

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada era globalisasi seperti sekarang ini dimana dunia bisnis telah berkembang dengan sangat cepat, tanpa adanya batasan transaksi antar negara yang dapat mempengaruhi perekonomian dunia. Sejalan dengan perkembangan yang baik dalam perekonomian memberikan dampak yang positif bagi perusahaan – perusahaan untuk terus mengikuti arus perekonomian dunia, arus barang, jasa, investor maupun tenaga kerja semakin mudah dan lancar antarnegara karena adanya *World Trade Organisation (WTO)* yang memfasilitasi perdagangan transnasional sehingga perusahaan – perusahaan dapat bersaing dalam bidang usahanya secara lebih kompetitif lagi.

Perusahaan akan terus berusaha untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam memaksimalkan pencapaian peningkatan laba perusahaan. Atas dasar itu sebagai tuntutan para investor dan juga untuk keberlangsungan usaha perusahaan (*going concern*). Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan seperti, dengan mengembangkan usahanya, yaitu peningkatan transaksi dengan perusahaan di dalam maupun di luar negeri dan juga mendirikan anak – anak perusahaan, cabang dan perwakilan di berbagai negara sebagai strategi dan menumbuhkan pasar di luar Indonesia.

Dalam kegiatan bisnis perusahaan, pada saat melakukan transaksi bisa terjadi antar anak – anak perusahaan, cabang dan perwakilan di dalam perusahaan itu sendiri. Kegiatan seperti ini yang menyulitkan perusahaan dalam menentukan harga jual terhadap transaksi yang dilakukan atau ditransfer ke tiap divisi. Muhammadi, *et al.* (2016) berpendapat bahwa *transfer pricing* dianggap sebagai instrumen internasional dari strategi dan manajemen pajak yang digunakan oleh perusahaan multinasional untuk tujuan memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan kewajiban pajak mereka di negara – negara dimana mereka mengoperasikan satu atau lebih anak perusahaan, divisi ataupun afiliasi. *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD, 1979)* mendefinisikan *transfer pricing* sebagai harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang cocok bagi grupnya. Mereka dapat menyimpang dari harga pasar wajar karena posisi mereka yang berada dalam keadaan bebas untuk mengadopsi prinsip apapun yang tepat bagi korporasinya.

Transfer pricing telah diakui sebagai alat strategis yang dapat memudahkan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif (Siddique dan Ahmed, 2015). Pajak menjadi salah satu faktor yang mendasari perusahaan melakukan kegiatan *transfer pricing*. Klassen, *et al.* (2013) menyatakan bahwa penggunaan kebijakan *transfer pricing* saat ini bertransformasi sebagai isu pajak internasional yang mana kebijakan *transfer pricing* digunakan sebagai alat untuk mengurangi beban pajak secara keseluruhan bagi perusahaan multinasional atau perusahaan berskala global. Atas dasar itulah *transfer pricing* menjadi isu yang sangat diperhatikan dalam dunia akuntansi dan perpajakan.

Perhatian yang dilakukan dunia bukan tanpa sebab, karena banyak perusahaan yang menyalahgunakan *transfer pricing* sebagai salah satu bentuk untuk penghindaran pajak.

Kebanyakan perusahaan ingin memperoleh laba yang tinggi, namun tidak dengan kewajiban perpajakannya yang tinggi juga. Dari fenomena yang terjadi itulah perusahaan memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* sebagai salah satu strategi perusahaan guna mengurangi beban pajak yang akan dikeluarkan.

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 usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa (*arm's length principle*) dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya – plus, atau metode lainnya.

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 yang diatur dalam Pasal 18 ayat (4) menerangkan bahwa 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. Sedangkan untuk wajib pajak perseorangan, hubungan istimewa dapat terjadi karena hubungan keluarga sedarah dalam garis lurus atau kesamping satu

derajat. Hubungan istimewa yang dimaksud dapat mengakibatkan

kekurangwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha.

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (IAI) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 7 (2015) disebutkan bahwa pihak – pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah pihak – pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai

kemampuan untuk mengendalikan pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional.

Banyak berkembang isu transaksi *transfer pricing* yang ada di Indonesia terjadi pada perusahaan multinasional dibidang perkebunan, pertambangan dan manufaktur. Seperti yang terjadi pada PT Garuda Indonesia, Tbk (GIAA) pada laporan keuangan tahun 2018 berhasil mencatatkan laba bersih senilai US\$809 ribu. Padahal pada di laporan keuangan tahun 2017 merugi sebesar US\$216,58 juta. Hal itu dikarenakan ada penambahan pada pos pendapatan dari PT Mahata Aero Teknologi. Selama tahun 2018 juga belum ada pembayaran kas yang masuk atas transaksi tersebut. Hal ini menyebabkan PT Garuda Indonesia, Tbk (GIAA) harus membayar lebih besar PPh dan PPN yang seharusnya belum jadi kewajiban mereka. Dua komisaris pun mengajukan surat keberatan atas laporan keuangan tahun 2018, karena dianggap rancu dan menyesatkan. (www.cnnindonesia.com).

Kasus *transfer pricing* juga terjadi pada salah satu anak perusahaan PT Unilever Indonesia, Tbk (UNVR) yaitu PT Nestle. Pada tahun 2013 PT Nestle melakukan penghindaraan pajak dengan cara *transfer pricing* yang bertujuan untuk meningkatkan laba pusat, sehingga terjadi perputaran uang yang cukup besar dalam laporan keuangannya. Semua itu dilakukan PT Nestle dengan sengaja untuk dapat menekan biaya perolehan produk dan beban pajak. Diperkirakan negara dirugikan sebesar Rp 800 miliar. (www.kompas.com)

Melihat dari kasus dan fenomena yang terkait dengan penyalahgunaan *transfer pricing* ini pemerintah membuat kebijakan baru tentang *transfer pricing* yaitu setiap perusahaan yang memiliki omzet tertentu diminta untuk membuat dokumen *transfer pricing*. Dimana dokumen tersebut harus menyertakan nilai transaksi yang dilakukan dengan perusahaan terafiliasi. Nilai transaksi yang wajib dicatatkan adalah sebesar Rp 20 miliar jika berupa barang berwujud.

Sedangkan untuk barang yang tidak berwujud seperti penyediaan jasa dan pembayaran bunga minimal nilai transaksi yang wajib dicatat sebesar Rp 5 miliar. Hal tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) nomor 213/PMK.03/2016. Sebagai ilustrasi, terdapat transaksi pembelian barang berwujud berupa kaca spion sepeda motor yang dilakukan oleh PT Astra Otoparts, Tbk (AUTO) dari PT Astra Komponen Indonesia yang merupakan anak perusahaannya seharga Rp 12.000,-/Pcs. Namun PT Astra Komponen Indonesia menjual kaca spion tersebut seharga Rp 12.500,-/Pcs ke *customer* lain. Selisih harga transaksi yang terjadi, dapat digunakan sebagai sarana untuk penghematan pajak perusahaan.

Transaksi barang tidak berwujud berupa *management fee* yang ditagihkan PT Astra Otoparts, Tbk (AUTO) ke anak perusahaannya PT Ardendi Jaya Sentosa, untuk transaksi pengelolaan perusahaan yang dilakukan, dengan tujuan untuk penghematan pajak salah satunya.

Berbagai penelitian terdahulu telah banyak dilakukan tentang keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* yang sudah dilakukan. Masing – masing penelitian yang telah dilakukan terdahulu menggunakan variabel dengan karakteristik yang berbeda sehingga mendapatkan hasil penelitian yang berbeda pula. Richardson, *et al.* (2013) menyimpulkan bahwa perusahaan meningkatkan pengungkapan mengenai penetapan *transfer pricing* dan basis komersial dari transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa akan membantu dari sudut perpajakan dan kualitas pengaturan *transfer pricing* dapat membantu mengurangi kepatuhan beban pajak dan kebutuhan perusahaan untuk menyiapkan cadangan pajak penghasilan dan utang pajak terhadap audit perpajakan. Hussein, *et al.* (2017) berpendapat bahwa *the fairness effect* dari *transfer pricing* didasarkan berdasarkan pada pembagian keuntungan yang adil dan sejahtera, terutama ketika harga pasar menghasilkan distribusi laba yang tidak merata.

Namun menurut Klassen, *et al.* (2013), keberhasilan perusahaan melakukan *transfer pricing* memberikan dampak signifikan terhadap *effective tax rate*, anggaran pajak yang besar dan pengalaman direktur juga mempengaruhi *effective tax rate* yang rendah dan terdapat keterkaitan antara praktek *transfer pricing* dan upaya minimalisasi pajak. Gao dan Zhao (2015) mengembangkan model matematika untuk *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.

Pemilihan ukuran biaya dan perbedaan tarif kedua belah pihak akan mempengaruhi antar divisi, namun mereka dapat mengawasi kerugian atau kenaikan biaya, jika tarif pajak rekanannya turun. Sedangkan Siddique dan Ahmed (2015) menemukan bahwa para eksekutif tidak semata – mata berfokus pada masalah keuangan, ekonomi dan perpajakan sebagai tujuan utama dari *transfer pricing*. *MNC's* di Bangladesh menggunakan *transfer pricing* untuk membantu dalam mencapai strategi perusahaan dan tujuan perusahaan lainnya. Secara umum, para eksekutif memandang bahwa *transfer pricing* memang memengaruhi ukuran kinerja pada perusahaan. Ini didukung oleh temuan bahwa *transfer pricing* juga berkontribusi terhadap pencapaian tujuan perusahaan.

Sementara menurut Rossing, *et al.* (2017) menemukan dalam dunia pendidikan akuntansi persoalan terhadap *transfer pricing* tidak diekspos secara menyeluruh dan bagaimana implikasinya terhadap akuntansi manajerial. Muhammadi, *et al.* (2016) menemukan bahwa kesulitan yang dihadapi auditor pajak di Indonesia selama audit kasus *transfer pricing* yang berasal dari *intangible assets*, yaitu: masalah teknis, penentuan keberadaan aktiva tidak berwujud, mendefinisikan, membedakan dan mengklasifikasikan jenis aktiva tidak berwujud, menemukan pembanding yang tepat, memverifikasi pengalihan aktiva tidak berwujud, menentukan manfaat dan nilai wajar dari aktiva tidak berwujud. Banyak perusahaan multinasional di Ghana menggunakan *transfer pricing* dan kegiatan manipulatif pendapatan untuk secara agresif mengurangi kewajiban pajak perusahaan mereka menurut penelitian yang dilakukan oleh Amidu, *et al.*

(2017).

Holtzman dan Nagel (2014) menemukan kebijakan dalam penentuan *transfer pricing* harus dikembangkan dengan bantuan para professional pajak yang dapat bertahan, fleksibel dan sesuai dengan perencanaan pajak perusahaan, sehingga dapat fokus pada tujuan bisnis operasional lainnya. Martins (2017) dalam penelitiannya di Portugal, menemukan norma akuntansi yang berlaku salah satunya *SNC (Sistema de Normalização Contabilística)* memiliki kualitas yang lebih rendah khususnya dibidang *transfer pricing*, ketika menilai komparabilitas berdasarkan margin operasi. Yao (2013) menyimpulkan jika perusahaan hilir memiliki biaya produksi marjinal konstan yang berbeda, maka perusahaan hulu memiliki insentif untuk membebankan perusahaan hilir yang berbiaya rendah dengan *transfer pricing* yang lebih tinggi.

Berdasarkan uraian diatas terhadap fenomena, contoh kasus, serta perbedaan hasil dari penelitian terdahulu, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Analisa Faktor – Faktor Pengaruh Motivasi Pajak Terhadap Kebijakan Melakukan *Transfer Pricing* di Perusahaan Yang Terdaftar Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2017.”

1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah yang dapat dijadikan untuk bahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan akan terus berusaha untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam peningkatan laba perusahaan.
2. Banyak perusahaan melakukan transaksi dengan anak perusahaan, cabang perusahaan dan kantor perwakilan perusahaan itu sendiri.

3. Pajak menjadi faktor yang mendasari perusahaan melakukan kebijakan *transfer pricing*.
4. Banyak perusahaan menggunakan kebijakan *transfer pricing* sebagai bentuk penghindaran pajak.
5. Untuk melindungi pendapatan negara, pemerintah mengeluarkan peraturan terbaru perihal transaksi *transfer pricing*.

1.2.2 Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan menghindari pembahasan yang dapat terlalu luas, maka penulis perlu untuk membatasinya. Berikut pembatasan yang dapat penulis lakukan:

1. Laporan keuangan yang digunakan sebagai data hanya untuk perusahaan yang sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebelum tahun 2013.
2. Perusahaan yang menjadi bahan penelitian adalah yang memiliki laba, tidak mengalami kerugian dan *delisting* di Bursa Efek Indonesia selama tahun penelitian.
3. Kepemilikan saham pengendali dipegang oleh perusahaan asing dengan persentase kepemilikan adalah minimal sebesar 20%.
4. Perusahaan yang menjadi bahan penelitian memperoleh penghasilan dan beban dari pihak yang memiliki hubungan istimewa di luar negeri.
5. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan dengan menggunakan mata uang rupiah.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah motivasi pajak berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Mengapa motivasi pajak berpengaruh terhadap kebijakan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Bagaimanakah pengaruh motivasi pajak terhadap kebijakan *transfer pricing* perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017?

1.3 Tujuan Penelitian

Di dalam penelitian ini akan menguji apakah motivasi pajak berpengaruh positif terhadap kebijakan melakukan *transfer pricing*. Dengan begitu penulis memiliki beberapa tujuan sesuai rumusan masalah diatas, maka tujuannya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motivasi pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui penyebab motivasi pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.
3. Mengidentifikasi pengaruh motivasi pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.

1.4 Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian ini, maka kegunaan dari penelitian ini yang diharapkan dapat diperoleh adalah :

1. Bagi Pemerintah
 - a. Dapat memperbaiki celah-celah yang digunakan oleh pihak – pihak perusahaan untuk melakukan pelanggaran dengan menyalahgunakan transaksi *transfer pricing*.
 - b. Dapat mengidentifikasi efektivitas dan efisiensi dari peraturan yang sudah ada, agar tidak bisa untuk dicurangi oleh perusahaan dalam upaya pelanggaran perpajakan dengan transaksi *transfer pricing*.

2. Bagi Pengguna Laporan Keuangan

Sebagai bahan masukan dan saran bagi pihak – pihak yang ingin melakukan investasi kepada perusahaan, agar lebih mengetahui apa yang terjadi sebenarnya pada perusahaan terkait dengan data yang sebenarnya terjadi di lapangan dan terhindar dari kecurangan atau manipulasi data keuangan yang dilakukan oleh pihak-pihak internal perusahaan terkait.

3. Bagi Institusi

Untuk mahasiswa fakultas ekonomi khususnya program studi Akuntansi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran faktor motivasi pajak terhadap penerapan *transfer pricing* di perusahaan.

4. Bagi Penulis

Penelitian ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam mengikuti ujian sidang skripsi jurusan S-1 Akuntansi di Universitas Darma Persada dan juga menambah ilmu pengetahuan penulis, khususnya mengenai pengaruh motivasi pajak dalam *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan dan mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari dalam kehidupan bermasyarakat dan dunia kerja.

