

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi saat ini membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat dan kompetitif. Hal ini menyebabkan manajemen setiap perusahaan berusaha melakukan segala cara untuk menghadapi persaingan tersebut. Perencanaan strategis perusahaan sangat berpengaruh bagi kelangsungan perusahaan. Perusahaan yang tidak mampu bersaing perlahan akan mulai tergusur dari dunia bisnis karena tidak mampu mempertahankan kinerja perusahaannya.

Fenomena globalisasi ekonomi juga diikuti dengan internasionalisasi investasi, bisnis, perdagangan dan aktivitas ekonomi lainnya, telah memunculkan perusahaan multinasional. Dalam perusahaan multinasional terjadi berbagai transaksi baik pada *inter company* maupun *intra company* yang bertujuan untuk memperoleh laba sebesar-besarnya. *Intra company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa.

Sebagai perusahaan yang berorientasi laba, maka sudah tentu perusahaan akan berusaha untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal melalui berbagai macam cara. Hal tersebut dapat dilakukan salah satunya dengan tindakan *transfer pricing*. Dalam hubungan istimewa, perusahaan induk akan menjual barang kepada perusahaan anak dengan harga tinggi untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Mangoting (2000) bahwa praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada negara yang menerapkan pajak yang rendah.

Permasalahan ini menjadi isu fenomenal yang mampu mencuri perhatian dari seluruh kalangan, terutama bagi otoritas perpajakan (Hartati, 2016). Menurut PricewaterhouseCoopers (2009) dalam Yuniasih *et al* (2012), para ahli mengakui bahwa *transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menghindari pajak berganda, tetapi juga terbuka untuk penyalahgunaan. Hal ini dapat digunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah, dengan memaksimalkan beban, dan pada akhirnya pendapatan.

Undang-Undang Perpajakan menyebut istilah *transfer pricing* dengan transaksi antar pihak yang memiliki hubungan istimewa. Hal ini sebagaimana yang di atur dalam pasal 18 ayat (4) UU No. 36 tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Melalui praktik *transfer pricing*, *tax minimization* dilakukan dengan cara mengalihkan penghasilan serta

biaya suatu perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa kepada perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya berbeda.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan juga mempunyai aturan yang menangani masalah *transfer pricing*, yaitu Pasal 18. Aturan *transfer pricing* biasanya mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 diatur di Pasal 2 ayat (2) 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.

Selanjutnya, keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Menurut Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen untuk meningkatkan laba yang akan mereka terima.

Menurut *agency theory*, semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai *principal* diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen diasumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dengan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Karena perbedaan kepentingan ini masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. *Principal* menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepatnya atas investasi

yang salah satunya dicerminkan dengan kenaikan porsi dividen dari tiap saham yang dimiliki. Agen menginginkan kepentingannya diakomodir dengan pemberian kompensasi/bonus/insentif/remunerasi yang memadai dan sebesar-besarnya atas kinerjanya. *Principal* menilai prestasi agen berdasarkan kemampuannya memperbesar laba untuk dialokasikan pada pembagian dividen. Semakin tinggi laba, makin tinggi harga saham dan makin besar dividen, maka agen dianggap berhasil/berkinerja baik sehingga layak mendapat insentif yang tinggi. Salah satu hal yang dilakukan *principal* adalah dengan *transfer pricing*, Manajemen (*principal*) akan berusaha melakukan penjualan kepada perusahaan anak dengan harga tinggi untuk mendapatkan laba sehingga bisa mendapatkan bonus yang besar.

Mekanisme dalam *agency theory* menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan manajer untuk melakukan manajemen laba. Sedangkan manajemen yang memiliki kepemilikan 25%, karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendalian perusahaan, maka informasi asimetris menjadi berkurang. Jika manajemen melakukan pengelolaan laba secara oportunitis maka informasi laba tersebut dapat menyebabkan pengambilan keputusan investasi yang salah bagi investor (Kane, dkk 2005 dalam Andraeni 2017)

Menurut hipotesis rencana bonus yang dikemukakan oleh teori akuntansi positif bahwa para manajer perusahaan cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan imbalan yang tinggi pada setiap periode. Imbalan yang mereka terima akan bergantung pada pendapatan bersih yang diterima perusahaan. Oleh karena

itu, manajer perusahaan yang mengharapkan bonus akan cenderung untuk memilih metode yang akan menginginkan laba periode berjalan.

Hal lain yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah *debt covenant*. Sesuai dengan hipotesis *debt covenant* bahwa perusahaan yang memiliki rasio hutang yang tinggi lebih memilih untuk melakukan kebijakan akuntansi yang membuat laba perusahaan menjadi semakin tinggi. Kecendrungan perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Salah satu praktik perubahan laba adalah dengan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2016. Hal ini disebabkan karena praktik *transfer pricing* yang dilakukan pada perusahaan manufaktur lebih mudah untuk ditelusuri. Perusahaan manufaktur adalah Perusahaan yang mengolah barang mentah menjadi barang jadi kemudian menjualnya.

Penggunaan sampel selama empat tahun cukup untuk menggambarkan kondisi perusahaan manufaktur di Indonesia yang melakukan *transfer pricing*. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini akan menguji kembali **Pengaruh Tax Minimization, Debt Covenant dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2013 – 2016.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan *tax minimization* terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Bagaimana hubungan *debt covenant* terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Bagaimana hubungan mekanisme bonus terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Bagaimana hubungan *tax minimization*, *debt covenant* dan mekanisme bonus secara simultan terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, khususnya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Secara khusus tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis hubungan *tax minimization* terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Untuk menganalisis hubungan *debt covenant* terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

3. Untuk menganalisis hubungan mekanisme bonus terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Untuk menganalisis hubungan *tax minimization*, *debt covenant* dan mekanisme bonus secara simultan terhadap kecenderungan keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Bagi Pemerintah dan Analis Laporan Keuangan

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor bagaimana pajak, bonus, rasio hutang mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing*.

2. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran faktor yang mempengaruhi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan manufaktur di Indonesia.

3. Bagi Lembaga pendidikan

Penelitian ini dapat menambah referensi di perpustakaan sehingga dapat digunakan untuk penelitian di masa yang akan datang.

1.4 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini dibatasi hanya pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013 – 2016. Penelitian ini hanya membahas variabel *tax minimization*, *debt covenant* dan mekanisme bonus. Dalam mengukur *tax minimization* penulis menggunakan *tax avoidance* sebagai salah satu cara perusahaan dalam meminimalisir pajak dengan mengukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Sedangkan dalam mengukur *debt covenant* penulis mengukur dengan menggunakan *Debt Equity Ratio* (DER) dan mekanisme bonus dengan menggunakan Indeks Trend Laba Bersih (TRENDLB)

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan yang digunakan penulis adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini mengemukakan alasan-alasan yang dijadikan sebagai latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, cakupan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang tinjauan pustaka yang mendasari pembentukan hipotesis dan dasar pembahasan penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis data, dan data penelitian.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang pengujian data, analisis hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengolahan data dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

