

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Fenomena globalisasi secara tidak langsung telah mendorong merebaknya konglomerasi dan divisionalisasi atau departemenisasi perusahaan. Lahirnya *General Agreement on Trade and Tariff* (GATT) dan *World Trade Organisation* (WTO) telah membuka jembatan pergerakan barang, jasa dan modal antar negara. Perusahaan-perusahaan tidak lagi membatasi operasinya hanya di negara sendiri, akan tetapi merambah ke mancanegara dan menjadi perusahaan multinasional dan transnasional. Perusahaan-perusahaan ini beroperasi melalui anak usaha dan cabang-cabangnya di hampir semua negara berkembang dan pasar-pasar yang sedang tumbuh (Hartanti, *et al* 2014). Perusahaan Multinasional (*Multinational Corporation/ MNC*) adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terkait hubungan istimewa, baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi; dapat berupa anak perusahaan, agen, dan sebagainya dengan berbagai motif. Tiga motif utama berdirinya MNC adalah; (1) memperluas usaha dalam rangka mencari bahan baku dan menjual produknya keluar negeri. (2) mencari pasar dan memperluas jangkauan pemasaran produk yang dimiliki. (3) meminimumkan biaya (*cost minimazer*), seperti keringanan pajak, tenaga kerja yang murah, harga tanah murah, biaya

pengolahan limbah dengan syarat ringan, dan lain sebagainya ([www.academia.edu](http://www.academia.edu)).

Fenomena perusahaan multinasional dalam ekspansinya cenderung mengoperasikan usahanya secara desentralisasi dan melaksanakan konsep *cost revenue profit* dan *corporate profit center concepts*, yang dapat mengukur dan menilai kinerja dan motivasi setiap divisi/unit yang bersangkutan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut antara lain digunakan sistem harga transfer atau transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* multinasional berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum (entitas) atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara ([www.academia.edu](http://www.academia.edu)).

Tujuan yang ingin dicapai dalam *transfer pricing* antara lain sebagai berikut: (1) Memaksimalkan penghasilan global, (2) Mengamankan posisi kompetitif anak/ cabang perusahaan dan penetrasi pasar, (3) Evaluasi kinerja anak/ cabang perusahaan mancanegara, (4) Menghindarkan pengendalian devisa, (5) Mengontrol kreditabel asosiasi, (6) Mengurangi resiko moneter, (7) Mengatur cash flow anak/ cabang yang memadai, (8) Membina hubungan baik dengan administrasi setempat, (9) Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, (10) Mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah ([www.academia.edu](http://www.academia.edu)).

*Transfer pricing* merupakan harga barang, jasa atau harta tak berwujud yang dialihkan antara divisi dalam suatu perusahaan atau dalam perusahaan

yang memiliki hubungan istimewa atau perusahaan multinasional (Gusnardi, 2009).

Tujuan utama dari *transfer pricing* adalah untuk mengevaluasi dan mengukur kinerja finansial suatu perusahaan, akan tetapi sering juga *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayar melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi (Gusnardi, 2009). Kunci utama keberhasilan *transfer pricing* dari sisi pajak adalah transaksi karena adanya hubungan istimewa (Yenni, 2000).

*Transfer pricing* merupakan isu klasik di bidang perpajakan, khususnya menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh korporasi multinasional. Dari sisi pemerintah, *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 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*) (Widyastuti, 2011).

Berbeda halnya dengan pengungkapan Direktur Jenderal Pajak Fuad Rahmany yang mengatakan permasalahan *transfer pricing* dalam perpajakan tidak selalu membuat Indonesia rugi. Dimana keuntungan diperoleh jika perusahaan di Indonesia merupakan anak usaha dari perusahaan luar negeri (Sukamto, 2014).

Peraturan mengenai *transfer pricing* telah tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yaitu pada pasal 18. Aturan mengenai *transfer pricing* mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha. Hal ini dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas Wajib Pajak kepada Wajib Pajak lain yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Yuniasih, 2012).

Penelitian mengenai motivasi pajak dalam transaksi *transfer pricing* telah beberapa kali dilakukan. Sweson (2001) menemukan bahwa tarif impor dan pajak berpengaruh pada insentif untuk melakukan transaksi *transfer pricing*. Bernard *et al.*, (2006) menemukan bahwa harga transaksi pihak terkait berhubungan dengan tingkat pajak dan tarif impor negara tujuan.

Kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi. Di Indonesia, konglomerasi mendominasi perekonomian nasional sekaligus memberikan kontribusi besar dalam krisis ekonomi nasional. Perusahaan dengan karakteristik kelompok bisnis konglomerat menyebabkan timbulnya risiko ekspropriasi sebagai akibat pengaruh kuat dari pemegang saham pengendali yang merugikan pemegang saham minoritas dan pihak eksternal lain. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya. Dengan kepemilikan yang terkonsentrasi pada satu pihak, menimbulkan kesempatan bagi pemegang saham pengendali untuk melakukan kegiatan *tunneling*. *Tunneling* merupakan aktivitas pengalihan aset dan keuntungan keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Johnson, 2000).

Munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh beberapa hal berikut. *Pertama*, pemegang saham mayoritas terlibat dalam manajemen sebagai direksi atau komisaris yang kemungkinan besar melakukan ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). *Kedua*, hak suara yang dimiliki pemegang saham mayoritas melebihi hak atas aliran kasnya, karena adanya kepemilikan saham dalam bentuk bersilang, piramida dan berkelas (Claessens *et al.*, 2000). Bentuk kepemilikan seperti ini akan mendorong pemegang saham mayoritas untuk mengutamakan kepentingan mereka sendiri

yang sangat berbeda dengan kepentingan investor dan *stakeholder* lain. *Ketiga*, pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimalkan kepentingannya dan merugikan kepentingan pemegang saham minoritas. *Keempat*, lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan *tunneling* yang merugikan pemegang saham minoritas (Claessens *et al.*, 2000).

Contoh kegiatan *tunneling* adalah tidak membagikan deviden, menjual aset atau sekuritas dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki dengan harga di bawah harga pasar, dan memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan (La porta *et al.*, 2000).

Contoh lain dari kegiatan *tunneling* yang dapat digunakan untuk mempermudah pemahaman kita adalah dari kasus akuisisi LG Merchant Bank oleh LG Securities, dimana keduanya adalah milik LG Group. LG Merchant Bank merupakan *money-losing entity*. Sebagai upaya memperbaiki kinerja LG Merchant Bank, maka LG Group mengumumkan bahwa LG Securities perusahaan yang paling *profitable* dalam grup akan mengakuisisi LG Merchant Bank. Akuisisi tersebut merupakan *value destroyed deal*, karena tindakan akuisisi tersebut menurunkan nilai perusahaan dan mengabaikan kepentingan pemegang saham minoritas. *Overpayment* pada perusahaan target (LG Merchant Bank) merupakan kegiatan *tunneling* atau transfer asset dan

keuntungan keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas (LG Group) (Sari, 2011).

Terdapat beberapa penelitian tentang *tunneling incentive* yang telah dilakukan. Mutamimah (2008) menemukan bahwa terjadi *tunneling* oleh pemilik mayoritas terhadap pemilik minoritas melalui strategi merger dan akuisisi. Lo *et al.*, (2010) menemukan bahwa konsentrasi kepemilikan oleh pemerintah di Cina berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan bersedia mengorbankan penghematan pajak untuk *tunneling* keuntungan ke perusahaan induk. Berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradana (2014), yang menemukan bahwa *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kegiatan *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar perusahaan dan luasan usahanya, mengakibatkan pemilik tidak dapat mengelola sendiri perusahaannya secara langsung. Hal inilah yang menimbulkan masalah keagenan. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kecenderungan melakukan tindakan manajemen laba yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pemegang saham dan pihak luar. Sehingga perusahaan besar mendapatkan tekanan yang lebih kuat untuk menyajikan pelaporan keuangan yang *credible* (Pujiningsih, 2011).



Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung ingin menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan, karena dengan begitu maka pemilik perusahaan akan memberikan penghargaan kepada mereka. Pemilik perusahaan dalam menilai kinerja para direksinya adalah dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan. Dan memberikan penghargaannya dengan menggunakan bonus.

Sistem pemberian kompensasi bonus memberikan pengaruh terhadap kinerja manajemen. Kane *et al.*, (2005) dengan menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25% karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendali perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang (Pujiningsih, 2011).

Hasil penelitian Suryatiningsih dan Siregar (2008) menunjukkan bahwa skema bonus terbukti berhubungan positif dengan diskresioner akrual positif, yang mana skema bonus direksi BUMN memberikan insentif kepada direksi untuk melakukan manajemen laba melalui akrual diskresioner yang meningkatkan laba guna memaksimalkan bonus yang diterimanya. Palestine (2008) menemukan bahwa kompensasi bonus berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. System pemberian kompensasi bonus dapat memberikan pengaruh terhadap kinerja manajemen. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lo *et al.*, (2010) menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi transfer pricing untuk memaksimalkan bonus yang



mereka terima jika bonus tersebut di dasarkan pada laba. Sedangkan Pradana (2014) dan Pramana (2014) di dalam penelitiannya mengemukakan bahwa bonus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang yang penulis uraikan di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk menguji relevansi hasil dari penelitian terdahulu (Yuniasih, 2012 dan Hartanti 2014) sehingga dapat diketahui apakah teori yang dihasilkan masih dapat digunakan sebagai dasar keilmuan untuk sekarang dan seterusnya, dengan judul **“Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013”**

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah pajak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?
3. Apakah mekanisme bonus berpengaruh pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?

## **1.3 Tujuan**

1. Mengetahui pengaruh pajak pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?

2. Mengetahui pengaruh *tunneling incentive* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?
3. Mengetahui pengaruh mekanisme bonus pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia?

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dapat dikaitkan dengan hal-hal yang bersifat teoritis yaitu untuk mengembangkan ilmu yang terdapat dalam bentuk manfaat praktis, yang dalam bentuk manfaat praktis menyangkut pemecahan masalah-masalah yang aktual. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan kajian dalam penelitian mengenai transaksi *transfer pricing* dan latar belakang dilakukannya transaksi tersebut bagi perusahaan.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan bagi:
  - a. Pemerintah

Guna memperbaiki peraturan perundang-undangan mengenai kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional, sehingga dapat mengurangi kecurangan pajak yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan terkait.

- b. Pengguna Informasi Laporan Keuangan

Pengguna laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat lebih berhati-hati dan lebih cermat menganalisis terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh direksi guna kepentingan pribadi. Juga bagi pemegang saham minoritas untuk dapat lebih cermat dalam mengamati adanya keputusan dari pemegang saham mayoritas yang dapat merugikan mereka.

c. Masyarakat

Memberikan pemahaman bagi masyarakat luas mengenai apa dan bagaimana transaksi *transfer pricing* dilakukan di dalam proses bisnis perusahaan manufaktur.