

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Saraswati (2017), *transfer pricing* mengacu pada penetapan harga untuk pertukaran barang, jasa, atau kekayaan intelektual antar entitas dalam grup perusahaan yang sama. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa transaksi antar entitas terkait dilakukan secara wajar, seolah-olah tidak terkait, untuk mencegah penghindaran pajak. Praktik ini melibatkan penentuan harga untuk transaksi antar perusahaan, dan peraturan terkait bertujuan untuk mencegah manipulasi harga demi keuntungan pajak. Salah satu faktor yang membuat keputusan *transfer pricing* semakin rumit adalah perbedaan tarif pajak antar negara. *Transfer pricing* dapat membuat potensi penerimaan pajak suatu negara berkurang atau hilang. Peraturan mengenai masalah *transfer pricing* yang berhubungan dengan perpajakan terdapat dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 mengenai Pajak Penghasilan (UU PPh). Pasal 18 ayat (3) Undang-Undang PPh menerangkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak (PKP) bagi wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan wajib pajak lainnya sesuai dengan kewajaran dan kelaziman.

Menurut Yunarsih et al (2012), perusahaan multinasional memiliki kecenderungan untuk menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menetapkan tarif pajak rendah. Sehingga dengan demikian terjadi pergeseran dasar pengenaan

pajak dari satu negara ke negara lainnya. Hal inilah yang membuat masalah *transfer pricing* menjadi masalah internasional karena banyak negara yang memiliki kepentingan, terutama bagi negara berkembang seperti Indonesia yang dalam transaksi yang mengandung *transfer pricing* menjadi negara sumber penghasilan. *Transfer pricing* berkaitan dengan keberadaan perusahaan multinasional yang memiliki anak perusahaan atau entitas terkait di berbagai yurisdiksi pajak. Pada umumnya, perusahaan tersebut ingin memaksimalkan keuntungan dan mengelola beban pajaknya.

Dikutip dari laman resmi JETRO (2021) perusahaan manufaktur Jepang di Indonesia terkendala beban pajak Indonesia. Perusahaan-perusahaan itu masih menganggap Indonesia mempunyai tingkat beban pajak yang tinggi. Beban pajak menjadi salah satu masalah yang disorot oleh perusahaan manufaktur asal Jepang dalam menjalankan bisnis di Indonesia. Khususnya, pajak korporasi dan *transfer pricing*. Sebanyak 61,9 % perusahaan manufaktur asal Jepang di Tanah Air berhadapan dengan masalah beban pajak pada 2021. Persentase tersebut meningkat jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada 2020, jumlah perusahaan manufaktur asal Jepang yang berhadapan dengan beban pajak di Tanah Air tercatat sebanyak 51,3 % (Fauzan, 2021).

Selanjutnya fenomena yang dikutip dari money.kompas.com (2019) juga mempublisk perusahaan PT Coca cola menjadi salah perusahaan dari sector barang konsumsi primer yang melakukan kegiatan *transfer pricing*. Perusahaan coca-cola dicurigai mengakali pajak perusahaan yang mengakibatkan adanya kekurangan dalam pembayaran pajak sebesar Rp. 49,24 M. Adanya temuan dari

Direktorat Jenderal Pajak yakni kenaikan biaya dengan jumlah besar. Dengan jumlah beban biaya besar mengakibatkan pajak yang dikenakan perusahaan menurun yang berujung dengan pembayaran pajaknya ikut menurun. Ada total sebesar Rp. 566,84 M yang masuk dalam beban biaya untuk iklan produk di mana iklan tersebut untuk produk minuman menjadi merek coca-cola. Dampak dari hal itu, penghasilan kena pajak mengalami penurunan. Direktorat Jenderal Pajak menyatakan bahwa total penghasilan kena pajak dari perusahaan coca-cola untuk tahun terkait sebesar Rp.603,48 M sedangkan dari hasil hitung perusahaan coca-cola penghasilan kena pajak senilai Rp. 492,59. Adanya selisih ini membuat DJP sangat mencurigai dan hal ini mendekati pada praktik *transfer pricing* dengan tujuan untuk meminimalkan pajak perusahaan.

Pada peneliti sebelumnya membahas topik permasalahan mengenai kasus *transfer pricing* yang terjadi pada kasus Di Indonesia, praktik *transfer pricing* cukup banyak terjadi. Salah satunya adalah PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perakitan produk Toyota dan eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Kasus Toyota terdeteksi setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing pada 2005. Pajak Toyota pada 2007 dan 2008 juga ikut diperiksa. Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun itu, dan meminta negara mengembalikannya (restitusi). Dari pemeriksaan SPT Toyota pada 2005 itu, petugas pajak menemukan sejumlah kejanggalan. Pada 2004 misalnya, laba bruto Toyota anjlok lebih dari 30 persen, dari Rp1,5 triliun

(2003) menjadi Rp950 miliar. Selain itu, rasio gross margin atau perimbangan antara laba kotor dengan tingkat penjualan juga menyusut. Dari sebelumnya 14,59 persen (2003) menjadi hanya 6,58 persen setahun kemudian (Pratiwi, 2018).

Sebagai tambahan, praktik *transfer pricing* juga menjadi perhatian bagi otoritas pajak Indonesia. Pemerintah Indonesia telah melakukan upaya untuk meningkatkan pengawasan dan pengaturan *transfer pricing* untuk memastikan bahwa perusahaan membayar pajak sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini mengingat dampak signifikan yang dapat timbul dari penghindaran pajak melalui *transfer pricing*, termasuk berkurangnya penerimaan pajak yang dapat digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan layanan publik (Gunady et al., 2013).

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* adalah pajak. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari suatu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. Temuan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ramadhany dan Amin (2023) menunjukkan bahwa pajak memberikan dampak yang menguntungkan dan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan temuan penelitian Ridwan dan Arofah (2023) menunjukkan bahwa pajak memiliki dampak negatif terhadap *transfer pricing*.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* adalah *leverage*. *Leverage* merupakan rasio untuk menghitung berapa utang yang dipakai guna menanggung aset perusahaan. *Leverage* perusahaan yang tinggi, maka peluang untuk penghindaran pajak melalui akumulasi hutang semakin tinggi (Wardani et al., 2018). Ini dicapai dengan memperoleh hutang dari anggota divisi yang tinggal di wilayah dengan pajak kecil (Cahyadi & Noviari, 2018). Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Cahyadi & Noviari (2018) mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Sedangkan pada temuan penelitian Ramadhany & Amin (2023) menunjukkan bahwa *leverage* dipengaruhi secara negatif terhadap *transfer pricing*.

Selain pajak dan *leverage*, *tunneling incentive* juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya *transfer pricing*. *tunneling incentive* sendiri merupakan tindakan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan mentransfer aset dan laba demi keuntungan pemegang saham mayoritas dan laba demi keuntungan mereka sendiri dan merugikan pemegang saham minoritas yang ikut menanggung biaya yang muncul (Syahanum, 2021). Menurut Yuniarsih et al (2012), *tunneling incentive* diproksikan dengan kepemilikan saham oleh pihak luar negeri maka semakin besar kepemilikan saham oleh asing maka perusahaan memindahkan asetnya ke negara afiliasinya untuk menghindari pajak yang semakin besar, salah satunya dengan cara melakukan *transfer pricing*. Transaksi pihak berelasi tersebut dapat berupa penjualan dan pembelian yang digunakan untuk mentransfer kas atau aset lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali.

Penelitian terdahulu tentang *tunneling incentive* telah diselesaikan oleh Hidayat et al., (2019) yang mengamati bahwa *tunneling incentive* secara positif mempengaruhi keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Meskipun demikian, adapun penelitian yang dilakukan oleh Melani (2016) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan penelitian sebelumnya masih terdapat perbedaan antara penelitian satu dengan penelitian yang lain terkait pada pajak, *leverage* dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Penelitian Putri dan Amanah (2021), Sani (2023), dan Rhegnia (2018) masih belum melihat pengaruh pajak, *leverage* dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen. Variabel independen berfungsi menjelaskan hubungan kedua variabel tersebut, yang nampak (terwujud) saat peneliti membahas hasil analisis hubungan antara variabel bebas dengan terikat. Penelitian yang dilakukan oleh Wardani dan Kurnia (2018), *transfer pricing* sebagai variabel dependen dan diukur dengan nilai RPT (*Related Party Relation*), sedangkan pada penelitian saat ini variabel *transfer pricing* diukur menggunakan variabel *dummy*. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Melmusi (2016) objek penelitian yang digunakan adalah Perusahaan yang Tergabung Dalam Jakarta Islamic Index dan Terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan pada penelitian saat ini objek penelitian yang digunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini mempunyai keterbaruan dengan menggunakan *leverage* sebagai variabel independen dan pengukuran dalam variabel dependen serta keterbaruan objek penelitian yang lebih luas yaitu perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan hasil penelitian sebelumnya yang masih banyak terdapat perbedaan hasil riset, maka topik ini menarik untuk diteliti kembali oleh peneliti. Penelitian ini juga memodifikasi model dari penelitian sebelumnya. Maka peneliti tertarik mengambil judul penelitian tentang **“Pengaruh Pajak, *Leverage* dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI”**.

1.2 Rumusan Masalah

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 ini.

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *leverage* (tingkat utang) berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah *tunnelling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut ini.

1. Untuk menganalisis pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap keputusan *transfer pricing* di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk menganalisis pengaruh *tunnelling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak yang berkepentingan seperti berikut ini:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai sumber bacaan atau referensi yang dapat memberikan informasi teoritis dan empiris pada pihak-pihak yang akan melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pajak, *leverage* dan *tunneling incentive*, serta memberikan pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran terkait pengaruh pajak, *leverage*, *tunneling incentive*, terhadap *transfer pricing* khususnya pada perusahaan manufaktur.
2. Manfaat Praktis
 - a. Direktorat Jendral Pajak (DJP) dan Badan Pengawasan Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berhubungan dengan pentingnya pengawasan serta efektifitas peraturan yang telah dikeluarkan mengenai pajak, *leverage*, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan harga transfer

perusahaan multinasional di Indonesia sehingga dapat meminimalisir kecurangan maupun penyelewengan terhadap kebijakan harga transfer di Indonesia.

- b. Bagi Perusahaan, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi para perusahaan dalam pengambilan keputusan melakukan *transfer pricing*.