

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang telah kita semua ketahui pada saat ini, bahwasanya MEA sudah masuk ke dalam negara Indonesia, sehingga perusahaan – perusahaan asing mudah untuk melakukan *harga transfer* yang umumnya dilakukan oleh perusahaan multinasional. Dalam perusahaan multinasional terjadi berbagai transaksi internasional antar anggota (divisi), salah satunya adalah penjualan barang atau jasa. Sebagian besar transaksi bisnis biasanya terjadi di antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa, penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota (divisi) tersebut dikenal dengan sebutan *transfer pricing*/harga transfer (Mardiasmo, 2008: 1-2).

Menurut OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*) bahwa sekitar 60% dari transaksi perdagangan dan keuangan lintas negara (*cross border transaction*) dilakukan antar perusahaan dalam suatu kelompok perusahaan multinasional, sehingga Dirjen Pajak menyimpulkan bahwa diperkirakan besaran transaksi afiliasi adalah sekitar 60% dari transaksi lintas negara yang terjadi di Indonesia. Sehingga konsekuensi logisnya, Dirjen Pajak sebagai otoritas pajak di Indonesia, menentukan sikap dan posisi untuk merespon perkembangan tersebut dengan menganggap isu *transfer pricing* adalah isu yang sangat penting, khususnya terkait dengan aspek perpajakan dari transaksi afiliasi.

Wajib pajak menganggap isu *transfer pricing* sebagai isu yang penting dibuktikan dengan hasil survey E&Y terkait *transfer pricing* untuk tahun 2007 yang dipublikasikan pada bulan Februari 2008. Di bawah ini adalah kutipan asli dari hasil survei tersebut :

No	Tax Issues	Percentage
1	<i>Transfer Pricing</i>	39%
2	<i>Tax Planning</i>	32%
3	<i>Double Taxation</i>	9%
4	<i>Value Added Tax</i>	8%
5	<i>Tax Controversy</i>	6%
6	<i>Customs Duties</i>	3%
7	<i>Foreign Tax Credit</i>	3%
	Total	100%

Sumber: [web/Pentingnya memahami transfer pricing.htm](http://web/Pentingnya%20memahami%20transfer%20pricing.htm).

- a. 39% of all respondents identified transfer pricing as the most important tax issue facing their group, more than any other tax issue.
- b. 74% of parent and 81% of subsidiary respondents believe that transfer pricing will be “absolutely critical” or “very important” to their organizations over the next two years.
- c. 65% of parent respondents believe that transfer pricing documentation is more important now than it was two years ago.
- d. 2/3 of parent respondents have experienced an increased need for transfer pricing resources in the last three years, with 74% meeting this need through increased reliance on external advisors.

Dari poin-poin hasil survei tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa isu *transfer pricing* bagi wajib pajak sangat penting. Dari poin terakhir hasil survei tersebut menyebutkan bahwa terdapat 2/3 dari total responden telah menyiapkan sumber daya manusia khusus untuk menangani masalah *transfer pricing* (Pramana, 2014). Hasil survei ini telah diketahui juga oleh Dirjen Pajak, maka dengan fakta itu juga Dirjen Pajak berkepentingan untuk menyiapkan segala perangkat baik SDM, sarana dan satuan khusus untuk menangani masalah *transfer pricing*.

Transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan multinasional didorong oleh alasan pajak maupun non pajak. Seiring dengan perkembangan zaman praktik *transfer pricing* seringkali dilakukan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus

dibayar (Mangoting, 2000 : 80). Semakin tingginya beban pajak memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. *Transfer pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah. Namun, karena belum tersedianya alat, tenaga ahli, dan peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Pada penelitian – penelitian sebelumnya telah menemukan bahwa lebih dari 80% perusahaan – perusahaan multinasional (MNC) melihat harga transfer (*transfer pricing*) sebagai suatu isu utama dalam perpajakan internasional, dan lebih dari setengah perusahaan ini mengatakan bahwa isu ini adalah isu yang paling penting. Hal ini tidak terlepas dari semakin berkembangnya globalisasi ekonomi yang ditandai dengan munculnya banyak perusahaan multinasional (*Multi National Enterprise*) yang beroperasi di manca Negara (Suandy, 2011: 74).

Transfer pricing merupakan isu klasik di bidang perpajakan, khususnya menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh korporasi internasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara, karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara – negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*hight tax contries*) ke negara – negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax contries*) (widyastuti, 2011).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan 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 direalisasikan dalam suatu transaksi usaha (Yuniasih *et al*, 2012).

Menurut Dirjen Pajak Indonesia tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara. Menurut Haeruman (2010) sebagaimana dikutip dalam (Pramana, 2014) perhitungan Dirjen Pajak, negara berpotensi kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktek *transfer pricing*, lebih dipertegas lagi menurut informasi internal Dirjen Pajak bahwa kehilangan tersebut kebanyakan akibat adanya pembayaran Bunga, Royalti serta Intragroup Service, sehingga Dirjen Pajak percaya bahwa dengan memberhentikan pembayaran tersebut negara sudah tidak perlu menambah hutang lagi.

Penelitian tentang pajak yang mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan. Menurut Swenson (2000) dalam penelitiannya (Yuniasih, 2012) menemukan bahwa harga dilaporkan pada laporan keuangan akan naik ketika efek gabungan dari pajak dan tarif memberikan dorongan bagi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Hal lain yang memengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *debt covenant*. Sesuai dengan *the debt covenant hypothesis* perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecenderungan perusahaan adalah memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini, dan salah satu praktik perubahan laba adalah dengan *transfer pricing* (Pramana, 2014).

Beberapa penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan. Mutamimah (2008) menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, dimana

perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk (Lo et al, 2010).

Berdasarkan uraian di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ulang dengan judul “faktor – faktor yang memengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*”. Hal ini dikarenakan peraturan - peraturan perpajakan dapat berubah – ubah sesuai dengan keadaan, sehingga tidak tentu tahun ini sama dengan tahun lalu atau tahun depan. Dalam masalah *transfer pricing* ini yang paling mendasar adalah mengenai tentang perpajakan yang mana, zaman sekarang perkembangan dunia usaha sangat cepat dan judul tersebut adalah hasil replika dari penelitian sebelumnya yaitu pramana (2014). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada penelitian ini menggunakan 5 variabel independent yaitu: pajak, *bonus plan*, *tunneling incentive*, *debt covenant* dan *exchange rate*. Sedangkan penelitian sebelumnya hanya menggunakan 4 variabel independent yaitu: pajak, *bonus plan*, *tunneling incentive* dan *debt covenant*. Terdapat juga perbedaan dalam waktu yang mana sampel penelitian pada penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur dari tahun 2011-2015, sedangkan pada penelitian pramana (2014) menggunakan perusahaan seluruh manufaktur dari tahun 2011-2013.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah *bonus plan* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
5. Apakah *Exchange Rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
2. Mengetahui dan menganalisis *bonus plan* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
3. Mengetahui dan menganalisis *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
4. Mengetahui dan menganalisis *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
5. Mengetahui dan menganalisis *Exchange Rate* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

1.4 Manfaat penelitian

Manfaat yang ingin diperoleh dari penulisan ini adalah:

a. Manfaat praktis

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

b. Manfaat teoritis dan akademis

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