

BAB I PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Pada umumnya perusahaan akan selalu mempertimbangkan segala faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan perusahaan. Pajak akan dibayar lebih besar jika laba atau keuntungan yang meningkat pada setiap perusahaan dan pajak akan dibayarkan lebih kecil jika keuntungan perusahaan menurun karena adanya pajak yang tinggi membuat adanya sistem *transfer pricing* menjadi salah satu yang diperhatikan oleh para pengusaha, pemerintah dan masyarakat luas. *Transfer pricing* menarik untuk dibahas karena *transfer pricing* memiliki dampak terhadap penerimaan negara. Persoalan perbedaan tarif pajak yang tinggi pada negara membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* yaitu kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi yang memiliki hubungan istimewa berupa pengalihan penghasilan kena pajak dari perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara dengan tarif pajaknya rendah dalam rangka untuk mengurangi pajak yang akan dibayarkan.

Transfer pricing adalah sebuah kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi yang dilakukan oleh perusahaan. *Transfer pricing* adalah bentuk usaha yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk pengalokasian laba perusahaan ke anak perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* ini pada dasarnya bisa terjadi antar perusahaan, baik didalam grup atau dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, baik yang ada di dalam negeri maupun di luar negeri. Oleh karena itu, otoritas pajak menganggap *transfer pricing* sebagai upaya penghindaran pajak (*tax avoidance*) apabila penentuan harga dalam transaksi antar pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa dilakukan tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan (*mispricing*).

Ada beberapa kasus perusahaan yang melakukan *transfer pricing* seperti yang terlihat pada tabel 1.1. berikut ini :

Tabel 1. 1 Fenomena Transfer Pricing

No.	Nama Perusahaan	Keterangan
1.	PT. Wilmar Grup Tbk	Pada tahun 2019 skandal <i>transfer pricing</i> pada perusahaan yang bergerak dibidang perkebunan sawit meminimalkan pajaknya dengan modus mendirikan perusahaan (72 perusahaan) diwilayah berbeda yang memiliki usaha dibidang sawit dan merekayasa laporan keuangannya serta melakukan tindak pidana perpajakan dengan menerbitkan faktur pajak fiktif yang dimanfaatkan untuk proses restitusi PPN [1].
2	PT. Djarum	Pada tahun 2016 skandal <i>transfer pricing</i> yang dilakukan Farindo Invetment Limited merupakan SPV (<i>Special Purpose Vechicle</i>) yang dibentuk di Mauritius, Negara surga pajak. SPV ini memiliki 47,15% saham BCA dan melakukan transaksi terafiliasi dengan pemilik grup Djarum untuk menghindari beban pajak yang tinggi [2].
3.	PT. Asian Agri Group	Pada tahun 2016 skandal <i>transfer pricing</i> yang dilakukan PT Asian Agri Group beserta 14 perusahaan yang tergabung di dalamnya melakukan kecurangan dengan modus menjual produk minyak sawit (<i>crude palm oil</i>) keluaran Asian Agri ke perusahaan afiliasi di luar negeri dengan harga di bawah harga pasar untuk menekankan beban pajak seminimal mungkin. Selain itu, perusahaan-perusahaan luar negeri yang menjadi rekanan Asian agri sebagian merupakan perusahaan fiktif. Berdasarkan hasil penyelidikan terdapat Rp 2,52 triliun penyimpangan transaksi yang merugikan negara hingga Rp 1,259 triliun. Secara keseluruhan Asian Agri harus membayar pajak terutang beserta denda sebesar Rp2,5 triliun [3].

Berdasarkan tabel 1.1. adanya kasus yang terjadi diatas menunjukkan bahwa ada beberapa perusahaan yang melakukan *transfer pricing* untuk meminimalkan biaya-biaya perusahaan sehingga perusahaan mendapat keuntungan yang besar dengan biaya yang sangat minimum. Perusahaan memanfaatkan hubungan istimewa dengan pihak-pihak berelasi untuk meminimalkan biaya-biaya perusahaan tersebut dengan berbagai cara yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak berelasi.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Mekanisme bonus adalah adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada manajer atau direksi atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Pada awal tahun umumnya diterapkan target yang harus dicapai dan apabila target yang diberikan tercapai, maka yang bersangkutan diberikan bonus. Maka, karena berdasarkan tingkat laba, direksi atau manajer dapat

memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Mekanisme bonus yang meningkat karena adanya laba yang meningkat maka membuat perusahaan memindahkan laba dengan melakukan *transfer pricing*. Beberapa faktor yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* diantaranya yaitu pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, ukuran perusahaan, dan *exchange rate*.

Faktor pertama yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah pajak. Salah satu upaya perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan merekayasa harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Semakin besar pajak yang ditanggung perusahaan, maka akan semakin terpicu perusahaan tersebut untuk menerapkan transfer pricing yaitu memindahkan laba perusahaan ke anak perusahaan atau instansi lain yang memiliki hubungan istimewa dalam rangka menekan jumlah beban pajak tersebut [4]. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* [5]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [4]. Dengan diadakannya kegiatan mekanisme bonus yang ada di perusahaan, maka produktivitas perusahaan meningkat dan mendapatkan hasil laba yang tinggi. Dari laba yang tinggi akan meningkatkan pajak penghasilan yang akan dibayarkan maka dari itu akan terjadinya kegiatan *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak.

Faktor kedua yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan, perusahaan untuk mengalihkan aset sementara ke anak perusahaan atau divisi lain dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan sehingga meningkatkan keuntungan divisi lain tersebut [5]. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing* [6]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [7]. Mekanisme bonus yang tinggi dapat mempengaruhi *tunneling incentive* karena semakin diadakannya mekanisme bonus semakin besar pemegang saham mayoritas untuk mengambil keputusannya dan perusahaan akan mendapatkan laba / keuntungan yang tinggi maka terjadinya *transfer pricing*.

Faktor ketiga yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah profitabilitas. Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (ROA) yang bertujuan untuk suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditujukan oleh laba yang dihasilkan [8]. Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan laba atau keuntungan perusahaan maka perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* untuk memindahkan keuntungannya. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* [8]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [9]. Mekanisme bonus dapat meningkatkan profitabilitas yaitu keuntungan perusahaan yang tinggi maka perusahaan akan melakukan *transfer pricing* agar laba yang dihitung lebih rendah dan laba yang stabil dari setiap periodenya dengan cara memindahkan keuntungan perusahaan.

Faktor keempat yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar cenderung menginginkan profit yang besar dan pemilik perusahaan besar juga pasti memiliki kemampuan untuk membangun cabang perusahaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri [9]. Maka perusahaan besar lebih cenderung melakukan kegiatan *transfer pricing* agar laba yang dihasilkan stabil. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* [10]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer Pricing* [5]. Mekanisme bonus dapat meningkatkan kinerja karyawan pada suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan/laba yang tinggi maka akan terjadinya *transfer pricing*.

Faktor terakhir yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* adalah *exchange rate*. *Exchange rate* sangat berhubungan erat dengan perdagangan internasional, karena pada saat transaksi terjadi pada perdagangan internasional terjadilah proses nilai tukar. Nilai tukar tersebut mengakibatkan sebuah perusahaan maupun instansi lain harus menerima konsekuensi dari perubahan nilai kurs yang sangat fluktuatif. Dengan demikian, nilai kurs akan mempengaruhi transaksi pihak berelasi dalam melakukan *transfer pricing* karena jumlah yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah nilai kurs asal yang dibutuhkan untuk membayar dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah

harganya [11]. Hasil penelitian terdahulu menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* [12]. Sedangkan penelitian lain menyatakan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* [11]. Dari tingkat mekanisme bonus yang akan meningkatkan produktivitas dalam suatu perusahaan dengan menggunakan mata uang asing akan membuat nilai tukar semakin tinggi dan dapat mempengaruhi laba perusahaan dan terjadinya *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Transfer Pricing dengan Mekanisme Bonus sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas. Maka rumusan masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Apakah Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Exchange Rate* berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018?
2. Apakah Mekanisme Bonus mampu memoderasi hubungan antara Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Exchange Rate* dengan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018?

1.3. Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup masalah pada penelitian ini, yaitu :

1. Variabel Dependen adalah *transfer pricing* diprosikan dengan *related party transaction* (RPT)
2. Variabel Independen terdiri dari
 - a) Pajak yang diprosikan dengan *effective tax rate* (ETR)
 - b) *Tunneling incentive*

- c) Profitabilitas yang diproksikan dengan *return on asset* (ROA)
 - d) Ukuran perusahaan
 - e) *Exchange rate*
3. Variabel Moderasi adalah Mekanisme bonus
 4. Objek Penelitiannya adalah Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI
 5. Periode Penelitian adalah dari tahun 2014-2018.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas Ukuran Perusahaan dan *Exchange Rate* secara simultan dan parsial terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2014-2018.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kemampuan Mekanisme Bonus dalam memoderasi hubungan Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pihak :

- a. Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi perusahaan mengenai Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Exchange Rate* mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan praktek *transfer pricing*.
- b. Bagi Investor
Untuk memberikan gambaran kepada investor apakah Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan *Exchange Rate* mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan praktek *transfer pricing*, sehingga investor bisa mendapatkan informasi yang lebih relevan mengenai *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan.
- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian selanjutnya yang berkaitan tentang *transfer pricing*.

1.6.Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus pada Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan Manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018” [13]. Adapun perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu :

a. Variabel Independen

Pada penelitian sebelumnya menggunakan tiga variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Pada penelitian ini menambahkan tiga variabel independen yaitu profitabilitas, ukuran perusahaan dan *exchange rate*.

1. Alasan penambahan variabel Profitabilitas yang diukur dengan proksi *Return on asset* (ROA) karena suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditujukan oleh laba yang dihasilkan [8]. Variabel tersebut digunakan untuk mengukur perusahaan dalam meningkatkan laba sehingga hal ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
2. Ukuran perusahaan yang besar cenderung menginginkan profit yang besar dan pemilik perusahaan besar juga pasti memiliki kemampuan untuk membangun cabang perusahaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri [9]. Maka perusahaan besar lebih cenderung melakukan kegiatan *transfer pricing* agar laba yang dihasilkan stabil.
3. Alasan penambahan variabel *Exchange rate* sangat berhubungan erat dengan perdagangan internasional, karena pada saat transaksi terjadi pada perdagangan internasional terjadilah proses nilai tukar. Nilai tukar tersebut mengakibatkan sebuah perusahaan maupun instansi lain harus menerima konsekuensi dari perubahan nilai kurs yang sangat fluktuatif. Dengan demikian, nilai kurs akan mempengaruhi transaksi pihak berelasi dalam melakukan *transfer pricing* karena jumlah yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah nilai kurs asal yang dibutuhkan untuk

membayar dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harganya [11]. Variabel tersebut digunakan untuk kegiatan nilai tukar mata uang asing sehingga hal ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

b. Variabel Moderasi

Pada penelitian sebelumnya tidak menggunakan variabel moderasi sedangkan pada penelitian ini menambahkan variabel moderasi yaitu mekanisme bonus dikarenakan variabel tersebut akan mempengaruhi setiap kegiatan perusahaan maupun dari segi perpajakan karena bonus dapat digunakan dalam mempertimbangkan kinerja suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Karena adanya keuntungan yang besar maka perusahaan akan melakukan kegiatan transfer pricing untuk memindahkan laba supaya stabil setiap periodenya dan tidak meningkat atau menurun secara drastis.

c. Objek

Pada penelitian sebelumnya, penelitian terdahulu adalah perusahaan Manufaktur yang Listing yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan pada penelitian ini adalah perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

d. Periode Penelitian

Periode peneliti sebelumnya tahun 2015-2018, sedangkan periode penelitian ini tahun 2014-2018.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL