

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi membawa banyak perubahan pada segala aspek kehidupan, salah satunya pada aspek perekonomian, hal ini ditandai dengan aktivitas bisnis berskala global yang berimbas pada batasan antar negara mulai berkurang bahkan menghilang. Hal ini dapat memberi peluang para pelaku bisnis untuk memperluas aktivitas penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa dan transaksi-transaksi lain yang bersifat internasional. Globalisasi juga mempengaruhi tumbuh dan berkembangnya perusahaan multinasional (MNC). dengan tujuan memperkuat bisnis globalnya, biasanya perusahaan multinasional mendirikan anak perusahaannya di berbagai perwakilan negara yang bertujuan untuk menumbuhkan pangsa pasar ekspor impor produk-produk mereka diberbagai negara.

Salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan multinasional adalah *transfer pricing* atas jasa, sumber daya, teknologi, yang ditransfer antar perusahaan dalam satu grup kepemilikan. Praktik *transfer pricing* biasanya digunakan untuk penghindaran pajak karena dilakukan oleh dua pihak yang memiliki hubungan istimewa, maka penetapan harga jual dapat terjadi secara tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Purwanto dan Tumewu, 2018). Dalam PSAK No. 7 tahun 2010 menjelaskan bahwa hubungan istimewa terjadi apabila suatu perusahaan memiliki kuasa untuk mengendalikan atau memiliki pengaruh yang signifikan bagi perusahaan lain dalam mengambil keputusan, baik keuangan ataupun operasional.

Transfer pricing adalah sebuah strategi untuk menghemat beban pajak dengan cara menggeser laba ke negara yang mempunyai tarif pajak rendah (Suandy, 2001:74). *Transfer pricing* juga sering dikaitkan dengan suatu rekayasa harga secara sistematis yang ditujukan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak atau bea dari suatu negara (Sutedi, 2011:155).

Praktik *transfer pricing* menjadi salah satu upaya perencanaan pajak perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan merekayasa harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Semakin banyak pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut melakukan *transfer pricing* untuk menekan jumlah tagihan pajak tersebut.

Praktik *transfer pricing* biasa dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antar perusahaan dalam satu grup kepemilikan kemudian mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berada di negara dengan tarif pajak rendah, sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara memungkinkan semakin meningkatnya praktik *transfer pricing*. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku mengenai praktik *transfer pricing*, maka ketika ada sengketa seringkali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga hal ini membuat perusahaan multinasional termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Banyak faktor-faktor yang melandasi penggunaan kebijakan *transfer pricing* untuk tujuan perencanaan pajak perusahaan. Jarallah *et al.*, (2011) dalam Hapsoro (2015) menyatakan bahwa banyak pendekatan teoritis telah berusaha untuk mengatasi masalah *transfer pricing* dari tiga perspektif yang berbeda, yaitu ekonomi, pemrograman matematika, dan perilaku. Faktor-faktor tersebut bisa

berasal dari lingkungan internal maupun lingkungan eksternal bisnis, seperti, pajak, mekanisme bonus dan profitabilitas.

Pajak merupakan salah satu faktor yang mendasari keputusan *transfer pricing* perusahaan. Menurut Suandy (2001:74) banyak studi yang menunjukkan lebih dari 80% perusahaan multinasional melihat *transfer pricing* sebagai isu perpajakan internasional utama, potensi penerimaan negara dari sektor pajak menjadi berkurang akibat adanya praktik *transfer pricing* karena perusahaan cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

Di Indonesia, menurut Direktorat Jendral Pajak (DJP) mengatakan bahwa sekitar 2000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar pajak penghasilan (PPh) badan pasal 25 dan 29 karena alasan perusahaan mereka mengalami kerugian. Perusahaan tersebut biasanya melakukan penghindaran pajak dengan motif *transfer pricing*, mereka merupakan perusahaan afiliasi yang memiliki anak perusahaan di negara lain. Adanya perbedaan tarif pajak antara Indonesia dengan negara lain yang menjadi relasinya memungkinkan adanya penjualan atau pembelian produk dengan harga yang tidak wajar untuk tujuan yang diinginkan perusahaan (Liputan6.com, 2016).

Peraturan yang mengatur masalah *transfer pricing* terdapat dalam UU Nomer 36 Tahun 2008 pasal 18 mengenai Pajak Penghasilan (UU PPh) pasal 18 ayat (3). Berdasarkan UU Perpajakan tersebut menjelaskan bahwa Direktorat Jendral Pajak (DJP) mempunyai wewenang untuk mengoreksi kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak (PKP) terhadap wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya secara wajar (*arm's length principle*).

Kemudian pada pasal 18 ayat (4) menjelaskan bahwa hubungan istimewa antar perusahaan dapat terjadi jika sebesar 25% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Sehingga adanya hubungan istimewa ini dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, imbalan serta biaya pada saat melakukan transaksi.

Rachmat (2019) menyebutkan bahwa keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus, biasanya manajer lebih menyukai untuk meningkatkan laporan laba dengan cara meningkatkan laba dari penjualan pihak terkait jika bonus didasarkan pada laporan laba perusahaan dengan menggunakan Index Trend Laba Bersih (ITRENDLB). Penelitian mengenai topik ini pernah diteliti oleh Hartati (2015) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*, karena pihak manajemen ingin memberikan suatu kinerja yang baik dimata pemilik perusahaan agar mendapatkan bonus. Pemilik perusahaan biasanya memanfaatkan laba perusahaan melalui praktik *transfer pricing* sebagai alat untuk memaksimalkan bonus yang akan didapatkan.

Selain faktor perpajakan dan mekanisme bonus, faktor lain yang mempengaruhi perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* adalah profitabilitas. Grant *et al.*, (2013) dalam Deanti (2017) mengatakan bahwa perusahaan dengan laba sebelum pajak lebih besar secara proporsional lebih menghindari pajak perusahaan dibandingkan perusahaan dengan pendapatan sebelum pajak yang rendah. Nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu, atau dapat di katakan bahwa profitabilitas merupakan suatu indikator kontrak kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan

perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan. Semakin rendah profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Srinivasan (2013) menyatakan bahwa tujuan perusahaan melakukan transaksi *transfer pricing* untuk menunjang kinerja operasional perusahaan yang dapat menguntungkan para pemegang saham.

Adanya aktivitas *transfer pricing* dapat menimbulkan beberapa kasus, misalnya kasus Starbucks Inggris, Google di Inggris, Amazon Inggris, cameco di Kanada dan lainnya. Salah satu contohnya yaitu kasus cameco di yang terjadi di Kanada. Cameco (Canadian Mining and Energy Cooperation) merupakan perusahaan uranium terbesar di dunia. Cameco terlibat kasus *transfer pricing* pada tahun 2016 karena cameco dilaporkan mendirikan anak perusahaannya di Swiss dengan tujuan untuk membeli uranium pada tingkat harga yang lebih murah, dengan melakukan perjanjian jangka panjang untuk menjual uranium dengan harga sekitar \$10 sampai harga tertingginya sebesar \$130 per pon. Cameco akan melangsungkan sidang banding di Toronto dengan lembaga penerimaan negara Kanada (*Canadian Revenue Agency/CRA*) untuk sengketa *transfer pricing* yang diduga sebagai wadah perusahaan dalam menghindari pembayaran pajaknya (DDTCNews, 2016).

Kasus *transfer pricing* di Indonesia terjadi pada salah satu perusahaan multinasional yaitu PT. Adaro Energy. Laporan investigasi LSM internasional Global Witness menemukan indikasi pengemplangan pajak yang dilakukan oleh PT Adaro Energy. Perusahaan yang salah satu bisnisnya mencangkup penjualan batu bara itu diduga telah memindahkan sejumlah laba dari bisnis batu baranya ke jaringan perusahaan luar negeri untuk memangkas pembayaran pajak kepada

pemerintah Indonesia. Adaro menjual batu bara yang ditambang di Indonesia dengan harga rendah kepada coaltrade untuk kemudian dijual kembali oleh anak perusahaan itu dengan harga lebih tinggi. Selama 2009-2017, Global Witness mencatat lebih dari 70% batu bara yang dijual coaltrade berasal dari tambang batu bara Adaro di Indonesia (Ortax.org, 2019).

Berbagai penelitian tentang keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* sudah dilakukan. Masing-masing penelitian menggunakan variabel karakteristik yang berbeda sehingga mendapatkan hasil penelitiannya pun berbeda. Penelitian sebelumnya yang mengungkapkan tentang motivasi pajak dalam melakukan *transfer pricing* telah dilakukan, antara lain oleh Hartati *et., al* (2014), Wafiroh dan Hapsari (2015). Yuniasih *et., al.* (2012), Marfuah dan Azizah (2014) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* dengan cara mengalihkan kekayaan yang ada pada negara dengan tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak rendah melalui transaksi penjualan atau pembelian dengan pihak berelasi yang bertujuan untuk menekan atau meminimalkan jumlah beban pajak yang harus dibayarkan.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Beberapa penelitian mengenai topik tersebut pernah diteliti oleh Hartati *et., al* (2014), Rachmat (2019), Wafiroh dan Hapsari (2015) dan Thesa Refgia (2017). Terdapat perbedaan hasil antara keempat peneliti ini, menurut hasil penelitian Hartati *et., al* (2014) dan Rachmat (2019) mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, karena pihak manajemen dalam menjalankan tugasnya ingin memberikan suatu kinerja yang baik dimata pemilik perusahaan maupun pemegang saham agar mendapat insentif atau bonus. Sedangkan hasil penelitian Wafiroh dan Hapsari (2015) dan Thesa Refgia

(2017) menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan jika hanya karena motif ingin mendapatkan bonus direksi berani melakukan transaksi *transfer pricing* guna memberikan kenaikan laba sementara untuk perusahaan, maka hal ini sangat tidak etis mengingat terdapat kepentingan yang jauh lebih besar lagi yaitu menjaga nilai perusahaan dimata masyarakat dan pemerintah dengan menyajikan laporan keuangan yang lebih mendekati kenyataan dan dapat digunakan untuk tujuan pengambilan keputusan yang lebih penting bagi perusahaan kedepannya.

Selanjutnya, faktor lain yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah profitabilitas. Beberapa peneliti yang pernah melakukan penelitian mengenai profitabilitas yaitu Sari dan Mubarak (2018) yang menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

Tidak bisa dipungkiri transaksi *transfer pricing* sulit dilacak. Direktorat jendral pajak kadang kesulitan memeriksa perusahaan internasional yang beroperasi di Indonesia. Kendala utama adalah masih sulitnya Indonesia mendapatkan pertukaran informasi, walaupun sudah ada pertukaran informasi dengan negara terkait, harga yang terdata tidak bisa akurat dan seringkali berbeda dibandingkan data *transfer pricing* yang didapat pemerintah.

Penelitian yang berkelanjutan mengenai *transfer pricing* akan sangat membantu otoritas perpajakan dalam menyusun peraturan yang mampu mengontrol aktivitas *transfer pricing*. Berangkat dari keinginan tersebut, maka penulis berkeinginan untuk menguji kembali tiga variabel yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya yaitu Hartati *et., al* (2014), Wafiroh dan Hapsari (2015), Yuniasih *et., al.* (2012), Marfuah dan Azizah (2014), Rachmat (2019), Thesa

Refgia (2017) dan Sari dan Mubarak (2018) yaitu pajak, mekanisme bonus, profitabilitas dan *transfer pricing*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membandingkan negara Indonesia dengan negara India, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti tiga variabel tersebut pada negara Indonesia saja. Alasan memilih negara India karena negara tersebut merupakan negara dengan tarif pajak tertinggi di asia (*Economic Indicators | List By Country*, 2019), Sedangkan alasan membandingkan kedua negara ini karena sama-sama merupakan negara berkembang dengan tarif pajak yang tinggi di Asia.

Tabel 1.1

Data Tarif Pajak Perusahaan

Negara	Terakhir	Tahun	Sebelum Ini	Tertinggi	Terendah	Frekuensi
India	35.00	2019	35.00	38.95	32.44	Tahunan
Pakistan	31.00	2018	31.00	43.00	30.00	Tahunan
Jepang	30.86	2019	30.86	52.40	30.86	Tahunan
Filipina	30.00	2018	30.00	35.00	30.00	Tahunan
Srilanka	28.00	2018	28.00	42.00	15.00	Tahunan

Sumber: *tradingeconomics.com*

Pemilihan negara dengan tarif pajak tertinggi karena praktik *transfer pricing* sering dilakukan oleh perusahaan multinasional yang berada di negara dengan tarif pajak tinggi (Santoso, 2004). Negara-negara tersebut akan melakukan meminimalan beban pajak perusahaan, salah satunya adalah dengan praktik *transfer pricing* melalui transaksi dengan pihak-pihak yang memiliki

hubungan istimewa. Misalnya melakukan penjualan jauh dibawah harga pasar agar pendapatan yang diperoleh perusahaan seolah-olah rendah.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan Bombay Stock Exchange (www.bseindia.com) tahun 2016-2018. Karena praktik *transfer pricing* banyak terjadi pada perusahaan manufaktur multinasional yang mempunyai anak perusahaan diluar negeri, biasanya banyak terjadi pada transaksi penjualan atau pembelian barang setengah jadi (Deanti, 2017). Alasan menggunakan periode 2016-2018 karena Ditjen Pajak juga telah mengeluarkan aturan lebih lanjut terkait dengan *transfer pricing* yang tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.03/2016 tentang Jenis Dokumen dan/atau Informasi Tambahan yang Wajib Disimpan oleh Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi dengan Para Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa, dan Tata Cara Pengelolaannya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka masalah yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji secara empiris terkait pengaruh pajak terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India.
2. Untuk menguji secara empiris terkait pengaruh mekanisme bonus terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India.
3. Untuk menguji secara empiris terkait pengaruh profitabilitas terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dengan memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan India.

2. Manfaat Praktis

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditur. bagaimana pajak, mekanisme bonus dan profitabilitas mempengaruhi perusahaan untuk pengambilan keputusan *transfer pricing* Indonesia dan India.