

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada beberapa aspek sangat umum dijumpai dalam masa globalisasi saat ini, diantaranya adalah perusahaan multinasional, komunikasi, serta sistem informasi semakin pesat. Terdapat beberapa perusahaan nasional yang melebarkan potensinya menjadi perusahaan multinasional yang bertujuan untuk meningkatkan produktifitas usaha mereka yang dinilai dapat memberikan keuntungan yang menjanjikan untuk perusahaan. Namun, untuk mengembangkan perusahaan nasional menjadi multinasional tentunya diperlukan sebuah adaptasi terkait adanya perbedaan regulasi dan perekonomian antar negara dengan keadaan pasar internasional yang berubah-ubah. Sehingga akan berdampak pada perusahaan multinasional untuk mengurangi ataupun menghindari tarif pajak yang tinggi. Oleh karena itu, penyesuaian utamanya pada masalah tarif pajak sangat penting dilakukan.

Adapun cara yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut yakni dengan menggunakan kebijakan *transfer pricing*. Pengertian dari *transfer pricing* sendiri merupakan suatu kebijakan yang dapat dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam menentukan harga transaksi antar anggota divisi dalam perusahaan multinasional yang bertujuan agar memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan harga internal untuk barang, jasa dan harta tak berwujud yang diperjual belikan untuk menghindari kondisi harga yang berubah-ubah. Selain itu, penggunaan *transfer pricing* ini dapat mengurangi kewajiban pajak perusahaan dengan menggeser penghasilan yang didapat terhadap negara dengan tarif yang rendah agar meminimalkan total beban pajak dari grup perusahaan tersebut.

Perkembangan kondisi ekonomi, bisnis, dan investasi kala ini terbilang sangat pesat tanpa mengenal batas negara. Salah satunya adalah pada sektor industri barang konsumsi yang merupakan sektor industri yang dianggap paling menjanjikan dengan bermacam-macam produk yang selalu dipadati permintaan serta dikuasi oleh pemerintah domestik yang terbilang cukup tinggi. Sejumlah saham pada sektor industri barang dan konsumsi selalu dijadikan pilihan karena memiliki prospek yang sangat baik jika dibandingkan dengan sektor lainnya. Pada umumnya, saham-saham pada sektor industri barang konsumsi mendapat dukungan positif yakni berupa inovasi sejumlah produk baru yang dikeluarkan oleh emiten pada sektor ini yang dapat meningkatkan performa kerja fundamentalnya.

Dalam memperkuat landasan globalnya, perusahaan multinasional mendirikan beberapa anak perusahaan, cabang, serta perwakilan usahanya di negara lain yang bertujuan agar aliansi strategisnya menjadi lebih kuat serta pangsa pasar impor dan ekspor produk-produk perusahaan diberbagai negara dapat mengalami perkembangan yang pesat. Apabila antar wajib pajak memiliki hubungan istimewa terjadi transaksi barang ataupun jasa, maka pemberlakuan transfer pajak ini akan timbul.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat dikatakan bahwa semakin banyak investor yang berinvestasi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki performa kerja yang baik. Sehingga hal tersebut dapat berhubungan dengan tingkat keputusan transaksi harga yang dilakukan oleh perusahaan karena jika perusahaan memiliki performa kerja yang baik maka perusahaan tersebut memiliki tingkat keuntungan (laba) yang tinggi, dimana tingkat laba yang tinggi ini menjadi penanda bahwa beban pajak yang harus dibayar oleh perusahaan semakin tinggi. Oleh karena itu, hal ini dapat menjadi pemicu sebuah perusahaan akan melakukan kebijakan *transfer pricing* untuk perencanaan di tahun berikutnya. Ada pula perusahaan yang beranggapan hal ini sebagai peluang dan membuat strategi untuk menghasilkan keuntungan yang lebih banyak dari penjualan serta dapat menghindari beban pajak yang tinggi. Salah satu caranya adalah mendirikan anak perusahaan di negara yang memberlakukan kebijakan tarif pajak rendah ataupun negara yang memiliki status *tax heaven country*.

Mengutip dari laporan *Tax Justice Network* (2020) yang memaparkan bahwa indonesia memiliki kerugian pajak akibat penghindaran pajak korporasi sebesar 4,78 miliar dollar AS. Dan pada tahun 2021 *Tax justice Network* juga melaporkan indonesi masih memiliki kerugian pajak yang disebabkan penghindaran pajak korporasi sebesar 2,21 miliar dollar AS. Dan dalam kedua laporan tersebut menjelaskan bahwa 61% penghindaran pajak korporasi disebabkan oleh adanya pengalihan laba perusahaan multinasional ke negara yang dianggap sebagai *Tax Heaven*. Dari laporan tersebut bisa disimpulkan bahwa kegiatan transfer pricing, masih banyak dilakukan oleh wajib pajak Indonesia.

Transaksi berelasi yang memiliki hubungan istimewa adalah transaksi yang terjadi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa yang dapat berpengaruh terhadap salah satu pihak dalam pengambilan keputusan. Pengalihan sumber daya dan penghindaran pajak menjadi bentuk dari transaksi hubungan istimewa yang dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. *Transfer pricing* menjadi alat mengalokasikan pendapatan di seluruh entitas berelasi dalam perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional mengurangi tarif pajaknya dengan cara melakukan kegiatan ekspor dengan menggunakan biaya dibawah harga yang

dikirim dari negara dengan tarif pajak yang tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah. Faktor yang mendasari terjadinya *transfer pricing* salah satunya adalah pajak. *Transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak bagi perusahaan multinasional atau perusahaan bersekala global hal ini sudah menjadi isu pajak internasional.(Klassen et al., 2013)

Transfer pricing yang berhubungan dengan pajak diatur dalam Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 mengenai Pajak penghasilan (UUPPh). Pasal 18 ayat 3 Undang – Undang PPh menerangkan bahwa Direktorat Jendral pajak (DJP) diperbolehkan memiliki hubungan istimewa antara wajib pajak lainnya namun masih dalam batas kewajaran usaha yang dapat dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan perbandingan harga antara pihak independen, harga penjualan kembali, biayaplus dan lain-lain sebagai metodenya (Setiawan, 2014). Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang diatur dalam Pasal 18 ayat (4) menyatakan bahwa jika wajib pajak badan menguasai modal saham disuatu badan sebanyak 25% atau lebih hal ini dapatdikatan sebagai hubungan istimewa. Sementara itu untuk wajib pajak perseorangan, dikatakann memiliki hubungan istimewa apabila terjadi hubungan keluarga dalam garis lurus atau kesamping satu derajat, yang dimana nantinya akan menimbulkan kekurangan wajaran dala suatu transaksi. Dalam hal *transfer pricing*, perusahaan yang dapat menghasilkan laba tinggi cenderung untuk melakukan penyesuaian harga transfer untuk mengurangi (peningkatan) keuntungan pada yurisdiksi pajak tinggi (pajak rendah). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto dan Tumewu (2018) bahwa variabel tarif pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan menurut Agustina (2019) bahwa pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* tidak hanya di pengaruhi oleh tarif pajak namun dapat dipengaruhi juga oleh *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* biasanya dapat dilakukan oleh pemegang saham mayoritas (pengendali) untuk mendapatkan manfaat pribadi yaitu dengan mentransfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas. *Tunneling* dilakukan dengan tujuan dapat meminimalkan biaya transaksi sehingga dapat menekan biaya menjadi lebih ekonomis dibandingkan dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Manipulasi data menjadi tujuan perusahaan untuk dapat melakukan *tunneling*.

Tunneling incentive dilakukan dengan cara mengenyampingkan hak-hak pemegang saham minoritas dengan mentransfer atau pembagian keuntungan serta pemberian hak istimewa kepada pemegang saham mayoritas (Ananta, 2018). Masalah keagenan dapat terjadi diantara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas karena pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen. Hal ini disebabkan karena pemegang saham

mayoritas memiliki kendali untuk membuat keputusan dibandingkan pemegang saham minoritas (Wiranto, 2017).

PT. Adaro Indonesia merupakan perusahaan yang melakukan praktik transfer pricing, kasus ini terjadi dimana perusahaan tersebut melakukan penjualan batu bara kepada pihak berelasi di Singapura yang bernama *Coltrade Service International Pte* dengan menggunakan harga dibawah harga pasar, sehingga PT Adaro mencatat laba lebih rendah dari pada seharusnya, besar laba yang dicatat pada tahun 2005 sebesar US\$687,1 juta yang seharusnya sebesar US\$1,287 miliar apabila penjualan didihitung dengan sesuai harga pasar. Hal ini jelas merugikan negara dan mengakibatkan kerugian bagi para pemegang saham minoritas namun pemegang saham mayoritas mendapatkan keuntungan melalui laba perusahaan.

Kasus serupa juga terjadi pada PT UNILEVER INDONESIA yaitu PT Nestle pada tahun 2013. Praktik *transfer pricing* dilakukan dengan cara melakukan penghindaran pajak sehingga laba pusat akan meningkat dan laju perputaran uang dalam laporan keuangan kerugian yang dialami mencapai Rp. 800 miliar (news.ddts.co.id, 2017).

Selanjutnya kasus yang terjadi di perusahaan PT INDOFOOD dan JP Morgan Chase Bank hal ini terkait dengan *Indofood Internasional Finance* sebagai penuntut. Tahun 2002 melalui ISM, group indofood menerbitkan obligasi untuk meningkatkan keuangannya yang nantinya tarif pajak 20% dipotong menjadi 10% melalui obligasi yang digunakan IIF yang didirikan di Mauritius.

PT Coca – cola Indonesia juga menjadi salah satu perusahaan yang melakukan praktik transfer pricing. Praktik *transfer pricing* dilakukan dengan melakukan perencanaan pajak yang tidak wajar sehingga menimbulkan kerugian Negara sebesar 49,24 miliar. Dengan fenomena di atas kasus *transfer pricing* didominasi pada perusahaan industri barang konsumsi. Sehingga peneliti tertarik untuk menjadikan perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2015 – 2021 untuk dijadikan objek penelitian.

Keputusan yang dibuat oleh para pemegang saham mayoritas akan menguntungkan dirinya sendiri dengan mengesampingkan kepentingan para pemegang saham minoritas (Nugraha, 2016). Hal ini dapat menimbulkan masalah keagenan yang terjadi karena pemegang saham mayoritas akan mengendalikan manajemen. *Tunneling incentive* memiliki beberapa contoh tindakan yang dapat merugikan pemegang saham minoritas:

1. Harga yang tidak wajar, hubungan istimewa menjadi dasar perusahaan menentukan harga yang lebih rendah atau lebih tinggi dalam menjual produknya kepada perusahaan lain.

2. Deviden yang tidak dibagikan, mengsampingkan pembayaran deviden untuk pemegang saham minoritas dengan lebih mengutamakan mentransfer sumber daya yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas.
3. Posisi penting dalam perusahaan diisi oleh anggota yang masih memiliki hubungan darah walaupun tidak memenuhi kualifikasi.

Beberapa penelitian terdahulu yang salah satunya dilakukan oleh Khotimah (2018) dan Hidayat (2019), *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Namun berbeda dari hasil penelitian Wijaya (2020) dan Rahayu (2020) menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* dalam sebuah perusahaan adalah *good corporate governance*. *Good corporate governance* menurut *Forum for Corporate Governance in Indonesia* (2001) adalah sebuah aturan yang digunakan oleh semua pengelola perusahaan baik itu kreditor, pegawai, pemerintah dan pemegang saham untuk dapat memperoleh hak dan kewajibannya yang nantinya diberikan kepada para investor agar dapat memperoleh kembali investasi dengan wajar dan bernilai tinggi. *Good corporate governance* yang dilakukan oleh pihak eksternal melalui kepemilikan institusional yang bertujuan untuk mengawasi perilaku dari pihak internal agar menjadi lebih transparan dalam pengelolaan perusahaan (Darwis, 2009). Tidak jarang terjadinya penyalahgunaan wewenang oleh pihak manajer dengan mengambil keputusan yang akan meningkatkan perolehan laba oleh pemilik institusional (Maharani dan Suardana, 2014).

Selain itu Ukuran perusahaan juga menjadi faktor dalam pengambilan keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan. Ukuran perusahaan adalah nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Banyak sedikitnya praktek *transfer pricing* dilakukan dapat ditentukan dari ukuran perusahaan (Wafiroh, 2015). Ukuran perusahaan yang relatif besar akan lebih menarik perhatian masyarakat sehingga perusahaan akan lebih berhati – hati dalam melaporkan kondisi keuangan perusahaannya. Berbanding terbalik dengan perusahaan yang ukurannya lebih kecil akan lebih cenderung melakukan *transfer pricing* untuk memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik. Fenomena seperti ini biasanya akan dilakukan oleh suatu pusat laba yang dimana masing – masing memiliki tanggung jawab atas laba dari modal yang diinvestasikan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total penjualan, total aktiva, jumlah tenaga kerja, kapitalitas pasar dan sebagainya (Putri, 2016). Sehingga ukuran perusahaan dapat disimpulkan bahwa semakin besar aset maka semakin banyak pula perputaran uang serta semakin besar kapitalitas pasar maka semakin banyak dikenal dikalangan masyarakat. Dorongan melakukan *transfer pricing* disuatu perusahaan dengan cara menghindari tarif pajak yang besar. Mentransfer aset atas penjualan

menjadi cara suatu perusahaan untuk mengurangi keuntungan yang dimilikinya agar tidak dikenakan beban pajak yang tinggi. Sehingga dapat disimpulkan untuk meringankan beban pajak pada perusahaan pada perusahaan yang memiliki total penjualan tinggi sehingga laba yang diperoleh juga tinggi manajemen akan terdorong untuk melakukan *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan Putri (2016) yang membahas variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian oleh Kiswanto dan Purwaningsih (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Dengan adanya uraian di atas, penelitian ini termotivasi untuk melakukan penelitian dengan menggunakan faktor yang berpengaruh terhadap perusahaan dalam melakukan transfer pricing. Faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah Tarif Pajak, *Tunneling Incentive*, *Good Corporate Governance* (GCG) dan Ukuran Perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul " Pengaruh Tarif Pajak, *Tunneling Incentive*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer pricing* (pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI 2015 – 2021)

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka permasalahan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah tarif pajak dapat mempengaruhi sebuah perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *Good Corporate Governance* (GCG) mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan & Manfaat

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran latar belakang tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah menguji beberapa faktor penentu yang dapat mempengaruhi penerapan *transfer pricing*. Pengujian pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah tarif pajak, *tunneling incentive*, *good corporate*

governance (GCG), dan ukuran perusahaan dapat memberikan pengaruh terhadap *transfer pricing*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh dari tarif pajak, *tunneling incentive*, *good corporate governance* (GCG), dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.
2. Ikut serta dalam pemberian informasi terkait ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.