

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian di dunia telah berkembang tanpa mengenal negara karena pengaruh globalisasi. Perusahaan tidak hanya mempunyai pesaing dari dalam negeri sendiri, namun juga dari seluruh dunia. Dalam rangka memperkuat basis globalnya, perusahaan banyak mendirikan anak-anak perusahaan, cabang dan perwakilan usahanya di berbagai negara yang tujuannya untuk memperkuat aliansi strategis dan menumbuhkan kembangkan pasar ekspor dan impor produk-produk mereka di berbagai Negara. Memasuki era digitalisasi, perusahaan multinasional berkembang dengan sangat pesat. Pada era ini, batasan ekonomi dunia perlahan memudar sehingga memudahkan perusahaan dengan mudah menentukan transaksi atau investasi antar-negara. Hal ini semakin diperkuat dengan tingginya biaya produksi dan jenuhnya pasar domestik yang menyebabkan ekspansi perusahaan multinasional ke berbagai Negara (Maulani dkk., 2021).

Perkembangan perusahaan multinasional ini berbanding lurus dengan banyaknya transaksi intra-grup perusahaan multinasional (transaksi afiliasi). Permasalahan utama pada transaksi pada pihak yang berafiliasi adalah penentuan harga transfer (*transfer pricing*). Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang memiliki kedudukan di negara asal tetapi memiliki cabang atau anak perusahaan di berbagai negara di dunia. Perusahaan multinasional banyak melakukan transaksi internasional baik antar anggota atau divisi, salah satunya

adalah penjualan barang atau jasa. Sebagian besar transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi diantara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Hal itu memicu perusahaan multinasional untuk memperkecil maupun menghindari pajak tinggi juga pajak berganda. Upaya dalam memperkecil pajak secara internasional dilakukan dengan *transfer pricing* (Hutabarat & Ardillah, 2020).

Transfer pricing (harga transfer) merupakan suatu kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transfer suatu transaksi. Transaksi tersebut baik berupa transaksi barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi *finansial* yang dilakukan oleh perusahaan. Transaksi ini dapat terjadi antar-divisi dalam satu perusahaan (*Intra Company Transfer Pricing*) ataupun terjadi antar perusahaan (*Inter Company Transfer Pricing*). *Inter Company Transfer Pricing* dapat dilakukan dalam satu negara (*Domestic Transfer Pricing*) maupun antar negara (*Internasional Transfer Pricing*) (Maulani dkk., 2021).

Dalam praktiknya *transfer pricing* di gunakan untuk memperbesar harga pembelian atau biaya (*over invoice*) atau memperkecil harga penjualan (*under invoice*). Hal ini digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang memiliki tarif rendah dengan memaksimalkan beban pada akhirnya mengurangi pendapatan. *Transfer pricing* merupakan isu yang sensitif dalam dunia bisnis maupun ekonomi secara global, terutama dalam perpajakan. Aktivitas dari *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan multinasional akan mempengaruhi tingkat penerimaan negara dari sisi pajak baik secara langsung maupun tidak langsung. *Transfer pricing* dilakukan dengan menentukan jumlah penghasilan yang didapat masing-masing perusahaan yang terlibat dan penerimaan pajak penghasilan di negara pengekspor maupun negara pengimpor (Andayan &

Sulistyawati, 2020).

Transfer pricing (harga transfer) merupakan suatu kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transfer suatu transaksi. Transaksi tersebut baik berupa transaksi barang, jasa, harta tak berwujud, ataupun transaksi *finansial* yang dilakukan oleh perusahaan. Transaksi ini dapat terjadi antar-divisi dalam satu perusahaan (*Intra Company Transfer Pricing*) ataupun terjadi antar perusahaan (*Inter Company Transfer Pricing*). *Inter Company Transfer Pricing* dapat dilakukan dalam satu negara (*Domestic Transfer Pricing*) maupun antar negara (*Internasional Transfer Pricing*) (Maulani dkk., 2021)

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tindakan *transfer pricing* salah satunya penghindaran pajak, *Tax avoidance* adalah usaha pengurangan pajak, namun tetap mematuhi ketentuan peraturan perpajakan seperti memanfaatkan pengecualian dan potongan yang diperkenankan maupun menunda pajak yang belum diatur dalam peraturan perpajakan yang berlaku dan biasanya melalui kebijakan yang diambil oleh pimpinan perusahaan.. Menurut Pasal 2 PP No 30/2020, tarif PPh yang berlaku atas penghasilan kena pajak untuk wajib pajak badan dalam negeri dan bentuk usaha tetap yaitu 22%. Sehingga dikatakan perusahaan menghindari pajak apabila perusahaan tidak membayar pajak sesuai tarif yang ditentukan

Menurut Karisman dkk (2023) penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah usaha pengurangan pajak secara legal yang dilakukan dengan cara memanfaatkan ketentuan-ketentuan di bidang perpajakan secara optimal seperti pengecualian dan pemotongan-pemotongan maupun manfaat yang belum diatur dan kelemahan- kelemahan di dalam peraturan perpajakan yang berlaku. Dan Penghindaran pajak merupakan usaha yang dilakukan wajib pajak untuk

mengurangi atau menghapus hutang pajak yang tidak melanggar ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan.

Berdasarkan perspektif perpajakan, *transfer pricing* bertujuan untuk menetapkan harga transfer dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Namun, transfer pricing sering dikonotasikan sebagai sesuatu yang tidak baik dan bermakna “pejoratif”. Makna tersebut mengartikan *transfer pricing* sebagai pengalihan atas penghasilan kena pajak dari satu perusahaan ke perusahaan lain di negara yang tarif pajaknya rendah. Perusahaan lain yang dimaksud bisa berupa anak perusahaan atau perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Hal ini digunakan dalam rangka untuk mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan tersebut (Maulani dkk., 2021).

Menurut penelitian Wijaya & Amalia (2020), pajak memiliki sifat memaksa sehingga pemerintah mewajibkan suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak yang tentunya membuat perusahaan merasa mendapatkan tekanan karena harus secara rutin membayar pajak kepada negara. Sehingga manager memilih melakukan cara untuk meminimalkan pembayaran pajak yaitu dengan Transfer pricing ke grup perusahaannya yang ada di negara lain agar pajak yang dibayar oleh perusahaan bisa seminimal mungkin. Dengan Semakin tingginya pajak suatu perusahaan maka akan menyebabkan perusahaan tersebut melakukan transfer pricing. Dimana transfer pricing dilakukan untuk meminimalkan pembayaran pajak perusahaan tersebut dengan caranya memanfaatkan celah-celah peraturan yang ada, mereka dapat memindahkan keuntungan ke luar negeri dengan tarif pajak yang jauh lebih rendah.

Faktor lain yang dapat menjadi indikator perusahaan melakukan praktik

transfer pricing adalah *Tunneling Incentive*. Secara harfiah, tunnel berarti terowongan. Namun, dalam istilah keuangan *tunneling* berarti transfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Fungsi terowongan digunakan untuk jalan air, kereta atau mobil secara harfiah. Sama halnya dengan istilah keuangan, tunneling digunakan untuk mengalirkan sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Munculnya *tunneling* karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Kepemilikan saham yang besar atau mayoritas pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada dibawah kendalinya (Maulani dkk, 2021)

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku pemegang saham mayoritas dengan mentransfer aset dan keuntungan perusahaan demi kepentingan pribadi pemegang saham mayoritas, tetapi pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankan Husna & Wulandari (2022). Ketika perusahaan memiliki laba yang cukup besar otomatis pemegang saham pengendali (*mayoritas*) akan memindahkan laba untuk kepentingan mereka dibandingkan membagikan devidennya kepada pemegang saham minoritas karena mereka ingin mendapatkan pengembalian deviden yang cukup besar dan mereka sudah menanamkan modal yang besar kepada perusahaan. Sehingga mendorong terjadinya praktik *transfer pricing*.

Selanjutnya, keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (*bonus mechanism*). Bonus adalah imbalan yang diberikan secara langsung kepada karyawan disebabkan karena adanya keuntungan yang diperoleh perusahaan, Pemberian bonus ditentukan oleh

pemimpin perusahaan yang terkadang disesuaikan dengan posisi jabatan, salah satu contoh yaitu bonus yang di berikan kepada manajer atau direksi perusahaan. Biasanya bonus yang diberikan kepada manajer atau direksi dapat berupa komisi, tunjangan, *intensif* penjualan dan lain – lain (Michelle Filantropy Mineri & Paramitha, 2021).

Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Dikarenakan para manajer pasti akan berlomba-lomba untuk memaksimalkan laba perusahaan dengan menggeser laba perusahaan dari periode akan datang ke periode saat ini, karena pemilik akan melihat kinerja para manajer yang mampu mencapai target perusahaan sehingga para manajer melakukan *transfer pricing* untuk memaksimalkan laba perusahaan dan mereka bisa mendapatkan bonus dari peningkatan laba tersebut.

Terdapat kasus-kasus *transfer pricing* yang terjadi dalam 20 tahun terakhir, seperti yang dilansir dari Liputan 6 (2016) dimana di Indonesia dalam 10 tahun terakhir semenjak 2016 sebanyak 2000 perusahaan yang melakukan tindakan penghindaran pajak dengan cara *transfer pricing*. Hal ini disampaikan [Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan \(DJP Kemenkeu\)](#) dimana perusahaan multinasional tersebut tidak membayar PPh badan sebagaimana mestinya dikarenakan beralasan merugi dalam jangka waktu 10 tahun terakhir. Praktik penghindaran pajak ini dilakukan dengan modus *transfer pricing* atau mengalihkan keuntungan atau laba kena pajak dari Indonesia ke negara lain.

Berdasarkan data dari *Organization For Economic Co-Operation And Development* (OECD) hasil statistic *Mutual Agreement Procedure* (MAP), kasus *transfer pricing* di Indonesia pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 20%

dari tahun 2017. Kenaikan 20% ini kembali terjadi pada tahun 2019, terdapat 930 kasus terkait *transfer pricing*. Data-data tersebut menunjukkan besarnya jumlah tindakan *transfer pricing* yang tidak tepat masih terjadi dalam kurun waktu 20 tahun. Dan berdasarkan data yang diperoleh ada beberapa praktek yang telah dilakukan oleh beberapa perusahaan manufaktur dalam kegiatan *transfer pricing* yang dimana terbukti menyalahgunakan *transfer pricing*. Diantaranya PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia melakukan penghindaran pembayaran pajak senilai Rp 1,2 triliun dengan memanfaatkan skema jual beli, dengan menjual harga yang lebih rendah dibawah harga pasar kepada Toyota Asia Pasifik Singapura yang merupakan perusahaan terafiliasi, kemudian pihak Toyota Asia Pasifik Singapura menjual kembali dengan harga yang lebih tinggi. Adanya tarif pajak yang lebih rendah di negara Singapura yaitu sebesar 15% dibandingkan di Indonesia sebesar 25% hal ini dimanfaatkan oleh PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia untuk menghindari pajak (Junaidi & Nensi, 2020).

Fenomena kasus *transfer pricing* diatas memberikan bukti bahwa masih banyak perusahaan berusaha untuk melakukan keputusan *transfer pricing* dengan tujuan tertentu khususnya adalah untuk menghindari pajak dengan cara melakukan penjualan ke perusahaan luar negeri yang memiliki relasi dengan memanfaatkan pajak yang lebih rendah untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Hasil Penelitian terdahulu mengenai pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh Wijaya & Amalia (2020), Pondrinal dkk (2020), dan Rahayu dkk (2020). Menunjukkan hasil adanya pengaruh pajak terhadap tindakan *transfer pricing* pengaruh tersebut dikarenakan Semakin tingginya pajak suatu perusahaan maka akan menyebabkan perusahaan tersebut melakukan transfer

pricing. Dimana transfer pricing dilakukan untuk meminimalkan pembayaran pajak perusahaan tersebut dengan caranya memanfaatkan celah-celah peraturan yang ada, mereka dapat memindahkan keuntungan ke luar negeri dengan tarif pajak yang jauh lebih rendah. Hasil berbeda ditunjukkan oleh penelitian Pratiwi (2018), Maulani dkk (2021), dan (Andayan & Sulistyawati 2020). yang menunjukkan pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* di karenakan perusahaannya lebih memilih cara lain untuk menghindari pajak di bandingkan menggunakan transfer pricing cara tersebut seperti rekayasa laba dan manajemen laba.

Penelitian terdahulu *tunneling incentives* terhadap *transfer pricing* yang dilakukan oleh Maulani dkk (2021), Hidayat dkk (2019), dan Haliyah dkk (2021). Menunjukkan hasil bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* hal ini disebabkan adanya kepentingan pemegang saham mayoritas untuk mendapatkan keuntungan secara pribadi dengan melakukan *tunneling* salah satunya dengan cara *transfer pricing* ke perusahaan dibawah kepemilikan sendiri atau relasi. Sementara hasil penelitian oleh Pratiwi (2018), Wijaya & Amalia (2020), dan Pondrinal dkk (2020). Menunjukkan hasil yang sebaliknya yang mengatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* hal ini disebabkan karena pemegang saham mayoritas tidak dapat menggunakan hak kendalinya untuk memengaruhi perusahaan dalam melakukan transfer pricing yang dapat merugikan pemegang saham minoritas.

Hasil Penelitian terdahulu mengenai pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh Ratsianingrum dkk (2020), Rezky & Fachrizal (2018), dan Andayan & Sulistyawati (2020). Yang menyatakan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* di karenakan manajer

akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima. sementara penelitian yang dilakukan oleh Sari & Djohar (2022), Prayudiawan & Pamungkas (2020) dan (Amanah & Suyono, 2020). Menyatakan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* hal ini disebabkan berdasarkan besarnya laba perusahaan, tentunya para direksi perusahaan telah membuat strategi dengan inovasi baru supaya bonus yang akan diperoleh bisa maksimal sehingga, kemungkinan para direksi untuk melakukan kecurangan praktik transfer pricing semakin kecil.

Penelitian ini mereplikasi pada penelitian Hidayat dkk (2019) yang meneliti tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus dengan alasan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan keterkaitan pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus terhadap keputusan dan tindakan *transfer pricing*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dalam penelitian ini menambahkan variabel mekanisme bonus. Dengan alasan mekanisme bonus merupakan salah satu faktor terjadinya *transfer pricing*. Serta dalam penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang mana pada penelitian sebelumnya menggunakan perusahaan pertambangan.

Pada penelitian ini objek yang digunakan yaitu pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan periode yang digunakan yaitu dari tahun 2018-2022. Berdasarkan uraian latar belakang, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh penghindaran Pajak, *Tunneling Incentive*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2018-2022 “**

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengindaran pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?
2. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?
3. Apakah Mekanisme Bsonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan maka penelitian ini bertujuan untuk

1. Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*
2. Mengetahui dan Menganalisis pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*
3. Mengetahui dan Menganalisis pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, tambahan bukti empiris dan pemahaman yang lebih mendalam serta dapat mengembangkan mengenai *Transfer Pricing*, Pajak, *Tunneling Incentive*, dan mekanisme bonus sebagai referensi bagi penelitian-penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan oleh beberapa pihak terkait dengan keputusan atau kebijakan yang akan diambil serta memberikan pandangan bagi perusahaan mengenai tindakan *Transfer Pricing* agar terhindar dari tindakan tersebut yang mengarah pada dampak negatif dan tidak terkena sanksi perpajakan. Bagi investor, penelitian ini dapat dijadikan pandangan bagaimana manajemen perusahaan mengambil kebijakan terkait dengan harga transfer.
- b. Bagi Direktorat Jenderal Pajak, penelitian ini bisa memberikan sumbangan pemikiran dalam pengawasan perusahaan multinasional dalam melakukan *transfer pricing*.