

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis pada saat ini sangat berkembang pesat. Hal ini menyebabkan persaingan ekonomi semakin meningkat sehingga banyak Negara yang berlomba-lomba untuk menjadi lebih maju dan berkembang agar dapat menyejahterakan masyarakatnya. Semakin berkembangnya dunia bisnis, semakin erat juga persaingan yang terjadi antara perusahaan yang satu dengan yang lain. Salah satu contoh perusahaan yang mengalami persaingan ekonomi yang cukup erat pada saat ini adalah perusahaan manufaktur.

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menggunakan mesin, peralatan, dan tenaga kerja tertentu untuk mengolah bahan baku atau bahan mentah menjadi barang jadi yang memiliki nilai jual dan dapat digunakan oleh konsumen secara langsung. Di Bursa Efek Indonesia (BEI), perusahaan manufaktur dibagi menjadi tiga sektor yaitu sektor aneka industri, sektor industri barang konsumsi, dan sektor industri dasar dan kimia. Dalam penelitian ini, sektor yang digunakan oleh peneliti adalah sektor industri barang konsumsi.

Sektor industri barang konsumsi merupakan sektor yang menjadi penyokong utama dan memiliki peranan yang penting untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk, kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh masyarakat akan semakin bertambah. Permintaan pasar yang semakin banyak akan mengakibatkan proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur akan semakin banyak juga.

Beberapa perusahaan nasional yang kegiatan usahanya hanya di dalam satu negara, berubah menjadi perusahaan multinasional yang mencakup beberapa negara. Perubahan yang terjadi dapat membebani suatu perusahaan dikarenakan perusahaan tersebut akan sulit untuk menentukan harga penjualan maupun biaya produksi yang akan dikeluarkan. Selain itu akan menyulitkan dalam penentuan harga yang harus ditransfer atau yang disebut dengan *transfer pricing*.

Menurut Gunadi dalam Suandy (2011), *transfer pricing* adalah jumlah harga yang telah disetujui oleh kedua belah pihak yang mempunyai hubungan istimewa atas transaksi barang ataupun jasa baik pada transaksi bisnis finansial ataupun transaksi lainnya. Pada awalnya, kebanyakan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* hanya untuk menilai kinerja antara para anggota, karyawan ataupun divisi perusahaan. Menurut Marfuah (2014), manajemen pajak sering melakukan praktik *transfer pricing* yakni untuk meminimalkan jumlah pajak yang wajib dibayar.

Dilihat dari sisi bisnis, peminimalan pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*) sering dilakukan oleh perusahaan untuk meminimalkan biaya-biaya yang ada (*cost efficiency*). Menurut Marfuah (2014), salah satu metode yang efektif bagi perusahaan multinasional dalam memenangkan persaingan untuk memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Apabila tarif pajak dalam suatu Negara

semakin tinggi, maka kemungkinan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga akan semakin besar.

Selain alasan perpajakan, adanya perbedaan *exchange rate* (nilai tukar) juga dapat mempengaruhi *transfer pricing*. Dalam perusahaan multinasional, arus kas dapat dikategorikan menjadi beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang bersifat tidak mutlak terhadap nilai dolar tetapi nilai tersebut dapat berubah sewaktu-waktu. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional ini dipengaruhi oleh *exchange rate* yang berbeda-beda. Perusahaan akan lebih berminat untuk memindahkan keuntungannya ke negara yang memiliki nilai mata uang yang lebih kuat dengan cara melakukan *transfer pricing* (Akhadya & Dianwicaksih, 2019).

Secara khusus, *leverage* dapat mengacu pada jumlah hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aset. Pengukuran *leverage* dapat dilihat dari beberapa rasio, misalnya *Debt to Total Asset Ratio* (DAR) yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur seberapa besar perusahaan tersebut ditanggung oleh utang dan kesanggupan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya dengan aset yang dimiliki. Apabila sumber dana melalui pinjaman yang digunakan untuk membiayai aktiva semakin besar, maka nilai DAR pun akan semakin tinggi. Jika nilai DAR tinggi, maka akan sulit untuk memperoleh tambahan pinjaman dikarenakan tingginya risiko perusahaan tidak mampu membayar hutang-hutangnya dengan aktiva yang ada (Kasmir, 2014:156).

Di samping itu, mekanisme bonus juga dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Menurut Irpan (2011), mekanisme bonus adalah metode pemberian kompensasi selain dari gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja dari direksi atau manajer bersangkutan. Umumnya banyak perusahaan yang memberikan bonus berdasarkan tingkat laba sehingga membuat para direksi atau manajer bersangkutan dapat merekayasa laba bersih yang dimiliki oleh perusahaan untuk memaksimalkan penerimaan bonus. Dengan menggunakan *transfer pricing*, direksi atau manajer yang bersangkutan dapat mengatur laba bersih untuk memperoleh bonus yang lebih banyak.

1.2 Fenomena Penelitian

Dapat dilihat dari fenomena yang terjadi pada perusahaan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, nilai pajak pada tahun 2017 sebesar Rp. 1.663.388.000.000 dan pada tahun 2018 sebesar Rp. 1.788.004.000.000 terlihat mengalami kenaikan sebesar Rp 124.616.000.000 atau sebesar 7.49% sedangkan untuk nilai *transfer pricing* pada tahun 2017 sebesar Rp. 4.126.439.000.000, pada tahun 2018 sebesar Rp. 4.271.356.000.000 juga mengalami kenaikan sebesar Rp 144.917.000.000 atau sebesar 3.51%.

Pada perusahaan PT. Gudang Garam Tbk, nilai *exchange rate* pada tahun 2017 sebesar Rp. 10.436.512.000.000 dan pada tahun 2018 sebesar Rp. 10.479.242.000.000 terlihat mengalami kenaikan sebesar Rp 42.730.000.000 atau sebesar 0.40% sedangkan nilai *transfer pricing* pada tahun 2017 sebesar Rp. 3.043.784.000.000 dan pada tahun 2018 sebesar Rp. 1.725.933.000.000 terlihat mengalami penurunan sebesar Rp 1.317.851.000.000 atau sebesar 43.29%.

Pada perusahaan PT. Ultra Jaya Milk Industry Tbk, nilai *leverage* pada tahun 2018 sebesar Rp. 5.555.871.000.000 dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 6.608.422.000.000 terlihat mengalami kenaikan sebesar Rp 1.052.551.000.000 atau sebesar 18.94%. Nilai mekanisme bonus pada tahun 2018 sebesar Rp. 701.607.000.000 dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 1.035.865.000.000 terlihat mengalami kenaikan sebesar Rp 334.258.000.000 atau sebesar 47.64%. Sedangkan *transfer pricing* pada tahun 2018 sebesar Rp. 560.619.000.000 dan pada tahun 2019 sebesar Rp. 652.067.000.000 juga mengalami kenaikan sebesar Rp. 91.448.000.000 atau sebesar 16.31%.

Berdasarkan uraian di atas, terlihat adanya hubungan yang mengikat antara nilai pajak, *exchange rate*, *leverage*, dan mekanisme bonus yang berpengaruh terhadap nilai *transfer pricing*. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ‘Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Leverage*, dan Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019”.

1.3 Tinjauan Pustaka

1.3.1 Transfer Pricing

Transfer pricing adalah suatu kebijakan perusahaan untuk menentukan besarnya harga transfer dalam transaksi jual beli atas barang, jasa, *intangible assets*, dan transaksi finansial lainnya. *Transfer pricing* juga digunakan untuk mendapatkan keuntungan dari negara yang tarifnya rendah dengan memaksimalkan beban dan pendapatan.

1.3.2 Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, SH (2013:1) menyatakan pajak adalah iuran rakyat kepada kas Negara berdasarkan UU yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Dalam bisnis multinasional, beban pajak ini sudah biasa mengalami perbedaan sehingga banyak negara dengan perusahaan yang lebih maju akan menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi sedangkan perusahaan yang kurang maju sering kali menetapkan tarif pajak yang lebih rendah. (Marfuah & Azizah, 2014).

Berdasarkan hasil tersebut, maka timbul pemikiran cara apa yang harus dilakukan untuk menekan pajak dari perusahaan maju karena pajak dapat mengurangi laba. Apabila penekanan pajak terjadi, maka biaya perusahaan pun akan berkurang. *Transfer pricing* adalah salah satu cara untuk penekanan pajak tersebut. Adanya *transfer pricing* ini mengakibatkan perusahaan multinasional yang kegiatan operasionalnya mencakup beberapa negara memindahkan kewajiban perpajakannya ke Negara yang menetapkan tarif pajak rendah dari Negara dengan tarif pajak tinggi (Refgia, 2017). Apabila tarif pajak semakin tinggi di suatu Negara, maka kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing* pada suatu perusahaan juga akan semakin tinggi. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang disimpulkan sebagai berikut:

H₁: Pajak berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.

1.3.3 Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Ardiyanti (2017), *exchange rate* adalah harga dari nilai mata uang suatu negara yang dilakukan untuk transaksi tukar menukar antara dua Negara yang memiliki nilai mata uang yang berbeda. Menurut Marfuah & Azizah (2014), perusahaan multinasional saat ini telah bersaing untuk memperluas jaringan agar pemasaran yang dilakukan dapat sampai ke pasar internasional. Para pelaku bisnis memiliki motif dalam mengembangkan bisnis untuk melakukan *transfer pricing* dikarenakan nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi.

Untuk melakukan pembayaran, jumlah kas yang dibutuhkan oleh perusahaan tidak pasti karena perusahaan multinasional mengalami perbedaan *exchange rate* (nilai tukar). Maka untuk mengurangi risiko terjadinya *exchange rate* (nilai tukar) mata uang asing, perusahaan multinasional mencoba untuk memindahkan keuntungannya ke negara yang memiliki nilai mata uang yang lebih kuat melalui *transfer pricing* sehingga dapat membuat seluruh keuntungan perusahaan naik secara maksimal (Bela Pratiwi, 2018). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang disimpulkan sebagai berikut:

H₂: *Exchange Rate* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.

1.3.4 Pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*

Leverage adalah rasio yang digunakan untuk mengukur jumlah hutang yang digunakan perusahaan untuk membiayai aset (Kasmir, 2014:153). Apabila hutang perusahaan semakin tinggi, maka beban bunga yang ditanggung oleh perusahaan juga akan semakin tinggi. Beban bunga yang tinggi dapat mengakibatkan pengurangan laba yang dimiliki oleh perusahaan. Pengurangan laba juga dapat memberikan manfaat yaitu mengurangi beban pajak perusahaan. Hal tersebut menunjukkan adanya kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai *transfer pricing*.

Perusahaan dengan hutang yang tinggi akan lebih fokus untuk membayar hutang karena akan memiliki dampak terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi kewajiban pajak pada perusahaan multinasional (Deanti, 2017). Apabila *leverage* suatu perusahaan semakin tinggi, maka potensi suatu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga akan semakin tinggi. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang disimpulkan sebagai berikut:

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.

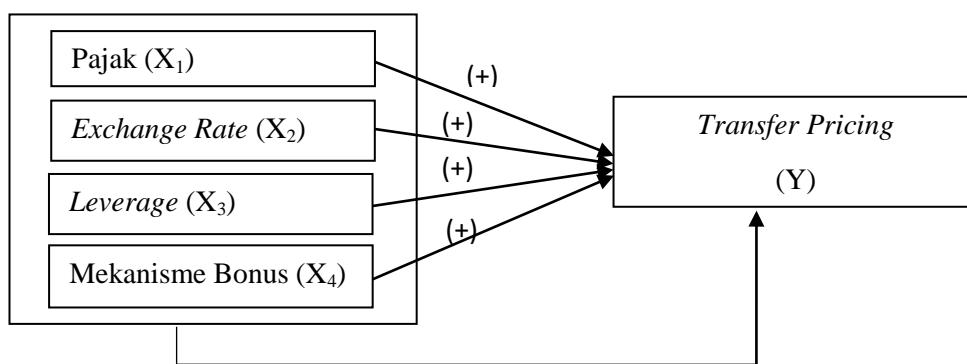
1.3.5 Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*

Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan yang diberikan kepada pegawai atas pencapaian yang telah ditargetkan oleh suatu perusahaan. Menurut Refgia (2017), mekanisme bonus ini membuat manajer perusahaan dapat melakukan tindak manipulatif atas data laporan keuangan sehingga laba dalam laporan keuangan terlihat tercapai dan manajer perusahaan akan mendapatkan bonus.

Pemberian mekanisme bonus oleh pemilik perusahaan akan dipertimbangkan berdasarkan hasil kinerja para manajer maupun direksi. Para manajer maupun direksi diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan setiap tahun agar persediaan antar perusahaan dapat dijual dengan harga dibawah pasar. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang disimpulkan sebagai berikut:

H₄: Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*.

1.4 Kerangka Konseptual



Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*

H₂: *Exchange Rate* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*

H₃: *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*

H₄: Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*

H₅: Pajak, *Exchange Rate*, *Leverage*, dan Mekanisme Bonus berpengaruh simultan terhadap *Transfer Pricing*