

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu masalah yang dihadapi oleh perusahaan multinasional adalah perbedaan tarif pajak. Perbedaan tarif pajak ini menyebabkan perusahaan melakukan tindakan *transfer pricing* untuk transaksi internasionalnya. *Transfer pricing* adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan transaksi antara divisi dalam satu perusahaan atau perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa yang terjadi dalam negeri atau luar negeri.

Transfer pricing merupakan strategi perusahaan untuk memaksimalkan keuntungannya dari hasil penjualan dan *transfer pricing* juga digunakan oleh perusahaan untuk memperkecil jumlah pajak yang seharusnya dibayar. Santoso (2004), menjelaskan bahwa dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurangnya atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang mempunyai tarif pajak tinggi (*hight tax countries*) ke negara-negara yang mempunyai tarif pajak rendah (*low tax countries*). Nurjanah dkk.,(2016), juga menjelaskan strategi inilah yang membuat perusahaan multinasional mendirikan anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya rendah, karena keuntungan yang diperoleh perusahaan lebih tinggi dari pada negara yang tarif pajaknya tinggi. Menurut Dirjen Pajak Indonesia dalam Pramana (2014), tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan

pajak sehingga menyebabkan negara berpotensi kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktek *transfer pricing*.

Keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* terkait masalah pajak telah diteliti oleh Yuantiasih dkk.,(2012), menyatakan bahwa perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah dan semakin besar beban pajak dapat memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Nurjanah dkk.,(2016), juga menjelaskan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* karena semakin tinggi tarif pajak pada suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Selain pajak, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh alasan non pajak, seperti mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan kontrak hutang (*debt covenant*).

Salah satu yang menjadi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Sesuai dengan *bonus plan hypothesis* manajer perusahaan dengan mekanisme bonus tertentu cenderung lebih menyukai untuk menggunakan metode akuntansi yang menaikkan laba periode berjalan (Pramana, 2014). Menurut Hartati dkk.,(2015), mekanisme bonus merupakan suatu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba yang diperoleh perusahaan secara keseluruhan. Nurjanah dkk.,(2016), juga menjelaskan untuk memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para

direksi dalam mengelola perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksi. Penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* diantaranya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan nilai suatu perusahaan yang dapat menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan. Nurjanah dkk.,(2016), menjelaskan semakin besar ukuran perusahaan akan membuat direksi lebih mendorong untuk melakukan pengelolaan laba karena perusahaan yang besar akan memiliki laba yang stabil atau meningkat yang berguna untuk menarik investor untuk menanamkan modal saham dan menyakinkan kreditur agar mau memberikan pinjaman. Dengan demikian ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Kepemilikan asing juga mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Menurut Kiswanto dkk.,(2014), ketika pihak asing telah menanamkan modalnya pada perusahaan di Indonesia lebih dari 20% maka pihak asing sangat berpengaruh terhadap keputusan yang dibuat oleh perusahaan. Menurut Refgia (2017), menjelaskan kepemilikan asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing. Sari (2012) dalam Nurjanah dkk.,(2016), menyebutkan pada saat kepemilikan saham dimiliki pemegang saham pengendali asing semakin besar, maka pemegang saham pengendali asing memiliki kendali semakin besar dalam menentukan keputusan perusahaan yang akan

menguntungkan dirinya termasuk kebijakan dalam penentu harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan asing juga dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Kemudian hal yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah kontrak hutang (*debt covenant*). *Debt covenant* merupakan kontrak hutang yang ditunjukkan pada peminjam oleh kreditur untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman (Corchan, 2001 dalam Fatmariansi, 2013). Pramana (2014), menyatakan sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan semakin tinggi. Sebagian perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan melaporkan laba dari periode masa depan ke periode masa kini, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa *debt covenant* dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Penelitian dahulu yang dilakukan oleh Wafiroh (2015), menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Penelitian Hartati dkk.,(2015), menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Kemudian penelitian Kiswanto dkk.,(2014), menunjukkan hasil bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Selanjutnya penelitian Nurjanah dkk.,(2016), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Pramana (2014), juga menunjukkan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini tertarik untuk menguji kembali pengaruh faktor-faktor pada penelitian-penelitian sebelumnya di atas yaitu pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *debt covenant* pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan data yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yaitu data yang diambil dari perusahaan manufaktur yang terdapat dalam perusahaan LQ45 yang *listing* di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016 dan menambahkan faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* yaitu kontrak hutang (*debt covenant*).

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?
5. Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*?

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk membuktikan pengaruh dari pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *debt covenant* terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

1. Untuk mengetahui pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

1.3 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Memberikan pandangan kepada pemerintah, manajemen perusahaan, investor/kreditur bahwa pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *debt covenant* dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

2. Manfaat Teoritis dan Akademis

Menambah pengetahuan untuk perkembangan ilmu akuntansi terutama dibidang perpajakan dengan memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dan untuk penelitian selanjutnya menambah faktor lain yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.