

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Laju ekonomi mengalami perkembangan pesat secara global dan juga persaingan usaha kian ketat memberikan dampak yang cukup signifikan untuk sikap dan juga pola bisnis dari pihak pelaku bisnis. Perusahaan banyak melakukan kegiatan bisnis dengan menggunakan cabang atau anak perusahaannya. Dengan adanya hubungan yang terjalin antara induk dan anak perusahaan mengakibatkan terbentuknya hubungan istimewa. Sebagai perusahaan yang memiliki orientasi terhadap laba, maka perusahaan tersebut akan berupaya dalam memaksimalkan keuntungan dengan melakukan efisiensi biaya. Hal ini mengakibatkan dalam suatu transaksi usaha seperti penentuan imbalan, harga, serta lainnya biasanya ditentukan dengan mengacu pada kebijakan *transfer pricing* oleh induk perusahaan yang bisa sama atau berbeda dengan harga pasar (Saifudin dan Putri, 2018).

Kebijakan *Transfer pricing* ialah suatu transaksi jasa dan barang yang melibatkan berbagai divisi dalam sebuah kelompok usaha yang harganya tidak pada umumnya, dapat dilaksanakan dengan cara menurunkan harga maupun dengan menaikkan harga. *Transfer pricing* dilakukan dengan cara melaksanakan penentuan jumlah penghasilan yang diperoleh setiap perusahaan yang ada serta juga penerimaan dari pajak penghasilan pada Negara yang melaksanakan impor ataupun ekspor mayoritas (Noviastika, dkk., 2016). Adapun fenomena terkait *transfer pricing* di Indonesia bahwa kasus harga transfer pada tahun 2018 meningkat cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. *Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics*, OECD mencatat jumlah praktik *transfer pricing* baru naik sebesar 20% (Bisnis, 2018).

Teori keagenan menjelaskan bahwa motivasi yang mendasari perusahaan melakukan *transfer pricing* karena adanya pelimpahan wewenang dari pemegang saham (*principle*) kepada manajemen (*agent*). Pihak manajemen memiliki wewenang lebih banyak atas informasi yang dimiliki dibandingkan pihak

pemegang saham sehingga terjadi ketidakselarasan informasi antara manajemen perusahaan dan pemegang saham. Hal ini menjadi kesempatan bagi manajemen untuk menjalankan transaksi hubungan istimewa dalam manajemen pajak (Saraswati dan Sujana, 2017).

Terdapat berbagai aspek atau alasan dari perusahaan untuk melaksanakan aktivitas *transfer pricing*, salah satunya ialah pajak. Besar penghasilannya bergantung pada jumlah besarnya sebelum pajak dan dilakukan dengan cara melaksanakan pengalihan biaya dan penghasilan sebuah perusahaan yang memiliki hubungan istimewa pada suatu perusahaan di Negara yang lainnya yang memberlakukan tarif pajak yang rendah (Hartati, dkk., 2015). Perihal ini diperkuat dengan hasil dari riset (Rahayu, dkk., 2020), yang menyimpulkan bahwa modus dari *transfer pricing* ini dilaksanakan dengan cara melakukan perekayasa terhadap beban harga dari transaksi yang terjadi di antara perusahaan yang memiliki ikatan tersendiri dengan orientasi supaya bisa mengurangi beban dari pajak. Di Indonesia, alasan perusahaan menerapkan praktik *transfer pricing* yakni guna meminimalkan beban dari pajak yang bertambah tinggi, sebab di dalam dunia bisnis, pengusaha umumnya melakukan pengidentikan pajak menjadi sebuah beban, dengan demikian beban pajak tersebut akan menjadi lebih sedikit (Mispiyanti, 2015).

Nilai perusahaan juga sebagai indikator untuk para pemegang saham dalam pengambilan suatu keputusan penanaman modal. Dalam perihal ini, nilai perusahaan ialah sebagai gambaran untuk pemegang saham guna melaksanakan proyeksi kinerja perusahaan di masa mendatang. Jika nilai perusahaan tinggi, maka para pemegang saham hendak tertarik melakukan investasi dengan membeli saham perusahaan. Perusahaan mempunyai tujuan guna memperoleh laba yang secara konsisten terus bertumbuh sepanjang tahunnya, dalam jangka waktu yang pendek. Dalam hal pemerolehan laba ialah termasuk sebuah upaya bagi perusahaan guna menaikkan nilai perusahaan tersebut (Hasibuan, dkk., 2016; dalam Anagayanti, 2018). Sesudah tercapainya tujuan jangka pendek hingga secara bertahap perusahaan hendak mengarah pada suatu pencapaian jangka panjang, dimana tidak sebatas guna memperoleh laba tetapi memakmurkan

pemegang saham dan juga menaikkan nilai perusahaan. Harga saham terus naik bilamana tingginya permintaan atas saham perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan cenderung melakukan keputusan *transfer pricing* untuk meningkatkan laba perusahaan agar nilai perusahaannya tinggi (Anagayanti, 2018).

Nilai tukar yakni termasuk faktor yang bisa mempengaruhi praktik *transfer pricing*. Selisih nilai kurs yang tidak sama ini akan mempengaruhi keuntungan perusahaan hal ini bisa didayagunakan oleh perusahaan terkait peningkatan keuntungan laba yang didapatkan oleh perusahaan lewat aktivitas *transfer pricing*. Nilai tukar yang terus menerus berfluktuasi akan memengaruhi besaran harga produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan, maka keputusan *transfer pricing* yang dijadikan pilihan oleh manajemen agar jumlah kas yang tersedia dapat digunakan untuk melakukan transaksi (Ayshinta,dkk., 2019).

Bonus Plan juga termasuk faktor yang memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. *Bonus plan* yakni pemberian imbalan atau bonus pada karyawan perusahaan atau direksi di luar gaji atas hasil kerjanya dengan melihat kinerja dari direksi tersebut. Biasanya pemilik perusahaan menerapkan sistem pemberian bonus guna menunjang peningkatan kinerja karyawannya, sehingga keuntungan yang diperoleh setiap tahun akan semakin meningkat (Saifudin dan Putri, 2018). *Bonus plan* yang bersumber pada laba merupakan metode yang sangat universal digunakan oleh perusahaan guna membagikan penghargaan kepada manajer ataupun direksi. Dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya para direksi cenderung mau memperlihatkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Jika para pemegang saham ataupun pemilik perusahaan telah memperhitungkan kinerja para direksi dengan evaluasi yang baik hingga pemilik hendak membagikan penghargaan pada direksi yang sudah mengelola perusahaannya dengan baik, *reward* atau penghargaan ini bisa berwujud bonus. Semakin tinggi laba perusahaan yang diperoleh secara keseluruhan, maka penghargaan yang diterima direksi juga akan semakin tinggi. Maka dari hal tersebut, praktik *transfer pricing* dilakukan oleh direksi guna mengoptimalkan laba perusahaan (Mispuyanti, 2015). Teori Akuntansi Positif bisa juga dijadikan landasan yang berfungsi guna menerangkan terkait prosedur akuntansi yang ditentukan oleh manajer sehingga

bisa mengoptimalkan laba untuk mengejar bonus seperti yang sudah ditentukan pemilik perusahaan. Apabila bonus yang diperoleh manajer mengacu pada pencapaian total laba perusahaan maka adalah sesuatu yang wajar jika manajer melaporkan laba bersih setinggi-tingginya (Saraswati dan Sujana, 2017).

Penelitian dari Marfuah, dkk. (2019) menyimpulkan bahwa beban pajak memberikan pengaruh signifikan dan positif pada kebijakan suatu perusahaan guna melaksanakan tindakan *transfer pricing*. Sementara hasil dari penelitian yang dilaksanakan Mispiyanti (2015) menyimpulkan beban pajak memberikan pengaruh negatif dan tidak signifikan pada keputusan *transfer pricing*. Dalam penelitian Anagayanti (2018) menyimpulkan bahwa nilai perusahaan memberikan pengaruh pada keputusan *transfer pricing*. Penelitian Anagayanti (2018) tidak sama dengan hasil penelitian dari Marfuah, dkk. (2019) dimana hasilnya bahwa nilai perusahaan tidak memberikan pengaruh pada suatu keputusan *transfer pricing*. Hasil penelitian yang dilaksanakan Sarifah, dkk. (2019) menyimpulkan bahwa *exchange rate* memberikan pengaruh positif dalam melakukan keputusan *transfer pricing*. Namun, penelitian Rahayu, dkk. (2020) menyimpulkan bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh negatif dalam melakukan keputusan *transfer pricing*. Dalam penelitian yang dilakukan Saifudin dan Putri (2018) menyimpulkan bahwa *bonus plan* memberikan pengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan penelitian dari Saraswati dan Sujana (2017) menyimpulkan bahwa *bonus plan* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Di dalam pelaksanaan penelitian ini, yang dijadikan objek penelitian ialah perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia. Peneliti melaksanakan pemilihan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian karena mayoritas aktivitas investasi asing memilih perusahaan pada bidang manufaktur dan perusahaan manufaktur ini ialah suatu jenis usaha yang beroperasi pada bidang riil dan mempunyai kuantitas perusahaan yang sering dibandingkan dengan jenis usaha yang lain. Sektor manufaktur ialah sebagai sektor yang paling banyak diminati dan dipilih oleh pihak penanam modal asing serta memiliki keterkaitan internal yang kuat dengan anak perusahaan dan induk perusahaan.

Periode penelitian yang digunakan ialah periode 2017-2019 dikarenakan data tersebut merupakan data yang terbaru.

Keadaan semacam inilah yang menjadi motivasi yang kuat untuk peneliti guna melaksanakan penelitian yang berkaitan dengan topik perpajakan berkenaan dengan *transfer pricing*, karena penelitian ini telah banyak dilaksanakan oleh penelitian-penelitian sebelumnya namun dengan hasil yang tidak konsisten antar variabel atau saling bertentangan dengan teori- teori yang diuji.

1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah Nilai Perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah Beban Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
3. Apakah *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah *Bonus Plan* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Nilai Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer Pricing*.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Bonus Plan* terhadap *Transfer Pricing*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis :

Penelitian ini diharapkan mampu membantu bagi penelitian selanjutnya dengan menyediakan gambaran dan informasi mengenai nilai perusahaan, beban pajak, *exchange rate* serta *bonus plan* yang mana akan memberikan pengaruh terhadap *transfer pricing*.

Manfaat Praktis :

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penyusunan skripsi ini terdapat lima bab yang terdiri dari sistematika penulisan sebagaimana berikut ini:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini mencakup penjelasan berkenaan dengan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam Bab ini melingkupi penjelasan berkenaan dengan landasan teori terkait: nilai perusahaan, beban pajak, *exchange rate* dan *bonus plan* juga terdapat penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model penelitian yang digunakan.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan berkenaan dengan desain penelitian yang akan dilakukan peneliti, Identifikasi, defenisi operasional, dan pengukuran variabel juga jenis & sumber data yang digunakan, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik penyampelan serta analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan mengenai hasil gambarannumum atas objek penelitian yang dilakukakan oleh peneliti, deskripsi data, hasil dari analisis data yang telah dilaksanakan oleh peneliti dan pembahasan.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bab terakhir akan dijelaskan berkenaan dengan simpulan dari penelitian ini, keterbatasan dalam penelitian, serta saran dari peneliti terkait hasil penelitian yang ada guna penelitian ke depannya.