

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era globalisasi perekonomian yang semakin berkembang ini membawa dampak yang semakin meningkatnya transaksi internasional arus barang, orang, jasa dan permodalan (investasi) antar Negara menjadi berlipat ganda. Saat ini pergerakan modal dan dana dari satu Negara ke Negara lainnya menjadi lebih meningkat dari pada sebelumnya. Perusahaan–perusahaan tidak lagi membatasi operasinya hanya di negara sendiri, akan tetapi merambah ke manca Negara dan menjadi perusahaan multinasional dan tradisional. Mereka beroperasi melalui anak usaha dan cabang-cabangnya hampir semua Negara berkembang dan pasar-pasar yang sedang tumbuh. Penelitian mengenai motivasi pajak dalam transaksi *transfer pricing* telah dilakukan. Swenson (2001), mengemukakan bahwa tarif impor dan pajak berpengaruh intensif untuk melakukan transaksi *transfer pricing*.

Persoalan pokok yang dihadapi sehubungan dengan investasi asing, salah satunya adalah *transfer pricing*. Permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang sangat menarik dan semakin mendapatkan perhatian dari otoritas perpajakan diberbagai belahan dunia. Menurut Suandy (2011), penelitian akhir-akhir ini telah menemukan bahwa lebih dari 80% perusahaan–perusahaan multinasional (MNC) melihat harga transfer (*transfer pricing*) sebagai isu pajak internasional utama, dan lebih dari setengah perusahaan ini mengatakan bahwa isu ini merupakan isu yang paling penting. *Transfer pricing* menimbulkan sejumlah masalah, dan sulit untuk menyelesaikan masalah tersebut, antara lain menyangkut bea cukai, ketentuan *anti dumping*, dan persaingan usaha tidak sehat.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainya 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. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya atau imbalan lain yang di realisasikan dalam suatu transaksi usaha. Secara umum transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dikenal dengan istilah *transfer pricing*. Dalam konteks perpajakan, *transfer pricing* digunakan untuk merekayasa pembebanan harga untuk suatu transaksi antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dalam rangka meminimalkan beban pajak yang terutang secara keseluruhan atas grup perusahaan tersebut. Menurut Indrawati (2014), praktik *transfer pricing* umumnya dilakukan dengan cara mengalihkan penghasilan yang diperoleh oleh perusahaan multinasional tersebut ke Negara-negara yang dikategorikan Negara sebagai Negara bertarif pajak rendah atau ke Negara yang tarif pajaknya 0% (*tax heaven*).

Berbagai kebijakan dapat diambil oleh perusahaan guna menurunkan jumlah beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan termasuk dalam pemilihan metode akuntansi sehingga dapat menurunkan besaran pajak efektif (Hanum, 2013). Keberadaan nilai *effective tax rate* (ETR) adalah salah satu bentuk perhitungan tarif ideal pajak yang di hitung dalam sebuah perusahaan. Menurut Hanum (2013), pemberian insentive berupa penurunan tarif tersebut akan menyebabkan terjadinya penurunan tarif pajak yang akan dikeluarkan oleh perusahaan namun dengan penurunan tarif tersebut apakah telah tercipta suatu

tarif yang adil dan tidak ada yang dirugikan antara fiskus yang wajib lainnya. Selain motivasi pajak, keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus scheme*). Menurut Wafiroh (2014), semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi memiliki kemungkinan untuk melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk melakukan praktek *transfer pricing*. Sistem pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

*Tunneling* dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan tersebut dari pada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar di bursa efek harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Pemegang saham minoritas perusahaan yang terdaftar sering dirugikan ketika harga transfer menguntungkan perusahaan induk atau pemegang saham pengendali (Lo *et al.*, 2010 dalam Yuniasi *et al.*, 2012). *Tunneling incentive* merupakan kegiatan mengambil keputusan atau kebijakan oleh pemegang saham mayoritas dimana kebijakan tersebut diambil guna mencapai tujuan yang menguntungkan pribadi pemilik saham mayoritas dengan cara mengesampingkan kepentingan pemilik saham minoritas yang menimbulkan kerugian bagi pemilik saham minoritas (Wafiroh, 2014).

*Tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi kepentingan mereka sendiri,

namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan (Hartati *et al.*, 2015). Aharony *et al.* (2010), menemukan bahwa *tunneling incentive* setelah *initial public offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum IPO. Yuniasih *et al.* (2012), menemukan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Menurut Hartati *et al.* (2014), mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2009-2013, dengan alasan bahwa praktek *transfer pricing* ini sering terjadi pada perusahaan manufaktur. Sebagian besar penanam modal asing bergerak di bidang manufaktur dan mempunyai kaitan intern perusahaan yang cukup substansial dengan induk persahaan di luar negeri. Penggunaan sampel selama 5 tahun cukup untuk menggambarkan tentang kondisi perusahaan manufaktur yang melakukan praktek *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini untuk menguji relevansi hasil penelitian dari Yuniasih *et al.*, 2012 dan Hartati *et al.*, 2014. Perbedaan penelitian ini dan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya memisahkan antara variabel pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Dalam penelitian ini menggabungkan antara semua variabel yang ada dengan cara menjadikan proksi *effective tax rate* sebagai variabel independen untuk menguji kepastian apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* di dalam suatu perusahaan. Karena terdapat ketidak konsistenan setelah

dilakukan pengujian ulang dalam penelitian ini antara variabel *Effective tax rate*, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Effective tax rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* ?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* ?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *effective tax rate* terhadap keputusan *transfer pricing*
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*
3. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*

## 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan ini diharapkan mampu menghasilkan manfaat sesuai dengan kepentingannya seperti :

### 1. Manfaat Praktis

Memberi gambaran analisis laporan keuangan, manajemen perusahaan, investor dan kreditor bagaimana pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* mempengaruhi pengambilan keputusan dalam perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

### 2. Manfaat Teoritis dan Akademis

Menambah ilmu pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan praktek *transfer pricing*, khususnya perusahaan manufaktur. Dan menambahkan referensi untuk penelitian dimasa yang akan datang.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

### BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendorong peneliti melakukan penelitian ini. Dalam bab ini juga menguraikan perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian ini. Bagian ahir bab ini menguarai mengenai sistematika penulisan.

### BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mengurai tentang tinjauan pustaka dari teori yang digunakan dalam penelitian ini. Menguraikan juga tentang penelitian terdahulu dan kerangka teoritis untuk menyusun penelitian ini, serta mengurai pula mengenai hipotesisi penelitian ini.

### BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini mengurai tentang variabel penelitian dan definisi operasional, jenis, sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### BAB IV: ANALISIS DAN HASIL

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

### BAB V: PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir penulisan penelitian ini. Yang memuat simpulan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.