

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Memasuki era globalisasi saat ini perkembangan perekonomian dunia meningkat sangat pesat. Hal ini ditandai dengan adanya perkembangan teknologi, komunikasi dan transportasi yang berperan penting dalam transaksi perekonomian dunia. Transaksi ini bukan hanya berupa perdagangan barang saja, melainkan bisa juga berupa jasa, pertukaran modal, bahkan sumber daya manusia yang semakin luas dan mudah tanpa mengenal batas negara. Hal ini memicu perkembangan perusahaan di dunia. Dimana banyak perusahaan yang mulai mendirikan anak perusahaan atau cabang usaha di berbagai negara dengan tujuan menguasai pangsa pasar ekspor impor untuk produk mereka di berbagai negara.

Perkembangan dunia usaha yang memicu munculnya perusahaan multinasional ini tentu saja tidak terlepas dari masalah yang harus dihadapi. Hal ini terjadi karena setiap negara memiliki peraturan dan kebijakan yang berbeda-beda. Salah satunya adalah dalam hal pajak. Setiap negara memiliki tarif dasar pemungutan pajak yang berbeda-beda. Perbedaan tarif pajak tersebut memungkinkan perusahaan untuk melakukan penghematan pajak dengan cara *transfer pricing*, yaitu memperbesar harga pembelian atau biaya (*over income*) atau memperkecil harga pembelian (*under income*) (Suharto, 2009:93 dalam Rosa dkk, 2017).

Dalam perusahaan multinasional, *transfer pricing* ini berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum (entitas) dalam kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah negara. Kebijakan dari *transfer pricing* meliputi transaksi barang, jasa, harta tak berwujud, dan transaksi keuangan yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau disebut perusahaan multinasional.

Tujuan yang ingin dicapai dalam *transfer pricing* antara lain sebagai berikut:  
(1) Memaksimalkan penghasilan global, (2) Mengamankan posisi kompetitif anak

atau cabang perusahaan, (3) Evaluasi kinerja anak atau cabang perusahaan internasional, (4) Mengatur *cash flow* perusahaan anak atau cabang yang memadai, (5) Mengurangi beban pajak, (6) Mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah.

Rego (2003) menyatakan bahwa, perusahaan multinasional atau *Multinational Corporation (MNC)* merupakan perusahaan yang beroperasi lintas negara yang memiliki kemungkinan melakukan *transfer pricing* lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang beroperasi lintas domestik. Karena mereka bisa saja melakukan transfer laba ke perusahaan yang berbeda negara dengan pemungutan tarif pajak yang rendah dibandingkan negara lainnya. Tiga motif utama MNC adalah; (1) memperluas usaha dalam rangka mencari bahan baku kemudian menjual produknya ke luar negeri. (2) Mencari pasar dan memperluas jangkauan pemasaran produk yang dimiliki. (3) Meminimumkan biaya (*cost minimazer*), seperti keringanan pajak, tenaga kerja yang murah, harga tanah murah, biaya pengolahan limbah dengan syarat ringan, dan lain sebagainya.

Penggelapan pajak yang dilakukan oleh perusahaan multinasional semakin banyak ditemukan. Modus ini dilakukan dengan biaya ekspor di bawah harga yang dikirim dari negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak yang rendah, perusahaan multinasional mampu mengurangi tarif pajak global dengan efektif (Cristea dan Nguyen, 2014). Selain itu, sebagai perusahaan yang berorientasi pada laba, maka perusahaan juga selalu berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksima melalui berbagai macam cara termasuk dengan efisiensi biaya yang dapat dilakukan dengan tindakan *transfer pricing*.

Dalam praktiknya, *transfer pricing* sering digunakan untuk praktik penghindaran pajak dengan cara menaikkan harga pembelian dan menurunkan harga penjualan yang tidak sesuai dengan harga pasar. Cara lain yang sering dilakukan adalah dengan cara memanipulasi keuntungan dari perusahaan pusat kepada perusahaan anak yang berada di negara dengan tarif pajak yang lebih rendah.

Dalam dunia perpajakan, sebenarnya *transfer pricing* merupakan isu klasik yang sering dilakukan dalam transaksi internasional. Dari sisi pemerintahan, dengan adanya *transfer pricing* ini diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung memindah kewajiban perpajakannya dari negara dengan tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya meminimalkan pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*).

Selain masalah yang berkaitan dengan tarif pajak alasan lain yang menjadi penyebab perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah masalah yang berkaitan dengan *tunneling incentives* dan mekanisme bonus.

*Tunneling incentives* adalah tindakan memindahkan harta atau aset dan laba perusahaan oleh manajemen atau pemegang saham mayoritas dan membebankan biaya kepada pemegang saham minoritas. *Tunneling incentives* terjadi akibat lemahnya perlindungan hukum bagi pemegang saham minoritas. Secara sederhana dapat dibayangkan saat seorang pemegang saham mayoritas dengan modal yang besar tentunya menginginkan deviden yang besar pula. Namun saat deviden juga harus dibagikan pada pemegang saham minoritas, maka pemegang saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer aset untuk memenuhi kepuasan atau keuntungan pribadi daripada harus membagikan deviden kepada pemegang saham minoritas. Oleh karena itu apabila pemegang saham mayoritas memiliki status kepemilikan yang besar maka akan semakin memicu terjadinya *transfer pricing*.

Sedangkan mekanisme bonus merupakan suatu penghargaan yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada karyawan atau manajemen sesuai dengan kinerja mereka di perusahaan. Mekanisme bonus ini digunakan untuk memicu agar kinerja karyawan semakin meningkat dengan tujuan apabila kinerja karyawan meningkat maka akan meningkatkan pula laba perusahaan pertahunnya. Perolehan laba pertahun ini sangat berpengaruh pada penilaian perusahaan. Untuk itu karyawan atau manajer perusahaan memilih metode akuntansi dengan melakukan *transfer*

*pricing* untuk meningkatkan laba periode berjalan, dengan harapan mereka dapat meningkatkan nilai bonus yang akan diterimanya.

Penelitian yang berkaitan dengan *transfer pricing* pernah dilakukan oleh beberapa peneliti. Rudiana (2017), membuktikan baik secara simultan maupun secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara beban pajak dan *tunneling incentives* terhadap *transfer pricing*. Refgia (2017), menyatakan pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. *Tunneling incentive* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme bonus, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Jafri dan Mustikasari (2018) menyatakan bahwa, perencanaan pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku *transfer pricing*. Sedangkan *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *transfer pricing*, dan aset tidak berwujud tidak berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*.

Berdasarkan pemaparan latar belakang dan beberapa penelitian sebelumnya, memotivasi penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*”. Penelitian ini akan menggunakan sampel perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah Pajak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019?
2. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019?

3. Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di uraikan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh Pajak terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.
2. Untuk menguji pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.
3. Untuk menguji pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2019.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai keterkaitan teori dan penerapan nyata mengenai pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*, serta dapat digunakan sebagai acuan atau referensi dan wawasan untuk penulis dan penelitian selanjutnya dalam bidang kajian yang sama.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan informasi kepada pemerintah tentang pentingnya pengawasan serta efektifitas peraturan atau kebijakan yang telah dikeluarkan mengenai pajak, *tunneling incentives*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional yang ada di Indonesia sehingga dapat meminimalisir kecurangan

atau penyelewengan terhadap kebijakan *transfer pricing* di Indonesia.

2. Bagi manajemen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pajak, *tunneling incentives*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan harga transfer perusahaan multinasional di Indonesia. Sehingga dapat membantu suatu pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika bisnis.
3. Bagi investor, diharapkan penelitian ini mampu memberikan gambaran kepada investor yang akan melakukan investasi pada perusahaan multinasional yang ada di Indonesia.