

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi informasi merupakan fenomena globalisasi yang sangat pesat menyebabkan perubahan pada berbagai aspek salah satunya adalah perkembangan perekonomian. Transaksi internasional yang mencakup transaksi barang, transaksi jasa, dan transaksi modal semakin jelas terlihat dengan adanya perkembangan teknologi informasi ini. Jarak antar negara menjadi semakin dekat. Hal ini menyebabkan transaksi barang, jasa, maupun modal dapat dengan mudah keluar masuk di suatu negara.

Fenomena globalisasi ini juga secara tidak langsung mendorong merebaknya konglomerasi dan divisionalisasi/departementasi perusahaan. Dalam lingkungan perusahaan multinasional dan konglomerasi serta divisionalisasi terjadi berbagai transaksi antar anggota (divisi) yang meliputi penjualan barang dan jasa, lisensi hak dan harta tak berwujud lainnya, penyediaan pinjaman dan lain sebagainya. Transaksi-transaksi yang terjadi dalam lingkungan perusahaan seperti ini nantinya akan menyulitkan dalam penentuan harga yang harus ditransfer. Penentuan harga atas berbagai transaksi antar anggota atau divisi tersebut lazim disebut dengan *transfer pricing* (Mangoting, 2000).

Anthony dan Govindarajan (2011) menyatakan bahwa *transfer pricing* merupakan nilai yang diberikan atas suatu transfer barang atau jasa dalam suatu transaksi dimana setidaknya salah satu dari kedua belah pihak yang terlibat adalah

pusat laba. Praktek *transfer pricing* akan mempengaruhi penentuan harga, harga pun melibatkan suatu elemen laba karena suatu perusahaan tidak akan mentransfer barang atau jasa ke perusahaan lainnya sebesar biaya produksi atau lebih rendah dari itu.

Salah satu hal utama yang dihadapi dalam investasi asing adalah *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* ini dulunya hanya dilakukan oleh perusahaan semata-mata hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan, tetapi seiring dengan perkembangan zaman praktik *transfer pricing* sering juga dipakai untuk manajemen pajak yaitu sebuah usaha untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Harimurti, 2007).

Dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). Bagi korporasi multinasional, perusahaan berskala global (*multinational corporations*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Santoso, 2004).

Tujuan utama dari perencanaan pajak multinasional adalah meminimalkan beban pajak seluruh dunia perusahaan. Pajak memiliki dampak besar terhadap

laba bersih dan arus kas perusahaan melalui pengaruhnya terhadap keputusan investasi asing, struktur keuangan, penentuan biaya modal, dan sebagainya (Eitman *et al.*, 2010). Adanya praktik *transfer pricing* inilah yang hubungannya sering dikaitkan dengan adanya pajak.

Gilson dan Gordon dalam Sari (2012) mengidentifikasi dua kemungkinan cara yang dapat dilakukan pemegang saham pengendali untuk mendapatkan manfaat privat atas kontrol dari kebijakan perusahaan yaitu melalui kebijakan operasi perusahaan dan kebijakan kontraktual dengan pihak lain. Bentuk-bentuk manfaat privat yang dapat diperoleh melalui kebijakan operasi perusahaan antara lain gaji dan tunjangan tinggi, bonus dan kompensasi besar, serta dividen. Sedangkan cara untuk memperoleh manfaat privat melalui kebijakan kontraktual antara lain dilakukan melalui *tunneling*. *Tunneling* sebagai transfer sumber daya keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali (Johnson *et al.* dalam Sari, 2012).

Menurut Purwanti (2010), bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

Arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring

dengan perbedaan waktu. *Exchange rates* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini akan menguji tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan penilaian *exchange rates* keputusan *transfer pricing*. Penelitian ini menggunakan data perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa. Judul skripsi ini adalah **Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Exchange Rates pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan?
3. Apakah *exchange rates* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan?
4. Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh *exchange rates* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diperoleh dari penelitian dapat berupa secara manfaat prakti dan teoritis:

Manfaat Praktis:

1. Bagi Perusahaan, yaitu sebagai bahan masukan mengenai pengaruh yang akan timbul dalam kegiatan *transfer pricing* sehingga perusahaan dapat mengambil keputusan tentang *transfer pricing* sesuai dengan keuntungan yang akan diperoleh.
2. Bagi Investor, yaitu sebagai wacana tentang pengaruhnya *transfer pricing* terhadap penambahan keuntungan bagi perusahaan agar investor dapat menanamkan modalnya.

. Manfaat Teoritis:

Bagi Akademisi, yaitu sebagai bahan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya dan sebagai penambah wawasan