

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Globalisasi membawa perubahan yang sangat pesat pada setiap aspek kehidupan, termasuk perekonomian dunia yang ditandai dengan bertumbuhnya aktivitas bisnis berskala global. Globalisasi membuat perkembangan perekonomian di dunia menjadi sangat pesat dan membuat batasan-batasan negara menjadi hampir tidak ada. Hal ini semakin mendorong banyaknya perusahaan melebarkan sayap usahanya tidak hanya di satu negara saja. Ada banyak perusahaan yang melakukan pengembangan usahanya melalui anak perusahaan maupun memperbanyak cabang perusahaan ke negara-negara lain atau yang dikenal dengan istilah perusahaan multinasional (Nurlaila, 2019).

Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi internasional turut mendorong berkembangnya perusahaan multinasional. Salah satu alasan yang mendasari berkembangnya perusahaan multinasional adalah karena adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di tiap-tiap negara. Hal ini memungkinkan perusahaan multinasional memindahkan labanya ke negara dengan tarif pajak yang rendah, sehingga dapat memperkecil beban pajak sebagai upaya dalam memaksimalkan keuntungan. Hal ini dikenal dengan istilah *transfer pricing* (Kurniawan, 2015:39).

*Transfer pricing* merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud kepada anak perusahaan atau kepada pihak yang berelasi atau

mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara. Transaksi *transfer pricing* dapat terjadi pada divisi-divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan yang ada di luar negeri (Hartati et al., 2015). Dalam prakteknya *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk mengalihkan keuntungan ke perusahaan cabang yang berada di negara yang pajaknya bertarif rendah. Cara mengalihkan keuntungan tersebut diantaranya dengan merekayasa harga penjualan dan atau harga pembelian menjadi lebih rendah atau lebih tinggi dari harga pasar.

Semakin banyaknya perusahaan multinasional menyebabkan permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang sangat menarik dan mendapatkan perhatian dari otoritas perpajakan di berbagai negara. Hal tersebut menyebabkan semakin banyak negara di dunia yang mulai membuat dan memperkenalkan peraturan mengenai aktivitas *transfer pricing* termasuk Indonesia (Nurlaila, 2019).

Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) tentang pajak penghasilan yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, dan atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa itulah yang dikenal dengan

istilah *transfer pricing*. Hal tersebut dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak (*tax base*) atau biaya dari suatu wajib pajak kepada wajib pajak lainnya yang dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut.

Adapun kasus yang berkaitan dengan *transfer pricing* diketahui dari hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP) membongkar motif sebanyak 2.000 perusahaan multinasional atau asing yang teridentifikasi mengemplant pajak. Rata-rata perusahaan tersebut menunggak pajak jenis Pajak Penghasilan (PPH) Badan pasal 25 dan 29.

Menurut Direktur Pelayanan dan Penyuluhan Hubungan Masyarakat (P2 Humas) DJP Mekar Satria Utama, rata-rata 2.000 perusahaan asing tersebut menggunakan modus *transfer pricing*. Tujuannya, pertama untuk mengakali jumlah profit sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah. Kedua, menggelembungkan profit untuk memoles (*window-dressing*) laporan keuangan. Dari praktik ini negara dirugikan triliunan rupiah karena praktek *transfer pricing* perusahaan asing di Indonesia (Liputan6.com). Contoh kasusnya yaitu pada PT. Toyota Motor Manufacturing yang terendus setelah Direktorat Jenderal Pajak secara simultan memeriksa semua surat Pemberitahuan Pajak Tahunan (SPT) Toyota Manufacturing pada tahun 2005.

Selanjutnya, untuk tahun 2007 dan 2008 pajak PT. Toyota Motor Manufacturing juga ikut diperiksa. Pemeriksaan dilakukan karena PT. Toyota Motor Manufacturing mengklaim kelebihan membayar pajak pada tahun-tahun tersebut, dan meminta negara untuk mengembalikan kelebihan tersebut (restitusi). Dari pemeriksaan SPT PT. Toyota Motor Manufacturing pada tahun 2005, petugas pajak menemukan sejumlah kejanggalan. Pada tahun 2004 laba bruto Toyota anjlok lebih dari 30%, dari 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 sebelumnya 14,59% (2003) menjadi sebesar 6,58% setahun kemudian. Pada pertengahan tahun 2003, Astra menjual Sebagian besar sahamnya di Toyota Astra Motor kepada Toyota Motor Corporation Jepang. Alasannya, Astra mempunyai utang yang telah jatuh tempo dan tak bisa ditangguhkan lagi. Sehingga kini, Toyota Jepang menguasai 95% saham Toyota Astra Motor. Nama perusahaan berubah menjadi Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Untuk menjalankan fungsi distribusi di pasar domestik, Astra dan Toyota Motor Corporation Jepang kemudian mendirikan perusahaan agen tunggal pemegang merek dengan nama lama yaitu Toyota Astra Motor (TAM). Pada perusahaan ini Astra menjadi pemegang saham mayoritas dengan menguasai 51% saham. Sisanya dimiliki Toyota Motor Corporation Jepang. Setelah restrukturisasi itulah, laba gabungan kedua perusahaan Toyota anjlok. Melorotnya keuntungan Toyota membuat setoran pajaknya kepada pemerintah berkurang. Adapun suatu kejanggalan yaitu meski laba perusahaan turun, omzet produksi dan penjualan

mereka pada tahun tersebut justru mengalami kenaikan sebesar 40%. Pemeriksa pajak menemukan jawabannya ketika memeriksa struktur harga penjualan dan biaya Toyota dengan lebih seksama dan teliti. Toyota diduga telah memainkan harga transaksi dengan pihak terafiliasi dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti secara tidak wajar (Majalah.tempo.co, 2014).

Berdasarkan uraian isu diatas memperlihatkan bahwa *transfer pricing* merupakan salah satu skema yang sangat rawan untuk dijadikan jalan pintas dalam memaksimalkan laba. Ada beberapa indikator yang diperkirakan dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan tindakan *transfer pricing*. Beberapa diantaranya yaitu mekanisme bonus, kepemilikan asing, *exchange rate* dan ukuran perusahaan.

Mekanisme bonus biasanya digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja para karyawannya, sehingga laba yang dihasilkan setiap tahunnya semakin meningkat. Namun ada juga perusahaan yang menginginkan bonus besar dengan mengubah laba yang dilaporkan (Saifudin dan Lucky, 2018). Untuk merealisasikan hal tersebut maka dapat dimungkinkan bahwa mekanisme bonus dapat mempengaruhi *transfer pricing* sebagaimana hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Saifudin dan Lucky (2018), dan Melmusi (2017) yang menyatakan bahwa *bonus plan* (mekanisme bonus) berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Adapun perbedaan hasil penelitian yaitu dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrasti (2016), Refgia (2017), Mayantya (2018), dan Sukma

(2018) yang menyatakan bahwa *bonus plan* (mekanisme bonus) tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Kepemilikan saham oleh pihak asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak dari luar negeri baik individu maupun institusional. Pada saat kepemilikan saham pengendali asing semakin besar, maka pemegang saham pengendali asing memiliki kendali yang semakin besar dalam menentukan keputusan dalam perusahaan yang menguntungkan dirinya termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Hal ini dimungkinkan bahwa kepemilikan asing dapat mempengaruhi banyak sedikitnya *transfer pricing* yang dapat terjadi. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indrasti (2016), Husna (2017), dan Refgia (2017) yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan semakin tinggi hak kendali yang dimiliki oleh pemegang saham pengendali, maka memungkinkan untuk pemegang saham pengendali memerintahkan manajemen melakukan transaksi *transfer pricing*. Disisi lain penelitian yang dilakukan Suprianto dan Raisa (2017), Tiwa et al. (2016) dan Melmusi (2017) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Exchange rate* atau nilai tukar mata uang atau yang sering disebut dengan kurs adalah harga satu unit mata uang asing dalam mata uang domestik atau dapat juga dikatakan harga mata uang domestik terhadap mata uang asing (Mayantya, 2018). Arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata

uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Andraeni (2017) yang menemukan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing* sedangkan penelitian yang ditemukan oleh Cahyadi dan Naniek (2018), Mayantya (2018) menunjukkan *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Adapun faktor lain yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* yaitu ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Perusahaan yang lebih besar biasanya terlibat dalam lebih banyak aktivitas bisnis dan transaksi keuangan daripada perusahaan kecil, sehingga memberikan kesempatan tambahan untuk secara signifikan menghindari pajak perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan besar dapat mencapai skala ekonomi melalui perencanaan pajak dan memiliki sumber daya yang insentif untuk mengurangi beban pajak perusahaan (Suprianto dan Raisa, 2018). Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing* dan hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurjanah et al. (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing* tetapi berbeda dengan hasil penelitian Refgia (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Setelah mengetahui pengertian *transfer pricing* dan beberapa faktor yang diindikasikan dapat mempengaruhinya, maka yang menarik untuk dicermati adalah proses manipulasi harga, dimana suatu perusahaan menjual produk-produknya ke grup perusahaannya yang terletak di negara lain yang terikat dalam suatu hubungan istimewa dengan penetapan harga diatas atau dibawah harga pasar. Namun dalam islam harga pasar terjadi secara alami tanpa campur tangan pemerintah dan ulah para pedagang, karena islam memberikan kebebasan pasar, dan menyerahkan pada hukum naluri yang kiranya dapat melaksanakan fungsinya selaras dengan penawaran dan permintaan. Pemerintah pun tidak diperkenankan menetapkan harga jika kondisi pasar berjalan sesuai aturan, karena masalah harga merupakan masalah yang *invisible*, dan hanya Allah-lah yang berwenang menetapkan harga. Hal tersebut sesuai dengan hadist Rasulullah Shalallahu Alaihi Wasallam yang berbunyi: “*Sesungguhnya Allah-lah yang (berhak) menetapkan harga dan menahannya, melapangkan dan memberi rezeki...*” (HR. Abu Dawud).

Abu Yusuf berpendapat harga tidak bergantung pada penawaran saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan permintaan. Karena itu, peningkatan atau penurunan harga tidak selalu berhubungan dengan penurunan atau peningkatan produksi. Abu Yusuf menegaskan bahwa ada beberapa variabel lain yang dapat mempengaruhi, tetapi dia tidak menjelaskan lebih rinci. Bisa jadi variabel itu adalah penimbunan atau penahanan barang atau kegiatan suatu perusahaan dalam memonopoli suatu pasar. Pelaku usaha dilarang untuk melakukan praktek



monopoli dan jasa persaingan yang tidak sehat sebagaimana firman Allah Subhanahu Wa Ta'alla :

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ

Artinya :

“Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.”(QS. Asy Syu’ara’ (26) : 183)

Adapun yang terjadi pada praktek *transfer pricing*, yaitu adanya permainan harga antara perusahaan terafiliasi, dimana harga yang berlaku diantara mereka berbeda dengan harga pasar. Harga tersebut memang sengaja dirancang sedemikian rupa untuk tujuan mengalihkan keuntungannya ke cabang perusahaannya yang berada di negara yang tarif pajaknya rendah, sehingga pajak yang akan dibayarkan menjadi lebih rendah dan keuntungannya pun meningkat. Transaksi *transfer pricing* dalam hal menaik-turunkan harga baik pada harga penjualan maupun harga pembelian tergolong perbuatan yang zhalim, karena menetapkan harga tanpa melalui permintaan dan penawaran dan juga dapat merugikan pemerintah. Dimana pendapatan pemerintah menjadi berkurang karena pajak yang diterimanya menjadi kecil. Hal tersebut juga merupakan suatu kecurangan yang tidak diperkenankan didalam islam sesuai dengan hadits Rasulullah Shalallahu Alaihi Wasallam : “Siapa saja menipu (berbuat curang) maka dia bukan dari golonganku.” (HR Muslim).

Dari fenomena-fenomena yang telah terjadi dan dari hasil penelitian terdahulu atas beberapa variabel yang berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda, bahkan bertentangan antara hasil penelitian yang satu dengan hasil penelitian yang lainnya, sehingga hal tersebut menarik minat penulis untuk melakukan penelitian kembali mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini diberi judul **“Pengaruh Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing, *Exchange Rate*, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing* dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam Studi Pada Perusahaan *Consumer Goods Industry* Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dibuat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
2. Bagaimana pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

3. Bagaimana pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?
5. Bagaimanakah pandangan islam mengenai hubungan mekanisme bonus, kepemilikan asing, *exchange rate*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.
4. Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

5. Untuk mengetahui bagaimana pandangan islam mengenai hubungan mekanisme bonus, kepemilikan asing, *exchange rate*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penulisan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya yang membahas lingkup masalah yang sama yaitu *transfer pricing*.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi evaluasi bagi pemerintah terkait praktik-praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan sehingga kedepannya pemerintah diharapkan dapat menentukan kebijakan yang tepat dalam mengatasi praktik *transfer*.