya, jasa dan teknologi yang ditransfer dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain dalam sistem multinasional. Transaksi-transaksi tersebut mengakibatkan perusahaan multinasional memiliki kesempatan untuk meningkatkan laba perusahaan melalui penyesuaian-penyesuaian harga internal (Wahyudi, 2008). Dampak dari penyesuaian harga internal tersebut adalah harga yang menjadi terlalu rendah (*underpricing*) atau harga yang terlalu tinggi (*overpricing*). Perusahaan-perusahaan multinasional dapat dengan mudah menentukan harga barang, jasa, atau harta tak berwujud untuk tujuan motivasi bisnis. Selain motivasi bisnis, *transfer pricing* multinasional juga dimaksudkan untuk mengendalikan, mekanisme arus sumber daya antaranggota (divisi), dan maksimisasi laba setelah pajak (Suandy, 2011:63).

Namun dalam perkembangannya, praktek *transfer pricing* dimanfaatkan sebagai bagian dari perencanaan pajak perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar melalui rekayasa harga transfer antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut (Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma 2012). Klassen, Lisowsky, dan Mascal (2013) mengemukakan bahwa terjadi

pergeseran pendapatan oleh perusahaan multinasional sebagai respon terhadap tingkat perbedaan tarif pajak. Hal tersebut menimbulkan permasalahan bagi otoritas fiskal dalam usahanya mengamankan penerimaan negara dari sektor pajak. Beberapa masalah langsung yang dihadapi oleh otoritas fiskal tersebut diantaranya adalah kehilangan pajak dan potensi penghasilan lain, kehilangan valuta asing yang berharga, pengurangan bagian keuntungan pemegang saham *joint venture* dari negara tuan rumah, tingginya harga dari produk perusahaan yang bersangkutan di negara tuan rumah, dan beberapa masalah lainnya (Sarimah, 2010).

Salah satu kasus *transfer pricing* di Indonesia terjadi pada tahun 2008 dimana adanya indikasi manipulasi harga penjualan batu bara PT Adaro Indonesia. Kasus tersebut mencuat ketika PT Adaro Indonesia melakukan sebuah perjanjian dengan Coaltrade Servives Internasional Pte, Ltd perusahaan afiliasinya di Singapura. Perjanjian itu menyatakan bahwa PT Adaro Indonesia menjual batu bara dengan harga tertentu, di bawah harga yang berlaku di pasar kepada perusahaan afiliasinya Coaltrade pada tahun 2005 dan 2006. Setelah membeli dengan harga murah, kemudian Coaltrade menjual batu bara tersebut dengan harga pasar, dan mendulang untung besar. Sehingga, dengan *transfer pricing* tersebut grup mereka diuntungkan, karena Coaltrade hanya terkena pajak penghasilan Singapura sebesar 17%, jauh lebih kecil dibandingkan dengan Indonesia yakni 25%. Praktik-praktik seperti inilah yang juga marak terjadi pada perusahaan

multinasional lainnya, yakni melakukan *transfer pricing* demi menghindari pajak dengan memanfaatkan *tax heaven countries*.

Berdasarkan kasus tersebut, terlihat bahwa perbedaan tarif pajak antarnegara dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk menggeser pendapatannya guna meminimalkan beban pajaknya, hal tersebut dilakukan melalui praktik *transfer pricing*. Selain pajak, praktik *transfer pricing* juga dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti profitabilitas, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan (Richardson, Taylor, dan Lanis, 2013; Kiswanto dan Purwaningsih, 2014; Bava dan Gromis, 2015).

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Bava dan Gromis (2015) menyatakan bahwa semakin rendah profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Transaksi *transfer pricing* tersebut digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menunjang kinerja operasional perusahaan yang dapat menguntungkan para pemegang saham (Srinivasan, 2013). Dengan *transfer pricing*, perusahaan dapat menyesuaikan harga transfer atas berbagai transaksi yang dilakukan antaranggota (divisi) perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Richardson dkk., 2013).

Kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah

serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri (Anggraini, 2011; dalam Kiswanto dan Purwaningsih, 2014). Menurut Dynaty dkk. (2012), banyak perusahaan di Asia termasuk di Indonesia memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi. Dalam struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, pemegang saham pengendali akan memiliki banyak pengaruh terhadap perusahaan. Pemegang saham pengendali dapat mengawasi serta mendapatkan akses informasi yang lebih baik dibanding pemegang saham non pengendali untuk terlibat langsung dalam mengelola perusahaan. Pengertian pemegang saham pengendali menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 15 yaitu “entitas yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih secara langsung maupun tidak langsung sehingga entitas dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam mengendalikan perusahaan” (Ikatan Akuntan Indonesia, 2015). Oleh karena itu, apabila penanam modal asing atau pemegang saham pengendali asing semakin besar, maka pemegang saham pengendali asing akan memiliki kendali yang semakin besar dalam mengelola perusahaan. Pemegang saham pengendali asing akan berusaha mengalokasikan sumber daya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan pribadi yang disebut sebagai ekspropriasi (Sari, 2012; dalam Kiswanto dan Purwaningsih, 2014). Hal tersebut dilakukan melalui praktek *transfer pricing*, dimana pemegang saham pengendali asing akan menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan kepada perusahaan pribadinya pada harga di bawah pasar.

Ukuran suatu perusahaan merupakan suatu skala seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Rego (2003, dalam Richardson dkk., 2013) menyatakan bahwa perusahaan besar biasanya memiliki kegiatan bisnis dan transaksi keuangan yang lebih besar daripada perusahaan-perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak, dan memiliki sumber daya (personil) yang insentif untuk mengurangi jumlah pajak terutang perusahaan (Richardson dkk., 2013). Dengan adanya personil yang ahli dalam menetapkan penyesuaian harga transfer, maka praktek *transfer pricing* akan lebih berhasil terlaksana sebagai upaya untuk meminimalisasi beban pajak perusahaan (Klassen, Lisowsky, dan Mescall, 2013).

Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2014. Perusahaan manufaktur dipilih karena banyak dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikendalikan oleh perusahaan asing (Santoso, 2004). Berdasarkan data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dalam 10 tahun terakhir (2005-2014) investasi langsung asing di Indonesia mencapai 72% dari total investasi nasional (Tahrir, 2015). Dari keseluruhan investasi asing tersebut industri manufaktur merupakan sektor yang paling diminati oleh pemodal asing sebanyak 43%. Perusahaan manufaktur di Indonesia umumnya dijadikan *cost center*, dengan cara perusahaan di Indonesia membeli bahan baku dari perusahaan induk atau perusahaan anak lain yang berafiliasi dengan harga yang tinggi, ini

akan makin sulit apabila bahan baku yang diimpor tidak mempunyai harga pembanding di pasar internasional (Wahyudi, 2008). Kemudian bahan baku tersebut diolah menjadi barang setengah jadi yang nantinya diekspor kembali ke perusahaan induk di negara lain dengan harga yang sama dengan biaya produksi atau bahkan lebih rendah dari biaya produksinya. Pemilihan periode 2010-2014 dikarenakan pada tahun 2010 merupakan tahun mulai berlakunya tarif pajak terbaru Undang-Undang Pajak Penghasilan No.36 Tahun 2008.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian latar belakang, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah pajak, profitabilitas, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pajak, profitabilitas, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat akademik

Sebagai acuan bagi peneliti berikutnya yang meneliti dengan topik sejenis yaitu pengaruh pajak, profitabilitas, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* bagi perusahaan manufaktur.

2. Manfaat praktik

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, investor/kreditor mengenai pengaruh pajak, profitabilitas, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* oleh perusahaan.

1.5. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi penelitian terdahulu, landasan teori yang mendasari penelitian antara lain: teori keagenan, *transfer pricing*, pajak, profitabilitas, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan, selain itu juga menjelaskan pengembangan hipotesis dan model analisis.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian; identifikasi variabel, definisi variabel secara operasional, pengukuran variabel; jenis dan sumber data; metode pengumpulan data; populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel; serta teknik analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi simpulan dari hasil analisis dan pembahasan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.