

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada era globalisasi saat ini memiliki dampak yang semakin ketat pada persaingan pasar dalam memasarkan produknya tanpa mengenal batas negara. Hal ini ditandai dengan meningkatnya transaksi internasional seperti arus barang, jasa, orang maupun investasi yang terjadi antar Negara. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak lagi beroperasi pada Negara sendiri, melainkan mulai merambah ke Negara lain dalam lingkup Internasional, sehingga perusahaan tersebut beralih menjadi perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional akan memperkuat basis globalnya dengan cara mendirikan anak perusahaan, cabang dan lainnya di berbagai negara untuk tujuan menumbuh kembangkan *market share* (pangsa pasar) ekspor, serta untuk kebutuhan impor produk-produk perusahaan diberbagai negara (Sutedi, 2013).

Permasalahan yang sering dialami sehubungan dengan investasi asing adalah *transfer pricing*. Isu mengenai permasalahan tersebut menjadi suatu topik menarik dan mendapat perhatian khusus dari otoritas perpajakan di dunia. Penelitian-penelitian sebelumnya menemukan bahwa 80% perusahaan multinasional terindikasi melakukan *transfer pricing*, sehingga menjadikan *transfer pricing* sebagai isu pajak internasional yang paling disoroti karena menimbulkan banyak permasalahan yang sulit untuk diatasi, misalnya persaingan usaha yang tidak sehat (Suandy, 2011: 74).

Menurut penelitian Nurhayati (2013) menyebutkan bahwa 60% dari total perdagangan yang ada didunia terindikasi adanya praktik *transfer pricing*. Hal ini

menjadikan *transfer pricing* sebagai isu pajak internasional, karena tidak terjadi di ranah perpajakan tanah air saja melainkan di seluruh Negara yang ada di dunia.

Di Indonesia, menurut Direktorat Jendral Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) menyebutkan bahwa sekitar 2.000 perusahaan yang 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 pajaknya dengan salah satu modus yaitu perusahaan tersebut merupakan perusahaan afiliasi yang induk perusahaannya ada diluar negeri sehingga rawan terjadinya praktik *transfer pricing*, adanya perbedaan tarif pajak antara Negara Indonesia dengan Negara lain yang menjadi relasinya sehingga terdapat kemungkinan besar perusahaan menjual atau membeli produk dengan harga yang rendah, bahkan sebaliknya sesuai dengan kebutuhan serta tujuan yang diinginkan perusahaan (*liputan6.com*).

Penyebab utama timbulnya *transfer pricing* adalah adanya transaksi dengan pihak yang berelasi, baik itu transaksi barang ataupun jasa. Menurut Lubis *et., al.* (2013) transaksi dengan pihak berelasi adalah suatu transaksi yang terjadi antara pihak-pihak yang memiliki relasi, apabila satu pihak dapat mengendalikan pihak lain dalam hal pengambilan keputusan keuangan maupun operasional, sedangkan menurut penelitian Tjahyaningrum *et., al.* (2017) menemukan bahwa pada setiap transaksi pihak berelasi terindikasi adanya pengalihan sumber daya dan upaya meminimalkan beban pajak atau *transfer pricing*.

Menurut Cristea dan Nguyen (2014), menyebutkan bahwa *transfer pricing* merupakan suatu alat untuk mengalokasikan laba atau pendapatan perusahaan multinasional ke Negara yang memiliki tarif pajak berbeda dan cenderung rendah.

Perusahaan multinasional dapat mengurangi tarif pajak global secara efektif melalui biaya ekspor yang cenderung rendah, dengan mengirim barang dari Negara yang tarif pajaknya tinggi ke Negara yang tarif pajaknya rendah.

Peraturan yang mengatur mengenai permasalahan *transfer pricing* adalah UU Nomer 36 Tahun 2008 Pasal 18 yang menjelaskan tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Berdasarkan Undang-Undang Perpajakan tersebut menjelaskan bahwa hubungan pihak berelasi bisa terjadi karena sebesar 25% atau lebih kepemilikan modal saham suatu badan oleh badan lainnya, atau modal saham antara beberapa badan sebesar 25% atau lebih dimiliki oleh suatu badan. Adanya transaksi dengan pihak berelasi ini mengakibatkan pada ketidakwajaran harga, serta imbalan atau biaya pada saat melakukan transaksi. Menurut Indrawati (2014) menyatakan bahwa *transfer pricing* dilakukan dengan cara mengalihkan pendapatan ke Negara dengan tarif pajak yang lebih rendah atau Negara yang tarif pajaknya 0% (*tax heaven*).

Tunneling incentive adalah pengalihan atau transfer suatu sumber daya keluar perusahaan demi keuntungan atau kepentingan pemegang saham mayoritas sendiri dengan mengorbankan pemegang saham minoritas (Johnson *et., al.* 2000). Tujuan suatu perusahaan melakukan *tunneling* adalah untuk meminimalkan biaya-biaya transaksi, dengan cara melakukan transaksi dengan pihak berelasi sehingga biaya atau beban dapat ditekan dan lebih ekonomis. *Tunneling* juga dilakukan untuk tujuan manipulasi laba yaitu dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai sarana menaikkan atau menurunkan laba, sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan perusahaan (Marfuah dan Azizah, 2014).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartati *et., al.*, (2015) menyebutkan bahwa *tunneling incentive* adalah suatu kegiatan yang dilakukan

pemegang saham mayoritas untuk mendapatkan keuntungan demi kepentingan mereka sendiri dengan cara mentransfer aset atau keuntungan keluar perusahaan, sehingga dapat merugikan pemegang saham minoritas karena ikut menanggung biaya-biaya yang mereka bebankan. Noviasitika *et., al.*, (2016) mengemukakan bahwa *transfer pricing* terjadi pada perusahaan dengan struktur kepemilikan terkonsentrasi pada satu pihak atau satu kepentingan, sehingga perusahaan tersebut terdapat kemungkinan besar akan melakukan *transfer pricing* dengan cara *tunneling* melalui penjualan atau pembelian antar perusahaan yang memiliki hubungan relasi.

Keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Bonus adalah suatu *reward* atau penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada dewan direksi perusahaan jika perusahaan mendapatkan laba, sehingga mekanisme bonus ini akan berhubungan dengan perekrasan laba. Manajer biasanya melakukan tindakan yang dapat menaikkan atau memaksimalkan laba dengan berbagai cara, salah satunya dengan *transfer pricing* agar mendapatkan bonus sesuai yang diinginkan (Purwanti, 2010).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartati *et., al.*, (2015) menyebutkan bahwa pihak direksi akan cenderung melakukan manipulasi laba dengan memaksimalkan laba yang dihasilkan perusahaan untuk tujuan agar mendapatkan bonus atau insentif yang akan diberikan oleh pemilik perusahaan, apabila dasar pemberian insentif tersebut berdasarkan laba yang dihasilkan sebagai pengukuran kinerja perusahaan tersebut. Chan and Chow (1997) dan Chan and Lo (2005) mengemukakan bahwa praktik *transfer pricing* dapat dimanfaatkan perusahaan dalam memenuhi tujuannya untuk meningkatkan laba

untuk mendapatkan bonus, pengalihan aset atau keuntungan keluar perusahaan untuk mengurangi beban pajak, serta kemungkinan mengalihkan sumber daya dari satu perusahaan ke perusahaan lainnya yang memiliki hubungan relasi.

Berhubungan mengenai permasalahan *transfer pricing*, tidak terdapat ketentuan atau peraturan khusus dalam lingkup akuntansi komersial, tetapi standar akuntansi komersial yang dikeluarkan oleh IAI (Ikatan Akuntan Indonesia) terdapat peraturan mengenai pengungkapan transaksi pihak-pihak yang berelasi antara entitas pelapor dengan pihak yang memiliki hubungan relasi dalam PSAK No. 7, sedangkan dalam lingkup akuntansi perpajakan lebih menjelaskan pada penyusunan SPT atau surat pemberitahuan dan konsekuensi perpajakan terhadap kegiatan atau transaksi suatu perusahaan (Nurhayati, 2013).

Transfer pricing pada perusahaan multinasional bisa memicu terjadinya penyalahgunaan dengan tujuan memaksimalkan laba atau keuntungan, serta upaya meminimalkan beban pajak yang terutang dengan cara mentransfer pendapatan pada perusahaan multinasional lainnya yang masih dalam satu grup dari Negara yang tarif pajaknya tinggi ke Negara yang memiliki tarif pajak rendah maupun pada Negara yang tidak memiliki suatu kewajiban membayar pajak. Dampak yang mungkin terjadi akibat adanya aktivitas *transfer pricing* adalah harga yang terlalu rendah atau harga yang terlalu tinggi menyesuaikan dengan keinginan pemegang saham mayoritas. Tujuan lain dari adanya aktivitas *transfer pricing* adalah untuk memaksimalkan laba setelah pajak dan sebagai alat untuk mengendalikan arus sumber daya perusahaan antara anggota grup (Suandy, 2011: 69).

Adanya aktivitas *transfer pricing* menimbulkan beberapa kasus, misalnya Starbucks Inggris, Google di Inggris, Amazon Inggris, *abuse of transfer pricing* di

Pakistan dan lainnya. Salah satu contohnya adalah kasus *abuse of transfer pricing* yang terjadi di Pakistan yang disidangkan di Pengadilan Tinggi di Karachi (*The High Court of Sindh*). Kasus tersebut terjadi saat pemegang saham minoritas salah satu perusahaan farmasi (A Ltd) yang berada di Pakistan melaporkan ke Pengadilan Tinggi atas tuduhan yang dituduhkan kepada pemegang saham mayoritas yang telah melakukan praktik *transfer pricing* dengan membebankan biaya pembelian bahan baku obat yang dibeli dari perusahaan B Ltd dengan harga yang tinggi, padahal perusahaan B Ltd sendiri adalah pemegang saham mayoritas perusahaan A Ltd, sehingga menyebabkan kerugian bagi pemegang saham minoritas. Harga pembelian yang cenderung tinggi ini menyebabkan kinerja perusahaan A Ltd menjadi buruk, sehingga berdampak pada modal pemegang saham menjadi berkurang. Kerugian serta kinerja perusahaan yang memburuk disebabkan oleh *mark up* harga beli yang sangat tinggi menurut pendapat pemegang saham minoritas perusahaan A Ltd (*ortax.org*).

Kasus *transfer pricing* di Indonesia terjadi pada salah satu perusahaan multinasional yang bergerak di bidang manufaktur, yaitu perusahaan Toyota Indonesia. kasus *transfer pricing* ini terjadi pada tahun 2005 yang berawal sejak adanya kejanggalan-kejanggalan yang terjadi. Direktorat Jenderal Pajak kemudian melakukan suatu pemeriksaan pada Surat Pemberitahuan Pajak Tahunan (SPT) perusahaan Toyota Motor. Hasil pemeriksaan tersebut yaitu terjadi penurunan laba bruto yang cukup drastis yaitu sebesar 30% yang awalnya 1,5 Triliun menjadi 950 miliar. Kejanggalan lain yang ditemukan oleh DJP adalah rasio gross margin atau perimbangan laba kotor dengan tingkat penjualan yang sebelumnya sebesar 14,59% menjadi 6,5% yang terjadi dalam satu tahun. Astra menjual sebagian besar sahamnya kepada Jepang dengan alasan tidak dapat membayar hutang

yang sudah tidak dapat ditangguhkan. Hal ini menyebabkan perusahaan Toyota dikuasai Jepang dengan presentasi kepemilikan 95%. Nama perusahaan kemudian berubah menjadi Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMI). Astra dan TMMI mendirikan perusahaan baru dengan menggunakan nama lama yaitu Toyota Astra Motor (TAM) sebagai agen tunggal. Astra memiliki kepemilikan 51% dan sisa saham dimiliki TMMI. Dampak dari restrukturisasi tersebut, laba konsolidasian atau laba gabungan dua perusahaan tersebut menurun (Karomatunnisa, 2016).

Penelitian sebelumnya yang mengungkapkan tentang motivasi pajak dalam melakukan suatu transaksi *transfer pricing* telah dilakukan, antara lain oleh Wafiroh dan Habsari (2015), Yuniasih *et., al.* (2012), Hartati *et., al.* (2014), Noviasatika F (2016), 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 oleh perusahaan.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Beberapa peneliti pernah melakukan penelitian mengenai *tunneling incentive* yaitu Yuniasih *et., al.* (2012), Mispiyanti (2015), Noviasatika (2016), Wafiroh dan Habsari (2015), Marfuah dan Azizah (2014) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*, karena perusahaan yang ada di Indonesia cenderung memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi pada satu pihak atau kepentingan tertentu. Hal ini menyebabkan terjadinya konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas

dan minoritas. Pemegang saham mayoritas biasanya melakukan pengalihan sumber daya perusahaan ke Negara dengan tarif pajak rendah melalui transaksi dengan pihak berelasi untuk kepentingan mereka sendiri.

Selanjutnya, faktor lain yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Beberapa penelitian mengenai topik tersebut pernah diteliti oleh peneliti lain yaitu Hartati *et., al.* (2014) yang menemukan bahwa 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 mendapatkan insentif atau bonus. Pemilik perusahaan biasanya menjadikan laba sebagai tolak ukur kinerja perusahaan yang baik. Oleh karena itu, pihak manajemen akan memaksimalkan laba melalui praktik *transfer pricing* sebagai alat untuk memaksimalkan bonus yang akan didapatkan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk menguji kembali empat variabel yang telah diteliti oleh peneliti sebelumnya yaitu Hartati *et., al.* (2014), Wafiroh dan Habsari (2015), Mispiyanti (2015), Saraswati dan Sujana (2017) dan Indriaswari (2017) yaitu pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *transfer pricing*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah membandingkan Negara Indonesia dengan Negara Pakistan, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti empat variabel tersebut pada Negara Indonesia saja. Alasan meneliti Negara Pakistan, karena Negara tersebut termasuk dalam 5 kelompok Negara dengan tarif pajak tertinggi di Asia (*tradingeconomics.com*).

Tabel 1.1
Data Tarif Pajak Perusahaan

Negara	Terakhir		Sebelum Ini	Tertinggi	Paling Rendah		
<u>Uni Emirat Arab</u>	55.00	2016-12	55	55	40	%	Tahunan
<u>Pakistan</u>	32.00	2016-12	33	43	30	%	Tahunan
<u>Jepang</u>	30.86	2018-12	30.86	52.4	30.86	%	Tahunan
<u>India</u>	30.00	2018-12	30	38.95	30	%	Tahunan
<u>Filipina</u>	30.00	2016-12	30	35	30	%	Tahunan

Sumber: *tradingeconomics.com*

Pemilihan negara dengan tarif pajak yang tinggi karena praktek *transfer pricing* sering dilakukan oleh perusahaan multinasional yang berada di Negara dengan tarif pajak tinggi. Negara-negara dengan tarif pajak tinggi tersebut akan melakukan meminimalan beban pajak perusahaan, salah satunya dengan melakukan *transfer pricing* melalui transaksi dengan pihak yang berelasi. Misalnya melakukan penjualan dibawah harga pasar, agar pendapatan yang diperoleh perusahaan seolah-olah rendah (Tjahyaningrum, 2017; Deanti, 2017; Wafiroh dan Hapsari, 2015; Hartati *et al.*, 2014; Indriaswari, 2017; Mispiyanti, 2015; Saraswati dan Sujana, 2017).

Perbedaan lainnya yaitu pengukuran praktek *transfer pricing* yang menggunakan proksi rasio nilai transaksi dengan pihak berelasi yakni mengukur transaksi penjualan dan/atau pembelian pihak berelasi, sedangkan penelitian

terdahulu hanya menggunakan proksi penjualan pihak berelasi saja. Transaksi penjualan dan pembelian dengan pihak yang memiliki relasi ini akan menimbulkan transaksi utang ataupun piutang yang bisa mempengaruhi perhitungan laba akuntansi suatu perusahaan (Deanti, 2017).

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan *Pakistan Stock Exchange* (www.psx.com.pk) tahun 2014 hingga 2016, karena praktek *transfer pricing* banyak terjadi pada perusahaan manufaktur multinasional yang mempunyai anak perusahaan di luar negeri, biasanya banyak terjadi pada transaksi penjualan atau pembelian barang setengah jadi (Deanti, 2017; Sundari dan Susanti, 2016; Rosa *et al.*, 2017). Alasan menggunakan periode 2014-2016 karena terdapat suatu fenomena unik yang terjadi di Pakistan, yaitu bervariasinya tarif pajak badan dari tahun 2014-2016. Tarif pajak badan yang terus mengalami penurunan hingga tahun 2016 yaitu berturut-turut dari tahun 2014-2016 sebesar 34%, 33%, dan 32%, tetapi negara ini masih ada pada urutan ke 2 se-Asia dengan negara yang memiliki tarif pajak tinggi (ddtc.co.id).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada keputusan *transfer pricing* berdasarkan pajak di Indonesia dan Pakistan?
2. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada keputusan *transfer pricing* berdasarkan *tunneling incentive* di Indonesia dan Pakistan?
3. Apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada keputusan *transfer pricing* berdasarkan mekanisme bonus di Indonesia dan Pakistan?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dapat dilakukan lebih fokus, mendalam dan sempurna, peneliti memandang permasalahan penelitian yang diangkat perlu dibatasi variabelnya. Penulis membatasi diri dengan hanya berkaitan dengan perbandingan keputusan *transfer pricing* di Indonesia dan Pakistan berdasarkan pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. *Transfer pricing* dipilih karena merupakan suatu isu pajak internasional yang paling menarik dan disoroti beberapa tahun terakhir.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui secara empiris perbedaan keputusan *transfer pricing* berdasarkan pajak di Indonesia dan Pakistan.
2. Untuk mengetahui secara empiris perbedaan keputusan *transfer pricing* berdasarkan *tunneling incentive* di Indonesia dan Pakistan.
3. Untuk mengetahui secara empiris perbedaan keputusan *transfer pricing* berdasarkan mekanisme bonus di Indonesia dan Pakistan.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Mahasiswa akuntansi, penelitian ini bermanfaat sebagai dasar atau bahan untuk penelitian selanjutnya, serta menambah ilmu pengetahuan tentang studi akuntansi dan perpajakan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing*, serta perbedaanya dengan Negara lain.

2. Bagi Investor, sebagai referensi agar dapat melakukan suatu pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menanamkan modalnya, dilihat dari segi dimensi budaya. Hal ini dikarenakan budaya antar Negara memiliki perbedaan maupun persamaan yang berkaitan dengan keputusan *transfer pricing* tersebut.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi apabila ingin meneliti mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Manfaat Praktis

Memberi suatu gambaran mengenai analisis laporan keuangan, investor, kreditor, dan manajemen perusahaan mengenai perbedaan pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur Indonesia dan Pakistan.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan dalam skripsi ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang peneliti dalam melakukan penelitian ini, serta menguraikan rumusan masalah, tujuan, manfaat dari penelitian ini. Bagian akhir dari bab ini adalah sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan tentang tinjauan pustaka yang digunakan dalam penelitian ini, serta penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran dalam menyusun penelitian ini. Bagian akhir bab ini yaitu menguraikan mengenai pengembangan hipotesis penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variable penelitian dan definisi operasional, jenis, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV: ANALISIS DAN HASIL

Bab ini menguraikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis data dan hasil terhadap hasil berupa penolakan atau penerimaan hipotesis yang telah diuji.

BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang menguraikan mengenai simpulan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.