

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

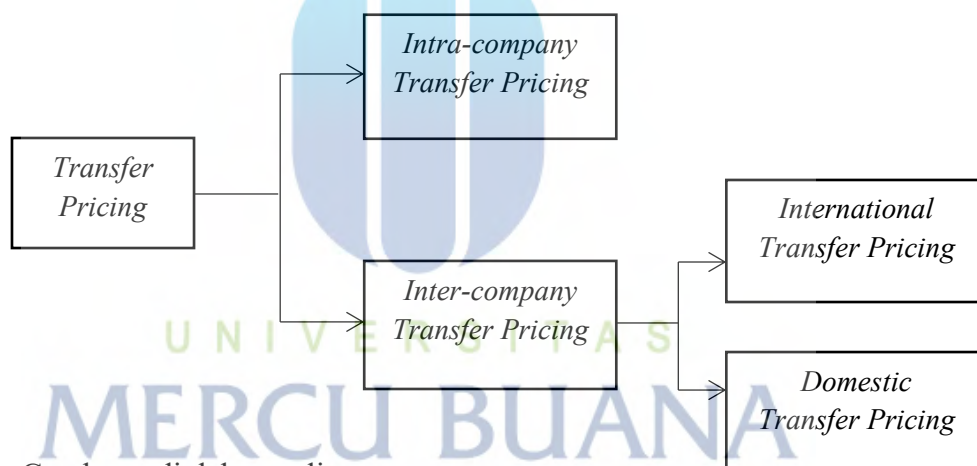
Saat ini perkembangan bisnis semakin berkembang pesat, beberapa perusahaan-perusahaan nasional diantaranya di era modern ini dibuat menjadi perusahaan multinasional yang mengakibatkan kegiatan operasional tidak hanya dalam satu negara melainkan antar negara. Perusahaan yang memiliki izin legalitas bertempat kedudukan grup melebihi dari satu negara yaitu perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional ini akan mengalami perbedaan landasan hukum disuatu negara, termasuk perbedaan tarif pajak yang berlaku (Yuniasih et al., 2012).

Perbedaan ini dapat dimanfaatkan perusahaan yang bergerak dalam berbagai negara untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan tujuan dapat menggerus beban pajak mereka. Yaitu memainkan harga dengan menaikkan harga pembelian sehingga beban menjadi meningkat atau memperkecil sales produksi yang akan dijual sehingga *tax after sales* nya pun menjadi kecil (Ilyas dan Suhartono, 2009:93 dalam Noviasatika et al.,x2016). *Transfer pricing* juga merupakan upaya dimana perusahaan menaikkan atau menurunkan harga suatu barang dengan tidak sebagaimana mestinya, dapat dengan menaikkan (*mark up*) dapat juga dengan menurunkan harga (*mark down*). Transaksi tersebut dapat dilakukan oleh pihak afiliasi yang mempunyai hubungan istimewa. Beberapa divisi dalam kelompok usaha tersebut, perusahaan pusat melakukan transaksi hubungan istimewa

ke anak cabang atau afiliasi dalam perusahaan multinasional (Suryana, 2012). Ekspansi bisnis perusahaan ke negara lain mengharuskan perusahaan untuk cermat dalam menentukan harga transfer atau *transfer pricing*. *Organization For Economic Co-operation and Development* (OECD) mendefinisikan *transfer pricing* adalah penetapan harga yang dilakukan oleh pihak manajemen *head company* dalam transaksi antar anggota grup afiliasi dalam perusahaan multinasional, dimana harga yang ditentukan oleh pihak manajemen dapat menyimpang secara tidak wajar dari harga pasar sepanjang sesuai bagi grupnya. Sekarang ini, banyak perusahaan nasional beberapa diantaranya menjadi perusahaan multinasional hanya untuk dapat melakukan transaksi *transfer pricing*, yang mengakibatkan kegiatan operasionalnya tidak hanya di dalam satu negara. Seperti Starbucks, Google, Coca-Cola Company, Unilever dan masih banyak lagi. Dengan dukungan kemajuan teknologi, transportasi dan komunikasi yang cukup pesat, memberikan perusahaan kemudahan dalam menempatkan usahanya di negara manapun. Semakin banyaknya perusahaan multinasional, maka semakin banyak pula kegiatan investasi yang terjadi, terutama investasi yang dilakukan oleh investor asing. Hal ini menimbulkan peristiwa transaksi-transaksi yang bersifat multinasional (*cross border transaction*), dan dengan adanya transaksi tersebut, pemerintah menjadi sulit untuk mengawasi dan menentukan harga penjualan, biaya-biaya yang dikeluarkan dalam rangka pengeluaran dan pengukuran kinerja perusahaan. (Refgia, 2017).

Transfer pricing tergolong menjadi dua, yaitu *intra-company* dan *inter-company*. *Intra-company* merupakan *transfer pricing* yang dilakukan antara satu divisi dengan divisi terkait lainnya yang berada di lingkup entitas perusahaan. *Inter-company* adalah *transfer pricing* yang dilakukan di sela-sela dua entitas yang memiliki hubungan istimewa. Transaksi *inter-company* tersebut dapat dilakukan di dalam negara yang sama (*domestic transfer pricing*) atau dengan negara yang berbeda (*inter-national transfer pricing*) (desriana 2012 dalam D Rudiana 2017).

Gambar 1.1 Pengelompokan *Transfer Pricing*



Gambar : diolah penulis

Pengertian diatas menggambarkan pengertian yang seimbang, hanya saja istilah *transfer pricing* selalu diartikan dengan sesuatu yang tidak baik (*abuse of transfer pricing*), adalah suatu pemindahan pendapatan dari suatu entitas perusahaan di dalam suatu negara yang menerapkan tarif pajak lebih rendah sehingga dapat menggerus total beban pajak grup perusahaan tersebut. Transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa menyebabkan

penetapan harga jual dapat menjadi tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku seharusnya, sehingga dapat menimbulkan adanya kecenderungan dilakukannya praktik *transfer pricing* (Setiawan, 2014).

Perbedaan landasan hukum antar negara akan di alami oleh perusahaan multinasional, salah satunya adalah perbedaan tarif pajak penghasilan yang berlaku (Yuniasih, 2012 dalam Akhadya dan Arieftiara, 2018). Adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku antar negara tersebut, perusahaan akan memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan melakukan kegiatan *transfer pricing*. Entitas perusahaan dengan memainkan harga beli atau memainkan harga jual secara tidak wajar sesama grup afiliasi dan memindahkan laba yang telah di dapat kepada pihak afiliasi yang berdomisili di negara yang menerapkan tarif pajak lebih rendah, sehingga pajak yang harus di bayarkan perusahaan menjadi lebih rendah. Semakin tinggi tarif pajak penghasilan suatu negara maka semakin tinggi motivasi suatu entitas perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* dengan tujuan dapat menggerus beban pajak yang harus di bayarkan. Praktik *transfer pricing* yang seperti ini dapat memberikan kerugian yang besar untuk negara, terutama negara berkembang, termasuk Indonesia, karena pajak merupakan sumber utama APBN oleh karena itu saat ini yang menjadi salah satu masalah yang menjadi perhatian oleh aparat pajak yaitu *transfer pricing*. *Abuse of transfer pricing* telah terbukti dapat dilakukan tidak hanya ke negara yang menerapkan tarif pajak yang lebih rendah (*tax heaven*

countries). Tetapi *abuse of transfer pricing* juga bisa dilakukan antar perusahaan dalam grup di negara yang lebih tinggi tarif pajaknya sepanjang perusahaan di negara tersebut sedang mengalami kerugian atau terdapat banyak *loophole* (celah) perpajakan yang bisa dinikmati di negara tersebut.

Menurut Budi Irwanto (2019) Indonesia telah mengatur transaksi *Transfer pricing* dalam pasal 18 Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan. Peraturan mengenai transaksi *transfer pricing* tersebut mencakup beberapa hal, yaitu : pengertian hubungan istimewa, sebagaimana dimaksud pada ayat (3) sampai dengan ayat (4), dianggap ada apabila :

- a. Wajib pajak mempunyai hubungan istimewa, apabila terdapat hubungan kepemilikan berupa penyertaan modal sebesar 25% (dua puluh lima persen) atau lebih secara langsung ataupun tidak langsung.

Misalnya, PT A.co memiliki penyertaan modal 60% (enam puluh persen) saham PT B.co . kepenyertaan modal oleh PT.

A.co merupakan penyertaan modal secara langsung.

Selanjutnya, apabila PT B.co memiliki penyertaan modal 50% (lima puluh persen) PT. C, PT. A.co sebagai pemegang saham PT B.co secara tidak langsung mempunyai penyertaan pada PT. C sebesar 30% (tiga puluh persen). Dalam hal demikian, antara PT A. co, PT B. co, dan PT C dianggap terdapat hubungan istimewa.

- b. Hubungan istimewa di antara dapat juga terjadi karena penguasaan melalui manajemen atau penggunaan teknologi walaupun tidak terdapat hubungan kepemilikan.

Perusahaan dianggap memiliki hubungan istimewa apabila satu atau lebih perusahaan di bawah manajemen yang sama. Begitu juga hubungan diantara beberapa perusahaan yang berada dalam manajemen yang sama tersebut..

- c. Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan /atau ke samping satu derajat

Di dalam aturan ini dapat disebutkan pengertian *arm's length principle* yaitu apabila transaksi tersebut dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak berhubungan istimewa (*independent*), maka harga transaksi yang terjadi disebut harga wajar (Hadi Setiawan, 2014). Aturan tersebut dianggap menjadi salah satu aturan yang dapat memecahkan penyalahgunaan *transfer pricing*, dan salah satu cara pemerintah untuk meminimalisir sengketa pajak *transfer pricing* yang semakin meningkat dari waktu ke waktu (Yuniasih, 2012).

Tabel 1.1
Daftar negara dan tarif pajak

Tarif Pajak Korporasi Negara Asean				
Negara	2013	2014	2015	2016
Indonesia	25%	25%	25%	25%
Singapura	17%	17%	17%	17%
Malaysia	25%	25%	24%	24%
Thailand	20%	20%	20%	20%

Sumber : TradingEconomics.com

Salah satu contoh kasus *transfer pricing* pada perusahaan multinasional yang pernah terjadi adalah kasus Google Amerika Serikat (AS). Google dilaporkan melakukan penghindaran pajak senilai 19,9 miliar euro (US \$ 22,7 miliar atau sekitar Rp 327 triliun) melalui sebuah perusahaan cangkang (shell) Belanda ke Bermuda pada tahun 2017. Hal itu dilakukan dengan cara memindahkan pendapatan yang diperoleh dari *royalty* di luar Amerika Serikat kepada Google Ireland Holding, yang merupakan pihak afiliasi yang berada di Bermuda, tempat perusahaan tidak membayar pajak penghasilan (www.cnbcindonesia.com)

Mengapa hal tersebut bisa terjadi? Perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam beberapa negara tersebut menggunakan praktik *transfer pricing* untuk menggerus pembayaran pajak mereka. Caranya tidak mudah akan tetapi, mencari celah untuk memanfaatkan peraturan yang ada, mereka dapat memindahkan keuntungan dari suatu negara ke negara lain dengan tarif pajak lebih rendah. Walaupun terlihat legal tetapi cara-cara seperti ini dianggap sebagai cara yang amoral (Margaret Hodge dalam Hadi Setiawan, 2014).

Salah satu fenomena yang terjadi di Indonesia, yaitu dugaan penghindaran pajak dengan melakukan *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT. Coca Cola Indonesia di pada tahun 2014. PT. Coca Cola Indonesia diduga mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak sampai senilai Rp 49,24 miliar. Kasus tersebut sudah masuk tahap banding karena PT. Coca Cola Indonesia merasa sudah membayar pajak

sesuai dengan ketentuan. Kasus ini terjadi untuk pajak tahun 2002-2006. Hasil penelusuran DJP, kementerian keuangan menemukan adanya pembengkakan biaya yang besar pada tahun tersebut. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun menjadi kecil. Beban biaya tersebut antara lain untuk iklan dari tahun 2002-2006, dengan total sebesar Rp 566,84 miliar, untuk iklan produk minuman jadi merek Coca-Cola. Akibat hal tersebut, terjadi penurunan penghasilan kena pajak (money.kompas.com).

Menurut Direktorat Jendral Pajak, total penghasilan kena pajak PT. Coca Cola Indonesia pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar sedangkan menurut perhitungan PT. Coca Cola Indonesia, pendapatan kena pajak mereka hanya sebesar Rp 492,59 miliar. Bagi Direktorat Jendral Pajak, beban biaya tersebut sangat mencurigakan dan mengarah pada praktik *transfer pricing* demi meminimalisir pajak. Praktik *transfer pricing* dapat dideteksi jika terdapat kegiatan yang sesuai dengan bisnis perusahaan. PT Coca Cola Indonesia memproduksi konsentrat bukan produk minuman jadi. Tetapi, mereka harus mengeluarkan biaya yang besar untuk iklan (money.kompas.com).

Perbedaan tarif pajak penghasilan di setiap negara memotivasi entitas perusahaan untuk menjalankan praktik *transfer pricing* dengan tujuan agar dapat menekan beban pajak perusahaan. Dengan menurunkan harga jual secara tidak wajar kepada pihak afiliasi yang terletak diluar negeri, cara ini dapat menggerus sales perusahaan yang mengakibatkan

berkurangnya beban pajak perusahaan. Kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional ini dapat memberikan dampak pada tingkat penerimaan negara dari sisi pajak (Noviastika et al., 2016).

Berdasarkan observasi terdahulu yang dilakukan Dwi Noviastika F (2016), dan Ratna Marisa (2017) menunjukkan pajak memiliki dampak positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, yang menunjukkan pajak berpengaruh adanya indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Hasil observasi ini berbeda dengan yang telah dilakukan oleh T Refgia (2017) menunjukkan pajak tidak memiliki pengaruh terhadap perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing*. Berkaitan dengan hasil tersebut, peneliti ini kembali menguji pengaruh pajak pada keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Semua perusahaan memiliki sumber pendanaan yang berbeda dalam mengoprasionalkan bisnisnya, salah satunya yaitu dengan pinjaman atau hutang. *Leverage* adalah perbandingan yang digunakan untuk mengukur kemampuan aset perusahaan sampai sejauh mana perusahaan dibiayai dengan hutang, dalam hal ini dengan *leverage* yang tinggi besar kemungkinan melakukan praktik *transfer pricing*, menaikan biaya hhutang dengan memindahkan beban hhutang sesama afiliasi yang terdapat di negara lain *intra group loan* untuk meminimalkan biaya pajak karena dengan kewajiban yang tinggi akan berpengaruh terhadap laba perusahaan yang mengakibatkan rendahnya pembayaran pajak.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Annisa C Naniek (2018) mengatakan bahwa *leverage* berdampak positif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Observasi ini didorong oleh observasi yang telah dilakukan Bella Pratiwi (2018) yang menginformasikan *leverage* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*. Bertentangan dengan observasi yang telah dilakukan oleh Laksmi Raachmah Deanti (2017) yang menyatakan *leverage* berpengaruh negatif terhadap *Transfer Pricing*.

Selanjutnya Ukuran Perusahaan (*firm size*), entitas perusahaan yang mempunyai perbandingan total aktiva, nilai pasar, jumlah penjualan yang besar menunjukkan entitas perusahaan tersebut sudah mencapai tahap dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan di duga mempunyai peluang yang baik dalam masa yang relatif lama, selain itu juga menggambarkan perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen (Surbakti, 2012). Ukuran perusahaan dapat menentukan seberapa besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*, semakin besar ukuran perusahaan tersebut maka besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing* dikarenakan perusahaan yang besar, tinggi kemungkinan perusahaan memiliki cabang afiliasi yang terdapat di luar negeri.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Dicky Suprianto dan Raisa Pratiwi (2017), Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *Transfer Pricing*. Hal ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan Siti Khusnul Khotimah yang menunjukkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap *Transfer Pricing*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah (2017) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.

Profitabilitas merupakan suatu kapabilitas perusahaan dalam mendapatkan profit yang didapatkan dari kinerja yang dilakukan pihak manajemen dalam mengolah sumber daya yang dimiliki perusahaan (Sudarmaji dan Sularto, 2007). Rendahnya profitabilitas perusahaan, maka diasumsikan semakin besar kemungkinan pemindahan laba yang dilakukan, dengan demikian semakin tinggi kemungkinan perusahaan menggunakan praktik *transfer pricing* (Bava dan Gromis 2015). Transaksi *transfer pricing* tersebut digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menghindari atau mengurangi beban pajak grup karena dengan menghindari pembayaran kewajiban pajak maka manajemen dapat menggeser untuk keuntungan atau laba perusahaan sehingga menunjang kinerja operasional perusahaan yang dapat menguntungkan para pemegang saham (Srinivasan, 2013).

Menurut Anisa Sherina Cahyadi, dan Naniek (2018) dalam penelitiannya menyatakan profitabilitas berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*. Hal ini didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh Eling Pamungkas Sari, Abdullah Mubarok (2018) yang menunjukkan

profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Laksmi Raachmah Deanti (2017) yang menyatakan profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian diatas, fenomena dan ketidak konsistenan pada peneliti terdahulu yang telah dijelaskan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan judul :

“PENGARUH PAJAK PENGHASILAN, *LEVERAGE*, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP *TRANSFER PRICING* PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI PERIODE 2014-2018”

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis menyimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah pajak penghasilan berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk memperoleh bukti empiris bahwa pajak penghasilan berpengaruh terhadap *Transfer pricing*.

- 2) Untuk memperoleh bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *Transfer pricing*.
- 3) Untuk memperoleh bukti empiris bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer pricing*.
- 4) Untuk memperoleh bukti empiris bahwa tingkat profitabilitas berpengaruh terhadap *Transfer pricing*.

2. Kontribusi Penelitian

Adapun Kontribusi Penelitian yang dilakukan oleh penulis dibedakan menjadi dua bagian, yaitu:

1) Aspek Praktis

Bagi *regulator*, seperti Badan Pengawas Pasar Modal dan Direktorat Jendral Pajak (DJP) dapat mengkaji kembali kebijakan yang berlaku saat ini. Apabila dibutuhkan dapat dibuat peraturan yang lebih tegas dan jelas mengenai perpajakan di Indonesia, sehingga dapat mengurangi dan mempersempit celah perusahaan untuk dapat melakukan *transfer pricing*. Untuk manajemen perusahaan, penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi berupa pengetahuan dalam melakukan analisa dalam proses pengambilan keputusan bisnis, terutama dalam melakukan kegiatan manajemen pajak, namun tetap dalam kegiatan bisnis yang beretika.

2) Aspek Akademis

Observasi ini diharapkan dapat digunakan untuk memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan kepada para akademisi, khususnya dibidang akuntansi dan perpajakan, mengenai pengaruh pajak, kepemilikan asing, debt covenant dan mekanisme bonus terhadap keputusan suatu perusahaan multinasional dalam melakukan *transfer pricing*. Selain itu, hasil dari observasi ini bisa dipakai sebagai referensi, acuan maupun pembangunan teori untuk penelitian berikutnya yang sejenis.

