

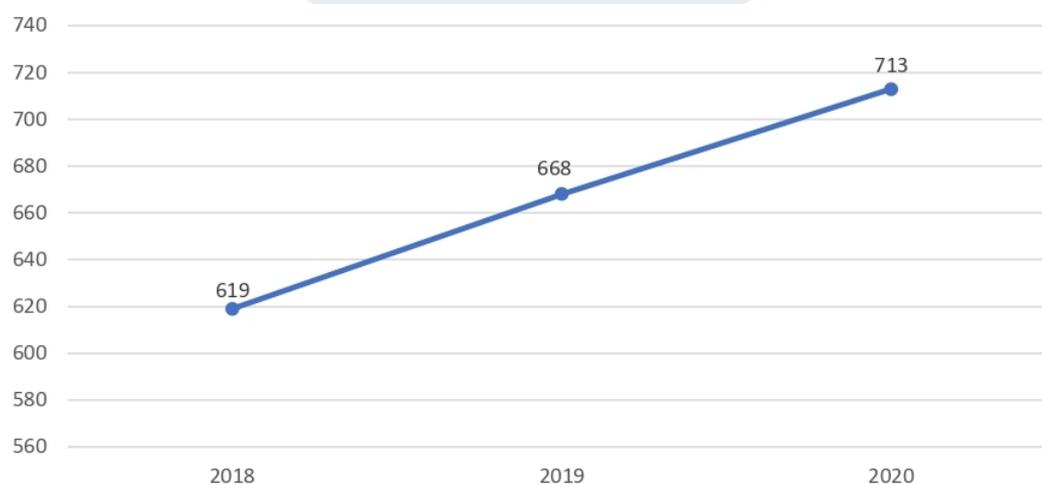
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalan dan bertumbuhnya suatu perusahaan, banyak perusahaan membutuhkan sumber pendanaan baru yang salah satunya digunakan untuk operasional perusahaan. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan sumber pendanaan baru tersebut ialah dengan menjadi perusahaan publik dengan menawarkan dan menjual sebagian sahamnya kepada publik, dan mencatatkan sahamnya di PT Bursa Efek Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari meningkatnya jumlah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tiap tahunnya, seperti pada gambar 1.1.

Gambar 1.1

Jumlah Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

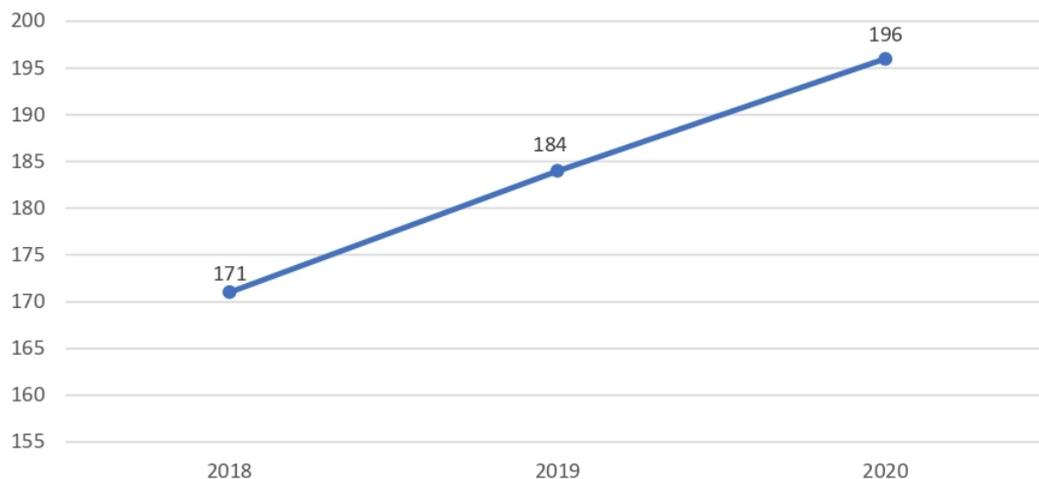


Berdasarkan gambar 1.1, jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI tahun 2018 ialah sebanyak 619 perusahaan, lalu di tahun 2019 meningkat sebanyak 49 perusahaan atau menjadi 668 perusahaan, dan di tahun 2020 meningkat sebanyak 45 perusahaan atau menjadi 713 perusahaan.

Perusahaan-perusahaan yang terdaftar di BEI terdiri dari beberapa industri, salah satunya ialah perusahaan industri manufaktur. Maka, dengan meningkatnya jumlah perusahaan yang terdaftar di BEI, hal tersebut membuat jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI juga mengalami peningkatan, seperti pada gambar 1.2.

Gambar 1.2

Jumlah Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia



(Sumber: *Idx.co.id*)

Berdasarkan gambar 1.2, jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2018 ialah sebanyak 171 perusahaan, lalu di tahun 2019 meningkat sebanyak 13 perusahaan atau menjadi 184 perusahaan, dan di tahun 2020 meningkat sebanyak 12 perusahaan atau menjadi 196 perusahaan. Dengan meningkatnya jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan manufaktur merupakan salah satu industri yang mendorong perkembangan ekonomi di Indonesia.

Pada siaran pers Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dituliskan “Industri manufaktur di tanah air masih mencatatkan performa positif pada beberapa subsektornya meski di tengah kondisi tekanan ekonomi akibat pandemi

Covid-19. Pada kuartal IV tahun 2020, terdapat beberapa subsektor yang tetap konsisten berkontribusi serta menjadi penopang angka pertumbuhan industri pengolahan. Pada kuartal IV tahun 2020, industri logam dasar tumbuh 11,46 persen dengan meningkatnya permintaan luar negeri. Kemudian industri kimia, farmasi dan obat tradisional tumbuh 8,45 persen, terutama didukung peningkatan permintaan domestik terhadap sabun, *hand sanitizer*, dan disinfektan serta peningkatan produksi obat-obatan, multivitamin dan suplemen makanan” (kemenperin.go.id, 8/2/21).

Perusahaan manufaktur sendiri adalah perusahaan industri yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi yang siap digunakan. Menurut bps.go.id, “industri pengolahan adalah suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau dengan tangan sehingga menjadi barang jadi/setengah jadi, dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, dan sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir”. Yang termasuk dalam kegiatan ini adalah jasa industri/makloon dan pekerjaan perakitan (*assembling*). “Perusahaan industri pengolahan dibagi dalam 4 golongan yaitu, industri besar (banyaknya tenaga kerja 100 orang atau lebih), industri sedang (banyaknya tenaga kerja 20-99 orang), industri kecil (banyaknya tenaga kerja 5-19 orang), industri rumah tangga (banyaknya tenaga kerja 1-4 orang), dan penggolongan perusahaan industri pengolahan ini semata-mata hanya didasarkan kepada banyaknya tenaga kerja yang bekerja, tanpa memperhatikan apakah perusahaan itu menggunakan mesin tenaga atau tidak, serta tanpa memperhatikan besarnya modal perusahaan itu. Jenis-jenis usaha yang terdapat dalam perusahaan manufaktur ialah industri dasar dan kimia, aneka industri dan aneka barang konsumsi” (bps.go.id).

“Pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang triwulan III-2019 naik sebesar 4,35 persen (y-on-y) terhadap triwulan III-2018. Kenaikan tersebut terutama disebabkan naiknya produksi industri pencetakan dan reproduksi media rekaman, yaitu naik 19,59 persen. Sementara industri yang mengalami

penurunan produksi terbesar adalah industri barang logam, bukan mesin dan peralatannya, yaitu turun 22,95 persen” (bps.go.id).

Semakin bertumbuhnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang industri manufaktur, perusahaan menjadi lebih berusaha untuk menghasilkan laba yang tinggi dan dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Untuk dapat menghasilkan laba yang tinggi dan dapat bersaing dengan perusahaan lain, diperlukan usaha pegawai perusahaan guna mencapai tujuan-tujuan yang telah di targetkan oleh perusahaan, salah satunya dengan menghasilkan laba yang tinggi. Hal yang dapat dilakukan perusahaan agar pegawai perusahaan berusaha dengan baik untuk mencapai tujuan yang telah di targetkan tersebut ialah dengan melakukan mekanisme bonus. “Mekanisme bonus adalah pemberian bonus atau imbalan di luar gaji kepada direksi atau manajemen kunci perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi tersebut” (Agustina, 2019). “Pemilik perusahaan biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi” (Saraswati & Sujana, 2017). Untuk dapat menghasilkan laba perusahaan yang tinggi, direksi atau manajemen kunci perusahaan akan berusaha semaksimal mungkin agar nantinya dapat mendapatkan bonus atau imbalan yang tinggi. Direksi atau manajemen kunci mampu meningkatkan laba perusahaan pada tahun yang diharapkan salah satunya dengan melakukan penjualan kepada pihak berelasi dengan harga yang telah ditentukan untuk menguntungkan kedua perusahaan. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba perusahaan pada tahun tersebut. Penentuan harga transfer itu disebut dengan *transfer pricing*. Menurut Agustina (2019), “*transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan.”

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020 sebagai objek penelitian karena perusahaan manufaktur memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi

Indonesia. Seperti yang tertulis pada berita resmi statistik oleh bps.go.id, “perekonomian Indonesia masih didominasi oleh Industri Pengolahan sebesar 19,88 persen; diikuti oleh Pertanian, Kehutanan dan Perikanan sebesar 13,70 persen; Perdagangan Besar-Eceran, Reparasi Mobil-Sepeda Motor sebesar 12,93 persen; dan Konstruksi sebesar 10,71 persen; serta Pertambangan dan Penggalian sebesar 6,44 persen”.

Adapun faktor lain yang mendukung suatu perusahaan melakukan kegiatan *transfer pricing* ialah, bagi perusahaan multinasional nantinya mereka akan dihadapkan dengan permasalahan mengenai perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara, maka dari itu perusahaan melakukan perencanaan pajak agar jumlah tarif pajak yang dibayarkan oleh perusahaan dapat lebih efisien bagi perusahaan. Namun, secara tidak langsung hal tersebut akan memberikan pengaruh terhadap pendapatan penerimaan negara, yang dapat dilihat dari “realisasi pendapatan negara pada APBN 2020 sebesar Rp1.647,7 triliun atau 96,9% dari anggaran pendapatan pada APBN TA 2020. Realisasi pendapatan negara tersebut terdiri dari penerimaan perpajakan Rp1.285,1 triliun, Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Rp343,8 triliun, dan penerimaan hibah sebesar Rp18,8 triliun” (Kemenkeu.go.id).

Akibat dari pandemi Covid-19 penerimaan pajak mengalami kontraksi pada Tahun 2020. Namun demikian, penerimaan pajak masih menjadi sumber terbesar pendapatan negara. Hal tersebut dapat dilihat pada Realisasi pendapatan negara TA 2020 bahwa Penerimaan Perpajakan ialah sebesar “Rp1.285,1 triliun, Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) Rp343,8 triliun, dan penerimaan hibah Rp18,8 triliun” (Kemenkeu.go.id).

Tinggi rendahnya penerimaan pajak akan mempengaruhi pendapatan negara karena menurut Mardiasmo (2016:4) dalam Siamena, dkk, (2017), “fungsi yang paling utama dari pajak ialah digunakan sebagai alat ataupun sebuah sumber dalam meningkatkan pendapatan secara optimal ke kas negara yang mana dalam hal ini diperoleh dari penerimaan pajak”. “Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyatakan, bahwa pajak merupakan tulang punggung bagi penerimaan negara, terutama dalam kondisi krisis akibat tertekan pandemi Covid-19, maka dalam masa

krisis seperti saat ini, setiap kontribusi wajib pajak (WP) dalam membayar pajak menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati akan sangat bermanfaat bagi seluruh aspek di Indonesia” (medcom.id, 15/07/20). Di Indonesia sendiri telah banyak perusahaan yang tergolong sebagai WP badan dari berbagai macam sektor industri. Berdasarkan klikpajak.id, yang termasuk dalam kategori Wajib Pajak Badan adalah:

1. Badan

Badan adalah sekumpulan orang dan/atau modal yang melakukan usaha maupun tidak melakukan usaha, meliputi Perseroan Terbatas (PT), Perseroan Komanditer, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) atau Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan nama dan dalam bentuk apapun. Firma, kongsi, koperasi, dana pensiun, persekutuan, yayasan, perkumpulan, organisasi masa, organisasi sosial politik atau lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap (BUT).

2. *Joint Operation (JO)*

Joint Operation (JO) merupakan bentuk kerjasama operasi, yaitu perkumpulan dua badan atau lebih yang bergabung untuk menyelesaikan proyek, dimana bentuk kerja sama operasi dengan penyerahan Barang Kena Pajak dan/atau Jasa Kena Pajak atas nama bentuk kerja sama operasi. Penggabungan dua badan atau lebih ini bersifat sementara hingga proyek selesai. *JO* bukan merupakan “objek pajak dan pengenaan PPh atas penghasilan proyek tersebut dikenakan pada masing-masing badan anggota *JO* sesuai dengan bagian penghasilan yang diterimanya.

3. Kantor Perwakilan Perusahaan Asing

Wajib Pajak perwakilan dagang asing atau kantor perwakilan perusahaan asing (*representative office/liasion office*) yang didirikan untuk mengurus kepentingan di Indonesia yang bukan Bentuk Usaha Tetap (BUT).

4. Bendahara

Bendahara pemerintah bertugas membayar gaji, upah, honorarium, tunjangan, dan pembayaran lain sehubungan dengan pekerjaan, jasa, atau

kegiatan dan diwajibkan melakukan pemotongan atau pemungutan pajak sehubungan dengan pembayaran atas penyerahan barang dan jasa serta pembayaran lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan.

5. Penyelenggara Kegiatan

Pihak selain Wajib Pajak sebagaimana dimaksud dalam 4 kategori Wajib Pajak Badan di atas, adalah yang melakukan pembayaran imbalan dengan nama dan dalam bentuk apapun sehubungan dengan pelaksanaan kegiatan dan diwajibkan melakukan pemotongan pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan di bidang perpajakan.

Menurut Wardani (2018), “semakin besar penghasilan yang diperoleh berarti semakin besar beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan”. “Tingginya pajak terhutang yang harus dibayarkan perusahaan membuat perusahaan berusaha untuk meminimalkan beban pajak terhutang yang besar tersebut” Purwanggono (2015:3) dalam Wardani (2018). Undang-Undang (UU) Nomor 16 Tahun 2009 tentang “Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 ayat 1 berbunyi 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”.

Besarannya beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan membuat laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan menjadi berkurang, karena hal tersebut, membuat wajib pajak (WP) akan berusaha untuk menekankan pembayaran pajak menjadi serendah mungkin, agar laba bersih yang didapatkan oleh perusahaan tetap besar dan menguntungkan perusahaan.

Perusahaan dalam usaha menekankan pembayaran pajak sering kali melakukan perencanaan pajak (*tax planning*) yang merupakan upaya untuk meminimalkan pajak secara legal. Menurut Pohan (2017:20), “manfaat yang bisa diperoleh dari perencanaan pajak yang dilakukan secara cermat adalah penghematan kas keluar, karena beban pajak merupakan unsur biaya yang dapat dikurangi, mengatur aliran

kas masuk dan keluar (*cash flow*), dengan perencanaan pajak yang matang dapat diperkirakan kebutuhan kas untuk pajak dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat”. “Dalam menghemat pajak perusahaan ada 3 (tiga) cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk menghemat jumlah beban pajaknya, yaitu dengan *tax avoidance* yakni upaya penghindaran pajak yang dilakukan secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tidak bertentangan dengan ketentuan perpajakan, lalu *Tax Evasion* yaitu upaya penghindaran pajak dilakukan secara ilegal dan tidak aman bagi wajib pajak, dan cara penyelundupan pajak ini bertentangan dengan ketentuan perpajakan, dan ada *Tax Saving* yaitu suatu tindakan penghematan pajak yang dilakukan oleh wajib pajak secara legal dan aman bagi wajib pajak karena tanpa bertentangan dengan ketentuan perpajakan” (Saputra, 2020).

Di Indonesia sendiri, masalah penghindaran pajak juga terjadi yang mengakibatkan Indonesia merugi. Temuan tersebut diumumkan oleh *Tax Justice Network* yang melaporkan “akibat penghindaran pajak, Indonesia diperkirakan rugi hingga US\$ 4,86 miliar per tahun, dimana angka tersebut setara dengan Rp 68,7 triliun bila menggunakan kurs rupiah pada penutupan di pasar spot Senin (22/11/20), sebesar Rp 14.149 per dollar Amerika Serikat (AS)”. Dalam laporan *Tax Justice Network* yang berjudul “*The State of Tax Justice 2020: Tax Justice in the time of Covid-19*” disebutkan bahwa “dari angka tersebut, sebanyak US\$ 4,78 miliar setara Rp 67,6 triliun diantaranya merupakan buah dari penghindaran pajak korporasi di Indonesia, sementara sisanya US\$ 78,83 juta atau sekitar Rp 1,1 triliun berasal dari wajib pajak orang pribadi”. Laporan itu menyebutkan, “dalam praktiknya perusahaan multinasional mengalihkan labanya ke negara yang dianggap sebagai surga pajak, yang bertujuan untuk tidak melaporkan berapa banyak keuntungan yang sebenarnya dihasilkan di negara tempat berbisnis, yang mana pada akhirnya korporasi membayar pajak lebih sedikit dari yang seharusnya” (nasional.kontan.co.id). Direktur Jenderal (Dirjen) Pajak Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Suryo Utomo mengatakan “bahwa untuk meminimalisasi *tax avoidance*, pihaknya melakukan pengawasan terhadap transaksi yang melibatkan transaksi istimewa”. Kata Suryo, “biasanya *tax avoidance* muncul karena transaksi-

transaksi yang terjadi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau berelasi baik di dalam negeri maupun luar negeri, maka kini pihaknya terus meneliti bagaimana terjadinya *transfer pricing* termasuk *debt to equity ratio* dalam rangka mencegah adanya *base erosion and profit shifting (BEPS)*” (nasional.kontan.co.id).

Menurut kemenkeu.go.id, “*Base erosion and profit shifting (BEPS)* merupakan istilah yang digunakan untuk menjelaskan praktek usaha yang dilakukan oleh banyak perusahaan Multinasional (*MNCs*) untuk memindahkan keuntungan usahanya melalui skema transfer pricing ke negara yang menerapkan tarif pajak rendah/nol. Praktek *BEPS* akan berdampak pada hilangnya pendapatan potensial yang diterima setiap negara karena keuntungan suatu perusahaan akan ditransfer ke negara lain yang mengenakan kebijakan tarif pajak rendah”. Oleh karena itu praktek *BEPS* oleh perusahaan Multinasional (*MNCs*) akan menjadi tantangan serius bagi setiap negara dan dapat merugikan bagi negara-negara yang menerapkan tarif pajak normal atau tinggi.

Transfer pricing sendiri adalah “suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang umumnya dilakukan oleh perusahaan multinasional” (kemenkeu.go.id). Menurut Refgia (2017), “*transfer pricing* adalah harga yang ditentukan dalam suatu transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar dan cocok antar divisinya”. Pada Pasal 1 ayat (8) Peraturan DJP Nomor PER-32/PJ/2011, “definisi penentuan harga transfer (*transfer pricing*) adalah Penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa”.

Perbedaan penentuan harga transfer 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 mengakali jumlah profit perusahaan sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah, dan meningkatkan profit untuk memoles (*window-dressing*) laporan keuangan perusahaan”.

Transfer pricing dalam penelitian ini diukur menggunakan proporsi piutang kepada pihak berelasi (*Related Party Transaction*) terhadap total piutang perusahaan. “Transaksi kepada pihak berelasi adalah salah satu cara perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* dengan cara perusahaan anak menjual produk kepada induk perusahaan tanpa adanya keuntungan atau harga jual sama dengan harga pokok penjualan, sehingga perusahaan bisa rugi dan secara otomatis perusahaan anak tersebut tidak dikenakan pajak” (Melmusi, 2016). Menurut Indra Wijaya dan Anisa Amalia (2020), “hubungan istimewa mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, dan/atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan”. Maka dengan merambahnya perusahaan multinasional di Indonesia, potensi terjadinya *transfer pricing* pun akan semakin tinggi. Karena perusahaan dapat dengan mudah melakukan transaksi antar pihak berelasi, yang nantinya akan menguntungkan perusahaan dan memungkinkan dapat merugikan negara.

Pada “Pasal 18 UU Nomor 36 tahun 2008 tentang perubahan keempat atas UU Nomor 7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan, hubungan istimewa dianggap ada” apabila:

1. “Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain; hubungan antara Wajib Pajak dengan penyertaan paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih; atau hubungan di antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir”;
2. “Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung”;
3. “terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat”.

Dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor: PER-32/PJ/2011 “tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi Antara Wajib Pajak Dengan Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa Pasal 11, terdapat

aturan yang berbunyi, perusahaan dalam penentuan metode Harga Wajar atau Laba Wajar wajib melakukan kajian untuk menentukan metode Penentuan Harga Transfer yang paling sesuai (*The Most Appropriate Method*), serta Wajib Pajak wajib mendokumentasikan kajian yang dilakukan dan menyimpan buku, dasar catatan, atau dokumen sesuai dengan ketentuan yang berlaku”.

“Pada dasarnya, penentuan harga atas transaksi penjualan kepada pihak berelasi akan cenderung berbeda dengan penjualan yang dilakukan kepada pihak ketiga karena 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” (Pahlevi, dkk., 2019). Peraturan *Transfer pricing documentation* sendiri diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 213/PMK.03/2016 tentang Jenis Dokumen Dan/Atau Informasi Tambahan Yang Wajib Disimpan Oleh Wajib Pajak Yang Melakukan Transaksi Dengan Para Pihak Yang Mempunyai Hubungan Istimewa, Dan Tata Cara Pengelolaannya.

Dapat disimpulkan, potensi terjadinya *transfer pricing* akan semakin tinggi jika perusahaan mempunyai tujuan tertentu, dengan cara perusahaan melakukan penjualan kepada pihak berelasi namun dengan harga yang tinggi, sehingga laba perusahaan menjadi tinggi. Ataupun melakukan penjualan kepada pihak berelasi namun dengan harga yang rendah, sehingga laba perusahaan menjadi rendah. Tetapi sebaliknya, jika perusahaan memilih untuk tidak melakukan penjualan kepada pihak berelasi maka potensi terjadinya *transfer pricing* akan semakin rendah. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi potensi terjadinya *transfer pricing*, pada penelitian ini faktor-faktor yang dapat mempengaruhi potensi terjadinya *transfer pricing* adalah pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *tunneling incentive*.

Pajak sendiri 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). Dengan sifat yang memaksa maka perusahaan diharuskan untuk melakukan pembayaran pajak. Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, salah satu caranya ialah dengan melakukan *transfer pricing*. Karena dengan pembayaran pajak yang tinggi maka laba perusahaan akan berkurang dan membuat perusahaan merugi. Praktik *transfer pricing* yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara menaikkan harga beli dan menurunkan harga jual antar perusahaan berelasi, dan mentransfer laba kepada perusahaan yang berada di negara yang mempunyai tarif pajak rendah. Maka jika suatu negara mempunyai tarif pajak yang tinggi hal itu memungkinkan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Pajak dalam penelitian ini diukur dengan *Effective Tax Rate (ETR)*. *ETR* adalah tarif pajak efektif yang harus dibayarkan oleh perusahaan berdasarkan pelaporan akuntansi keuangan yang berlaku. Dalam perhitungannya *ETR* di hitung berdasarkan beban pajak yang dibagi dengan laba sebelum pajak. Beban pajak adalah jumlah agregat pajak kini (*current tax*) dan pajak tangguhan (*deffered tax*) yang diperhitungkan berdasarkan laporan keuangan perusahaan. Laba sebelum pajak adalah jumlah laba yang didapatkan sebelum dikurang dengan biaya pajak yang wajib untuk dibayarkan. Maka jika *ETR* tinggi, hal tersebut membuat tarif pajak penghasilan yang ditanggung oleh perusahaan menjadi lebih tinggi dari seharusnya, hal tersebut membuat perusahaan berusaha untuk melakukan pengurangan beban pajak, yakni dengan memprioritaskan penjualan ke pihak berelasi dalam negeri seperti kepada UMKM yang menerapkan tarif pajak penghasilan final, maupun ke luar negeri dengan tarif pajak yang lebih rendah. Sehingga akan memperkecil total beban pajak keseluruhan yang harus di bayarkan oleh perusahaan. Dengan tingginya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi, akan menyebabkan piutang kepada pihak berelasi akan menjadi tinggi, hal ini mengindikasikan terjadinya *transfer pricing* pun tinggi. Tetapi sebaliknya, jika *ETR* rendah, hal tersebut membuat tarif pajak penghasilan yang ditanggung oleh

perusahaan sudah rendah, hal ini membuat perusahaan tidak memiliki motivasi untuk melakukan pengurangan beban pajak seperti dengan melakukan penjualan ke pihak berelasi, di karenakan beban pajak yang di bayarkan oleh perusahaan sudah rendah. Dengan rendahnya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi maka piutang kepada pihak berelasi akan rendah, yang menyebabkan indikasi terjadinya *transfer pricing* pun rendah.

Hasil penelitian Wijaya & Anisa (2020), menunjukkan bahwa “pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Dan Hasil penelitian Refgia (2017), menunjukkan bahwa “pajak berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*”.

Selain menurunkan beban pajak, faktor lain yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Mekanisme bonus adalah “kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang di targetkan perusahaan” (Sukma, 2018). Pada penelitian ini mekanisme bonus diukur dengan Indeks Trend Laba Bersih untuk mengetahui perbedaan laba bersih antar tahun, yang dihitung dengan membandingkan laba bersih tahun berjalan dengan laba bersih tahun sebelum. “Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen kunci” (Refgia, 2017). Maka dari itu, untuk mendapatkan bonus yang maksimal mengakibatkan direksi atau manajemen kunci melakukan manipulasi terhadap laporan keuangan dengan meningkatkan laba perusahaan tersebut, yang dapat dilakukan dengan melakukan penjualan ke pihak berelasi. Dengan kebijakan bonus yang tepat, pemilik perusahaan berharap agar manajemen dapat meningkatkan kinerja perusahaan dengan mengefisiensikan pembayaran pajak perusahaan.

Jika nilai mekanisme bonus rendah, artinya laba bersih tahun berjalan yang diperoleh perusahaan mengalami penurunan dibandingkan dengan laba bersih perusahaan tahun sebelumnya, yang mengindikasikan bonus yang didapatkan oleh direksi atau manajemen kunci menjadi rendah. Hal tersebut membuat direksi atau manajemen kunci perusahaan berinisiatif untuk melakukan rekayasa terhadap

laporan keuangan dengan meningkatkan laba perusahaan tersebut, yang dapat dilakukan dengan melakukan penjualan dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi ke pihak berelasi. Dengan tingginya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi, maka piutang kepada pihak berelasi akan menjadi tinggi, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun tinggi. Tetapi sebaliknya, jika laba bersih perusahaan mengalami peningkatan maka bonus yang akan diterima oleh direksi atau manajemen kunci akan semakin tinggi, oleh karena itu direksi atau manajemen kunci tidak perlu mereayasa laporan keuangan untuk meningkatkan laba perusahaan dengan melakukan penjualan dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi ke pihak berelasi, dikarenakan laba bersih perusahaan sudah tinggi. Dengan rendahnya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi, maka piutang kepada pihak berelasi akan menjadi rendah, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun rendah.

Hasil penelitian Tania & Kurniawan (2019) menunjukkan “mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap” *transfer pricing*. Dan hasil penelitian Refgia (2017) menunjukkan “mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*”.

Selanjutnya faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan pada penelitian ini diukur dengan *logaritma natural* total aset. Menurut Anggraeni (2021) “aset merupakan kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan yang digunakan sebagai proses bisnis atau pengelolaan bisnis yang dapat menghasilkan keuntungan”. Surbakti (2012) dalam Refgia (2017) mengungkapkan bahwa, “perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil”. “Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen” (Ratsianingrum, 2020). Semakin besar ukuran suatu perusahaan

membuat perusahaan mendapatkan perhatian lebih oleh pihak eksternal seperti pemerintah, investor maupun masyarakat, yang membuat perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk berlaku patuh dan kurang memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba seperti melakukan penjualan ke pihak berelasi dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi. Dikarenakan pihak eksternal seperti pemerintah, investor maupun masyarakat lebih memperhatikan perusahaan besar, maka perusahaan yang berukuran lebih kecil lebih memiliki dorongan untuk mengelola perusahaan tersebut menjadi lebih baik dengan melakukan manajemen laba seperti memprioritaskan penjualan ke pihak berelasi dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi, guna meningkatkan laba perusahaan serta agar dapat menarik perhatian calon investor dan masyarakat.

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang berukuran lebih kecil lebih memiliki dorongan atau motivasi untuk melakukan manajemen laba seperti memprioritaskan penjualan ke pihak berelasi dengan kuantitas dan harga yang lebih tinggi agar dapat meningkatkan laba perusahaan, dikarenakan perusahaan yang memiliki laba stabil atau meningkat dalam kurun waktu tertentu lebih dapat menarik calon investor untuk penanaman modal, maupun kreditur untuk memberikan pinjaman. Sehingga, semakin kecil ukuran perusahaan motivasi perusahaan untuk melakukan penjualan ke pihak berelasi menjadi tinggi, maka piutang kepada pihak berelasi akan menjadi tinggi, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun tinggi. Tetapi sebaliknya, semakin besar ukuran perusahaan motivasi perusahaan untuk melakukan penjualan ke pihak berelasi menjadi rendah, maka piutang kepada pihak berelasi akan menjadi rendah, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun rendah.

Pada hasil penelitian Ratsianingrum, dkk, (2020) menunjukkan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*”. Dan hasil penelitian Afifah (2020) menunjukkan bahwa “ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”.

Faktor lain yang mempengaruhi *transfer pricing* ialah profitabilitas. Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba atau

keuntungan yang berasal dari kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam pelaksanaan kegiatannya perusahaan mengharapkan perusahaan mendapatkan laba yang tinggi, namun tinggi nya laba perusahaan tersebut secara tidak langsung akan membuat perusahaan harus melakukan pembayaran pajak yang tinggi dan hal ini akan merugikan perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan akan mencari cara untuk menghindari pembayaran pajak yang tinggi tersebut dengan melakukan *transfer pricing*. “Apabila Profitabilitas perusahaan tinggi, maka indikasi terjadinya *Transfer Pricing* akan lebih rendah, namun apabila profitabilitas perusahaan rendah, maka indikasi terjadinya *Transfer Pricing* akan lebih tinggi” (Ginting, dkk. 2019).

Profitabilitas dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* dengan rumus laba setelah pajak dibagi dengan rata-rata total aset. *ROA* merupakan salah satu jenis rasio profitabilitas yang dapat mengukur efisiensi perusahaan dalam menghasilkan laba dari total aset perusahaan yang digunakan. *ROA* yang tinggi mengartikan semakin efisien penggunaan suatu aset perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan. Namun dengan tingginya laba yang dihasilkan oleh perusahaan, mengakibatkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan menjadi tinggi. Hal tersebut membuat perusahaan memiliki inisiatif untuk melakukan pengurangan beban pajak dengan cara melakukan penjualan ke pihak berelasi dengan kuantitas besar namun harga yang rendah dengan tujuan mengalihkan keuntungan kepada pihak berelasi untuk mengurangi pembayaran pajak. Dengan tingginya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi, maka piutang kepada pihak berelasi akan meningkat terhadap total penjualan yang dilakukan perusahaan, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun tinggi. Namun sebaliknya, *ROA* yang rendah mengindikasikan tidak efisien penggunaan suatu aset perusahaan dalam menghasilkan laba perusahaan. Maka, laba yang dihasilkan oleh perusahaan akan rendah, dan beban pajak yang dibayarkan oleh perusahaan sudah rendah, hal tersebut membuat perusahaan tidak mempunyai inisiatif untuk melakukan pengurangan beban pajak seperti dengan melakukan penjualan ke pihak berelasi, dikarenakan beban pajak yang di bayarkan oleh perusahaan sudah rendah. Dengan rendahnya jumlah transaksi penjualan ke

pihak berelasi, maka piutang kepada pihak berelasi akan menjadi rendah, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun rendah.

Pada hasil penelitian Sari & Mubarak (2018) menunjukkan bahwa “profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*”. Dan hasil penelitian Ginting, dkk, (2019) menunjukkan bahwa “profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*”.

Selain pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, dan profitabilitas, faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* ialah *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* muncul karena “adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas, hal ini dikarenakan pemegang saham mayoritas lebih mengendalikan sepenuhnya manajemen suatu perusahaan atau anak perusahaan” (Rosa, dkk, 2017). “Pemegang saham mayoritas atau pengendali dapat melakukan kegiatan berupa transfer aset maupun sumber daya perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh manfaat pribadi” (Mineri, 2021). Pengendalian sepenuhnya oleh pemegang saham mayoritas mengakibatkan pemegang saham minoritas merugi karena tidak mendapat keuntungan yang besar seperti pemegang saham mayoritas, tetapi ikut menanggung biaya yang dibebankan.

Perhitungan *tunneling incentive* pada penelitian ini diperoleh dari jumlah kepemilikan saham terbesar dibagi dengan jumlah saham beredar. Jika nilai *tunneling incentive* tinggi, maka artinya kepemilikan saham dari perusahaan tersebut terkonterasi pada pihak yang memiliki saham mayoritas atau pengendali. Sehingga keputusan manajemen akan dikendalikan dan dibuat untuk menguntungkan pihak pengendali tersebut, seperti dengan melakukan penjualan dengan kuantitas yang besar dengan harga yang rendah sehingga keuntungan perusahaan lebih kecil karena dialihkan ke perusahaan pemegang saham mayoritas atau pengendali, yang mengakibatkan meningkatnya jumlah piutang kepada pihak berelasi terhadap piutang perusahaan, hal ini mengindikasikan potensi terjadinya *transfer pricing* pun tinggi. Namun sebaliknya, jika nilai *tunneling incentive* rendah, maka artinya kepemilikan saham dari perusahaan tersebut tidak

terkonsentrasi pada pihak yang memiliki saham mayoritas atau pengendali. Sehingga keputusan manajemen tidak akan dikendalikan dan dibuat untuk menguntungkan pihak yang memiliki saham terbesar. Maka penjualan dengan kuantitas yang besar dengan harga yang rendah tidak akan dilakukan, yang mengakibatkan jumlah piutang kepada pihak berelasi terhadap piutang perusahaan menjadi rendah, hal ini mengindikasikan rendahnya jumlah transaksi penjualan ke pihak berelasi yang membuat potensi terjadinya *transfer pricing* pun rendah.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) menunjukkan bahwa “*tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Dan hasil penelitian Rosa, dkk, (2017) menunjukkan bahwa “*tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*”.

Penelitian ini mereplikasi penelitian yang dilakukan oleh Thesa Refgia (2017) dengan judul “Pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang listing di BEI tahun 2011-2014”. Perbedaan mendasar penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ialah:

1. Peneliti memasukan variabel lain yang dimungkinkan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, yaitu Profitabilitas. Penambahan variabel tersebut mengacu kepada penelitian Eling Pamungkas Sari dan Abdullah Mubarak (2018) dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Pajak Dan *Debt Covenant* Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar Di BEI Tahun 2012-2016)”. Karena berdasarkan penelitian-penelitian lain nya profitabilitas memungkinkan untuk berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. Peneliti menghapus variabel independen yang terdapat pada penelitian sebelumnya dan beberapa penelitian lain yang menyatakan bahwa hasil untuk kepemilikan asing ternyata tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
3. Peneliti terdahulu menggunakan sampel pada perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI tahun 2011-2014, sedangkan

penelitian ini menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020.

Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020)”**

1.2 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang merupakan perusahaan multinasional (*Multi National Companies*). Adapun periode pengamatan dalam penelitian ini adalah selama 3 tahun yaitu pada tahun 2018 sampai dengan tahun 2020.
2. Variabel dependen yang diteliti adalah potensi terjadinya *transfer pricing* yang di proksikan dengan dengan proporsi piutang kepada pihak berelasi (*Related Party Transaction*) terhadap total piutang perusahaan. Sedangkan variabel independen pada penelitian ini adalah pajak yang diukur dengan *Effective Tax Rate (ETR)*, mekanisme bonus yang diukur dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih, ukuran perusahaan yang diukur menggunakan *logaritma natural* total aset perusahaan, profitabilitas yang diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)*, dan *tunneling incentive* yang diukur dengan jumlah kepemilikan saham terbesar dibagi dengan jumlah saham beredar.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Apakah pajak yang di proksikan dengan *ETR* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*?
2. Apakah mekanismme bonus yang di proksikan dengan Indeks Trend Laba Bersih berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*?

3. Apakah ukuran perusahaan yang di proksikan dengan *logaritma natural* total aset perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*?
4. Apakah profitabilitas yang di proksikan dengan *ROA* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*?
5. Apakah *tunneling incentive* yang di proksikan dengan Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh pajak yang di proksikan dengan *ETR* terhadap *transfer pricing*.
2. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh mekanisme bonus yang di proksikan dengan Indeks Trend Laba Bersih terhadap *transfer pricing*.
3. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh ukuran perusahaan yang di proksikan dengan *logaritma natural* total aset perusahaan terhadap *transfer pricing*.
4. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas yang di proksikan dengan *ROA* terhadap *transfer pricing*.
5. Untuk mendapatkan bukti empiris mengenai pengaruh *tunneling incentive* yang di proksikan dengan Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar terhadap *transfer pricing*.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan masukan untuk pemerintah untuk lebih memperhatikan perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa sehingga dapat meminimalisir kecurangan terhadap kebijakan *transfer pricing* di Indonesia.

2. Pengguna Informasi Laporan Keuangan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan membantu pengguna informasi laporan keuangan agar lebih teliti dan berhati-hati dalam menganalisis terjadinya kecurangan, dan dapat membantu suatu pengambilan keputusan.

3. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih untuk masyarakat tentang *transfer pricing* yang terjadi dalam perusahaan manufaktur.

4. Mahasiswa dan Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dengan memberikan gambaran faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* dan sebagai referensi peneliti selanjutnya.

5. Peneliti

Dapat memperluas wawasan serta pengetahuan mengenai pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang Latar Belakang, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II: TELAAH LITERATUR

Bab ini menguraikan landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka teoritis, serta hipotesis penelitian ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang objek penelitian, pendekatan penelitian yang digunakan, variabel penelitian, jenis data penelitian, teknik dalam pengambilan sampel, dan metode analisis yang digunakan.

BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tentang hasil penelitian, dari tahap analisis, desain, hasil pengujian hipotesis, dan implementasi berupa penjelasan teoritik secara kuantitatif.

BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menguraikan tentang simpulan dan saran. Kesimpulan menjelaskan tentang hasil dari masalah penelitian beserta informasi tambahan yang didapatkan atas dasar penelitian. Pada bab ini juga menguraikan saran, keterbatasan untuk penelitian selanjutnya dan implikasi.

