

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan kegiatan ekonomi internasional yang pesat seiring dengan pertumbuhan korporasi multinasional (*multinational company*) yang pesat juga. Perusahaan multinasional pada hakikatnya memiliki kelebihan dan kekurangan. Keuntungan utama dari perusahaan multinasional adalah dengan beroperasi di banyak negara memberikan kesempatan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan memanfaatkan ketidaksempurnaan pasar struktural yang kompleks dengan cara mengelola risiko dan biaya. Keuntungan ini dapat terjadi apabila entitas yang membentuk perusahaan multinasional dapat terkoordinasi dengan baik. Sebaliknya apabila koordinasi antar perusahaan tersebut tidak tercapai akan menjadi kerugian bagi perusahaan (Cecchini *et. al.* 2013). Koordinasi dilakukan melalui anak perusahaan dan cabangnya. Sebagian besar transaksi bisnis yang terjadi biasanya antara perusahaan yang berelasi atau perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi tersebut dapat berupa penjualan barang dan jasa, lisensi, royalti, penyediaan pinjaman, penjualan komponen untuk kegiatan produksi dan sebagainya. Hal ini menimbulkan permasalahan dalam menentukan harga yang akan ditransfer. Penentuan harga atas transaksi-transaksi tersebut dikenal dengan sebutan harga transfer (*transfer pricing*) (Mardiasmo, 2008).

Transfer pricing awalnya dilakukan hanya untuk menilai kinerja antar divisi perusahaan akan tetapi seiring perkembangan zaman, *transfer pricing* juga banyak digunakan oleh perusahaan multinasional dalam hal manajemen pajak, yaitu sebuah usaha yang dilakukan untuk meminimalkan jumlah pajak yang

harus dibayar (Mangoting, 2000). Oleh karena itu, permasalahan *transfer pricing* semakin mendapat perhatian otoritas perpajakan dari berbagai negara. Seperti halnya di Indonesia, *transfer pricing* telah diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Undang-undang ini selain mencakup pengertian hubungan istimewa, juga mengenai wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length* (wajar). Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* diatur dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman (*arm's length principle*) dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Kemudian adanya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-50/PJ/2013 pada tanggal 24 Oktober 2013 tentang petunjuk teknis pemeriksaan terhadap wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa. Baru-baru ini pada bulan Januari 2017 Menteri Keuangan Republik Indonesia menerbitkan Peraturan Nomor 213/PMK.03/2016 ("PMK-213") dalam rangka menerapkan ketentuan baru mengenai dokumen harga transfer. Peraturan ini meliputi ketentuan atas pelaporan Dokumen Induk atau Dokumen Lokal dan Laporan per negara bagi Wajib Pajak yang melakukan transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Ketentuan tersebut sejalan dengan rekomendasi dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) pada laporan final mengenai *Transfer*

Pricing Documentation and Country-by-Country Reporting-Action 13 (BEPS Action 13). Peraturan ini bermaksud untuk meningkatkan transparansi dalam mengelola persoalan harga transfer.

Diberlakukannya peraturan-peraturan tersebut membuktikan bahwa *transfer pricing* masih menjadi isu perpajakan yang menarik dan perlu perhatian khusus. Dalam penelitiannya Ernst and Young (1996) dalam Mardiasmo (2008), menemukan bahwa lebih dari 80% responden yang terdiri dari perusahaan multinasional di 8 negara termasuk Kanada, Amerika Serikat, Jepang, dan Inggris mengindikasikan bahwa *transfer pricing* menjadi masalah utama dalam bidang perpajakan yang dihadapi perusahaan multinasional (Ernst and Young (1996) dalam Mardiasmo, 2008). Otoritas perpajakan menduga bahwa transaksi-transaksi yang terjadi antara perusahaan multinasional yang memiliki hubungan istimewa kebanyakan merupakan *cross border transaction* yaitu sebagai salah satu bentuk pengalihan (*shifting*) beban pajak dari negara yang tarif pajaknya tinggi (*high tax countries*) ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah (*low tax countries*) (Mardiasmo, 2008). Dengan demikian, *transfer pricing* sangat berpotensi menyebabkan risiko berkurangnya pendapatan negara dari sisi penerimaan pajak. Menurut Direktur Eksekutif Center For Indonesian Taxation, Yustinus Prastowo yang dikutip dari *Okezone.com* Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak hingga Rp100 triliun setiap tahunnya akibat dari adanya *transfer pricing* dan *tax planning*. Jumlah ini dinilai menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi negara mengingat Indonesia yang pendapatan negaranya sebagian besar berasal dari penerimaan pajak. *Transfer pricing* sebenarnya hanya dapat dilakukan oleh perusahaan multinasional yang memiliki anak atau cabang perusahaan di berbagai negara (*international transfer pricing*).

Sedangkan *domestic transfer pricing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap potensi penerimaan pajak pada negara tersebut. Hal ini dikarenakan, pengurangan penghasilan atau laba pada satu perusahaan akan mengakibatkan penambahan penghasilan atau laba pada perusahaan lainnya yang masih dalam satu negara sehingga hasilnya akan sama pada penerimaan pajaknya (Setiawan, 2014).

Beberapa kasus mengenai *transfer pricing* yang cukup merugikan di Indonesia antara lain : pernah dilakukan oleh PT Adaro yang beroperasi di Indonesia dengan perusahaan afiliasinya di Singapura (*Coaltrade Services International Pte Ltd.*). PT Adaro menjual batu bara dibawah harga standar internasional. Akibat praktik transfer ini Indonesia mengalami kerugian sedikitnya Rp. 10 Miliar sepanjang tahun 2005-2006 (Marisa, 2015). Kasus lain mengenai *transfer pricing* yaitu dilakukan oleh PT Asian Agri yang merupakan anak perusahaan Raja Garuda Mas Group. PT Asian Agri diduga melakukan penggelapan pajak sebesar 1,34 triliun. Diketahui modus yang digunakan adalah *transfer pricing*, transaksi lindung nilai (*hedging*) fiktif, dan pembuatan biaya fiktif (Fuadah, 2008). Kasus *transfer pricing* yang cukup menyita perhatian karena prosesnya yang cukup lama dilakukan oleh salah satu perusahaan multinasional di Indonesia yaitu PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Perusahaan ini bergerak di bidang perakitan produk Toyota dan eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Kasus ini diketahui setelah Dirjen Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia tahun 2005. Selain itu, pajak Toyota tahun 2007 dan 2008 juga diperiksa. Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun tahun itu, dan meminta negara

mengembalikan kelebihanannya (restitusi). Dari pemeriksaan SPT tahun 2005 itu, aparat pajak menemukan sejumlah kejanggalan. Pada 2004, laba bruto Toyota anjlok lebih dari 30 persen dari Rp 1,5 triliun (2003) menjadi Rp 950 miliar. Selain itu, perimbangan antara laba kotor dengan tingkat penjualan juga menyusut dari 14,59 persen (2003) menjadi hanya 6,58 persen setahun kemudian. Padahal omzet produksi dan penjualan justru naik 40 persen. Disinilah jejak *transfer pricing* mulai terdeteksi. Toyota diduga 'memainkan' harga transaksi dengan pihak terafiliasi dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti dan pembelian bahan baku secara tidak wajar. Selain itu, Dari dokumen Toyota juga terungkap bahwa penjualan mobil kepada pihak terafiliasi dibawah harga pokok produksi sehingga mengurangi peredaran usaha.

Selain di Indonesia, beberapa kasus *transfer pricing* juga terjadi diluar negeri diantaranya adalah:

Tabel 1.1

3 (tiga) Kasus Besar Mengenai *Transfer Pricing* di Luar Negeri

Nomor	Nama Perusahaan	Kasus
1.	Starbucks Inggris	Pada tahun 2011 sama sekali tidak membayar pajak korporasi padahal berhasil mencetak penjualan sebesar £398 juta. Selain itu mereka juga mengaku rugi sejak tahun 2008, dengan jumlah kerugian £112 juta. Padahal dalam laporan kepada investornya di Amerika Serikat, Starbucks mengatakan bahwa mereka memperoleh keuntungan yang besar di Inggris, bahkan penjualannya selama 3 tahun (2008-2010) mencapai £1,2 miliar. Dengan keuntungan tersebut, Starbucks tidak pernah membayar pajak korporasi. Bahkan selama 14 tahun beroperasi di Inggris, Starbucks hanya membayar pajak sebesar £8,6 juta.
2.	Google Inggris	Pada tahun 2011 berhasil mencatat pendapatan sebesar £398 juta tetapi hanya membayar pajak sebesar £6 juta.
3.	Amazon Inggris	Amazon Inggris berhasil melakukan penjualan di Inggris sebesar £3,35 miliar selama tahun 2011 tetapi hanya membayar pajak sebesar £1,5 juta.

Sumber: <http://www.kemenkeu.go.id>

Berkaitan dengan kasus-kasus tersebut sudah banyak penelitian mengenai motivasi pajak dalam keputusan *transfer pricing* yang telah dilakukan Lo *et., al.* (2010), menemukan bahwa penentuan harga transfer digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan yang terdaftar karena tingkat pajak penghasilan badan menurun. Grubert and Mutti (2013), juga melakukan penelitian serupa yang menemukan bahwa pajak yang rendah lebih efektif mempromosikan ekspor ke negara lain. Penelitian yang dilakukan Cecchini *et., al.* (2013) menemukan bahwa dalam insentif manajerial mengindikasikan adanya pergeseran pendapatan dalam rangka meminimalkan pajak. Penelitian lain dilakukan oleh Yuniasih *et., al.* (2012) menemukan bahwa beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan

harapan dapat menekan beban tersebut. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Wafiroh (2014), dan Kiswanto dan Purwaningsih (2014) yang menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Chan and Lo (2004) serta Marfuah dan Azizah (2014), menunjukkan hasil yang berbeda yaitu pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing*.

Pada prinsipnya praktik *transfer pricing* dapat didorong oleh alasan pajak (*tax motive*) maupun alasan bukan pajak (*non-tax motive*). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh tim UNTC PBB yang diketuai Silvain Plasschaert sebagaimana dinyatakan dalam Mardiasmo (2008), menyebutkan bahwa faktor yang mendorong dilakukannya *transfer pricing* di Indonesia terkait dengan beberapa hal antara lain:

1. Pengurangan objek pajak, terutama pajak penghasilan.
2. Pelonggaran pengaruh pembatasan kepemilikan luar negeri.
3. Penurunan pengaruh depresiasi rupiah.
4. Memperkuat tuntutan kenaikan harga atau proteksi terhadap saingan impor.
5. Mempertahankan sikap *low profile* tanpa mempedulikan tingkat keuntungan usaha.
6. Mengamankan perusahaan dari tuntutan atas imbalan atau kesejahteraan karyawan dan kepedulian lingkungan.
7. Memperkecil akibat pembatasan dan risiko bisnis di luar negeri.

Dari beberapa faktor yang mendorong keputusan melakukan *transfer pricing* diatas selain pajak, salah satunya adalah kepemilikan saham. Menurut Claessens *et., al.* (2000), struktur kepemilikan di Indonesia adalah struktur kepemilikan terkonsentrasi. Pada struktur kepemilikan terkonsentrasi, pemegang

saham mayoritas memiliki akses informasi yang lebih baik dibanding pemegang saham minoritas. Dilihat dari sudut pandang teori akuntansi positif yang menjelaskan konsekuensi yang terjadi jika manajer menentukan kebijakan akuntansi tertentu. Teori ini didasarkan pada asumsi mengenai perilaku individu yang terlibat dalam proses kontrak. Proses kontrak tersebut menghasilkan hubungan keagenan. Hubungan keagenan muncul ketika salah satu pihak (principal) mengontrak pihak lain (agen) untuk melakukan tindakan yang diinginkan principal. Baik principal maupun agen, keduanya sama-sama termotivasi oleh kepentingannya sendiri. Hal ini akan menimbulkan konflik kepentingan diantara pemegang saham mayoritas yang bertindak sebagai manajer dan pemegang saham minoritas sebagai pemilik. Dengan akses informasi yang lebih banyak mengenai perusahaan, manajer dapat terlibat jauh dalam pengelolaan perusahaan yang berpotensi menguntungkan dirinya sendiri salah satunya dengan melakukan *tunneling*. Istilah “tunneling” pada mulanya digunakan untuk menggambarkan pengambilalihan pemegang saham minoritas di Republik Ceko yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan cara pemindahan aset melalui terowongan bawah tanah (*tunnel*) (Johnson *et. al.* 2000). Penelitian yang dilakukan Lo *et. al.* (2010), menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di China berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk. Penelitian oleh Yuniasih *et. al.* (2012) juga menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh (2014), dan Marfuah dan Azizah (2014), juga

menunjukkan hasil penelitian yang sama, yaitu *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor yang mendorong keputusan untuk melakukan *transfer pricing* lainnya adalah mekanisme bonus. Menurut Watts dan Zimmerman (1986), menyebutkan bahwa teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis dihubungkan dengan tindakan oportunistik yang dilakukan oleh perusahaan, yaitu hipotesis rencana bonus, hipotesis kontrak hutang, dan hipotesis biaya politik. Bonus sendiri adalah penghargaan yang diberikan perusahaan kepada manajer karena kinerjanya yang baik yang dilihat dari perolehan laba secara keseluruhan. Sehingga terdapat kecenderungan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* untuk menekan biaya dan maksimalkan laba agar bonus yang mereka terima juga semakin bertambah (Lo *et. al.* 2010). Sejalan dengan penelitian ini, Checcini *et. al.* (2013), menemukan bahwa untuk mendapatkan insentif yang tinggi manajer melakukan pergeseran pendapatan. Akan tetapi, penelitian yang dilakukan oleh Wafiroh (2014), menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Perusahaan multinasional dalam melakukan sebagian besar transaksinya ke luar negeri akan mengalami kendala mata uang yang berbeda-beda pada setiap negara dan nilainya juga terus berubah sesuai dengan pergerakan dolar sebagai mata uang internasional. Menurut Chan and Lo (2004), untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing ini, perusahaan multinasional akan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Namun, dalam penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014),

exchange rate tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* adalah kepemilikan asing. Mengacu pada Pasal 1 ayat 8 UU Nomor 25 Tahun 2007, kepemilikan saham asing merupakan proporsi saham biasa perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya pada variabel *tunneling incentive*, pemegang saham mayoritas cenderung terjun lebih dalam pada pengelolaan perusahaan. sehingga apabila pemegang saham mayoritas dalam suatu perusahaan dimiliki pihak asing, maka bukan tidak mungkin mereka akan melakukan tindakan untuk memperkaya diri melalui *transfer pricing*. Contohnya pemegang saham mayoritas menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan kepada perusahaan pribadinya diluar negeri dengan harga dibawah pasar. Pernyataan ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Chan and Lo (2004), yang menghasilkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian oleh Kiswanto dan Purwaningsih (2014), juga menunjukkan bahwa variabel kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan besaran atau nilai yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan. Menurut Wijaya dan Martani (2009), semakin besar jumlah aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Dengan demikian, ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor untuk

pertimbangan dalam investasinya. Rachmawati dan Triatmoko (2007), menyebutkan bahwa perusahaan dengan total aset yang besar dianggap memiliki prospek yang baik di masa depan. Hal tersebut membuat manajer pada perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan *transfer pricing* sebab perusahaan yang besar telah mendapat perhatian lebih dari masyarakat sehingga membuat manajemen berhati-hati dalam membuat laporan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Richardson *et., al.* (2013), menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terkait dengan agresivitas *transfer pricing*. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kiswanto dan Purwaningsih (2014), menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yaitu, semakin besar perusahaan maka semakin kecil kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk meneliti kembali dari beberapa teori dan penelitian yang sebelumnya telah ada dengan judul penelitian “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Exchange Rate*, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016”. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2013–2016, dengan alasan sebagian besar penanaman modal asing bergerak dibidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk perusahaan di luar negeri (Gunadi, 1994). Penggunaan sampel penelitian perusahaan mulai dari tahun 2013 dikarenakan tahun 2013 dinilai cukup untuk menggambarkan *transfer pricing* di Indonesia setelah berlakunya Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman (*arm's length*

principle) dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa dan berlakunya Surat Edaran Direktur Jenderal Pajak Nomor SE-50/PJ/2013 pada tanggal 24 Oktober 2013 tentang petunjuk teknis pemeriksaan terhadap wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa serta terjadinya inflasi pasca kenaikan harga BBM bersubsidi tanggal 22 Juni 2013 yang berpengaruh pada persepsi negatif investor asing di Indonesia (www.kemenprin.go.id).

Penelitian ini berusaha untuk mengembangkan penelitian yang sebelumnya telah dilakukan dengan perbedaan sebagai berikut:

1. Tidak ada penelitian yang menggunakan variabel pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, *exchange rate*, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan secara bersamaan.
2. Rentang waktu penelitian pada perusahaan manufaktur periode 2013-2016.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dalam bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang dapat disusun adalah sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

5. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
6. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti empiris mengenai hal-hal berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
2. Untuk menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
3. Untuk menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
4. Untuk menganalisis pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
5. Untuk menganalisis pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*
6. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berupa sumbangan pikiran dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat menambah wawasan secara luas dan mendalam mengenai *transfer pricing* serta dapat dijadikan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.