

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Kata globalisasi sudah tidak asing lagi di Indonesia. Banyak masyarakat dari berbagai kalangan, seperti kalangan atas, menengah bahkan kalangan bawahpun telah mengikuti arus globalisasi saat ini. Perusahaan perusahaan di Dunia dan perusahaan di Indonesia juga sudah mengikuti arus globalisasi. Manajer atau pemimpin perusahaan biasanya memanfaatkan arus globalisasi untuk dapat bertransaksi dengan perusahaan asing (luar negeri). Adanya globalisasi juga membantu perusahaan dalam perpindahan barang, jasa, modal, dan SDM (Sumber Daya Manusia). Teknologi yang maju juga membantu perusahaan dalam menunjang kebutuhan yang ada didalam perusahaan dalam negeri maupun luar negeri (Saraswati dan Sunjana, I.K, 2016).

Kemajuan yang semakin pesat ini memberikan dampak pada perusahaan multinasional, dimana saat ini sebagian besar transaksi perdagangan internasional berhubungan erat dengan perusahaan multinasional didalam suatu group (*Intra Group International*). Transaksi perdagangan internasional yang melibatkan perusahaan multinasional tidak hanya pada transaksi barang atau keperluan produksi saja tetapi pada jasa dan harta tak berwujud juga dilakukan.

Adanya globalisasi, tidak hanya memberikan kemudahan dalam perpindahan barang, jasa, modal, dan SDM, Tetapi juga menimbulkan persaingan yang cukup ketat pada perusahaan perusahaan untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan. Persaingan yang cukup ketat ini terjadi pada perusahaan perusahaan didunia, termasuk perusahaan perusahaan yang ada di Indonesia juga mengalami hal yang sama. Perusahaan perusahaan di tuntut dapat memajukan perusahaannya dengan menentukan pilihan pilihan seperti melakukan suatu inovasi dan kreativitas untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain, diam di tempat tanpa mengikuti persaingan, atau mundur dari persaingan antar perusahaan (Musa, 2013). Perekonomian yang tidak pasti seperti sekarang ini, menjadikan manajemen melakukan suatu pengendalian manajemen didalam perusahaannya dengan memberikan inovasi dan kreativitas yang baru untuk mengembangkan perusahaannya ke arah yang lebih maju dan berkembang.

Perekonomian yang tidak pasti seperti sekarang ini, tidak hanya membawa dampak persaingan antar perusahaan dalam hal inovasi dan kreativitas saja, tetapi juga membawa dampak lain yaitu pada Transaksi Internasional setiap negara, dimana terjadi penipisan batas transaksi dalam menetapkan kerjasama didalam pasar bebas. Salah satu masalah yang ada adalah masalah pada Harga Transfer (*Transfer Pricing*) (Sundari dan Susanti, 2016).

Transfer pricing adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengendalikan organisasi lain melalui pemilik organisasinya langsung. *Transfer pricing* memiliki dua jenis transaksi, yaitu *intra company transfer pricing* dan *inter company transfer pricing*. *Intra company transfer pricing* adalah penetapan harga transfer antara divisi dalam suatu perusahaan. Sedangkan *inter company transfer pricing* adalah penetapan harga transfer antara dua perusahaan yang memiliki hubungan khusus (Setiawan, 2014). Menurut Sundari dan Susanti (2017), *transfer pricing* adalah aturan yang dilakukan untuk menentukan perpindahan barang pada transaksi komoditas, pelayananan, aset tak berwujud, atau transaksi keuangan, dimana aturan ini dibuat oleh pemilik perusahaan untuk mencapai tujuan yang perusahaan inginkan.

Adanya *transfer pricing* sangat berguna bagi perusahaan. *Transfer pricing* memberikan dampak yang cukup signifikan kepada perusahaan sehingga keinginan suatu perusahaan dapat tercapai. Pencapaian yang sangat baik dari suatu perusahaan disebabkan oleh peran keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan itu sendiri. Peran *transfer pricing* yaitu untuk menargetkan koordinasi yang baik pada setiap divisi, fokus pada barang dan waktu pelanggan, strategi dalam memaksimalkan keuntungan, dan SDM kelompok yang bekerja sesuai dengan prosedur sehingga menghasilkan kinerja yang sangat baik (Fernandes, dkk, 2015). Manajer dalam memajukan perusahaan menggunakan *transfer pricing* untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Perusahaan akan melakukan suatu strategi atau pengendalian manajemen untuk mencapai tujuan yang diharapkan dengan menggunakan *transfer pricing*. Walaupun harga transfer bekerja dengan baik didalam suatu kelompok, itu tidak menutup kemungkinan bahwa tidak akan terjadi masalah baru di kemudian hari. Menurut *Girbert, et al* (2013), Harga Transfer ternyata dapat meningkatkan masalah etika didalam Perusahaan, dimana Perusahaan menggunakan *transfer pricing* untuk melakukan penghindaran pajak.

Menurut UU no 36 tahun 2008 pasal 18 ayat (3) mengenai UU PPh menjelaskan bahwa Direktorat Jenderal Pajak berwenang dalam mengatur besarnya Penghasilan Kena Pajak (PKP) kepada Wajib Pajak (WP) yang mempunyai hubungan istimewa dengan WP lain dan masih memiliki kewajaran dari suatu usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa. perhitungannya menggunakan metode perbandingan harga pihak pihak independen. suatu transaksi yang dilakukan antara perusahaan biasanya dalam menentukan harga atau kesepakatan dengan melihat harga sesuai kekuatan pasar, akan tetapi jika transaksi tersebut dilakukan dengan perusahaan yang memiliki hubungan istimewa, maka biasanyaa harga yang disepakati tidak sesuai dengan harga pasar, sehingga perlu adanya kesesuaian harga dengan ketentuan harga pasar supaya dapat diterima oleh perusahaan perusahaan lain dalam satu grup yang memiliki hubungan istimewa sehingga tidak terjadi ketidaksesuaian harga pada kesepakatan dengan pihak pihak istimewa.

Sesuai dengan Firman Allah berfirman dalam Surat Al-Muthaffifiin ayat 1-3,

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya:

“Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang), (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.”(QS.Al Muthaffifiin: 1-3)

Tafsir dari Imam An-Nasai dan Ibnu Majah, yaitu :

“Ketika Nabi SAW baru tiba di Madinah (dalam rangka Hijrah dari Makkah), orang-orang disana masih sangat terbiasa mengurang-ngurangi timbangan (dalam jual-beli). Allah lantas menurunkan Ayat ‘Celakalah bagi orang-orang yang Curang’. Maka setelah itu orang-orang Muslimin di Madinah selalu menepati takaran dan timbangan mereka”. (Riwayat Ibnu Abbas)

Perusahaan di Indonesia ternyata masih ada yang menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajak yang dibebankan kepada perusahaan. Departemen Keuangan mencatat bahwa sekitar 2.000 perusahaan milik asing belum membayar wajib pajak mereka selama 10 tahun, hal ini disebabkan karena kebanyakan perusahaan cenderung menghindari pajak penghasilan yang

seharusnya diberikan kepada Negara untuk meningkatkan Pendapatan Negara. Seharusnya keuntungan dari pajak penghasilan perusahaan dapat berkontribusi lebih dari Rp.25.000.000.000.000.- kepada Negara per tahunnya (Sari, 2016). Tidak hanya perusahaan asing saja yang menggunakan *Transfer Pricing* untuk menghindari beban pajak di Indonesia, Perusahaan yang sudah bersifat Multinasional dan milik Indonesia pun banyak yang menggunakan *Transfer Pricing* dalam menghindari Beban Pajak di Indonesia.

Direktorat Jenderal Pajak juga menemukan bahwa Perusahaan PT *Toyota Motor Manufacturing Indonesia* menghindari pembayaran pajak senilai Rp.1.200.000.000.000,- dengan *Transfer Pricing*. Ribuan Mobil produksi *Toyota Motor Manufacturing Indonesia* di Ekspor ke Luar Negeri dari Pelabuhan Tanjung Priok, Jakarta, dimana Nilai Ekspornya dibawah biaya penjualan dan diduga bahwa ini adalah strategi *transfer pricing* Perusahaan. (<https://investigasi.tempo.co/toyota/>).

Awalnya perusahaan ini masih bergabung dengan perusahaan Toyota Astra Motor, yang mana mobil yang diproduksi oleh PT *Toyota Motor Manufacturing* dijual pada perusahaan Toyota Astra Motor, selanjutnya Toyota Astra Motor ini jual ke Auto sebesar 200 mobil dan Auto menjualnya ke konsumen sebesar 2000 mobil juga tanpa ada yang kurang ataupun lebih. Laba sebelum pajak yang didapat pada perusahaan ini sebesar 11% - 14% pertahun, seandainya dipisah antara Perusahaan *Toyota Manufacturing* dengan perusahaan Toyota astra makanya Toyota Manufacturing sebesar 1,8% - 3% dan Toyota Astra sebesar 3,8% - 5% pertahunnya. Laba yang didapat antara 2

perusahaan ini sangat kecil padahal memiliki omset produksi dan penjualan setiap tahunnya naik sebesar 40%. Ternyata laba yang kecil ini diakibatkan oleh pembelian bahan baku dan penjualan kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dengan kesepakatan harga yang tidak sesuai dengan aturan yang ada. Maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini menggunakan praktik *transfer pricing* untuk mengecilkan beban pajak perusahaan.

Perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dengan perusahaan lain pada suatu negara tidak hanya berfokus terhadap barang atau jasa, modal, SDM, dan pajak yang didapat saja, Perusahaan juga melihat nilai tukar mata uang antar negara, maka dari itu Perusahaan akan melibatkan kurs asing. Kurs asing ini digunakan untuk melihat Bagaimana Nilai Tukar (*Exchange Rate*) Antar Negara, dimana dengan kita mengetahui kurs asing suatu negara tersebut, kita dapat mempertimbangkan keuntungan yang didapat dalam melakukan *transfer pricing*.

Nilai tukar berpengaruh dalam Perdagangan Internasional, karena arus kas perusahaan multinasional memiliki mata uang dari beberapa negara dan jika nilai setiap mata uang berdasarkan nilai dolar, maka nilai mata uang akan berbeda setiap waktu. Perbedaan ini yang mengakibatkan perusahaan harus melihat kurs asing suatu negara yang nantinya akan melakukan *transfer pricing*, sehingga kita dapat menentukan harga yang sesuai dalam negosiasi dan dapat memprediksi keuntungan yang didapat perusahaan (Marfuah dkk, 2014).

Selain melihat kurs antar negara, dalam melakukan *transfer pricing* juga perlu melihat mekanisme bonus yang ada didalam perusahaan. Mekanisme bonus merupakan penghargaan atau bukti atas perolehan laba perusahaan yang diberikan oleh RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) kepada setiap anggota Direksi Perusahaan (Purwanti, 2010). Kebanyakan perusahaan menggunakan mekanisme bonus untuk meningkatkan kinerja karyawannya didalam perusahaan (Saifudin dan Putri L, 2017). Penggunaan mekanisme bonus dilakukan, jika laba yang didapat perusahaan semakin tinggi setiap tahunnya, maka dari itu, banyak perusahaan yang melakukan suatu cara untuk menghasilkan laba yang besar, termasuk dengan melakukan *transfer pricing*.

Debt covenant yang ada di Perusahaan juga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pada *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan. berdasarkan *Debt Covenant Hypotesis*, suatu Perusahaan yang mempunyai presentase hutang yang lebih tinggi akan memilih atau melakukan suatu cara supaya mendapatkan laba perusahaan yang besar (Indrasti, 2016). Maka dari itu perusahaan akan meningkatkan laba yang didapat dengan melakukan suatu cara yaitu *transfer pricing*. Adanya *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan diharapkan dapat membantu meningkatkan laba yang didapat perusahaan, sehingga dapat mengendurkan batas kontrak atau perjanjian hutang yang ada didalam perusahaan tersebut. *Debt covenant* merupakan batas kontrak atau perjanjian yang diberikan oleh peminjam dari kreditur pinjaman atau *recovery* pinjaman (Cochran, 2001).

Penelitian mengenai *transfer pricing* sudah banyak diteliti dan di kemukakan, seperti pengaruh pada Pajak, *Exchange Rate*, Keuntungan, *Leverage*, *Tunneling Intensive*, dll. Akan tetapi pada Pembebanan Pajak, Mekanisme Bonus, Kurs Asing, dan *Debt Covenant* masih terdapat perbedaan didalam hasil penelitian para peneliti. Penelitian dari Sheirina, A dan Noviari, N (2018), menyatakan bahwa beban pajak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan.

Peneliti Marfuah (2014), Saraswati dan Sunjana, I.K (2017), Sundari, B dan Susanti, Y (2016), serta Susanti, A dan Firmansyah, A (2018) juga menyatakan bahwa beban pajak mempengaruhi keputusan transfer pricing yang dilakukan perusahaan. Akan tetapi penelitian menurut Mispriyanti (2015), Noviasatika, dkk (2016), serta Fauziah dan Saebani (2018) menyatakan sebaliknya, dimana pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan.

Penelitian mengenai pengaruh dalam *transfer pricing* sudah banyak dilakukan, salah satunya pada mekanisme bonus. Hasil penelitian Hartati, dkk (2014) menyatakan bahwa adanya mekanisme bonus sangat berpengaruh terhadap *transfer Pricing* yang dilakukan perusahaan. Hasil itu dibenarkan oleh Saifudin dan Putri L (2018), dimana menurut mereka mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan. Tetapi pada Penelitian Wafiroh dan Hapsari (2015), menyatakan bahwa adanya Mekanisme Bonus tidak ada pengaruhnya terhadap *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan. Hasil penelitiannya Wafiroh dan Hapsari

(2015) juga dibenarkan oleh Fauziah dan Saebani (2018) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan.

Penelitian mengenai kurs asing juga sudah banyak yang meneliti, akan tetapi masih ada perbedaan dari hasil penelitian yang mereka nyatakan atau simpulkan. Penelitian dari Marfuah (2014) menyatakan bahwa kurs asing atau *exchage rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan, sedangkan penelitian dari Cahyadi, A.S dan Noviari, N (2018) menyatakan bahwa kurs asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan.

Penelitian pada *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan, selain beban pajak, mekanisme bonus, dan kurs asing, adalah penelitian mengenai pengaruh pada *Debt Covenant*. Ada Beberapa Peneliti yang sudah meneliti pengaruh *debt covenant* ini, tetapi masih ada perbedaan yang didapat dari hasil penelitian yang mereka simpulkan. Pada Hasil Penelitian Rosa, R, Dkk (2017) menyatakan bahwa *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Tetapi, menurut Indrasti, W. A (2016) berdasarkan hasil penelitiannya yang menyatakan bahwa, *debt covenant* tidak ada pengaruhnya dengan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan laba yang didapat perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang dijelaskan sebelumnya dan masih adanya ketidakkonsistenan dari hasil penelitian sebelumnya, sehingga penulis ingin meneliti kembali penelitian mengenai *Transfer Pricing*, dengan judul **“Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Kurs Asing dan *Debt Covenant* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan”**. Perbedaan dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menambahkan variabel independen yaitu *Debt Covenant* dan Kurs Asing. Penelitian ini juga akan meneliti tidak hanya pada Perusahaan Manufaktur saja, tetapi juga pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia yang melakukan *Transfer Pricing* pada tahun 2014-2018, hal ini dikarenakan peneliti ingin meneliti lagi apakah beban pajak, mekanisme bonus, kurs asing, dan *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* yang diambil oleh perusahaan pada sektor manufaktur, sedangkan peneliti mengambil penelitian pada perusahaan pertambangan dikarenakan peneliti ingin melihat apakah pada perusahaan pertambangan ini, beban pajak, mekanisme bonus, kurs asing, dan *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan.

Sampel Penelitian ini adalah Perusahaan Manufaktur dan Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia) Pada tahun 2014-2018, bersifat Multinasional, dan Perusahaan yang melakukan keputusan *transfer pricing*. Sampel Perusahaan selama 5 tahun cukup untuk menggambarkan penggunaan *Transfer Pricing* didalam Perusahaan Manufaktur dan Perusahaan Pertambangan.

B. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, penelitian ini hanya meneliti Perusahaan Manufaktur dan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2014-2018. Perusahaan-perusahaan yang diteliti juga merupakan perusahaan yang sudah multinasional dan perusahaan yang melakukan keputusan *transfer pricing* didalam perusahaannya pada tahun 2014-2018.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah Beban Pajak Berpengaruh Positif terhadap Keputusan *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan?
2. Apakah Mekanisme Bonus Berpengaruh Positif terhadap Keputusan *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan?
3. Apakah Kurs Asing Berpengaruh Positif terhadap Keputusan *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan?
4. Apakah *Debt Covenant* berpengaruh positif terhadap Keputusan *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis mengenai Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan.
2. Untuk menganalisis mengenai Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan.

3. Untuk menganalisis mengenai Pengaruh Kurs Asing terhadap *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan
4. Untuk menganalisis mengenai Pengaruh *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing* yang dilakukan Perusahaan

E. Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak pihak, yaitu:

1. Bidang Teoritis
 - a. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat memberikan informasi dan gambaran mengenai Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Kurs Asing, dan *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing*, Penelitian ini juga diharapkan bisa dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
 - b. Bagi Pendidik, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dalam pembelajaran dan pengetahuan mengenai faktor faktor yang menyebabkan Perusahaan melakukan atau mengambil Keputusan menggunakan *Transfer Pricing*.
2. Bidang Praktik

Manajemen Perusahaan, Investor, dan Pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai Pengaruh Pembebanan Pajak, Mekanisme Bonus, Kurs Asing dan *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing* (Harga Transfer), dan memberikan informasi

mengenai faktor faktor yang menyebabkan perusahaan melakukan transfer pricing dalam pembebanan pajak, Mekanisme Bonus, Kurs Asing, dan *Debt Covenant*.

3. Bidang Pengambilan keputusan

Bagi Manajemen sebagai pemberi keputusan terhadap perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran gambaran dalam mengambil keputusan, supaya tidak terjadi masalah atau kegagalan ketika keputusan telah dilaksanakan.