

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perekonomian dunia saat ini mengacu kepada perekonomian global. Tidak dapat dipungkiri bahwa globalisasi kian hari kian menyeluruh. Arus informasi dan transaksi komoditi antar negara semakin banyak terjadi. Berbagai macam bentuk perjanjian dan organisasi kerja sama antar negara telah dibuat guna mempermudah terjalannya transaksi tersebut. Beberapa organisasi dan perjanjian kerja sama yang telah dibuat misalnya *ASEAN-China Free Trade Agreement* (AFTA) dan organisasi dagang dunia *World Trade Organization* (WTO) telah menjadi wacana yang mendapatkan perhatian publik di Indonesia. Ada dua pihak di Indonesia yang paling terkait dengan munculnya perjanjian kerja sama tersebut, yaitu pihak pengusaha dan pihak pemerintah.

Pihak pengusaha merupakan pihak-pihak yang secara langsung melakukan operasi bisnis mereka dengan pihak pengusaha luar negeri lainnya. Perekonomian global menyebabkan perusahaan domestik sering melakukan transaksi dengan perusahaan asing. Bentuk transaksi tersebut sangatlah luas, bisa berupa hanya penjualan barang dan jasa, lisensi, royalty, paten, penjaminan utang, penjualan komponen perakitan produksi, hingga kerja sama operasional. Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan domestik banyak yang mulai berubah menjadi perusahaan multinasional atau

biasa disebut *multinational corporation* (MNC). Perusahaan multinasional ini banyak melakukan operasi melalui anak perusahaan dan cabang-cabang di negara-negara lain.

Fenomena di atas menyebabkan munculnya kegiatan usaha atau transaksi dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, yang biasa kita kenal dengan istilah *transfer pricing*. Penetapan *transfer pricing* biasanya menggunakan harga wajar atau laba wajar. Harga wajar atau laba wajar adalah harga atau laba yang terjadi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi yang sebanding, atau harga atau laba yang ditentukan sebagai harga atau laba yang memenuhi prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*arm's length principle*) (Hongren, 2008).

Dalam bidang perpajakan, *transfer pricing* sudah menjadi isu yang sering terjadi pada transaksi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional. Jika dilihat dari sudut pandang pemerintahan, *transfer pricing* dapat mengakibatkan penerimaan pajak negara berkurang karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya pada negara-negara yang menerapkan tarif pajak yang rendah ketimbang pada negara yang memiliki tarif pajak tinggi. Namun, dari kacamata bisnis, perusahaan akan berupaya semaksimal mungkin untuk meminimalkan biaya-biaya termasuk didalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan. Dengan begitu, bagi perusahaan global *transfer pricing* menjadi salah satu strategi efektif

dalam memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas (Santoso : 2004).

Kegiatan usaha melalui *transfer pricing* ini dipercaya pula oleh para ahli dapat menghindari pajak berganda (PricewaterhouseCoopers, 2009, dalam Hartati, 2013). Namun di satu sisi, *transfer pricing* sering mengalami masalah dalam aspek penyalahgunaan pajak, karena kegiatan ini menyangkut masalah bea cukai, ketentuan *anti-dumping*, perubahan pengalihan penghasilan, dan perubahan dasar pengenaan pajak (*tax base*) dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain. Dengan kata lain, realitanya adalah *transfer pricing* ini menimbulkan kemungkinan-kemungkinan adanya rekayasa jumlah pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Hartati, 2013).

Penelitian mengenai motivasi pajak dan kaitannya dengan keputusan *transfer pricing* telah dilakukan. Penelitian yang membahas mengenai hal ini adalah penelitian Yuniasih dkk. (2012) yang mengatakan bahwa keputusan *transfer pricing* dipengaruhi oleh motivasi dalam hal perpajakan. Keputusan melakukan *transfer pricing* pada umumnya dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global. Penelitian selanjutnya Hartati, dkk. (2013) juga mengatakan bahwa motivasi pajak memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan praktik *transfer pricing*. Penelitian yang selanjutnya oleh Kiswanto dan Purwaningsih (2014), menyatakan hasil yang sejalan dengan peneliti pendahulunya, yaitu bahwa pajak mempengaruhi keputusan melakukan *transfer pricing*.

Harapan untuk dapat menekan beban pajak menjadi pemicu perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Keputusan melakukan *transfer pricing* tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi pajak, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh mekanisme bonus dan ukuran perusahaan. Bonus adalah bentuk penghargaan yang diberikan oleh Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) kepada anggota Direksi setiap tahun apabila kinerja perusahaan dinilai baik. Penilaian kinerja perusahaan didasarkan pada perolehan laba perusahaan di tahun tersebut. Pemberian bonus tentu akan mempengaruhi manajemen untuk merekayasa atau mengatur laba bersih dengan tujuan memaksimalkan bonus yang akan mereka terima (Purwanti, 2010). Melakukan *transfer pricing* adalah salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan demikian, adanya mekanisme bonus yang diterapkan mempengaruhi manajemen melakukan praktik *transfer pricing* sebagai upaya untuk mencapai laba optimal agar bonus yang akan mereka terima maksimal.

Penelitian terdahulu sudah ada yang membahas mengenai keterkaitan antara sistem mekanisme bonus terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*. Menurut penelitian Hartati dkk, 2013 menunjukkan hasil positif antara hubungan mekanisme bonus dan keputusan *transfer pricing*. Hal ini berarti bahwa mekanisme bonus mempengaruhi pengambilan keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing* dalam perusahaan. Direksi berusaha agar laba perusahaan secara keseluruhan mengalami peningkatan dengan

tujuan memaksimalkan bonus yang akan diterima dengan cara melakukan praktik *transfer pricing*. Penelitian berikutnya oleh Hartati dkk. 2015 menunjukkan hasil yang konsisten dengan penelitian sebelumnya yaitu, bahwa mekanisme bonus mempengaruhi manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk melakukan praktik *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan digambarkan sebagai nilai untuk menunjukkan besar kecilnya sebuah perusahaan. Total aset yang dimiliki perusahaan menjadi tolok ukur dalam mengetahui ukuran perusahaan. Menurut Wijaya dkk, 2009 dalam Kiswanto dan Purwaningsih 2014 menyatakan bahwa semakin besar jumlah aset yang dimiliki perusahaan berarti semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Investor menjadikan ukuran perusahaan sebagai salah satu pertimbangan penting dalam melakukan investasi dalam sebuah perusahaan. Ini dikarenakan bagi investor, perusahaan dengan kepemilikan total aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama (Rachmawati dan Triatmoko, 2007 dalam Pujiningsih, 2011). Semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan akan semakin berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan karena perusahaan menjadi lebih disoroti oleh masyarakat. Hal ini menjadikan manajemen perusahaan dengan kategori ukuran besar enggan melakukan manajemen laba yang salah satu caranya adalah melalui praktik *transfer pricing* (Pujiningsih, 2011). Dengan demikian, terjadinya praktik *transfer pricing* pada perusahaan yang

ukuran perusahaanya semakin besar dimungkinkan akan semakin sedikit.

Penelitian yang membahas pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* dikemukakan oleh Wijaya, Supatmi dan Widi (2009) dalam Kiswanto dan Purwaningsih (2014) dengan hasil yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transaksi pihak bereasi. Transaksi pihak berelasi dimaksudkan sebagai praktik *transfer pricing* karena *transfer pricing* didefinisikan sebagai transaksi yang dilakukan antara pihak yang berelasi atau pihak yang memiliki hubungan istimewa. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Kiswanto dan Purwaingsih (2014) dengan hasil penelitian yang konsisten dengan penelitian sebelumnya, yaitu ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Manajemen pada perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung tidak melakukan pengelolaan laba, yang salah satu caranya dengan praktik *transfer pricing*. Hal ini disebabkan perusahaan yang masuk dalam kategori ukuran perusahaan besar, manajemennya lebih berhati-hati dalam menyajikan laporan keuangan karena perusahaanya lebih menjadi sorotan masyarakat dibanding perusahaan yang ukuran perusahaannya lebih kecil.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini akan menguji kembali pengaruh pajak, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan pada keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan

perusahaan di sektor perdagangan dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014 sebagai sampel. Perusahaan perdagangan dan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia seringkali memiliki anak perusahaan yang memiliki kaitan substansial dengan induk perusahaannya baik yang ada di dalam negeri maupun luar negeri.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pajak penghasilan berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dagang dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014?
2. Apakah mekanisme bonus (*bonus scheme*) berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dagang dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dagang dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh pajak penghasilan pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dagang dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014.
2. Memperoleh bukti empiris mengenai mekanisme bonus pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dagang dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014.
3. Memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan pada keputusan *transfer pricing* perusahaan dagang dan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademik

Menambah pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran faktor yang berpengaruh bagi perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*, khususnya perusahaan di sektor perdagangan dan manufaktur yang ada di Indonesia. Menambah referensi untuk penelitian di masa yang akan datang.

2. Manfaat Praktik

Memberikan gambaran kepada pemerintah, analis laporan keuangan, manajemen perusahaan, dan investor/kreditor bagaimana pajak penghasilan, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan melakukan *transfer pricing* dalam perusahaan di sektor perdagangan dan manufaktur.

1.5. Sistematika Penelitian

Penulisan penelitian ini dibagi menjadi lima bab, berikut merupakan susunan sistematika penulisan penelitian ini:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu, landasan teori, hipotesis penelitian, dan model penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data untuk pengujian utama dan pengujian tambahan, dan pembahasan pengujian utama, serta pembahasan pengujian tambahan.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang simpulan hasil penelitian untuk pengujian utama, keterbatasan penelitian, dan saran penelitian.