BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada era modern dengan teknologi yang sudah maju dan canggih saat ini hingga derasnya arus globalisasi dalam perekonomian dunia membuat beberapa negara harus memiliki kemampuan lebih dalam menyesuaikan diri terhadap perkembangan zaman yang ada dan era modern pada perekonomian di dunia. Salah satu cara yang dapat di lakukan oleh perusahaan adalah dengan cara memberlakukan transaksi antar perusahaan yang terjadi baik di dalam negeri maupun di luar negeri untuk meningkatkan efektivitas serta efisiensi pada perusahaan. Tidak hanya transaksi antar perusahaan yang tejadi baik di dalam negeri maupun di luar negeri, tetapi transaksi tersebut juga bisa dilakukan pada lingkungan perusahaan yang dapat dicontohkan pada transaksi antar divisi pada perusahaan, transaksi pada anggota per individu pada perusahaan. Biasanya transaksi tersebut meliputi transaksi penjualan barang dan jasa, harta tak berwujud, dan lainnya. Transaksi yang terjadi pada lingkungan perusahaan seperti ini mengakibatkan sulitnya menentukan harga yang harus di transfer. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota atau antar divisi tersebut biasa disebut dengan *transfer pricing* (marfuah, 2014).

Pada beberapa tahun belakangan ini, *transfer pricing* telah diakui sebagai alat strategis yang dapat memberikan kemudahan perusahaan untuk mencapai keunggulan yang kompetitif dan dapat memberikan perkembangan pada perusahaan (siddique, 2015). Maka dari itu belakangan ini isu *transfer pricing* semakin gencar dan menjadi salah satu isu yang sangat diperhatikan dalam bidang akuntansi dan perpajakan. Dapat menjadi isu yang sangat diperhatikan dikarenakan perusahaan yang melakukan praktik *transfer pricing* ini tidak sesuai dengan ketentuan dan hukum yang berlaku. Dan biasanya perusahaan yang melakukan *transfer pricing* tersebut akan berusaha semaksimal mungkin untuk menghindari

celah pada hukum dan ketentuan yang berlaku, dan bisa juga perusahaan memiliki maksud tertentu dalam melakukan *transfer pricing*, yaitu sebagai upaya untuk menghindari pajak yang besar agar perusahaan mendapatkan laba yang lebih tinggi. Sering kali banyak perusahaan melakukan *transfer pricing* yang memang memiliki tujuan untuk mengurangi beban pajak yang ada pada perusahaan dan laba pada perusahaan tidak berkurang sehingga perusahaan mendapatkan laba yang lebih tinggi.

Beberapa contoh kasus pada *transfer pricing* di Indonesia adalah ada pada kasus *transfer pricing* PT. Adaro Indonesia dengan perusahaan afiliasinya, yaitu Coaltrade Service International Pte.,Ltd. Perusahaan PT. Adaro Indonesia bergerak di bidang produsen batu bara. Kasus ini pernah mencuat pada tahun 2005 – 2006, yang mana pada tahun 2005 PT. Adaro Indonesia menjual batu bara kepada anak perusahaanya yang berada di Singapura dengan harga tidak wajar (dibawah harga pasar Internasional). Selain kasus PT. Adaro Indonesia, pada tahun 2007 – 2008 terdapat perusahaan Indonesia yang juga terkena kasus transfer pricing, yaitu PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Pada kasus ini PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia melakukan penjualan ekspor kepada unit bisnisnya yaitu Toyota Motor Asia Pacific Pte.,Ltd yang bermarkas di Singapura dengan harga yang tidak lazim (dibawah harga pasar). Penjualan ekspor yang dilakukan oleh PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia menyebabkan mereka menanggung kerugian dari hasil penjualan tersebut dan otomatis membuat beban pajak yang dibayarkan kepada negara semakin berkurang atau menjadi sedikit.

Berdasarkan beberapa kasus *transfer pricing* yang telah terjadi pada perusahaan di Indonesia, maka dari itu terdapat beberapa penulis yang melakukan penelitian skripsi dengan *transfer pricing* sebagai bahasan topik utamanya dengan disertakan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* tersebut. Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan transfer pricing. Beberapa faktor itu diantaranya adalah *tunneling incentive*, *exchange rate*,

dan beban pajak. Seiring perkembangannya, praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh beberapa perusahaan manufaktur di Indonesia, praktik ini dilakukan sebagai bagian dalam perencanaan pajak perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar melalui rekayasa harga antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dengan tujuan dapat menekan beban pajak tersebut. Maka dari itu, pajak menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan keputusan *transfer pricing* (Klassen, 2013). Beberapa faktor lain yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan adalah *tunneling incentive*. Perusahaan melakukan *tunneling* dengan tujuan untuk meminimalkan biaya transaksi. Tujuan lainnya untuk dapat memanipulasi laba. Dengan melakukan *tunneling*, perusahaan juga dapat menekan dari segi biaya pada transaksi yang memiliki hubungan istimewa sehingga lebih ekonomis dibandingkan dengan transaksi kepada pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa (Marfuah, 2014). Selain itu, juga terdapat faktor lainnya yaitu *exchange rate* atau nilai tukar kurs. *Exchange rate* memiliki hubungan yang erat terhadap keputusan *transfer pricing* yang dibuat oleh perusahaan. Terkait arus kas perusahaan yang didenominasikan dalam beberapa nilai mata uang asing dan naik turunnya (fluktuatif) suatu nilai mata uang asing sehingga *exchange rate* inilah yang nanti dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan (mispiyanti, 2015).

Pada penilitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh (saraswati & sujana, 2017), menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Dalam hal ini dikarenakan semakin tinggi beban pajak perusahaan semakin mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh (refgia, 2017), (marfuah, 2014), (akbar, 2015) menunjukkan pajak bepengaruh negatif signifikan terhadap kebijakan *transfer pricing*. Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (richardson, 2013) yang berjudul pengaruh

exchange rate, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* menghasilkan penelitian bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan. Pada penelitian yang dilakukan oleh (rahadian, 2015) yang berjudul pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* mengahasilkan bahwa *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Sementara *exchange rate* memiliki pengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu masih telihat bahwa terdapat ketidak konsisten terhadap variabel *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan beban pajak. Maka dari itu peneliti akan meneliti dan menguji kembali terhadap beberapa variabel yang telah di uraikan diatas. Objek yang akan dipilh untuk diteliti adalah perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019. Peneliti mencari data untuk objek penelitian pada website *https://www.idx.co.id* dengan memilih perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian. Pemilihan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian bukan tanpa alasan, karena perusahaan manufaktur memiliki jumlah sektor dan sub-sektor yang beraneka ragam serta banyak perusahaan asing yang berinvestasi pada perusahaan manufaktur.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

a. Apakah *tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
b. Apakah *exchange rate* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

c. Apakah beban pajak dapat mempengaruhi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *tunnneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *exchange rate* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia
c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

1.4 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan antara lain :

a. Manfaat akademik

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan pembaca terhadap isu *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian skripsi selanjutnya
b. Manfaat praktis

   Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan informasi terkait penelitian ini kepada investor dan kreditor untuk pertimbangan terkait keputusan investasi pada perusahaan yang melakukan *transfer pricing*, kemudian bagi perusahaan manufaktur di Indonesia terkait keputusan untuk melakukan *transfer pricing*

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memberikan gambaran mengenai isi dari skripsi ini, maka sistematika skripsi akan dikelompokkan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bagian ini terdiri dari latar belakang, masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model analisis dari penelitian ini

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi variabel, definisi variabel dan pengukuran variabel, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel dan teknik analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas karateristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dalam melakukan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya