

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi yang terjadi saat ini membuat perekonomian dunia berkembang sangat pesat dan seolah batas-batas antar negara bukan lagi menjadi kendala. Perusahaan-perusahaan di dunia banyak yang melakukan bisnisnya tidak terpaku hanya dengan satu negara, melainkan dengan antar negara atau banyak negara. Perusahaan dengan skala internasional banyak melakukan kegiatan bisnis lintas negara dengan menggunakan cabang atau anak perusahaannya. Perusahaan-perusahaan tersebut lebih dikenal dengan istilah Perusahaan Multinasional (*Multinational Corporation*).

Seiring dengan perjalanan bisnisnya, perusahaan multinasional akan mengalami banyak masalah. Salah satu masalah yang dihadapi perusahaan multinasional yaitu masalah perbedaan tarif pajak yang diterapkan oleh masing-masing negara di dunia. Masalah ini lah yang membuat beberapa perusahaan memutuskan untuk menerapkan *transfer pricing*. Lebih dari 60% nilai perdagangan dunia dihasilkan dari transaksi yang berhubungan dengan perusahaan multinasional dengan menggunakan skema *transfer pricing*. Skema yang biasa dilakukan oleh perusahaan multinasional dalam praktik *transfer pricing* adalah dengan cara mengalihkan laba mereka dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah.

Pemerintah di berbagai dunia menyebutkan bahwa *transfer pricing* bukanlah persoalan yang mudah, karena pada dasarnya praktek *transfer pricing* mengurangi penerimaan pajak melalui pengalihan laba ke entitas lain dalam grup perusahaan yang sama. Banyak perusahaan di dunia yang menyalahgunakan praktek *transfer pricing* ini dengan tujuan mengejar laba yang lebih tinggi. Bagi perusahaan yang berada pada negara dengan tarif pajaknya tinggi, maka akan menjadi masalah karena harus memenuhi kewajiban pajaknya dengan membayar pajak yang lebih banyak, sehingga membuat perusahaan mendapatkan laba yang lebih sedikit. Macam-macam strategi yang digunakan perusahaan untuk mengatasi masalah ini, salah satu caranya adalah dengan membangun anak perusahaan atau cabang yang berada pada negara dengan tarif pajak yang rendah atau lebih dikenal dengan istilah *tax heaven country*.

Pemerintah selalu menganggap isu *transfer pricing* merupakan hal yang penting. Menurut CNN Indonesia, Direktorat Jenderal Pajak (DJP) membongkar motif sebanyak 2.000 perusahaan multinasional atau asing yang teridentifikasi mengemplant pajak. Rata-rata perusahaan tersebut menunggak pajak jenis Pajak Penghasilan (PPh) Badan pasal 25 dan 29. Yang dimaksud tidak membayar pajak adalah mereka tidak membayar pajak PPh pasal 25 dan 29 karena alasan merugi terus menerus, padahal perusahaannya masih ada. Menurut Direktur Pelayanan dan Penyuluhan Hubungan Masyarakat (P2 Humas) DJP Mekar Satria Utama, rata-rata 2.000 perusahaan asing tersebut menggunakan modus *transfer pricing*.

Tidak diragukan lagi bahwa praktik *transfer pricing* sangat merugikan negara. Data Center for Indonesia Taxation Analysis (CITA) menyebutkan,

kerugian negara bisa mencapai Rp100 triliun setiap tahunnya. Kebanyakan pelanggaran pajak ini dilakukan oleh perusahaan multinasional atau perusahaan Penanaman modal Asing (PMA).

Negara kita Indonesia sudah mengatur sendiri mengenai kebijakan *transfer pricing* dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Peraturan *transfer pricing* mencakup beberapa hal penting, diantaranya: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi. Pasal ini juga menjelaskan bahwa Direktorat Jenderal (Ditjen) Pajak berwenang untuk menetapkan kembali besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak yang memiliki suatu hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya. Tentu hal ini harus sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa.

Aturan lebih lanjut dan detail tentang *transfer pricing* juga dituangkan dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011. Di awal tahun ini Ditjen Pajak telah mengeluarkan aturan lanjutan terkait dengan *transfer pricing* yang tercantum dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.03/2016 tentang Jenis Dokumen dan/atau Informasi pendukung yang Wajib Disiapkan oleh Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi dengan Para Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa, dan Tata Cara Pengelolaannya.

Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah pajak. Umumnya perusahaan menghindari pembayaran pajak yang sangat tinggi. Perusahaan melaporkan laba dengan lebih rendah pada laporan keuangannya, salah

satu cara yang digunakan oleh perusahaan untuk menurunkan laba adalah *transfer pricing*. Penelitian tentang pengaruh pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan. Dalam penelitiannya, Noviasatika, dkk (2016) menyebutkan bahwa motivasi pajak menjadi salah satu alasan perusahaan manufaktur melakukan *transfer pricing* dengan cara melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang ada di luar batas negara. Selain itu, Yuniasih dan Rasmini (2012) juga mengatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Selain pajak, keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *Tunneling Incentive*. Menurut Wafiroh (2015) *Tunneling Incentive* merupakan kegiatan yang mengambil keputusan atau kebijakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dimana kebijakan tersebut diambil guna mencapai tujuan yang menguntungkan kepentingan pribadi pemilik saham mayoritas dengan cara mengesampingkan kepentingan pemilik saham minoritas yang menimbulkan kerugian bagi pemilik saham minoritas. Praktik *tunneling* sendiri dapat berupa kegiatan mentransfer aset atau profit untuk kepentingan pemegang saham mayoritas, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. Pembelian berupa barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan berupa barang atau jasa dengan di bawah harga wajar merupakan salah satu cara melakukan *tunneling*.

Beberapa penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan. Noviasatika, dkk (2016) menyebutkan bahwa perusahaan yang memiliki kepemilikan terkonsentrasi pada satu pihak atau satu kepentingan cenderung akan

melakukan *tunneling* di dalamnya dengan cara melalui transaksi *transfer pricing*. Transaksi *transfer pricing* itu dilakukan dengan melalui penjualan antar perusahaan seafiliasi. Marfuah dan Azizah (2014) menemukan bahwa semakin meningkatnya praktik *tunneling incentive* maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *transfer pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Kemudian Mispriyanti (2015) juga menyebutkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah reputasi auditor. Pemakai laporan keuangan atau pihak eksternal sering kali mengaitkan kualitas audit dengan reputasi auditor. Perusahaan yang memiliki reputasi auditor yang baik akan mempertimbangkan segala kegiatannya, terutama untuk kegiatan yang menyimpang dari aturan. Hal ini dapat memungkinkan bahwa perusahaan yang tidak memiliki kualitas audit yang baik, dapat melakukan manipulasi laba untuk kepentingan perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk manipulasi laba adalah dengan melakukan praktik *transfer pricing*.

Chai dan Liu dalam Annisa dan Kurniasih, (2012) mengatakan jika nominal pajak yang harus dibayar terlalu tinggi biasanya akan memaksa perusahaan untuk melakukan penggelapan pajak, maka semakin berkualitas audit suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut cenderung tidak akan melakukan manipulasi laba untuk kepentingan perpajakan. Dengan kata lain, semakin berkualitas audit suatu perusahaan, maka perusahaan cenderung tidak akan melakukan manipulasi laba ataupun melakukan penghindaran pajak melalui *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti kembali praktek *transfer pricing* dengan judul yang diambil adalah “**Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Dan Reputasi Auditor Terhadap Keputusan Untuk Melakukan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016.**”

B. Perumusan Masalah

Transfer Pricing merupakan salah satu masalah penghindaran pajak yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan kajian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, dengan perumusan masalah yang dinyatakan dalam pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah reputasi auditor berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Latar belakang dan Rumusan Masalah yang telah disampaikan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara pajak terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016;
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *tunneling incentive* terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara reputasi auditor terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat antara lain :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan informasi yang bermanfaat dan sebagai gambaran bagi pemerintah, perusahaan, maupun masyarakat tentang bagaimana pajak, *tunneling incentive*, dan reputasi auditor berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang perpajakan dan dapat menerapkan teori yang telah diperoleh selama kuliah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah yang mendorong peneliti melakukan penelitian ini. Dalam bab ini juga diuraikan perumusan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga diuraikan tentang penelitian terdahulu dan kerangka teoritis yang berguna untuk menunjang dan menyusun penelitian ini, serta diuraikan pula mengenai hipotesis penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Di dalam bab ini diuraikan deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil terhadap hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir penulisan skripsi. Bab ini memuat simpulan, keterbatasan dan saran untuk penelitian selanjutnya.