

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, perkembangan teknologi yang semakin pesat memengaruhi persaingan pada pasar dagang global yang juga turut meningkat. Hal tersebut menuntut setiap perusahaan yang bergerak di sektor apapun khususnya perusahaan di sektor manufaktur untuk dapat meningkatkan kualitas produk mereka dengan melakukan inovasi agar dapat bersaing di pasar dagang global. Biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan inovasi tersebut tidaklah sedikit sehingga untuk mewujudkan hal tersebut salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan yaitu tidak hanya mendirikan usahanya di satu negara saja melainkan ke banyak negara dengan cara mendirikan anak perusahaan di luar negeri atau dengan cara menjalin kerjasama dengan perusahaan asing di negara lain (Refgia, 2017). Perluasan usaha suatu perusahaan hingga ke luar negeri menjadikan suatu perusahaan mempunyai proses produksi yang kompleks sehingga sulit untuk mengukur biaya-biaya yang harus dikeluarkan terkait pengawasan dan pengukuran kinerja perusahaan serta sulit dalam menentukan harga penjualan sehingga untuk mengatasi hal ini, perusahaan multinasional umumnya menerapkan kebijakan *transfer pricing*. *Transfer pricing* memiliki pengertian kebijakan yang diambil perusahaan untuk menentukan harga transfer terhadap suatu transaksi baik jasa maupun barang ataupun transaksi finansial antara anak perusahaan atau antar divisi (Suharli dan Wisanggeni, 2017: 148).

Seiring berjalannya waktu, *transfer pricing* juga dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk melakukan perencanaan pajak. Keputusan bisnis baik secara langsung maupun secara tidak langsung selalu dipengaruhi oleh pajak dan dalam pelaksanaannya akan terdapat perbedaan kepentingan antara perusahaan selaku wajib pajak dengan pemerintah. Perbedaan kepentingan inilah yang menyebabkan perusahaan berusaha mengurangi jumlah pajaknya baik secara legal maupun ilegal salah satunya dengan melakukan perencanaan pajak

(Suendi, 2001: 2). Perencanaan pajak merupakan sarana yang dilakukan agar tidak terjadi kelebihan bayar saat pembayaran pajak sehingga perencanaan pajak tidak termasuk penghindaran pajak selama dilakukan berdasarkan undang-undang perpajakan yang berlaku (Chandraningrum, 2014).

Di Indonesia, *transfer pricing* telah di atur dalam Undang-Undang Perpajakan yang berlaku di Indonesia, yaitu di dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 tahun 2010 yang telah diubah menjadi Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 tahun 2011 tentang Penerepan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Memiliki Hubungan Istimewa. Selain itu, *transfer pricing* diatur pula dalam UU No. 36 pasal 18 tahun 2008 mengenai pajak penghasilan, kegiatan *transfer pricing* hanya dapat dilakukan antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa yang dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebesar 25% atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa sendiri terjadi antara pengusaha kena pajak dengan pihak-pihak yang menerima barang kena pajak karena adanya keterikatan atau ketergantungan yang disebabkan oleh faktor kepemilikan atau penyertaan baik melalui manajemen maupun teknologi (Waluyo, 2006: 58).

Selain perencanaan pajak yang menjadi alasan diterapkannya *transfer pricing* pada perusahaan multinasional, *tunneling incentive* dapat menjadi alasan lain bagi penerapan *transfer pricing* dalam perusahaan multinasional (Noviastika, Mayowan dan Karjo., 2016). *Tunneling incentive* adalah kegiatan pengalihan aset perusahaan yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas karena adanya kepentingan pribadi (Johnson, 2000 dalam Noviastika, dkk., 2016). Adanya kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak inilah yang dapat menyebabkan terjadinya *tunneling incentive*. Salah satu cara yang digunakan adalah dengan penetapan harga transfer terhadap penjualan yang lebih rendah daripada harga pasar atau terhadap pembelian yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga pasar yang dilakukan oleh perusahaan induk terhadap perusahaan

anak sehingga nantinya laba yang diterima oleh perusahaan induk dapat dinikmati oleh para pemegang saham mayoritas atau pengendali (Refgia, 2017).

Penerapan perencanaan pajak, *tunneling incentive* serta *transfer pricing* yang menyimpang dari peraturan yang berlaku sebagian besar didukung oleh adanya kepentingan pribadi baik dari pihak pemegang saham ataupun pihak perusahaan yang didasari oleh adanya *moral hazard*. *Moral hazard* dapat muncul ketika suatu kepentingan perusahaan hanya terpusat pada satu pihak saja, baik pemegang saham pengendali maupun manajer perusahaan yang menjadikan suatu sistem di perusahaan diatur sesuai dengan kepentingan pihak-pihak tersebut (Scott, 2009: 14)

Penelitian yang dilakukan oleh Mispuyanti (2015) dan Noviasatika, dkk (2016) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan kebijakan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Marfiah (2014) menunjukkan bahwa pajak tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan kebijakan *transfer pricing*. Pada penelitian Refgia (2017), Mispuyanti (2015) dan Noviasatika, dkk (2016) menyatakan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* sedangkan pada penelitian Saifudin dan Putri (2018) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, serta penelitian yang dilakukan oleh Rosa, Andini dan Raharjo (2017) menyatakan bahwa *tunneling incentive* berhubungan negatif dan tidak signifikan terhadap *transfer pricing*.

Adanya ketidak konsistenan pada penelitian terdahulu mengenai pengaruh perencanaan pajak dan *tunneling incentive* terhadap pengambilan kebijakan *transfer pricing* menjadi alasan dilakukannya penelitian ini. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pada tingkat multinasional yang terdaftar di BEI periode 2014-2017. Perusahaan manufaktur dipilih karena memiliki jumlah sektor dan sub-sektor yang beraneka ragam serta banyak perusahaan asing yang menanamkan modalnya pada perusahaan manufaktur.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, adapun hal-hal yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini meliputi:

1. Apakah perencanaan pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur?

## **1.3. Tujuan Penulisan**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Manfaat Akademik:

Menjadi acuan bagi penelitian berikutnya mengenai pengaruh perencanaan pajak dan *tunneling incentive* terhadap kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

2. Manfaat Praktis:

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pemerintah dalam hal ini adalah fiskus untuk mengetahui dampak dari kebijakan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur terhadap penerimaan pajak bagi Negara.

## **1.5. Sistematika Penulisan Skripsi**

Penulisan skripsi ini terbagi menjadi 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

## **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab 1 berisi latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

## **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab 2 berisi landasan teori, penelitian terdahulu yang menjadi dasar untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menetapkan metode penelitian, pengembangan hipotesis berupa argumentasi yang disusun berdasarkan penelitian terdahulu dan landasan teori serta rerangka konseptual yang berisi gambaran alur berpikir penelitian untuk menjawab perumusan masalah.

## **BAB 3 : METODE PENELITIAN :**

Bab 3 berisi desain penelitian; identifikasi, definisi operasional dan pengukuran variabel; jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian, metode pengumpulan data; populasi, sampel dan teknik penyampaian data; serta analisis data yang berisi penjelasan mengenai tahap pengolahan data.

## **BAB 4 : ANALISIS dan PEMBAHASAN**

Bab 4 berisi gambaran umum objek penelitian, deskripsi data yang ditampilkan dalam bentuk grafik , tabel atau diagram, hasil analisis data berisi hasil perhitungan data menggunakan alat ukur yang telah di jelaskan pada BAB 3 serta pembahasan berupa argumentasi logis mengenai hasil pengujian hipotesis.

## **BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN dan SARAN**

Bab 5 berisi kesimpulan sebagai jawaban atas rumusan masalah yang telah dibuat, keterbatasan akan penelitian yang dilakukan seperti beberapa faktor yang belum bisa di jabarkan oleh peneliti serta saran akan penelitian selanjutnya yang berkaitan atas keterbatasan yang ada dan saran yang merujuk pada kesimpulan penelitian.