

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Bebasnya jalur bisnis di jaman sekarang dan adanya fenomena globalisasi menyebabkan munculnya banyak perusahaan multinasional di Indonesia. Perpajakan yang berbeda tiap negara mempengaruhi perusahaan multinasional dalam membangun cabang dan pabriknya di suatu negara. Soemitro (Mardiasmo, 2016:1) menyatakan bahwa pajak adalah iuran dari rakyat kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk pengeluaran umum negara. Oleh sebab itu pajak merupakan sumber pendapatan negara yang sangat penting, maka pajak dipungut dari warga negara Indonesia dan menjadi salah satu kewajiban yang dapat dipaksakan penagihannya (Rysaka dkk., 2014). Berdasarkan data rincian APBN (Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara) tahun 2016 dari Kementerian Keuangan Negara Indonesia diketahui bahwa pajak memberikan kontribusi terbesar pada pendapatan negara yaitu sebesar delapan puluh empat persen. Hal tersebut membuktikan bahwa penerimaan pajak sangat penting dalam menjalankan pemerintahan Indonesia yaitu berupa pembangunan dan peningkatan kesejahteraan Warga Negara Indonesia.

Perusahaan multinasional menurut Winardi (Findasari, 2016) adalah perusahaan internasional yang kantor pusatnya berlokasi di suatu negara dengan memiliki kantor-kantor cabang dan pabrik yang

tersebar di berbagai negara. Perusahaan multinasional ini merupakan tuntutan perusahaan karena merasa kurang jika hanya melaksanakan kegiatan ekonomi di satu negara dan hal tersebut akan menyebabkan perusahaan tersebut tidak berkembang. Salah satu tujuan perusahaan yang paling umum yaitu mendapatkan laba yang lebih tinggi dari sebelumnya, maka dari itu diperlukan perluasan distribusi produk ke negara lain. Salah satu yang mendorong fenomena globalisasi adalah MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Dengan adanya semua kemudahan yang disediakan oleh MEA menyebabkan perusahaan multinasional bersaing ketat dalam menghasilkan produk yang berdaya nilai tinggi namun harganya murah. Hubungan dalam perusahaan multinasional yaitu antara induk perusahaan dengan anak perusahaan atau kantor cabang akan menimbulkan suatu kegiatan ekonomi seperti penjualan dan pembelian barang maupun jasa, lisensi aset-aset tak berwujud, penyediaan pinjaman dan lain sebagainya. Hubungan tersebut dapat menimbulkan suatu praktik yaitu praktik transfer pricing.

Dalam perpajakan, *transfer pricing* telah menjadi isu klasik yang menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing* untuk memperbesar keuntungan dengan memperkecil pajak yang harus dibayarkan. Marfuah dan Azizah (2014) menyatakan bahwa pada negara-negara yang berkembang sering mengenakan tarif pajak yang lebih rendah, sedangkan negara-negara yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan

multinasional mengincar negara-negara yang masih berkembang untuk membangun cabang perusahaan atau pabrik. Besarnya keputusan untuk melakukan praktik ini mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara keseluruhan pada umumnya (Mispiyanti, 2015).

Mekanisme bonus merupakan komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) kepada anggota direksi yang dianggap memiliki kinerja baik setiap dan apabila perusahaan memperoleh laba (Suryatiningsih, dkk., 2009; dalam Hartati, Desmiyawati, dan Julita, 2014). Bonus yang diterima akan dikenakan pajak penghasilan karena bonus dianggap sebagai penghasilan yang diterima karyawan. Hal tersebut diatur dalam Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang pajak penghasilan (UU PPh) Pasal 6 ayat 1b yang menyatakan bahwa bonus merupakan Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak. Pemberian bonus ini yang sesungguhnya bertujuan untuk meningkatkan kinerja namun terkadang disalahgunakan oleh perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Hartati dkk. (2014) menjelaskan bahwa manajer akan melakukan manajemen laba dengan cara menerapkan *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang akan diterima.

Kepemilikan asing sangat melekat pada perusahaan multinasional. Hubungan tersebut menyebabkan adanya kemungkinan jika kepemilikan asing mempengaruhi perusahaan dalam melakukan

*transfer pricing*. Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang penanaman modal Pasal 1 ayat 3 kepemilikan asing merupakan kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang berpatungan dengan penanam modal dalam negeri. Semakin besar suatu kepemilikan saham asing maka kendali atas perusahaan pun akan semakin besar. Kendali atas perusahaan kadang disalahgunakan untuk kepentingan pribadi yaitu menguntungkan diri sendiri dengan memanfaatkan perusahaannya sendiri. Hal tersebut dinamakan *ekspropriasi*. Cara ini dilakukan dengan menjual produk perusahaan yang dikendalikannya kepada perusahaan lain milik sendiri dengan harga di bawah harga pasar.

Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang pajak penghasilan (UU PPh) Pasal 18 ayat 4 menjelaskan bahwa hubungan istimewa merupakan hubungan antara Wajib Pajak dengan pihak yang memiliki penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25%, wajib pajak menguasai wajib pajak lainnya yang berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung atau tidak langsung, dan memiliki hubungan keluarga. Hubungan istimewa menyebabkan praktik *transfer pricing* menjadi relevan. Kurniawan (2015:17) mengatakan bahwa diperlukan suatu kehati-hatian ketika otoritas pajak melakukan *enforcement* dalam kasus *transfer pricing*. Otoritas pajak harus membuktikan terlebih dahulu apakah pihak yang

melakukan *transfer pricing* memiliki hubungan istimewa kemudian melakukan pengujian untuk menentukan kewajaran harga atau laba. Menurut Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa pada Pasal 1 ayat 6, harga wajar dalam *transfer pricing* adalah harga atau laba yang terjadi dalam suatu transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi yang sebanding, atau harga yang ditentukan sebagai harga yang memenuhi Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*arm's length*). Ketentuan perpajakan masing-masing negara berbeda dalam menentukan kriteria hubungan istimewa dalam *transfer pricing*.

Prinsip kewajaran dan kelaziman usaha adalah prinsip yang diatur dalam Undang-Undang Pajak Penghasilan sebagai *instrument* untuk mencegah terjadinya praktik penghindaran pajak (Kurniawan, 2015:10). Menurut perpajakan di Indonesia Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*arm's length*) merupakan prinsip yang mengatur kondisi apabila dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa sama atau sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Berdasarkan Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran

dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa pada Pasal 1 ayat 5, prinsip ini didasarkan pada norma bahwa harga atas suatu transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut dapat mencerminkan harga pasar yang wajar. Dalam *transfer pricing*, prinsip kewajaran dan kelaziman usaha ini dijadikan pedoman untuk menentukan harga transfer dalam suatu perusahaan multinasional.

Peraturan mengenai *transfer pricing* diatur dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang perubahan atas peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 tentang penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha dalam transaksi antara wajib pajak dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Pada Pasal 1 ayat 8 menjelaskan bahwa *transfer pricing* merupakan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa. Manajemen sebagai agen perusahaan memiliki wewenang dalam mengelola aktiva perusahaan sehingga dapat melakukan *transfer pricing*. Agen perusahaan ini merupakan perantara perusahaan dengan pihak ketiga yaitu investor ataupun kreditor. Hubungan antara manajemen sebagai agen perusahaan dengan perusahaan ini bersifat permanen dimana hubungan ini tidak terikat waktu atau suatu perjanjian. Tujuan dari *transfer pricing* yaitu untuk mengakali jumlah laba sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah, selain itu tujuan *transfer pricing* yaitu untuk menggelembungkan laba untuk memanipulasi laporan keuangan

(Kurniawan, 2015:3). Oleh karena itu, *transfer pricing* sering dikaitkan dengan rekayasa harga secara sistematis yang bertujuan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak atau bea dari suatu negara (Sutedi, 2013:155). Penyalahgunaan *transfer pricing* ini menimbulkan banyak masalah sehingga banyak ditentang oleh perusahaan-perusahaan lainnya.

Penelitian tentang pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* telah dilakukan oleh Yuniasih dkk. (2012) menemukan bahwa pajak memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Namun dalam penelitian Marisa (2017) pajak berpengaruh positif tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dalam penelitian Hartati dkk. (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian Hartati dkk. (2014) berbeda dari penelitian Refgia (2017) dan Marisa (2017) yang menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Penelitian Refgia (2017) menemukan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Namun dalam penelitian Tiwa, Saerang, dan Tirayoh (2017) menemukan bahwa kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Objek penelitian yang digunakan sebagai sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

tahun 2014-2016. Alasan memilih perusahaan manufaktur adalah karena sebagian besar penanaman modal asing bergerak di bidang manufaktur dan dikarenakan perusahaan manufaktur adalah jenis usaha yang bergerak di sektor *riil* dan memiliki jumlah perusahaan yang paling banyak dibandingkan jenis usaha lainnya serta terdiri dari beberapa sektor industri yaitu sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Penelitian ini menggunakan periode 2014-2016 dikarenakan data tersebut merupakan data yang terbaru.

Dalam penelitian terdahulu terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian sehingga penelitian ini akan menguji dan menganalisis mengenai pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan latar belakang di atas maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Tarif Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2016”**.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?



2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh tarif pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan *transfer pricing*.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik

Sebagai acuan bagi penelitian selanjutnya dengan topik sejenis yaitu pengaruh tarif pajak, mekanisme bonus, dan kepemilikan asing terhadap keputusan *transfer pricing* bagi perusahaan manufaktur.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi:

a. Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi salah satu informasi sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.

b. Dirjen Pajak

Sebagai bahan pertimbangan memperbaiki kebijakan yang terkait dengan *transfer pricing* yang diharapkan dapat mendeteksi indikasi kecurangan pajak melalui *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini menggunakan sistematika sebagai berikut:

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah yang mendorong dilakukannya penelitian ini. Selain itu, dalam bab ini juga dijelaskan mengenai perumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dari penelitian ini serta sistematika penulisan pada akhir bab ini.

#### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu dan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai pengembangan hipotesis dan penggambaran model analisis penelitian ini.

**BAB 3: METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel jenis. Bab ini juga menjelaskan mengenai jenis dan sumber data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel serta teknik analisis data.

**BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

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