

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Adanya perusahaan multinasional membuat transfer sumber daya (baik berupa barang, jasa, laba, maupun aset) tidak hanya dilakukan antardivisi namun juga antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Robert dan Govindarajan (1998) mendefinisikan bahwa:

“The term of transfer pricing is a value placed on a transfer of goods and services between in transaction in which at least one of the two parties involved is a profit center”.

Dari pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa *transfer pricing* dilakukan antara dua divisi yang merupakan *profit center* dan bertujuan untuk meningkatkan *profit* perusahaan.

Transfer pricing saat ini menjadi isu global yang rumit dan tak kunjung terselesaikan. Adanya gesekan kepentingan antara pelaku bisnis dengan kantor pajak membuat isu *transfer pricing* ini tak menjumpai titik temu. Hingga saat ini, *transfer pricing* telah menjadi isu utama dalam bidang perpajakan baik di dalam maupun di luar negeri. *Transfer pricing* menjadi isu yang menarik karena praktik *transfer pricing* telah dilakukan secara luas oleh perusahaan multinasional diseluruh dunia.

Secara teoritis, *transfer pricing* sesungguhnya digunakan sebagai penilai kinerja antardivisi pada suatu perusahaan namun seiring perkembangan zaman, fungsi praktik *transfer pricing* bergeser untuk praktik penghindaran pajak (Mangoting, 2000).

Menurut Horngren (2008), yang dimaksud dengan *transfer pricing* (harga transfer) adalah harga yang dibebankan satu subunit (departemen atau divisi) untuk suatu produk atau jasa yang dipasok ke subunit yang lain di organisasi yang sama. Hal ini selaras dengan yang diungkapkan oleh *Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) bahwa *transfer pricing* adalah harga yang disepakati dalam sebuah transaksi yang dilakukan antar anggota dalam suatu perusahaan multinasional. Harga transfer yang disepakati dalam transaksi tersebut dapat menyimpang dari harga pasar. Hal ini dapat terjadi sepanjang harga yang ditentukan tersebut cocok dengan ketentuan dalam grup korporasi.

Menurut Mangoting (2000), *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar. Semakin besar jumlah pajak yang harus ditanggung perusahaan, semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* tersebut dapat dilakukan melalui transfer pendapatan, transfer barang atau jasa maupun transfer aset tak berwujud lainnya. Transfer barang atau jasa antar anak perusahaan atau antardivisi dalam satu grup dilakukan dengan cara memperkecil harga jual barang atau jasa tersebut. Perusahaan dalam satu grup dapat secara bebas menentukan harga transfer sesuai dengan keinginan mereka. Meskipun pada dasarnya transaksi antardivisi atau antarperusahaan dalam satu grup tidak boleh menyimpang dari harga wajar (*arm's length principle*), namun pada kenyataannya transaksi yang terjadi

cenderung menyimpang dari harga pasar wajar. Hal tersebut terjadi karena kelompok divisi maupun anak perusahaan pada satu grup memiliki kebebasan untuk mengadopsi prinsip yang sesuai dengan korporasinya. Dengan alasan kebebasan untuk mengadopsi prinsip apapun yang tepat bagi korporasi tersebut, saat ini banyak muncul praktik *transfer pricing* berupa penghindaran pajak dan penetapan harga transfer yang tidak wajar.

Perusahaan seperti Starbucks, Google, dan Amazon di Inggris pernah berurusan dengan aparat pajak karena kasus penghindaran pajak. Perusahaan-perusahaan tersebut tidak membayar pajak korporasi dengan menyajikan kerugian di laporan laba ruginya, padahal mereka berhasil mencetak penjualan yang tinggi pada anak perusahaan mereka. Salah satu contohnya adalah Starbucks Inggris yang 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 kerugiannya mencapai £112 juta atau sekitar Rp1,7 triliun. Padahal dalam laporan kepada investornya di Amerika Serikat, Starbucks mengatakan bahwa mereka memperoleh keuntungan yang besar di Inggris dan penjualannya selama 3 tahun (2008-2010) mencapai £1,2 miliar atau sekitar Rp18 triliun. Dengan kerugian ini, Starbucks Inggris tidak pernah membayar pajak korporasi. Bahkan selama 14 tahun beroperasi di Inggris, Starbucks hanya membayar pajak sebesar £8,6 juta.

Praktik penghindaran pajak (*tax avoidance*) sendiri sesungguhnya merupakan tindakan legal dan tidak melanggar hukum. Kegiatan penghindaran pajak menjadi persoalan moral ketika praktiknya telah melampaui batas wajar. Perusahaan-perusahaan multinasional seperti Starbucks, Google, dan Amazon

tersebut menggunakan praktik *transfer pricing* untuk meminimalkan pembayaran pajak mereka (*tax minimization*). Caranya tidak gampang, akan tetapi dengan memanfaatkan celah-celah peraturan yang ada, mereka dapat memindahkan keuntungan dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke luar negeri dengan tarif pajak yang jauh lebih rendah. Walaupun terlihat legal tetapi cara-cara seperti ini dianggap sebagai cara yang amoral (Setiawan, 2013).

Meskipun legal, adanya praktik *transfer pricing* membuat penerimaan negara menjadi berkurang. Indonesia sendiri telah mengalami kerugian hingga triliunan rupiah per tahun disebabkan oleh adanya praktik *transfer pricing*. Menurut pengamat pajak Piliang (2013) dalam artikel yang dikeluarkan oleh Biro Analisis Anggaran dan Pelaksanaan APBN, kerugian negara akibat praktik *transfer pricing* mencapai Rp 1.300 triliun pada tahun 2009. Meskipun Ketua Komisi Pengawas Perpajakan Suprijadi (2013) meragukan data potensi kehilangan penerimaan pajak akibat *transfer pricing* bisa mencapai sebesar itu, ia tetap mengakui bahwa *transfer pricing* telah banyak dilakukan perusahaan. Besar potensi penerimaan pajak yang hilang akibat praktik negatif dari *transfer pricing* sangat sulit di proyeksi, karena ketidakmungkinan mencari rujukan atau penerapan dasar bagi transaksi tersebut (www.kemenkeu.go.id). Oleh alasan tersebut, pemerintah Indonesia menerapkan Undang-undang yang mengatur tentang *transfer pricing* dan hubungan antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa.

Peraturan tentang *transfer pricing* secara umum diatur dalam Pasal 18 (3) Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan yang menyatakan:

“Direktorat Jenderal Pajak berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya.”

Adapun langkah-langkah yang dilakukan Dirjen Pajak dalam mengantisipasi adanya praktik *transfer pricing* yaitu, melakukan *Pricing* dengan mengadopsi *transfer rules*, *Mutual Agreement Procedure* dan *Advance Pricing Agreement*.

Praktik *transfer pricing* oleh perusahaan selain dimotivasi oleh alasan pajak juga dilatar belakangi oleh alasan non pajak, dimana keputusan *transfer pricing* diambil dalam rangka meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas akan mempengaruhi minat investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan. Investor cenderung menanamkan modalnya pada perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi, sehingga dalam laporan keuangannya perusahaan berusaha menyajikan profitabilitas yang tinggi. Profitabilitas salah satunya dipengaruhi oleh perubahan nilai tukar. Perubahan nilai tukar (*exchange rate*) ini akan mempengaruhi laba perusahaan secara keseluruhan.

Hal lain yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan perusahaan yakni proporsi kepemilikan perusahaan. Struktur kepemilikan perusahaan dibagi kedalam dua kategori yaitu Struktur kepemilikan

terkonsentrasi dan menyebar. Menurut Dynaty dkk (2011) perusahaan di Asia kebanyakan memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi. Pada struktur kepemilikan ini, informasi dapat diakses dengan lebih baik oleh pemegang saham pengendali dari pemegang saham non pengendali. Menurut PSAK No. 15, suatu entitas dapat memberikan pengaruh yang signifikan untuk mengendalikan perusahaan jika entitas tersebut memiliki saham minimal 20% baik secara langsung maupun tidak langsung. Semakin besar porsi kepemilikan yang dimiliki pemegang saham, semakin besar pula kendali yang dimiliki pemegang saham tersebut untuk menentukan keputusan perusahaan. Kepemilikan perusahaan dapat dimiliki oleh orang secara individu, pemerintah, atau instansi lain baik instansi dalam negeri maupun instansi asing. Apabila kepemilikan perusahaan didominasi oleh kepemilikan asing, maka tidak menutup kemungkinan kendali asing akan berpengaruh terhadap pengambil keputusan perusahaan. Hanlon dkk (2007) mengungkapkan perusahaan yang dikendalikan oleh pihak asing cenderung memiliki tingkat ketidakpatuhan terhadap pajak yang lebih besar.

Alasan lain yang dapat meningkatkan praktik *transfer pricing* yakni diterapkannya mekanisme bonus pada perusahaan. Perusahaan yang menerapkan mekanisme bonus akan menilai pekerjaan direksi dan manajer berdasarkan laba perusahaan secara keseluruhan (Hartati dkk, 2015). Direksi dan manajer dianggap berhasil mencapai kinerja yang baik apabila mampu menampilkan laba yang baik. Dan untuk kinerja yang baik tersebut, direksi dan manajer akan diberi penghargaan berupa bonus. Direksi dan manajer akan cenderung berusaha menampilkan laba perusahaan yang baik pada laporan keuangan perusahaan untuk memperoleh bonus yang diinginkan. Salah satu praktik yang digunakan yakni

praktik *transfer pricing*, baik melalui penghindaran pajak dengan mentransfer penghasilan ke negara *tax haven* maupun transfer sumber daya dengan harga yang tidak sesuai harga wajar.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Mekanisme Bonus, *Tax minimization*, *Exchange rate* dan *Multinationality* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015)”.

Penelitian ini merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Hartati dkk (2014) serta Mafuah dan Azizah (2015). Variabel Mekanisme Bonus dan *Tax Minimization* merujuk pada penelitian Hartati dkk (2014), sedangkan variabel *exchange rate* merujuk pada penelitian Marfuah dan Azizah (2015). Motivasi peneliti dalam melakukan penelitian ini yaitu untuk meneliti kembali faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan. Penelitian yang telah banyak dilakukan belum menunjukkan hasil yang konsisten.

B. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis membatasi pembahasan untuk menghindari meluasnya permasalahan dalam penelitian ini. Oleh karena itu permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh variabel Mekanisme Bonus, *Tax minimization*, *Exchange rate* dan *Multinationality* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2016.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka pokok permasalahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?
2. Apakah *tax minimization* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah *exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?
4. Apakah *multinationality* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh positif mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh positif *tax minimization* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh positif *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Untuk memperoleh bukti empiris adanya pengaruh positif *multinationality* terhadap keputusan *transfer pricing*.

E. Manfaat Penelitian

1. Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor mengenai bagaimana Mekanisme Bonus, *Tax minimization*, *Exchange rate* dan *Multinationality* mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* yang dapat digunakan sebagai literatue untuk meminimalisir terjadinya praktik *transfer pricing*.

Menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dengan memberikan gambaran mengenai faktor apa saja yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan manufaktur multinasional di Indonesia dan menambah referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.