

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Globalisasi yang terjadi saat ini menimbulkan persaingan yang ketat antar perusahaan terutama perusahaan multinasional. Untuk mencapai laba yang diinginkan dalam perusahaan multinasional ini sering terjadi transaksi internasional antar divisi/lini perusahaan (penjualan barang atau jasa), sebagian besar transaksi itu terjadi di antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Penentuan harga transaksi antar divisi perusahaan tersebut dikenal dengan istilah penetapan harga transfer (*transfer pricing*). Penetapan Harga transfer (*transfer pricing*) adalah suatu masalah yang cukup kompleks bagi suatu negara, terutama bagi Indonesia. Pajak dan mekanisme bonus menjadi beberapa faktor penyebab perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Banyak perusahaan multinasional yang memanfaatkan penetapan harga transfer (*transfer pricing*). Tujuan penetapan harga transfer (*transfer pricing*) internasional berfokus pada meminimalkan pajak, bea cukai, dan risiko nilai tukar mata uang asing, serta meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dan memperbaiki hubungan dengan pemerintah asing (Garison, Noreen, Brewer, 2013: 115).

Banyak perusahaan multinasional menghindari pajak dengan cara melakukan *transfer pricing* dengan melakukan pembentukan *agent*. Menurut Arifin dalam Nugraha (2016: 3-4) menyatakan ada tiga hal yang kelihatan kasat mata soal *transfer pricing* ini yaitu pembentukan *agent*. Cara ini adalah perusahaan di Indonesia sebagai produsen menjual barang langsung ke induk perusahaan di luar negeri. Tapi dijualnya melalui *agent* di Singapore atau Hong Kong atau di negara yang pajaknya rendah. *Agent* ini sebetulnya dimiliki oleh group perusahaan itu sendiri. Harga jual kepada *agent* dibuat serendah mungkin agar pajak dibayar di dalam negeri jadi rendah. Kemudian *agent* itu mengemas kembali barang dan menjualnya kepada induk perusahaan dengan harga tinggi. Induk perusahaan akan membayar mahal tentu agar labanya jadi rendah dibanding harga beli, sehingga dalam hal ini, laba bagi penjual/produsen rendah, laba bagi pembeli juga rendah. Laba tinggi ada di *agent* yang berada di negara yang pajaknya rendah.

Pada tahun 2017 Direktur Perpajakan Internasional Ditjen Pajak John Hutagaol mengatakan, masalah manipulasi harga transfer ini adalah permasalahan global. Selama ini, adanya entitas perusahaan dalam grup yang beroperasi di negara yang berbeda-beda kerap menjadi permainan perusahaan memanfaatkan perbedaan sistem pajak. Ia menjelaskan, dari beberapa risiko pajak yang terjadi akibat *profit shifting* atau yang dikenal dengan BEPS, totalnya ada 600 miliar USD secara global yang hilang setiap tahunnya. Sementara khusus negara berkembang kehilangannya adalah 200 miliar USD, salah satu penyebabnya adalah manipulasi harga transfer (nasional.kontan.co.id).

Selain itu pada tahun 20116 Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) menyatakan sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak Penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan merugi. Perusahaan asing tersebut menggunakan tiga modus utama supaya bisa mangkir dari kewajiban menyetor pajak di Indonesia. Sebanyak 2.000 PMA tersebut terdiri dari perusahaan di sektor perdagangan, dan sebagainya. Perusahaan asing ini tidak membayar pajak selama 10 tahun. Praktik penghindaran pajak ini dilakukan dengan modus *transfer pricing* atau mengalihkan keuntungan atau laba kena pajak dari Indonesia ke negara lain. Dalam kesempatan yang sama, Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Hubungan Masyarakat DJP Kemenkeu, Mekar Satria Utama menambahkan, sebanyak 2.000 perusahaan terindikasi mengemplang pajak karena alasan merugi terus-menerus. Ada tiga penyebab utama. *Di mana salah satunya*, perusahaan tersebut merupakan perusahaan afiliasi yang induk perusahaannya berada di luar negeri sehingga sangat rawan terjadi proses *transfer pricing*. DJP mempertanyakan pembayaran royalti yang tetap disetorkan anak usahanya di Indonesia kepada induk perusahaannya (m.liputan6.com).

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Noviasatika, Mayowan, dan Karjo (2016: 7) bahwa pajak menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap indikasi melakukan transaksi *transfer pricing*, dimana transaksi *transfer pricing* yang dilakukan dengan perusahaan afiliasi berada di luar batas negara digunakan sebagai salah satu cara perencanaan pajak.

Perusahaan mengalihkan kekayaannya ke perusahaan lain yang berada di luar Indonesia dengan cara *transfer pricing*, sehingga laba berkurang dan pajak yang dibayarkan juga berkurang.

Selain pajak, indikasi yang mempengaruhi keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*) adalah mekanisme bonus. Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Adanya pemberian bonus kepada direksi atau manajemen secara tidak langsung akan memberikan motivasi untuk bekerja lebih keras lagi untuk mendapatkan bonus yang lebih lagi. Karena sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing* maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau sub unit (Nugraha, 2016: 5).

Menurut Purwanti dalam Saraswati dan Sujana (2017: 5), mekanisme bonus adalah apresiasi yang diberikan oleh pemilik perusahaan kepada manajer apabila target laba perusahaan terpenuhi. Mekanisme pemberian bonus ini akan berdampak kepada manajemen dalam merekayasa laba. Untuk memaksimalkan bonus, manajer cenderung memaksimalkan laba bersih. Hal ini sesuai dengan *bonus plan hypothesis* dimana manajer akan menggunakan prosedur akuntansi yang menaikkan laba dengan praktek penetapan harga transfer (*transfer pricing*).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, terdapat keterkaitan antara pajak dan mekanisme bonus dalam keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*), sehingga peneliti tertarik untuk menguji pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*). Dalam penelitian ini, unit yang akan diteliti merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2016.

## 1.2 Rumusan Masalah

Penetapan harga transfer (*transfer pricing*) merupakan salah satu masalah penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan manufaktur di Indonesia yang merugikan negara serta dapat dimanfaatkan untuk memperoleh bonus dengan meningkatkan laba. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan penetapan harga transfer (*transfer pricing*), dengan perumusan masalah yang dinyatakan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*)?
2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*)?

### 1.3 Tujuan penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Tujuan penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pajak terhadap keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*).
2. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan penetapan harga transfer (*transfer pricing*).

### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi akademisi

Dengan penelitian ini diharapkan bagi siapapun yang membaca memperoleh wawasan yang lebih dalam mengenai penetapan harga transfer (*transfer pricing*) sehingga dapat dijadikan referensi untuk penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel yang lebih bervariasi.

## 2. Manfaat bagi praktisi bisnis

Diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada para investor, perusahaan, pemerintah, dsb mengenai pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap penetapan harga transfer (*transfer pricing*).

