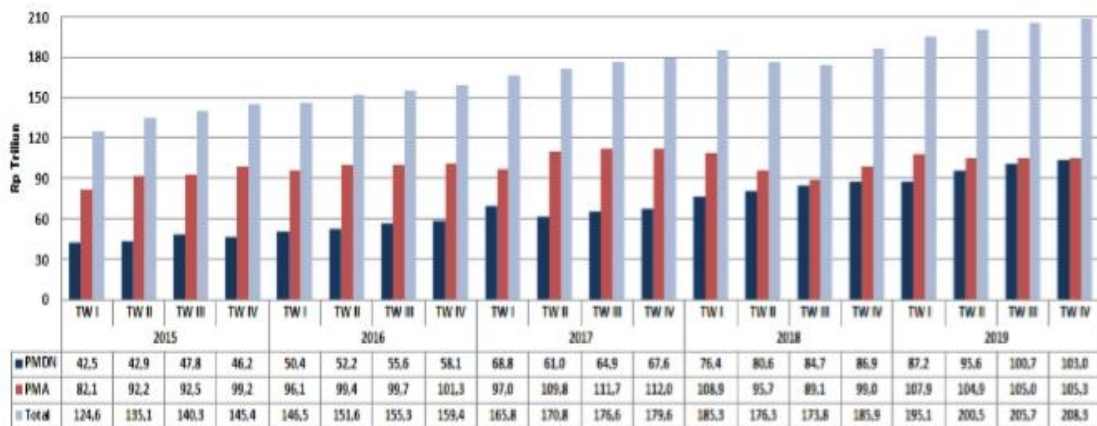


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Grafik 1.1
Perkembangan Realisasi Investasi Tahun 2015 – 2019
(dalam Triliun Rupiah)



Sumber : Sekretariat Kabinet Republik Indonesia (setkab.go.id, 2020)

Grafik diatas menunjukkan bahwa realisasi investasi Indonesia mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Meskipun positif, pemerintah mencatat perlunya pengawalan investasi yang lebih intensif untuk semakin meningkatkan arus investasi baik dari dalam maupun luar negeri. Hal ini menjadi salah satu poin utama Rakornas (Rapat Koordinasi Nasional) Investasi tahun ini. Dengan tema “Investasi bagi peningkatan lapangan kerja dan pendapatan masyarakat” yang difokuskan pada pengembangan kegiatan investasi yang berkualitas sehingga diharapkan membawa

multiplier effect yang dapat memperluas peluang usaha, mendorong produksi barang dan jasa di dalam negeri, meningkatkan penyediaan lapangan kerja, menurunkan angka ketimpangan ekonomi, serta meningkatkan pendapatan masyarakat (maritim.go.id, 2019).

Terlihat juga bahwa realisasi investasi selama periode kuartal III-2018 turun 1,6% dari kuartal III-2017 menjadi Rp 173,8 triliun. Dari realisasi investasi tersebut, Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mencatat realisasi penanaman modal asing (PMA) sebesar Rp 89,1 triliun turun 20% dari kuartal III 2017. *Ekonom Institute For Development of Economics and Finance (Indef)* Bhima Yudhistira mengatakan, ada beberapa alasan mengapa investasi cenderung turun. Salah satunya adalah investor asing yang menahan diri untuk membenamkan modalnya di negara berkembang. Menurut Bhima, adanya pemilihan umum di Indonesia dan India di tahun mendatang membuat para investor memilih mengalihkan dananya ke *safe haven* seperti dollar, yen juga *treasury bond*. Meski begitu, Bhima memandang masih ada masalah di daerah dan biaya logistik. Pasalnya, belum ada kesinkronan antara pemerintah pusat dan daerah. Terkadang realisasi investasi di daerah masih terhambat oleh regulasi daerah meski perizinan di pusat sudah semakin cepat. Sementara, penanaman modal dalam negeri (PMDN) di kuartal III-2018 justru meningkat sebesar 30,5% dibandingkan tahun lalu menjadi Rp 84,7 triliun. Menurut Bhima, PMDN yang meningkat ini membuktikan kepercayaan investor domestik masih baik (nasional.kontan, 2018).

Pertumbuhan investasi tersebut juga menunjukkan bahwa masyarakat semakin mendukung perkembangan bisnis perusahaan di Indonesia. Investasi berupa

penanaman modal yang meningkat akan berdampak positif pada proses produksi dalam bisnis yang semakin giat. Lebih lanjut BKPM menjelaskan pengaruh positif dari investasi. Pertama, investasi ini memiliki korelasi positif terhadap pembangunan infrastruktur negara. PDB yang naik akan mendukung upaya pembangunan dari pemerintah, sementara pemerintah pun akan lebih giat membangun infrastruktur guna menyokong dan menarik investor. Kedua, investasi ini juga akan menumbuhkan iklim bisnis. Semakin banyak investasi atau penanaman modal yang dilakukan, maka akan semakin banyak pula bisnis-bisnis baru yang bermunculan. Seperti UMKM, alat kesehatan, dan perumahan yang menjadi beberapa sektor bisnis yang tumbuh di masa pandemi ini. Ketiga, banyaknya bisnis yang bermunculan akan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan, yang mana secara jelas akan mendukung pertumbuhan daya beli konsumen serta konsumsi rumah tangga (investindonesia.go.id, 2020).

Semakin meningkatnya investasi tersebut menyebabkan kapitalisasi pasar saham perusahaan juga akan semakin meningkat. Selain itu, semua perusahaan yang terdaftar dalam indeks Kompas100 juga merupakan perusahaan berskala besar yang semuanya memiliki pihak berelasi sehingga memiliki potensi untuk melakukan praktik *transfer pricing*. Oleh karena itu perusahaan-perusahaan yang terdaftar dalam indeks Kompas100 dipilih untuk menjadi objek pada penelitian ini. Hal ini juga dikarenakan saham-saham yang terpilih untuk dimasukkan dalam indeks Kompas100 ini selain memiliki likuiditas yang tinggi, serta nilai kapitalisasi pasar yang besar, juga merupakan saham-saham yang memiliki fundamental dan kinerja yang baik. Saham-saham yang termasuk dalam Kompas100 diperkirakan mewakili sekitar 70-80% dari

total Rp1.582 triliun nilai kapitalisasi pasar seluruh saham yang tercatat di BEI. Dengan demikian, diharapkan investor bisa melihat kecenderungan arah pergerakan indeks dengan mengamati pergerakan indeks Kompas100 (kompas100.kompas.id, 2021).

Di era globalisasi ini, dengan semakin majunya teknologi maka arus informasi, modal, maupun transfer barang atau jasa semakin tidak memiliki hambatan ruang dan waktu lagi. Dalam waktu yang relatif singkat, barang atau jasa dapat dengan mudah dialihkan dari satu tempat ke tempat lainnya walau dengan jarak yang cukup jauh. Hal ini merupakan peluang bagi banyak pelaku bisnis di industrinya khususnya perusahaan PMA, yang kita kenal dengan sebutan perusahaan multinasional yang telah memiliki banyak cabang usaha di berbagai negara, semakin mudah melakukan pendistribusian barang atau jasa melalui cabang-cabang usahanya tersebut.

Hal ini menjadi strategi bisnis tersendiri untuk melakukan penghematan biaya dan peningkatan daya saing bagi pelaku usaha tersebut. Salah satu caranya yaitu dengan mendirikan pabrik di negara yang memiliki biaya tenaga kerja dan sumber daya yang relatif murah dengan tujuan mengecilkan biaya yang akan timbul, kemudian mendistribusikan barang atau jasanya ke cabang-cabang usahanya yang tersebar di berbagai negara, transaksi antar pihak berelasi inilah yang akan memicu potensi terjadinya praktik *transfer pricing* di perusahaan tersebut. Menurut Mispianiti (2015), hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha.

Menurut Simamora dalam Hidayat, dkk. (2019), *transfer pricing* adalah harga atau nilai jual khusus yang digunakan dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya divisi pembeli (*buying division*). Peraturan Dirjen Pajak No. 32 Tahun 2011 juga mengatur tentang *transfer pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Menurut Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 213/PMK.03/2016 pasal 1 ayat (4) yang dikutip dari situs jdih.kemenkeu.go.id (2016) menetapkan, “Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha yang Tidak Dipengaruhi oleh Hubungan Istimewa yang selanjutnya disebut Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha adalah prinsip yang mengatur bahwa dalam hal kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara para pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa sama atau sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara para pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa yang dijadikan sebagai pembanding, harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara para pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dimaksud harus sama dengan atau berada dalam rentang harga atau rentang laba dalam transaksi yang dilakukan antara para pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa yang dijadikan sebagai pembanding.”

Menurut Kurniawan (2015:13), prinsip kewajaran dan kelaziman usaha didasari oleh harga atau laba transaksi yang dilakukan oleh pihak yang tidak berafiliasi ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar wajar (*fair market value*). Konsep ini menjelaskan bahwa perusahaan menentukan

harga atau laba berdasarkan pertimbangan-pertimbangan ekonomi (Pahlevi, dkk., 2019).

Pada dasarnya, penentuan harga atas transaksi penjualan kepada pihak berelasi akan cenderung berbeda dengan penjualan yang dilakukan kepada pihak ketiga karena disebabkan oleh adanya perbedaan kondisi terjadinya kedua transaksi tersebut yang tidak sebanding. Oleh karena itu perusahaan harus menjelaskan kewajaran transaksi tersebut dalam *transfer pricing documentation* (Pahlevi, dkk., 2019).

Transfer pricing documentation merupakan dokumentasi harga transfer yang dilakukan oleh perusahaan multinasional untuk memudahkan otoritas pajak di suatu negara mengatur standar pelaporan harga transfer perusahaan di negara tersebut. Hallgren dan Wictorsson (2004) menyatakan bahwa untuk menentukan penerapan *transfer pricing documentation* telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha atau tidak ialah dengan menerapkan kerangka kerja terdiri dari tujuh tahap, yaitu (Pahlevi, dkk., 2019):

- 1) *market and business overview*
- 2) *organizational structure overview*
- 3) *description of the controlled transactions*
- 4) *functional analysis*
- 5) *financial analysis*
- 6) *comparability analysis*
- 7) *selecting transfer pricing method*

Perbedaan penentuan harga inilah yang kemudian dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang mempunyai banyak pihak berelasi. Menurut Putri (2019), ada beberapa tujuan perusahaan Indonesia melakukan *transfer pricing* yaitu untuk:

1. Mengakali jumlah *profit* perusahaan sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah.
2. Menggelembungkan *profit* untuk memoles (*window-dressing*) laporan keuangan.

Transfer pricing digolongkan menjadi dua yaitu penentuan harga transfer antardivisi yang masih dalam satu perusahaan dan penentuan harga transfer atas transaksi antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Metode penentuan harga transfer untuk transaksi yang dilakukan antardivisi yang masih berada dalam perusahaan yang sama dinamakan *intracompany transfer pricing*. Sedangkan metode penentuan harga transfer antarperusahaan yang memiliki hubungan istimewa disebut dengan *intercompany transfer pricing*. *Intercompany transfer pricing* sendiri dapat digolongkan menjadi *domestic transfer pricing* dan *international transfer pricing*. Perbedaan keduanya adalah *domestic transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berada di negara yang sama sedangkan *international transfer pricing* dilakukan antarperusahaan yang berkedudukan di negara yang berbeda (Setiawan, 2014 dalam Saraswati & Sujana, 2017).

Perusahaan multinasional dapat memanfaatkan celah peraturan perpajakan untuk melakukan perencanaan pajak yaitu dengan melakukan *transfer pricing*, dengan memindahkan keuntungan yang didapat ke perusahaan yang masih dalam satu grup di

negara lain sehingga total pajak perusahaan multinasional menjadi rendah (Jafri & Mustikasari, 2018). Menurut Lingga (2012) dalam Mulyani, dkk. (2020) *transfer pricing* biasanya dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup/rekanan atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dan mentransfer laba yang diperoleh kepada rekanan perusahaan yang berkedudukan di luar negeri yang menerapkan tarif pajak yang rendah.

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan multinasional telah memanfaatkan *transfer pricing* sebagai upaya perencanaan pajak perusahaan untuk menghindari pajak dengan cara meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung perusahaan (Mulyani, dkk., 2020). Perencanaan pajak (*tax planning*) adalah suatu proses mengorganisasi usaha wajib pajak sedemikian rupa agar utang pajaknya baik pajak penghasilan maupun pajak lainnya berada dalam jumlah minimal, selama hal tersebut tidak melanggar ketentuan undang-undang. Perencanaan perpajakan tidak dimaksudkan untuk mengelak dari kewajiban perpajakan (*Tax Evasion*) melalui cara-cara yang melanggar aturan perpajakan (*break the law*). Namun demikian, dalam praktik sulit dibedakan antara cara-cara yang tidak melanggar dan yang melanggar aturan karena banyaknya peraturan perpajakan yang bisa ditafsirkan berbeda (Pohan, 2018).

Kasus *transfer pricing* memang sering dipandang dari sisi negatif. Padahal *transfer pricing* merupakan konsekuensi logis dari strategi grup perusahaan yang

bertujuan untuk menciptakan keunggulan kompetitif melalui sinergi antarafiliasi. *Transfer pricing* baru dianggap manipulatif jika transaksi antarafiliasi itu mempunyai motif menghindari beban pajak global. Terhadap manipulasi tersebut, otoritas pajak hanya berwenang melakukan koreksi jika harga atau laba atas transaksi itu tidak wajar. Dalam praktik, upaya menentukan apa dan berapa yang disebut wajar inilah yang kerap menimbulkan sengketa. Hal tersebut paling tidak terjadi karena dua hal. Pertama, *ALP (Arm's Length Principle)* mensyaratkan harga atau laba perusahaan pembanding untuk menguji kewajaran transaksi antarafiliasi. Pada kenyataannya, sangat sulit menemukan pembanding yang sempurna baik dari sisi karakteristik produk, *value chain*, volume, strategi bisnis, hingga geografis. Kedua, *transfer pricing is not an exact science*. Upaya menentukan harga atau laba yang wajar bukan merupakan ilmu pasti, sehingga proses tersebut sering sarat perdebatan dan menimbulkan sengketa. Apa yang dianggap wajar oleh otoritas pajak maupun wajib pajak acap bersifat *arbitrary* (ekonomi.bisnis.com, 2019).

Salah satu kasus besar yang sedang disoroti masyarakat dan pemerintah, khususnya DJP (Direktorat Jenderal Pajak), yaitu terkait salah satu perusahaan pertambangan batu bara terbesar di Indonesia, PT. Adaro Energy. Menurut Laporan *Global Witness* yang dirilis pada tanggal 4 Juli 2019 dalam situs (globalwitness.org, 2019), Jaringan Perusahaan Luar Negeri Adaro, mengungkapkan bahwa sejak 2009 sampai 2017, Adaro melalui salah satu anak perusahaannya di Singapura, *Coaltrade Services International*, telah mengatur sedemikian rupa sehingga mereka bisa

membayar pajak 125 juta dolar lebih rendah daripada yang seharusnya dibayarkan di Indonesia. Menurut *Global Witness* dalam *tirto.id* (2019), cara ini dilakukan dengan menjual batu bara dengan harga murah ke anak perusahaan Adaro di Singapura, *Coaltrade Services International*, untuk dijual lagi dengan harga tinggi.

Praktik *transfer pricing* oleh PT Adaro tersebut dilakukan untuk menghindari besarnya pengenaan beban pajak yang akan ditanggung perusahaan karena tarif pajak penghasilan yang diberlakukan di Indonesia lebih besar daripada yang diberlakukan di Singapura, sehingga jika dialihkan ke Singapura maka beban pajak global yang ditanggung perusahaan dapat menjadi lebih ringan. Praktik *transfer pricing* ini dapat berpotensi mengakibatkan potensi penerimaan negara berkembang dari sektor pajak berkurang. Sementara, pajak merupakan sumber utama penerimaan negara, bahkan di beberapa negara berkembang pajak menyumbangkan lebih dari 80% dari total penerimaan negara. Jika tidak ada upaya pencegahan dan koordinasi antar negara dalam penindakan *transfer pricing*, maka akan semakin banyak negara yang tidak mampu membiayai pembangunannya. *Transfer pricing* merupakan salah satu isu yang sangat penting dalam perpajakan internasional (Jafri & Mustikasari, 2018). Hal tersebut telah menyebabkan kerugian yang besar bagi negara berkembang termasuk Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN bagi negara Indonesia (Cahyadi & Noviari, 2018). Sehingga saat ini *transfer pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak (Saraswati & Sujana, 2017).

Data di Pengadilan Pajak sampai Februari 2019 melalui situs setpp.kemenkeu.go.id, menunjukkan jumlah sengketa pajak yang terdaftar sangat besar, lebih dari 9.000. Perusahaan modal asing dengan kasus *transfer pricing* mendominasi sengketa tersebut (news.ddtc.co.id, 2019). Oleh karena banyaknya kasus *transfer pricing* yang menjadi sengketa serta menimbulkan kerugian besar bagi penerimaan pendapatan pajak negara, maka penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi potensi terjadinya *transfer pricing* pada suatu perusahaan.

Dalam penelitian ini, definisi dari potensi terjadinya *transfer pricing* yaitu proporsi piutang akibat transaksi penjualan kepada pihak berelasi terhadap total piutang yang dimiliki perusahaan. Piutang merupakan aset perusahaan yang timbul karena adanya penjualan secara kredit. Cara penjualan kredit ini merupakan cara yang biasanya dilakukan dalam dunia bisnis untuk dapat menarik para pelanggan pembeli barang dan jasa dalam perusahaan (Demak, dkk., 2018). Penetapan harga atas transaksi penjualan kepada pihak berelasi (*transfer pricing*) menitikberatkan pada kewajaran harga dari transaksi tersebut, sehingga terdapat potensi terjadinya penetapan harga yang tidak wajar yakni lebih tinggi atau rendah sesuai dengan tujuan dilakukannya praktik *transfer pricing* oleh perusahaan tersebut.

Dapat disimpulkan, potensi terjadinya transfer pricing akan semakin tinggi jika perusahaan memiliki motif tertentu untuk melakukannya sehingga jumlah transaksi penjualan baik dengan harga yang tinggi (untuk menaikkan laba perusahaan) maupun

harga yang rendah (untuk menurunkan laba perusahaan) kepada pihak berelasi yang menyebabkan jumlah piutang kepada pihak berelasi akan semakin tinggi terhadap total piutang perusahaan. Sebaliknya potensi terjadinya *transfer pricing* akan semakin rendah jika perusahaan memilih untuk tidak melakukan penjualan kepada pihak berelasi yang menyebabkan jumlah piutang kepada pihak berelasi semakin rendah terhadap total piutang perusahaan. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi potensi terjadinya *transfer pricing* perusahaan. Pada penelitian ini faktor mekanisme bonus, *tunneling incentive*, pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas diperkirakan dapat mempengaruhi potensi terjadinya *transfer pricing* suatu perusahaan.

Menurut Hartati, mekanisme bonus adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Refgia (2017), bahwa tantiem/bonus merupakan penghargaan yang diberikan RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer di perusahaan dapat melakukan perekrutasaan terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh bonus yang maksimal (Santosa & Suzan, 2018). Indikator untuk menghitung variabel mekanisme bonus yaitu menggunakan ITRENDLB untuk mengetahui perbedaan laba bersih antar tahun, dan dihitung dengan perbandingan antara laba bersih tahun berjalan dengan laba bersih satu tahun sebelumnya.

Jika nilai mekanisme bonus semakin rendah, artinya perusahaan mengalami penurunan laba dibanding tahun sebelumnya, mengindikasikan semakin rendahnya bonus yang akan dibagikan kepada pihak manajemen kunci, maka pihak manajemen kunci tersebut akan semakin berinisiatif untuk meningkatkan performa laporan keuangan untuk mencapai profit yang maksimal dengan cara melakukan penjualan dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi kepada pihak berelasi. Sehingga jumlah piutang kepada pihak berelasi akan mengalami peningkatan terhadap jumlah piutang, mengindikasikan meningkatnya potensi terjadinya praktik *transfer pricing*.

Pada penelitian Rachmat (2019) yang menggunakan mekanisme bonus dengan proksi Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB) menunjukkan bahwa mekanisme bonus memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, bertolak belakang dengan hasil penelitian Indriaswari, dkk. (2017), Chalimatussa'diyah (2020), Santosa, dkk. (2018), dan Saraswati (2017) yang juga meneliti mekanisme bonus dengan proksi ITRENDLB menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, serta hasil penelitian Mispianiti (2015) yang meneliti mekanisme bonus dengan proksi variabel *dummy* menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

Tunneling incentive adalah insentif yang didapat dari pengalihan aset dan laba perusahaan oleh pemegang saham mayoritas namun pemegang saham minoritas ikut menanggung bebannya (Hidayat, dkk., 2019). Contoh kegiatan *tunneling* adalah

menetapkan harga tidak wajar, tidak membagikan dividen, dan akan memilih anggota keluarganya untuk menempati posisi penting di perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi. Karena perusahaan lebih memilih transaksi pihak terkait untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen, perusahaan yang terdaftar harus membagikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang minoritas lainnya. *Tunneling* juga dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menjual produk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Khotimah, 2018). Kegiatan *tunneling* dapat dilakukan oleh perusahaan dengan kepemilikan saham terkonsentrasi pada salah satu pihak yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan manajerial perusahaan. Variabel *tunneling incentive* dalam penelitian ini diperoleh dari perbandingan antara jumlah kepemilikan saham terbesar terhadap jumlah saham yang beredar.

Jika nilai *tunneling incentive* semakin tinggi mengindikasikan kepemilikan saham dari perusahaan tersebut semakin terkonsentrasi pada salah satu pihak pengendali yang memiliki kepemilikan saham terbesar, sehingga keputusan manajerial yang dibuat akan lebih menguntungkan pihak tersebut. Salah satu contohnya yakni dengan melakukan penjualan berkuantitas besar dengan harga yang lebih rendah sehingga keuntungan perusahaan dapat dialihkan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan pihak pengendali tersebut. Hal ini menyebabkan jumlah piutang kepada pihak berelasi akan meningkat terhadap jumlah piutang yang dimiliki

perusahaan, yang mengindikasikan meningkatnya potensi terjadinya praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian pengaruh *tunneling incentive* terhadap potensi terjadinya *transfer pricing* yang dilakukan oleh Hidayat, dkk. (2019) dengan proksi perbandingan antara jumlah kepemilikan saham terbesar terhadap jumlah saham beredar; Indriaswari, dkk. (2017) dengan variabel *dummy*, Mispianiti (2015) dengan proksi persentase kepemilikan saham 20% atau lebih yang dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia; Saraswati, dkk. (2017) dengan proksi jumlah saham yang dimiliki asing lebih dari 20% total saham; dan Santosa, dkk. (2018) dengan proksi kepemilikan saham yang melebihi 20% menyatakan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, bertolak belakang dengan hasil penelitian Khotimah (2018) yang menggunakan *tunneling incentive* dengan proksi perbandingan antara jumlah kepemilikan saham terbesar terhadap jumlah saham beredar menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (pajak.go.id, 2020). Karena bersifat memaksa, semua wajib pajak harus memenuhi kewajiban perpajakannya pada negara. Disisi lain,

pajak merupakan beban yang sama sekali tidak diinginkan oleh perusahaan karena dapat mengurangi kas perusahaan. Setiap negara mempunyai tarif pajak yang berbeda, hal ini merupakan salah satu tantangan sekaligus kesempatan bagi perusahaan multinasional untuk melakukan efisiensi karena memiliki cabang yang tersebar di beberapa negara yang berbeda.

Dalam penelitian ini, variabel pajak diproksikan dengan *ETR (Effective Tax Rate)*. Menurut Cahyanti, dkk. (2017), tarif pajak efektif (*ETR*) adalah tarif pajak yang sesungguhnya harus dibayarkan oleh wajib pajak dibandingkan dengan pendapatan yang dihasilkan wajib pajak. Dalam penelitian ini *ETR* diperoleh dari perbandingan antara beban pajak penghasilan yang ditanggung perusahaan terhadap laba komersial sebelum pajak. Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi 46 (DSAK IAI, 2018), beban pajak (pajak penghasilan) adalah jumlah gabungan pajak kini dan pajak tangguhan yang diperhitungkan dalam menentukan laba rugi pada suatu periode.

ETR yang tinggi mengindikasikan semakin berkurangnya efektivitas manajemen perpajakan yang dilakukan perusahaan sehingga pengenaan tarif pajak penghasilan yang sebenarnya ditanggung perusahaan dari laba komersial sebelum pajaknya lebih tinggi dari ketentuan tarif pajak penghasilan yang seharusnya yaitu 25% jika mengacu pada UU PPh pasal 17 ayat 2a, dan 20% jika memenuhi syarat dalam UU PPh pasal 17 ayat 2b, sehingga hal ini akan membuat perusahaan berinisiatif untuk melakukan peringanan beban pajak penghasilan yang harus ditanggung tersebut dengan cara melakukan penjualan yang diprioritaskan kepada pihak berelasi baik di

dalam negeri (misalnya kepada perusahaan konstruksi atau UMKM yang menerapkan tarif pajak penghasilan final) maupun luar negeri yang tarif pajaknya lebih rendah dari Indonesia dengan harga jual yang lebih rendah sehingga akan memperkecil total pajak yang harus ditanggung perusahaan secara keseluruhan. Meningkatnya jumlah transaksi penjualan kepada pihak berelasi walaupun dengan tarif pajak yang lebih rendah tersebut akan menyebabkan piutang kepada pihak berelasi akan meningkat terhadap total piutang, yang mengindikasikan meningkatnya potensi terjadinya praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian pengaruh pajak terhadap potensi terjadinya *transfer pricing* yang dilakukan oleh Santosa, dkk. (2018), dan Saraswati, dkk. (2017) menyatakan bahwa *ETR* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, berbeda dengan hasil penelitian Hidayat, dkk. (2019), dan Khotimah (2018) menyatakan bahwa variabel pajak yang diproksikan dengan *ETR* memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, serta hasil penelitian Indriaswari, dkk. (2017) menyatakan bahwa *ETR* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, bertolak belakang dengan penelitian Mispian (2015) yang menyatakan bahwa *ETR* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan (Khotimah, 2018). Variabel ukuran perusahaan dalam penelitian ini diperoleh dari perhitungan *logaritma natural total assets* perusahaan, bertujuan untuk

mengurangi fluktuasi data yang berlebihan tanpa mengubah proporsi nilai dari total aset perusahaan yang sebenarnya.

Semakin rendah nilai aset yang dimiliki perusahaan maka semakin rendah juga sumber daya perusahaan yang dapat dikelola untuk meningkatkan kegiatan operasional perusahaan, sehingga persediaan yang dihasilkan untuk dapat dijual juga lebih sedikit. Hal ini akan menyebabkan penjualan perusahaan akan menjadi lebih rendah sehingga laba perusahaan juga akan semakin rendah. Oleh karena itu perusahaan akan berinisiatif untuk melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan harga yang tinggi untuk meningkatkan performa perusahaan, hal ini akan menyebabkan piutang kepada pihak berelasi akan meningkat terhadap total piutang perusahaan yang mengindikasikan meningkatnya potensi terjadinya praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian sebelumnya terkait pengaruh ukuran perusahaan terhadap potensi terjadinya *transfer pricing* yang dilakukan oleh Ilmi & Prastiwi (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, berbeda dengan penelitian oleh Khotimah (2018) dan Halil dkk. (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*, bertolak belakang dengan penelitian Yulia, dkk. (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan laba (keuntungan) dalam suatu periode tertentu (Cahyadi & Noviari, 2018). Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Asset (ROA)* yang diperoleh dari perbandingan antara laba bersih setelah pajak terhadap total aset perusahaan. Menurut Cahyadi & Noviari (2018), *ROA* adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset yang digunakan.

ROA yang tinggi mengindikasikan semakin efisien pengelolaan aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. Laba yang tinggi akan menyebabkan perusahaan membayar pajak yang lebih tinggi. Hal ini akan membuat perusahaan berinisiatif untuk melakukan peringanan beban pajak penghasilan yang harus ditanggung tersebut dengan cara melakukan penjualan berkuantitas besar dengan harga yang lebih murah untuk tujuan mengalihkan keuntungan kepada pihak berelasi sehingga akan memperkecil pembayaran pajak. Hal ini akan menyebabkan piutang kepada pihak berelasi akan meningkat terhadap total piutang dari penjualan ini, yang mengindikasikan meningkatnya potensi terjadinya praktik *transfer pricing*. Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Cahyadi & Noviari (2018) menyatakan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA* memiliki pengaruh positif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Khotimah (2018) dengan pengembangan sebagai berikut:

1. Menambahkan variabel mekanisme bonus yang diukur dengan menggunakan variabel ITRENDLB mengacu pada penelitian Chalimatussa'diyah (2020).
2. Variabel Ukuran Perusahaan (*SIZE*) jika mengacu pada penelitian sebelumnya, Khotimah (2018), diproksikan dengan *logaritma total assets*. Sedangkan dalam penelitian ini akan diproksikan dengan *logaritma natural total assets* mengacu pada penelitian Ilmi & Prastiwi (2020).
3. Menambahkan variabel profitabilitas yang diukur dengan *Return on Assets (ROA)* mengacu pada penelitian Cahyadi dan Noviari (2018).
4. Objek penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar dalam Indeks Kompas 100 di BEI sejak tahun 2017 sampai dengan 2019. Sementara objek dalam penelitian Khotimah (2018) adalah perusahaan multinasional yang terdaftar di BEI pada periode 2013-2017.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada bagian latar belakang, maka penelitian ini berjudul **“PENGARUH MEKANISME BONUS, *TUNNELING INCENTIVE*, PAJAK, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP POTENSI TERJADINYA *TRANSFER PRICING* (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar dalam Indeks Kompas 100 di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019)”**.

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel dependen yang diteliti adalah potensi terjadinya *transfer pricing* yang diproksikan dengan proporsi piutang kepada pihak berelasi terhadap total piutang perusahaan.
2. Variabel independen yang diteliti adalah mekanisme bonus yang diproksikan ITRENDLB;
3. Variabel *tunneling incentive* yang diproksikan dengan proporsi jumlah kepemilikan saham terbesar terhadap jumlah saham beredar;
4. Variabel pajak yang diproksikan dengan *ETR*, diperoleh dari hasil perbandingan antara beban pajak terhadap laba komersial sebelum pajak;
5. Variabel ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *logaritma natural total assets*;
6. Variabel profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA*, yang diperoleh dari hasil perbandingan antara laba komersial setelah pajak terhadap total aset yang dimiliki perusahaan; dan
7. Objek yang diteliti adalah perusahaan Indeks Kompas 100 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2019.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah mekanisme bonus yang diproksikan dengan *ITRENDLB* berpengaruh negatif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*?
2. Apakah *tunneling incentive* yang diproksikan dengan kepemilikan saham terbesar berpengaruh positif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*?
3. Apakah pajak yang diproksikan dengan *ETR* berpengaruh positif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*?
4. Apakah ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *logaritma natural total assets* berpengaruh negatif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*?
5. Apakah profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA* berpengaruh positif terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh mekanisme bonus yang diproksikan dengan *ITRENDLB* terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.
2. Pengaruh *tunneling incentive* yang diproksikan dengan kepemilikan saham terbesar terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.
3. Pengaruh pajak yang diproksikan dengan *ETR* terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.
4. Pengaruh ukuran perusahaan yang diproksikan dengan *logaritma natural total assets* terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

5. Pengaruh profitabilitas yang diproksikan dengan *ROA* terhadap potensi terjadinya *transfer pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Direktorat Jenderal Pajak

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Direktorat Jenderal Pajak terutama pembuat kebijakan perpajakan agar lebih memahami faktor-faktor yang menjadi indikasi perusahaan untuk menghindari pembayaran pajak dengan cara mengalihkan pembayaran tersebut ke negara lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah dari Indonesia melalui praktik *transfer pricing* agar keseluruhan beban pajak yang dibayarkan perusahaan menjadi lebih rendah, sehingga kebijakan perpajakan dapat dibuat untuk menghindari potensi terjadinya praktik *transfer pricing* yang dapat merugikan penerimaan pajak negara.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi manajemen perusahaan agar dapat menghindari potensi yang memicu terjadinya praktik *transfer pricing* yang *illegal* dalam peraturan perpajakan sehingga tidak terjerat dalam sengketa hukum.

3. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi investor agar dapat terhindar dari perusahaan yang melakukan *tunneling* dengan mengalihkan laba ke perusahaan

afiliasi yang menyebabkan kepentingan pemegang saham non pengendali dirugikan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya sebagai sumber dan referensi untuk melengkapi studi empiris dalam bidang akuntansi, khususnya kasus *transfer pricing*, bagi pengembangannya di masa yang akan datang.

5. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan khususnya terkait pengaruh mekanisme bonus, *tunneling incentive*, pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap potensi terjadinya *transfer pricing* perusahaan yang terdaftar pada Indeks Kompas 100 di BEI.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisi uraian mengenai latar belakang yang menjadi dasar topik penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian yang diharapkan dari dilakukannya penelitian ini, serta sistematika penulisannya.

Bab II Telaah Literatur

Bab telaah literatur berisi uraian mengenai konsep teori yang digunakan. Membahas penjelasan dan pembahasan terkait variabel dependen yaitu potensi terjadinya *transfer pricing* dan variabel independen yaitu mekanisme bonus, *tunneling incentive*, pajak, ukuran perusahaan, dan profitabilitas. Membahas hipotesis dari berbagai literatur yang akan diuji dan model penelitian yang akan digunakan untuk melakukan pengujian.

Bab III Metode Penelitian

Bab metode penelitian berisi uraian mengenai langkah-langkah penelitian yang akan dilakukan, mulai dari gambaran umum objek penelitian, metode penelitian, variabel penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Bab IV Analisis Dan Pembahasan

Bab ini berisi pemaparan mengenai hasil-hasil penelitian dari tahap analisis, desain, hasil pengujian hipotesis dan implementasinya, berupa penjelasan teoritik secara kuantitatif.

Bab V Simpulan Dan Saran

Bab ini berisi simpulan dan saran. Simpulan merupakan jawaban atas masalah penelitian serta tujuan penelitian beserta informasi tambahan yang diperoleh atas dasar temuan penelitian. Pada bab ini juga dipaparkan saran dan keterbatasan untuk penelitian selanjutnya.