

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi internasional turut mendorong berkembangnya Perusahaan multinasional. Salah satu alasan yang mendasari berkembangnya perusahaan multinasional adalah karena adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di tiap-tiap negara (Kurniawan, 2015 dalam Suprianto, 2016). Dilihat dari perbedaan pemberlakuan tarif pajak pada tiap negara diatas, memungkinkan perusahaan multinasional memindahkan labanya ke negara dengan tarif pajak yang rendah, sehingga dapat memperkecil beban pajak sebagai upaya dalam memaksimalkan keuntungan. Hal ini dikenal dengan transfer pricing (Kurniawan, 2015 dalam Suprianto dan dkk, 2016). Upaya dalam memperkecil pajak secara internasional dilakukan dengan transfer pricing, yaitu memperbesar harga pembelian atau biaya (over invoice) atau memperkecil harga penjualan (under invoice) (Ilyas dan Suhartono, 2009:93 dalam Mayowan, 2016). Dalam hal ini digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang memiliki tarif rendah dengan memaksimalkan beban pada akhirnya mengurangi pendapatan (Price Waterhouse Cooper, 2009 dalam Mayowan dan dkk, 2016)

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam transfer pricing, yaitu intracompany dan inter-company transfer pricing. Intracompany transfer pricing merupakan transfer pricing antardivisi dalam satu perusahaan. Sedangkan inter-company transfer pricing merupakan transfer pricing antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (domestic transfer pricing), maupun dengan negara yang berbeda (international transfer pricing) (Hadisetiawan, 2014).

Fungsi praktik Transfer pricing sudah berkembang, yang awalnya praktik Transfer pricing ini hanya digunakan untuk kepentingan tertentu, tetapi saat ini sering dilakukan dengan tujuan yang tidak sesuai dengan tujuan awalnya. Tujuan awal Transfer pricing yaitu sebagai penilaian kinerja antar anggota serta 2 divisi perusahaan yang berkembang. Tapi perkembangan zaman telah mampu mengubah fungsi awal Transfer pricing. Praktik Transfer pricing juga sering digunakan untuk manajemen pajak yaitu sebuah usaha dimana perusahaan mampu meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Selain memiliki sifat memaksa, pajak memang merupakan hal yang sering dihindari oleh banyak perusahaan (Mangoting, 2004 dalam Rahmawati, 2018).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu, hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan

atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainya 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. Secara universal transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah transfer pricing. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (tax base) atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. Menurut Dirjen Pajak Indonesia tidak diragukan lagi bahwa transfer pricing sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara. Menurut PSAK No. 7 tahun 2009, Hubungan Istimewa adalah pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional (<https://id.scribd.com/presentation/347429139/HI>). Selain itu terdapat Undang-Undang yang mengatur tentang pajak yang merujuk pada kegiatan transfer pricing. Sebelum langsung pada Undang-Undang yang merujuk pada transfer pricing, saya akan menjabarkan Undang-Undang yang berkaitan dengan pajak di Indonesia.

Undang-Undang tentang perpajakan yaitu UUD RI No.28 Tahun 2007 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, UUD RI No.20 Tahun 2000 Tentang Bea Perolehan Hak atas tanah dan Bangunan, UUD RI No.19 tahun 2000 Tentang

penagihan Pajak Dengan Surat Paksa ,UU No. 9 Tahun 1994 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, UU No. 10 Tahun 1994 tentang Pajak Penghasilan/UU No. Tahun 2000, UU No. 11 Tahun 1994 tentang Pajak Pertambahan Nilai barang dan jasa dan Pajak Penjualan atas barang mewah / UU No. 10 Tahun 2000, UU No. 12 Tahun 1994 tentang Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), UU No. 13 Tahun 1985 dan PP No. 7 Tahun 1995 tentang Bea Materai, (<http://mitrapajakutama.com/2016/05/31/undang-undang-tentangperpajakan-di-indonesia/>). Undang-Undang diatas adalah daftar UndangUndang yang berlaku di Indoensia. Akan tetapi Undang-Undang yang merujuk pada kegiatan praktek transfer pricing yaitu Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008.

Pasal 18 Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan dan salah satunya terdapat aturan tentang Transfer pricing. Ada beberapa yang mencakup tentang peraturan Transfer pricing yaitu dimana untuk menentukan 3 perbandingan utang, modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak arm's length seperti halnya dalam hubungan istimewa Menurut Yuniasih, dkk. (2012) perusahaan sampel dikendalikan persentase sebesar 20% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan perusahaan asing. Sesuai dengan PSAK No. 15 yang menyatakan memiliki saham atau efek yang bersifat ekuitas sebesar 20% atau lebih bisa dikatakan sebagai pemegang saham pengendali. Selain itu, hubungan istimewa juga menimbulkan banyak ketidakwajaran antara lain biaya, imbalah lain, ataupun harga yang terealisasi dalam suatu transaksi usaha (Mispiyanti, 2015).

Ada beberapa alasan perusahaan memutuskan untuk melakukan Transfer pricing. Salah satu alasan perusahaan melakukan transaksi Transfer pricing adalah pajak. Berdasarkan teori political cost, selain 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 (Indriaswari, 2017).

Pajak merupakan masalah yang tidak bisa dihindari oleh setiap perusahaan. Setiap perusahaan telah diwajibkan untuk melakukan pembayaran pajak sesuai dengan perhitungan yang berlaku. Dengan begitu perusahaan yang merasa dengan adanya pajak akan merugikan perusahaan, maka banyak muncul adanya kecurangan dalam pembayaran pajak. Banyak hal yang dilakukan perusahaan untuk meminimalkan pembayaran pajak ke negara. Dengan begitu untuk menghindari adanya pembayaran pajak yang tinggi salah satu hal yang dilakukan oleh perusahaan adalah Transfer pricing.

Menurut perhitungan Dirjen Pajak tahun 2015, negara berpotensi kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktek transfer pricing. Bahkan lebih dipertegas lagi menurut informasi internal Dirjen Pajak bahwa kehilangan tersebut kebanyakan akibat adanya pembayaran Bunga, Royalti serta Intragroup Service, sehingga Dirjen Pajak percaya bahwa dengan menyetor pembayaran tersebut negara sudah tidak perlu menambah hutang lagi (Haeruman, 2010). Pada era sekarang ini transfer pricing menjadi salah satu masalah yang dampaknya sangat berpengaruh pada penerimaan suatu negara salah satunya dalam bidang pajak. Salah satu kasus yang berkaitan dengan transfer pricing yaitu terdapat 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan merugi. Perusahaan tersebut tidak melakukan pembayaran pajak selama 10 tahun dengan praktik penghindaran pajak ini dilakukan dengan modustransfer pricing atau mengalihkan keuntungan atau laba kena pajak dari Indonesia ke negara lain. Sebanyak 2.000 perusahaan terindikasi mengemplang pajak karena alasan merugi terus-menerus.

Menurut Utama,2015 mengemukakan tiga penyebabnya. pertama, perusahaan tersebut merupakan perusahaan afiliasi yang induk perusahaannya berada di luar negeri sehingga sangat rawan. Dimana rawan dalam hal ini yaitu terjadinya penggelapan,kecurangan yang akan merujuk pada terjadi proses transfer pricing. Kedua, ribuan perusahaan multinasional itu merugi karena banyak perusahaan tersebut mendapatkan fasilitas insentif pajak, seperti tax holiday dan tax allowance saat pengajuan izin ke Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Pada waktu pengajuan pengaduan, perusahaan ini kerap meninggikan biaya pembelian barang modalnya. Ketiga, perusahaan itu sering berganti nama. Tujuannya untuk mendapatkan kembali insentif pajak dan akhirnya perusahaan tersebut bisa menjadi rugi lagi. Pemeriksaan atas transfer pricing cukup signifikan puluhan triliun yang menjadi dasar koreksinya



Salah satu kasus penyelewengan penggunaan kebijakan transfer pricing juga terjadi di perusahaan multinasional Indonesia, yakni perusahaan PT. Adaro Indonesia yang terjadi lagi di tahun 2019, terindikasi melakukan transfer pricing berdasarkan laporan LSM Internasional Global Witness. PT. ADARO INDONESIA (PT Adaro Energy Tbk) adalah perusahaan batubara kedua terbesar di Tanah Air yang memiliki produk andalan Enviro Coal, batubara berkalori rendah dan ramah lingkungan. Perusahaan tersebut melakukan penggelapan pajak dengan cara transfer pricing dimana perusahaan tersebut menjual batu bara kepada anak perusahaannya yaitu Coaltrade Service International Pte. Ltd di Singapura dengan harga dibawah harga pasarnya. Seperti diketahui Singapura memiliki tarif pajak yang lebih rendah dibandingkan dengan Indonesia. Lalu, Coaltrade Services International Pte. Ltd. Menjual batubara tersebut ke pihak lain dengan harga tinggi sehingga hal itu menyebabkan telah terjadi pergeseran profit dimana seharusnya pajak yang dibayarkan ke Indonesia cukup besar menjadi kecil dan PT. Adaro mendapatkan keuntungan yang besar sebab pajak yang dibayarkan di Singapura kecil (Mariska, 2017).

Selain pajak, keputusan transfer pricing juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus (Sheme, 2017). Mekanisme bonus biasanya digunakan perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin tinggi. Ada juga perusahaan yang menginginkan bonus besar dengan mengubah laba yang dilaporkan (Saifudin dan Lucky septiani Putri, 2017). Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan. Karena apabila pemilik perusahaan atau para pemegang saham sudah menilai kinerja para direksi dengan penilaian yang baik maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada direksi yang telah mengelola perusahaannya dengan baik ( menurut penelitian Ichda RizqohK,2016).

Penghargaan itu dapat berupa bonus yang diberikan kepada direksi perusahaan. Dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksi biasanya melihat laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan. Jadi pemilik tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang berhasil menghasilkan laba untuk divisi atau sub unitnya, namun juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat (Horngren, 2008 dalam Hartati dkk 2014), yang menyebutkan bahwa kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi memiliki kemungkinan untuk melakukan segala cara untuk memaksimalkan laba perusahaan termasuk melakukan praktik transfer pricing. Merujuk pada penelitian Lo et al, (2010) dari Amerika, yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi transfer pricing untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian ini karena terdapat kelangkaan penelitian empiris mengenai faktor yang mempengaruhi keputusan perencanaan pajak dengan transfer pricing pada perusahaan-perusahaan yang ada di Indonesia. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur pada sektor pertambangan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2018-2020. Alasannya karena praktek transfer pricing ini terjadi hanya dalam perusahaan Manufaktur, khususnya perusahaan-perusahaan multinasional yang memiliki anak perusahaan di luar negeri. Seperti yang kita ketahui bahwa perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki kegiatan operasional yang cukup tinggi serta sebagian memiliki perusahaan afliasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka penelitian ini menguji kembali pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengambil judul

**“Pengaruh Pajak Dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018-2020)”**

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Pokok permasalahan yang menjadi dasar dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* ?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* ?

## **C. BATASAN MASALAH**

Berdasarkan perumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Pajak diukur menggunakan metode GAAP-ETR.

2. Mekanisme Bonus diukur menggunakan indeks trend laba bersih (ITRENDLB)
3. *Transfer Pricing* diukur menggunakan metode dummy
4. Objek pada penelitian ini adalah perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020
5. Tahun laporan keuangan yaitu 2018-2020

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan Transfer Pricing

#### **E. MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Penulis Sebagai sarana untuk memperluas wawasan serta menambah referensi mengenai pajak, terutama tentang pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan perencanaan pajak dengan *transfer pricing* pada sektor perusahaan manufaktur, dapat bermanfaat bagi penulis di masa yang akan datang.
2. Bagi Instansi Pajak Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi Kantor Pelayanan Pajak (KPP) maupun Direktorat Jenderal Pajak dalam usaha meningkatkan kepatuhan wajib pajak.
3. Universitas Mercu Buana Yogyakarta Dapat memperoleh gambaran dan dapat dijadikan sebagai sumber informasi yang ada hubungannya dengan bagian

perpajakan dan mekanisme bonus, serta dapat menjadi penambah wawasan mengenai transfer pricing, serta dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.