

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Adanya kemajuan teknologi, ekonomi, transportasi, maupun komunikasi merupakan tanda-tanda terjadinya globalisasi yang menjadikan adanya ketergantungan satu sama lain tanpa adanya hambatan. Globalisasi secara tidak langsung dapat memicu konglomerasi dan divisionalisasi perusahaan, yang sekaligus dapat memicu terjadinya transaksi antar divisi yang berupa barang, jasa, harta tak berwujud, maupun transaksi secara finansial. Transaksi bisnis tersebut sebagian besar terjadi pada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Hal tersebut menyulitkan perusahaan dalam menentukan harga atas barang, jasa, harta tak berwujud, maupun transaksi secara finansial itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan membuat kebijakan dalam menentukan harga atas transaksi antar anggota atau divisi tersebut, yang lazim disebut dengan *transfer pricing* (Mangoting, 2000).

*Transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional dapat didasari atas alasan pajak maupun bukan pajak. Perusahaan multinasional melakukan operasi di beberapa negara yang tentunya terdapat risiko bagi administrasi perpajakan di setiap negara tentang adanya kemungkinan upaya *tax avoidance* melalui transaksi pihak berelasi di negara yang berbeda (Pohan, 2018). Transaksi ini dilakukan dengan mentransfer laba ke perusahaan dengan hubungan istimewa di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah (Pohan, 2018). Siddique dan Ahmed (2015) menyatakan bahwa *transfer pricing* telah mendapat pengakuan

sebagai alat yang strategis yang dapat membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitifnya. Praktik penyalahgunaan *transfer pricing* tidak mudah untuk diterapkan, tetapi praktik ini dilakukan dengan cara memanfaatkan celah (*loopholes*) peraturan yang ada.

Praktik *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia salah satunya dilakukan oleh PT. Toyota Motor *Manufacturing* Indonesia (TMMIN), yaitu perusahaan yang berperan sebagai produsen sekaligus pengeksport produk dan suku cadang Toyota. Kasus ini terdeteksi setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa SPT Tahunan TMMIN di tahun 2005. Pajak Toyota di tahun 2007 dan 2008 juga ikut diperiksa. Pemeriksaan tersebut dilakukan karena Toyota mengklaim adanya kelebihan pembayaran pajak pada tahun-tahun tersebut dan meminta negara untuk melakukan restitusi. Dari pemeriksaan SPT Tahunan Toyota pada 2005 itu, pemeriksa pajak menemukan adanya kejanggalan. Misalnya tahun 2004, laba bruto Toyota menurun drastis lebih dari 30 persen, yang mulanya Rp 1,5 triliun (2003) menjadi Rp 950 miliar. Selain itu, rasio *gross margin* atau perimbangan antara laba kotor dengan tingkat penjualan juga menyusut, dari yang sebelumnya 14,59 persen (2003) menjadi 6,58 persen. Pertengahan 2003, Astra menjual sebagian besar sahamnya di PT. Toyota Astra Motor (TAM) kepada Toyota Motor *Corporation* Jepang dengan alasan Astra mempunyai utang jatuh tempo yang tidak dapat ditangguhkan lagi. Oleh itu, Toyota Motor *Corporation* Jepang menguasai 95 persen saham Toyota Astra Motor. Hal ini menyebabkan nama perusahaannya menjadi Toyota Motor *Manufacturing* Indonesia (TMMIN). Untuk menjalankan fungsi distribusi di pasar domestik, Astra dan Toyota Motor *Corporation* Jepang

mendirikan perusahaan agen pemegang merek, importir, dan distributor Toyota dengan nama PT. Toyota Astra Motor (TAM). Setelah restrukturisasi itulah, laba gabungan kedua perusahaan Toyota menurun drastis, sehingga setoran pajak juga menurun. Sebelumnya, perusahaan ini dapat membayarkan pajaknya sampai Rp 500 miliar. Namun, pasca restrukturisasi kedua perusahaan ini hanya membayarkan pajaknya Rp168 miliar. Meski terjadi penurunan laba, omzet produksi dan penjualan keduanya pada tahun itu justru mengalami kenaikan sebesar 40 persen. Pemeriksa pajak menemukan jawabannya ketika melihat struktur harga penjualan dan biaya milik Toyota. Disinilah jejak *transfer pricing* perseroan ini mulai terdeteksi. Toyota diduga memainkan harga dengan pihak yang terafiliasi serta menambah beban melalui pembayaran royalti secara tidak wajar (Idris, 2013).

Melihat ini, pemerintah membuat kebijakan yang diatur di dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 213/PMK.03/2016, yang menyebutkan bahwa setiap perusahaan yang memiliki omzet tertentu akan diminta membuat dokumen mengenai *transfer pricing* yang berisi penyertaan nilai transaksi yang dilakukan antar perusahaan yang terafiliasi. Nilai transaksi yang wajib disertakan tersebut sebesar Rp 20 miliar apabila berupa barang berwujud dan Rp 5 miliar apabila berupa barang tidak berwujud. Peraturan mengenai *transfer pricing* juga diatur di dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yang mana di dalam ayat (3) disebutkan bahwa Direktorat Jenderal Pajak memiliki wewenang untuk menentukan kembali besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lain sesuai dengan kewajaran dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan

istimewa (*arm's length principle*). Penghindaran maupun perencanaan pajak yang dilakukan perusahaan biasanya bertujuan meminimalkan pajak perusahaan itu sendiri. Maka dari itu, praktik *transfer pricing* ini sering dikaitkan dengan pajak.

Selain alasan pajak, faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku untuk melakukan *transfer pricing*, yaitu *tunneling incentives*. Pada struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, kepemilikannya akan terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu sebagai pemegang saham pengendali. Adanya kenaikan hak arus kas di tangan seorang pemegang saham dapat menyebabkan insentif keuangan juga mengalami kenaikan. Sehingga pemegang saham pengendali menjadi termotivasi untuk menyelaraskan kepentingannya dengan perusahaan atau pemegang saham non-pengendali. Namun, jika pemegang saham pengendali meningkatkan pengendaliannya dengan tetap mempertahankan jumlah kepemilikannya yang rendah, maka pemegang saham akan termotivasi untuk menggunakan pengendaliannya tersebut demi kesejahteraannya sendiri yang dilakukan dengan cara distribusi kekayaan. Transaksi dengan pihak yang berelasi ini dapat disalahgunakan sebagai tujuan oportunistik semata oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan *tunneling*. Jian and Wong (2003) menyatakan ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, maka pemegang saham pengendali akan memindahkan sumber daya untuk kepentingan mereka dibandingkan membagikannya sebagai dividen. Maka dari itu, praktik *transfer pricing* ini sering dikaitkan dengan *tunneling incentives*.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku untuk melakukan *transfer pricing*, yaitu *exchange rate*. *Exchange rate* atau seringkali juga dikenal sebagai

kurs/nilai tukar menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) 10 (revisi 2009) tentang Pengaruh Perubahan Nilai Tukar Valuta Asing merupakan rasio pertukaran untuk dua mata uang. Dalam pertukaran ini akan terjadi perbedaan atau selisih yang dihasilkan dari pelaporan jumlah unit mata uang asing yang sama dalam pelaporan mata uang pada kurs yang berbeda. Dengan begitu, transaksi dengan mata uang asing akan menimbulkan terjadinya laba atau rugi selisih kurs, yang mana akan mempengaruhi laba atau rugi perusahaan. Adanya perbedaan nilai tukar inilah yang akan memiliki pengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan dalam *exchange rate* tidak terlepas dari risiko yang muncul akibat dari adanya selisih nilai tukar suatu mata uang terhadap mata uang lain, atau yang lazim disebut sebagai *exchange rate risk*. Perusahaan multinasional cenderung memanfaatkan skema *transfer pricing* untuk mengurangi risiko nilai tukar tersebut dengan cara memindahkan dana ke mata uang yang kuat untuk memaksimalkan laba perusahaan secara keseluruhan (Chan *et al.*, 2004). Maka dari itu, praktik *transfer pricing* ini sering dikaitkan dengan *exchange rate*.

Penelitian yang dilakukan oleh Lo *et al.* (2010) membuktikan bahwa *tunneling incentives* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indriaswari and Aprilia (2017) yang juga membuktikan bahwa *tunneling incentives* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014) membuktikan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan *exchange rate* justru tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Chan *et al.* (2004) membuktikan bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Alino and Lane (2015), yang membuktikan bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*.

Berkaitan dengan adanya perbedaan hasil dan ketidak-konsistenan terhadap pengaruhnya yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, penelitian ini bermaksud meneliti kembali variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) pada penelitian terdahulu. Akan tetapi, pada penelitian ini peneliti menggunakan cara ukur, waktu, rentang periode, dan subyek pengamatan yang berbeda dari penelitian sebelumnya. Peneliti memilih perusahaan multinasional sektor manufaktur karena praktik dari *transfer pricing* sering terjadi pada sektor ini dan dalam perusahaan manufaktur banyak yang memiliki hubungan istimewa dengan perusahaan yang berada di luar negeri.

Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul **“Pengaruh *Tunneling Incentives* dan *Exchange Rate* terhadap Perilaku *Transfer Pricing* Perusahaan Multinasional Sektor Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014 – 2018”**.

## 1.2. Rumusan Masalah

Menurut Marfuah dan Azizah (2014), transaksi perusahaan dengan afiliasinya di luar negeri dibutuhkan adanya pertimbangan penting untuk mencapai keputusan *transfer pricing*. Pertimbangan tersebut adalah *tunneling incentives* dan *exchange rate*. Oleh karena itu, *tunneling incentives* dan *exchange rate* dianggap dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan skema *transfer pricing*. Dalam penelitian ini, peneliti menggabungkan *tunneling incentives* dan *exchange rate* tersebut sebagai variabel independen, yang mana berpengaruh terhadap *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Berdasarkan uraian tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah *tunneling incentives* berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*?
2. Apakah *exchange rate* berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk meneliti kembali penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu dengan menggabungkan variabel independen (X) yaitu *tunneling incentives* dan *exchange rate*, serta menggunakan variabel dependen (Y) yang digunakan peneliti sebelumnya, yaitu *transfer pricing*. Akan tetapi, penelitian ini menggunakan cara ukur dan waktu pengamatan yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Kontribusi Teori

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi teori bagi dunia akademis untuk memberikan pemahaman serta bukti empiris mengenai pengaruh dari *tunneling incentives* dan *exchange rate* terhadap perilaku *transfer pricing*.

2. Kontribusi Praktik

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi kontribusi praktik bagi perusahaan agar mempertimbangkan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* agar tidak disalahgunakan.