

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi menyebabkan perekonomian di dunia berkembang dengan pesat dan hampir membuat tidak adanya batas negara. Perusahaan multinasional akan menghadapi masalah yaitu perbedaan tarif pajak. Perbedaan tarif pajak ini menyebabkan perusahaan multinasional tersebut melakukan *transfer pricing*. Menurut Direktorat Jenderal Pajak (2012), *transfer pricing* merupakan transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan (*mark up*) atau menurunkan harga (*mark down*), kebanyakan dilakukan oleh perusahaan global (Multi-National *Enterprise*). *Transfer pricing* menimbulkan beberapa masalah, antara lain menyangkut bea cukai, ketentuan *anti dumping*, dan persaingan usaha tidak sehat (Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma, 2012).

Para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* ini dapat menjadi salah satu masalah dalam perusahaan dan memungkinkan perusahaan tersebut untuk menghindari pajak berganda, namun ini juga dapat terbuka untuk penyalahgunaan suatu perusahaan yang mengejar laba yang tinggi. Untuk perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi masalah karena akan membayar pajak lebih

banyak, sehingga akan mendapat keuntungan yang lebih sedikit. Sebaliknya, anak perusahaan di negara yang memiliki tarif pajak rendah maka akan membayar pajak lebih rendah, sehingga akan mendapat keuntungan lebih banyak (Pramana, 2014). Dengan strategi ini banyak perusahaan multinasional mendirikan anak perusahaan di negara yang memberikan tarif pajak rendah. Menurut Dirjen Pajak Indonesia yang dikutip oleh Pramana (2014), tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak dan negara berpotensi kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktek *transfer pricing*.

Transfer pricing diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Bagi korporasi multinasional, perusahaan yang berskala global, *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Santoso, 2004).

Menurut Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan juga mempunyai aturan yang menangani masalah *transfer pricing*, yaitu pasal 18. Aturan *transfer pricing* biasanya mencakup

beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 ayat (4), yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya 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, Rasmini dan Wirakusuma, 2012). Secara universal transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dikenal dengan istilah *transfer pricing*.

Tujuan utama dari perencanaan pajak multinasional adalah meminimalkan beban pajak seluruh dunia bagi perusahaan. Pajak memiliki dampak besar terhadap laba bersih dan arus kas perusahaan melalui pengaruhnya terhadap keputusan investasi asing, struktur keuangan, penentuan biaya modal, dan sebagainya (Eiteman, Stonehill, dan Moffett 2010). Oleh karena itu, adanya praktik *transfer pricing* inilah yang sering dikaitkan hubungannya dengan adanya pajak.

Penelitian tentang pajak yang mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* pernah dilakukan oleh Swenson (2001), dalam penelitiannya menemukan bahwa harga

dilaporkan pada laporan keuangan akan naik ketika efek gabungan dari pajak dan tarif memberikan dorongan bagi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Selain itu dalam penelitian Yuniasih (2012) dinyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Selain pajak, keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh kepemilikan saham. Ada dua struktur kepemilikan yang sering dijumpai yaitu struktur kepemilikan terkonsentrasi dan struktur kepemilikan tersebar. Struktur kepemilikan perusahaan yang berada di Indonesia pada umumnya adalah struktur kepemilikan terkonsentrasi, dimana para pemegang saham mayoritas ikut ambil bagian dalam manajemen perusahaan. Lemahnya perlindungan hak-hak terhadap pemegang saham minoritas membuat para pemegang saham mayoritas memanfaatkan celah tersebut melakukan *tunneling*. Menurut Zhang (2004) yang dikutip oleh Mutamimah (2008), *tunneling* merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. Contoh *tunneling* adalah tidak membagikan dividen, menjual aset atau sekuritas dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki dengan harga di bawah harga pasar, dan memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan (La Porta, dkk 2000).

Penelitian mengenai *tunneling incentive* pernah dilakukan oleh Mutamimah (2008) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. Kemudian Lo, dkk (2010) menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk. Aharony, dkk (2010) menemukan bahwa *tunneling incentive* setelah *initial public offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum IPO. Dan Yuniasih (2012) menemukan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Selain itu, hal yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ialah *bonus plan* pada perusahaan. Sesuai dengan *bonus plan hypothesis* manajer perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai untuk menggunakan metode akuntansi yang menaikkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai sekarang bonus yang akan diterima (Pramana, 2014).

Menurut Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian 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. Termasuk dengan cara melakukan *transfer pricing*.

Sistem pemberian kompensasi bonus memberikan pengaruh terhadap kinerja manajemen. Kane dkk (2005) dengan menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25% karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendali perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang (Pujiningsih, 2011).

Beberapa penelitian tentang *bonus plan* telah dilakukan oleh Lo, dkk (2010) menyatakan bahwa bonus berpengaruh positif terhadap peningkatan pendapatan perusahaan yang dilaporkan dengan meningkatkan laba periode sekarang salah satunya dengan praktek *transfer pricing*. Kemudian, Palestine (2008) menyatakan bahwa pengaruh bonus terhadap manajemen laba yang hasilnya menunjukkan bonus berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2014) dan Pradana (2014) mengemukakan bahwa bonus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Alasan peneliti memilih perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dikarenakan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan-perusahaan besar yang memiliki pajak yang tinggi dengan keuntungan yang rendah dan juga memiliki

kepemilikan saham asing dan memiliki anak-anak perusahaan. Untuk menghindari pajak yang tinggi perusahaan melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* merupakan salah satu masalah penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia. Dengan *transfer pricing* mereka dapat mengakali jumlah keuntungan yang mereka dapatkan sehingga mereka akan membayar pajak dengan jumlah yang rendah. Dengan *transfer pricing* juga mereka melakukan *tunneling* untuk kepentingan mereka sendiri. Mereka menjual aset perusahaan yang mereka kontrol tersebut ke perusahaan lain dengan harga yang tidak wajar atau dijual dengan harga di bawah harga pasar. Kemudian mereka membebankan biaya-biaya kepada induk perusahaan. Selain itu, dengan *transfer pricing* pihak manajer melakukan pengaturan laba bersih guna untuk memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

Penjabaran fenomena tersebut membuat peneliti termotivasi untuk mengkaji kembali penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *bonus plan* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan sekaligus untuk mengkonfirmasi penelitian-penelitian sebelumnya yang masih menunjukkan hasil yang bervariasi. Penelitian ini juga merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) mengenai “Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia” dengan menambahkan variabel lain seperti *bonus plan* dengan tahun yang berbeda. Dimana

peneliti melakukan penelitian selama 5 tahun yaitu dari tahun 2012 hingga 2016.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Bonus Plan* terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur Yang Listing di Bursa Efek Indonesia”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang berhasil diidentifikasi, yaitu:

1. *Transfer pricing* menjadi alternatif strategi yang digunakan perusahaan multinasional untuk mengurangi biaya pajaknya.
2. *Tunneling incentive* seringkali digunakan pemilik saham mayoritas untuk meraup keuntungan.
3. Pihak manajemen cenderung menaikkan laba berjalan demi mendapatkan bonus yang lebih besar.
4. Teridentifikasi perseberangan keinginan antara pemegang saham dan pihak manajemen dalam mengelola perpajakan perusahaan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

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

2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
3. Apakah *bonus plan* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
4. Apakah pajak, *tunneling incentive* dan *bonus plan* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diajukan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *bonus plan* terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *bonus plan* terhadap keputusan *transfer pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut.

1. Dapat mengembangkan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan akuntansi dan perpajakan, serta dapat menambah wawasan penulis maupun pembaca mengenai pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *bonus plan* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia.
2. Dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian pajak, *tunneling incentive* dan *bonus plan* terhadap keputusan *transfer pricing*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan dapat menjadi masukan bagi pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor dalam menentukan kebijakan lainnya di bidang akuntansi dan perpajakan, terutama kebijakan yang berkaitan dengan pajak, *tunneling incentive* dan *bonus plan* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.