

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dan globalisasi yang pesat telah mendorong perusahaan untuk memperluas operasinya tidak hanya di satu negara. Hal tersebut dapat diperlihatkan dengan banyaknya perusahaan yang mengembangkan usahanya melalui anak perusahaan atau cabangnya ke negara lain atau disebut juga dengan perusahaan multinasional. Morschett et al. (2015;11) memaparkan bahwa *Multinational Corporations* (MNCs) ialah entitas yang berada di dua negara atau lebih terlepas dari badan hukum dan bidang kegiatan entitas tersebut. Entitas tersebut belum tentu merupakan pabrik produksi melainkan hanya sebatas penjualan sesama afiliasi. Pelanggan terdekat biasanya masih termasuk dalam afiliasi, perusahaan yang dimiliki saham 95% akan dilihat sebagai bagian dari jaringan intra-organisasi (Morschett et al., 2015;13).

Beberapa tahun terakhir terdapat praktik pajak yang dilakukan oleh kelompok MNCs yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sejumlah perusahaan menggunakan transaksi bisnis dengan pihak afiliasi untuk menjalankan praktik *transfer pricing*. *Transfer pricing* ialah transaksi antara pihak-pihak afiliasi untuk mempengaruhi kondisi transaksi yang dapat melibatkan penyediaan properti atau layanan, penggunaan aset termasuk aset tidak berwujud, dan penyediaan keuangan

yang semuanya perlu diberi harga (Cooper et. al., 2016;3). Ada dua jenis transaksi dalam *transfer pricing* yaitu *intra-company* dan *inter-company*. *Transfer pricing* dalam intra perusahaan adalah harga transfer antar departemen dalam sebuah perusahaan. Sedangkan *transfer pricing* dalam intercompany ialah transaksi antara dua perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Jafri & Mustikasari, 2018).

Fenomena *transfer pricing* di Indonesia pada tahun 2016. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) menyebutkan terdapat 2.000 perusahaan multinasional di Indonesia gagal membayar Pajak Penghasilan Badan ([www.finance.detik.com](http://www.finance.detik.com), 2016). Sebanyak 2.000 MNCs tersebut telah menghindari membayar PPh Badan dengan alasan kerap merugi. Sebagai entitas yang berfokus pada profit, praktik *transfer pricing* yang dilakukan MNCs berupaya untuk mengurangi beban pajak (Yulia et al., 2019). Menurut John Hutagol yang menjabat sebagai Direktur Perpajakan Internasional di Direktorat Jenderal Pajak mengatakan bahwa *transfer pricing* adalah masalah global karena adanya banyak penipuan yang dilakukan oleh perusahaan dengan menggunakan tarif pajak berbeda (kontan.co.id, 2017).

Transaksi hubungan istimewa terjadi dalam lingkungan perusahaan multinasional pada satu grup perusahaan atau antar sesama anggota perusahaan. Dari sudut pandang pemerintah, MNCs memindahkan keuntungan yang didapatnya ke anggota perusahaan dalam satu grup di negara lain yang memiliki tarif pajak rendah lalu memanfaatkan celah peraturan perpajakan untuk melakukan perencanaan pajak dengan melakukan *transfer pricing* sehingga MNCs akan membayar pajak rendah

(Mulyani et al., 2020). Di sisi bisnis, perusahaan akan menekan biaya-biaya yang dilakukan dalam produksi usaha termasuk meminimalkan pembayaran pajak perusahaan. Menurut anggota Dewan Pengurus Nasional IAI, Maliki Heru Santosa dilansir dari <https://economy.okezone.com> (2015):

*“Transfer pricing dirancang untuk menilai dan mengukur kinerja suatu perusahaan. Namun, transfer pricing sering digunakan perusahaan multinasional untuk meminimalkan pajak yang dibayarkan antar departemen melalui upaya transfer pricing.”*

Praktik *transfer pricing* merupakan satu di antara yang ada dalam melakukan *tax planning* di perusahaan yang bertujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan mengatur harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Makenta Evan et. al, 2017). Selama lima tahun terakhir, fenomena *transfer pricing* telah menjadi isu global yang kompleks dan tidak dapat diselesaikan sebagian. Direktur Eksekutif Center for Indonesian Taxation, Yustinus Prabowo menuturkan bahwa praktik *transfer pricing* lebih banyak dilakukan oleh MNCs untuk menyusutkan setoran pajak ke negara. Akibatnya, Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak hingga Rp100 Triliun setiap tahunnya (<https://economy.okezone.com>, 2015).

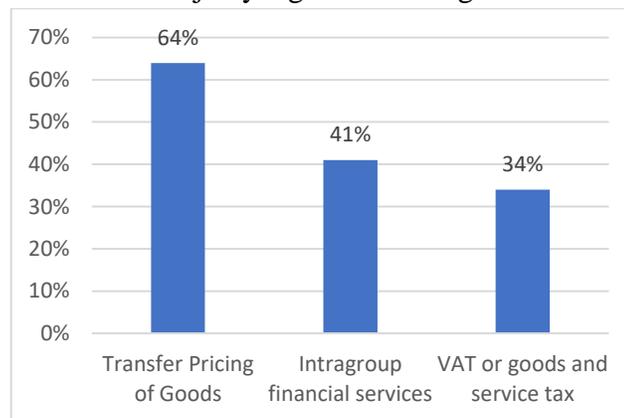
Motivasi utama praktik *transfer pricing* cenderung sebagai motif dalam penghindaran pajak (Darussalam et. al, 2013;44). Kasus penghindaran pajak salah satunya ialah PT. Toyota Manufacturing Indonesia dalam praktik *transfer pricing*. Metode penghindaran pajak yang dikerjakan oleh PT Toyota Manufacturing

Indonesia adalah mengendalikan transaksi penjualan dengan pihak berelasinya yang berlokasi di Singapura. Namun, transaksi tersebut di luar prinsip kewajaran dan kelaziman. Hal tersebut dikarenakan Singapura menerapkan pajak 17% lebih rendah dibandingkan dengan Indonesia yang megaplikasikan pajak progresif sebesar 10%, 15% dan 30% (Henrayana, 2016), Dengan demikian hal tersebut tidak diterima Direktorat Jenderal Pajak.

Di Indonesia, kasus *transfer pricing* lainnya dilakukan oleh PT Adaro Energy Tbk dengan pihak afiliasinya yang berada di Singapura yaitu Coaltrade Services International Pte, Ltd. kasus ini terjadi di tahun 2008 (William, 2017). Transaksi yang dilakukan berupa penjualan batubara yang di mana terdapat manipulasi harga atas transaksi tersebut. Diduga bahwa PT Adaro Energy Tbk menjual batu bara ke Coaltrade Services International Pte, Ltd. Dengan harga di bawah standar pasar. Kemudian Coaltrade Services International Pte, Ltd. menjual batu bara tersebut ke konsumennya sesuai dengan harga pasar. Hal ini ditujukan guna menghindari pembayaran royalti dan pajak yang seharusnya dibayarkan ke kas negara. Pada laporan keuangan milik Coaltrade Services International Pte, Ltd. tahun 2008 terlihat laba Coaltrade lebih tinggi dibandingkan Adaro sehingga menimbulkan kecurigaan, bagaimana mungkin Adaro yang memiliki tambang kalah dengan trader. Pada akhirnya, kasus ini diserahkan ke pihak Kejaksaan Agung dan Ditjen Pajak.

Para eksekutif perlu memperhatikan dengan seksama perluasan kerja sama antara otoritas pajak secara global. Secara umum, dunia perpajakan bergerak ke era kebijakan dan administrasi multilateral yang menyebabkan perubahan penting dalam praktik *transfer pricing*. Hasil survei yang dilakukan (Ernst & Young, 2019), sebesar 64% responden menuturkan bahwa sejauh ini masalah pajak paling kritis ialah mendorong strategi penetapan *transfer pricing*. Kebijakan perpajakan dan pengelolaan transaksi internasional, perencanaan pajak yang agresif, dan penghindaran pajak telah menjadi isu perdebatan nasional dan internasional yang luas dalam perkembangan ekonomi (Cooper et. al., 2016;7).

Gambar 1.1 Area Pajak yang Berisiko bagi Perusahaan, 2019



Sumber: diolah dari Ernst & Young, 2019 *Transfer Pricing and International Tax survey* (telah diolah kembali)

Dalam konteks perpajakan internasional, praktik *transfer pricing* dapat mendatangkan permasalahan apabila digunakan untuk kepentingan penghindaran pajak (Santosa dan Suzan, 2018). Pemerintah suatu negara biasanya mengeluarkan aturan untuk mencegah penghindaran pajak umum atau istilahnya *general anti*

*avoidance rule* (GAAR) yang bertujuan untuk penghindaran pajak. Saat ini, sebagian besar negara memiliki peraturan lintas batas untuk mengalihkan penghasilan kena pajak mereka melalui *transfer pricing*. Ketentuan *transfer pricing* ini menganjurkan otoritas pajak untuk menghitung ulang atau mengoreksi nilai transaksi pihak berelasi yang dilakukan antar lintas negara (*cross border transfer pricing*) (Sahrani, 2021).

Tujuan pemilik perusahaan salah satunya ialah meningkatkan nilai perusahaan dengan memaksimalkan keuntungan, sehingga dapat mengoptimalkan kesejahteraan pemegang saham atau investor (Pohan, 2013:3). Untuk memperoleh laba maksimum suatu perusahaan memerlukan perencanaan pajak. Menurut Chairil Anwar Pohan (2013:18), Perencanaan pajak adalah metode pengorganisasian bisnis bagi Wajib Pajak orang pribadi atau badan usaha sehingga perusahaan dapat meminimalkan pajak dengan mengaplikasikan berbagai kemungkinan celah yang dapat diambil oleh perusahaan yang masih dalam peraturan perpajakan.

Perbedaan regulasi, ekonomi dan perubahan kondisi pasar internasional antar yurisdiksi menuntut perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan aspek-aspek tersebut. Peraturan pajak di suatu negara sebagai kondusifitas investasi dalam mempertimbangkan pilihan di mana MNCs akan berinvestasi. Perbedaan rencana pajak antara negara asal dan negara tujuan dapat mempengaruhi kinerja bisnis perusahaan secara keseluruhan. Mekanisme *transfer pricing* yang digunakan oleh MNCs untuk transaksi sumber daya, layanan dan teknologi acap kali digunakan

sebagai saran bagi perusahaan untuk memperbesar keuntungan melalui penyesuaian harga internal (Arham et al., 2020).

Rata-rata penjualan intra-regional dunia 500 MNCs adalah 71,9%. Dari 380 perusahaan yang diteliti, lebih dari 80% (320) memperoleh sebagian besar penjualan mereka di wilayah asal mereka. Berdasarkan hasil penelitian oleh *World Trade Organization* (2007) menyebutkan bahwa dari perekonomian global sekiranya ada 70% disebabkan oleh MNCs. Dalam menjalankan operasi bisnis, perusahaan terikat oleh transaksi jual beli dengan pihak berelasi. United Nations (2013) mengungkapkan bahwa sebesar 30% transaksi bisnis internasional berasal dari perdagangan grup internal.

Berbagai faktor regulasi dan nonregulasi dapat mempengaruhi penentuan *transfer pricing* salah satunya yaitu, kepemilikan asing. Kepemilikan saham asing mengacu pada saham yang dimiliki oleh orang asing dan lembaga asing (Suprianto & Pratiwi, 2017). Dalam Pasal 1 ayat 6 UU Nomor 25 Tahun 2007 mendefinisikan modal asing sebagai modal yang dimiliki oleh negara asing, perseorangan warga negara asing, dan Badan Hukum Indonesia yang sebagian atau seluruh modalnya dimiliki oleh pihak asing. Modal yang dimaksud adalah benda dengan nilai ekonomis baik uang dan aset lain.

Perdagangan internasional digiatkan dengan dua aktivitas ekonomi, yaitu perdagangan internasional melalui ekspor-impor dan melonjaknya *Foreign Direct Investment* (FDI) (Morschett et al., 2015;79). FDI yang sifatnya jangka panjang mampu memberikan keuntungan dengan nilai aset yang tinggi sehingga sangat bernilai maka ekonomi suatu negara asal akan meningkat (binus.ac.id, 2017). Melalui jaringan ini, negara penerima FDI mencapai produksi dan pemasaran yang lebih efisien dan berpartisipasi dalam rantai pasokan global. FDI secara fundamental mengubah struktur dan pola perdagangan internasional negara-negara penerima FDI. Peningkatan investasi mendorong volume perdagangan dunia tumbuh meningkat hingga 4,5% lebih tinggi dibanding tahun 2016 dengan nilai 1,5%. Perkembangan tersebut juga menyebabkan kenaikan harga komoditas global, khususnya komoditas energi dan logam (Bank Indonesia, 2017).

Tabel 1.1 10 Negara Terbesar Investasi Asing Langsung Indonesia Pada Tahun 2019

Negara	Realisasi Investasi	Jumlah Proyek
Singapura	USD 6,50 Miliar	7.020
China	USD 4,74 Miliar	2.130
Jepang	USD 4,31 Miliar	3.835
Hongkong	USD 2,89 Miliar	1.508
Belanda	USD 2,59 Miliar	1.345
Malaysia	USD 1,35 Miliar	1.682
Korea Selatan	USD 1,07 Miliar	1.682
Amerika Serikat	USD 989,3 Juta	788
Inggris	USD 743,8 Juta	1.392
Australia	USD 348,2 Juta	1.049

Sumber: Kementerian Investasi/BKPM, 2019 (Telah diolah kembali)

Secara keseluruhan, Singapura menempati urutan pertama sebagai negara Penanaman Modal Asing (PMA) di Indonesia dengan realisasi investasi sebesar USD 6,50 Miliar dan sejumlah total 7.020 proyek. Diikuti oleh negara China dan Jepang sebagai negara PMA yang banyak melakukan FDI di Indonesia. Angka-angka tersebut membuktikan bahwa terjadinya pertumbuhan yang cukup signifikan terkait aktivitas bisnis asing yang dilakukan PMA di Indonesia. Laporan Perekonomian Indonesia yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia (2017) menyatakan bahwa investasi mencatat peningkatan pertumbuhan menjadi 4% dari 2,5% di tahun 2016. Perbaikan investasi berasal dari investasi nonresidensial, terutama pada sektor tambang dan manufaktur.

Begitu juga dengan Indonesia yang memfokuskan kegiatan ekspor manufaktur dari industri yang bersumber dari sumber daya alam Indonesia yang melimpah dan sumber daya manusia yang didukung oleh kebijakan upah yang relatif rendah. Indonesia perlu memperhatikan perkembangan industri manufaktur dan meningkatkan kualitas struktur ekspor dengan mendukung pengembangan nilai tambah industri manufaktur. Berikut daftar perusahaan manufaktur di Indonesia berdasarkan angka hasil penjualan April 2022.

Tabel 1.2 Perusahaan Manufaktur di Indonesia Berdasarkan Penjualan April 2022

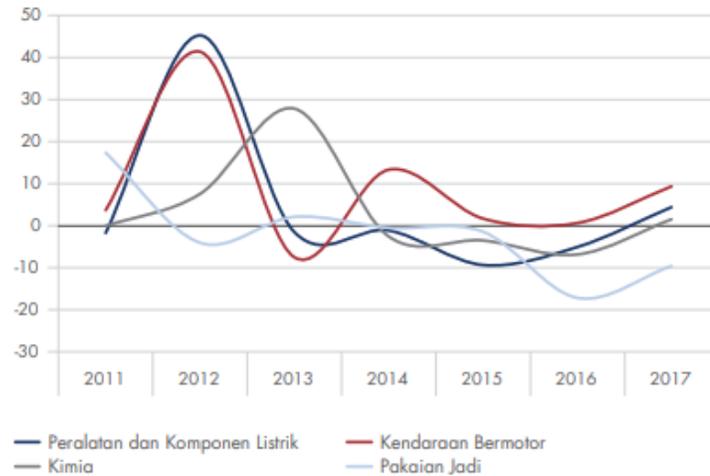
No.	Perusahaan Multinasional	Industri	Penjualan (Milyar USD)
1.	PT Central Proteina Prima Tbk	Pertanian	104.3 Milyar
2.	PT Mayora Indah Tbk	Makanan	28.5 Milyar

No.	Perusahaan Multinasional	Industri	Penjualan (Milyar USD)
3.	PT Astra International Tbk	Otomotif	12.2 Milyar
4.	PT Gudang Garam Tbk	Tembakau	8 Milyar
5.	Busana Apparel Group	Tekstil	7.5 Milyar
6.	PT Intanwijaya Internasional Tbk	Kimia	6.2 Milyar
7.	PT Indofood Sukses Makmur Tbk	Makanan	5.7 Milyar
8.	PT United Tractors Tbk	Mesin dan peralatan	4.2 Milyar
9.	PT SMART Tbk	Makanan	3.7 Milyar
10.	PT Charoen Pokphand Indonesia Tbk	Makanan	3.5 Milyar

Sumber: [www.zoominfo.com](http://www.zoominfo.com), 2022 (Telah diolah kembali)

Hal ini dapat membuktikan bahwa adanya daya saing pada industri manufaktur. Di masa emas industrialisasi Indonesia, produk olahan dari sumber daya alam Indonesia semakin kompetitif di pasar, seperti hasil olahan kayu, industri kertas, tekstil, pakaian jadi, sepatu, produk elektronik yang masih menjadi andalan ekspor Indonesia hingga saat ini. Pada Gambar 1.2, di tengah kinerja produk pada industri manufaktur yang kian menurun, produksi ekspor produk kimia, kendaraan bermotor, dan peralatan listrik masing masing meningkat 16,8%, 9,4% dan 4,5%. Ekspor produk kimia meningkat dipengaruhi oleh peningkatan aktivitas industri di Cina. Pada saat yang sama, ekspor kendaraan bermotor masih didominasi oleh pasar tujuan ekspor Asia Tenggara terutama kendaraan ramah lingkungan. Ekspor produk peralatan listrik juga diuntungkan oleh membaiknya permintaan di beberapa negara di Asia Tenggara, Jepang, dan Amerika Serikat (Bank Indonesia, 2017).

Gambar 1.2 Perkembangan Ekspor Riil Manufaktur



Sumber: Bank Indonesia (2017)

Berdasarkan data perdagangan ekspor Indonesia menurut kelompok negara ekonomi, nilai ekspor pada Januari-Maret 2020 terbesar tertuju ke negara APEC yang mencapai US\$29.521 juta atau 70,69 persen dari total ekspor (Badan Pusat Statistik, 2020). Nilai ekspor ke negara ASEAN dan NAFTA berturut-turut sebesar US\$10.210 juta dan US\$5.311 juta. Sementara nilai ekspor ke Uni Eropa sebesar US\$3.513 juta dan ke Timur Tengah sebesar US\$1.397 juta. Nilai ekspor pada Maret 2020 ke tujuh negara tujuan utama yaitu Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Tiongkok, Singapura, Amerika Serikat dan Jerman mencapai US\$7.152 juta atau sekitar 50,84% dari total ekspor. Hal ini dapat memungkinkan terjadinya pengalihan harga transfer atau laba perusahaan ke pihak afiliasinya di luar negara Indonesia.

Operasi FDI dapat menciptakan pertumbuhan dan pengembangan ekonomi, serta kegiatan padat karya terampil atau intensif pengetahuan lainnya yang secara

geografis dipisahkan dari produksi untuk menyiratkan bahwa kegiatan keterampilan dapat dilakukan pada sejumlah negara produksi (Chaudhuri, 2014;4) Investasi asing langsung dimotivasi pada realisasi jangka panjang atas pengembalian dari suatu perusahaan di negara asing. Hal ini melibatkan pembentukan beberapa entitas fisik seperti pabrik atau pendirian anak perusahaan atau afiliasi oleh perusahaan induk.

Unsur kepentingan langsung dalam FDI karena investor asing memiliki pengaruh dalam manajemen dan mengambil bagian dalam pengambilan keputusan strategis (Chaudhuri, 2014;3). Maka kepemilikan asing berdampak dalam praktik *transfer pricing* yang terjadi. (Prabaningrum et al., 2021) menuturkan investor asing menanamkan modalnya pada perusahaan yang terdaftar di Indonesia, maka investor asing dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* di perusahaan.

Di zaman Rasulullah SAW, kebijakan fiskal menjadi perhatian utama dalam membangun perekonomian Islam (Nurul Huda et. al, 2018:154). *Adh-Dharibah* (الضَّرْبِيَّة) berasal dari bahasa Arab yang berarti beban sebagai kata paling tepat untuk pajak. Kepemilikan dalam Islam dibagi menjadi dua yaitu, kepemilikan sempurna (*Al-Milk At-Tam*) dan kepemilikan tidak sempurna (*Al-Milk An-Naqish*) (Saputra, 2016). Praktik *transfer pricing* yang dijalankan oleh Wajib Pajak perusahaan salah satu bentuk penghindaran pajak sehingga memiliki itikad yang tidak baik dan perilaku tidak jujur.

Memanipulasi angka pembayaran pajak dapat menjadi salah satu contoh keinginan untuk tidak membayar pajak dengan jujur. Korporasi sebagai Wajib Pajak Badan yang menghasilkan penghasilan dari badan kormesial memiliki tanggung jawab dalam mematuhi membayar pajak. Pajak merupakan tugas yang dipercayakan kepada pemerintah oleh masyarakat dalam rangka mendistribusikannya kepada negara secara baik, adil dan jujur. Kesenakahan manusia akan kekayaan dan jabatan akan mengarah kepada ketidakadilan, kebohongan dan perbuatan keji. Pemerintah juga harus menjaga kepercayaan dari pihak yang memberikan kewenangan kepada pemerintah untuk mendistribusikan penerimaan pajak. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT mengajak hamba-Nya untuk berlaku adil kepada siapa saja, karena keadilan itu lebih dekat dengan ketakwaan. Islam sangat menomorsatukan tinggi nilai kejujuran, karena kejujuran merupakan cerminan baik buruknya seseorang.

Maraknya praktik *transfer pricing* sebagai mekanisme penghindaran pajak bagi perusahaan multinasional dan kepemilikan asing yang ikut andil dalam memutuskan transaksi afiliasi, maka judul dalam penelitian ini adalah ***“Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2016-2020”***. Penelitian ini turut mengembangkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syarah Sefty Andraeni (2017). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sebagai berikut:

1. Variabel independen yang dipakai peneliti terdahulu adalah *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Sedangkan dalam penelitian ini, menggunakan dua variabel independen yaitu pajak dan kepemilikan asing. Variabel pajak digunakan untuk meminimalisir beban pajak perusahaan melalui skema *transfer pricing*. Variabel kepemilikan asing dinilai dapat mempengaruhi keputusan perusahaan untuk menciptakan transaksi afiliasi.
2. Periode penelitian yang diambil untuk dijadikan sampel pada penelitian ini adalah tahun 2016-2020. Sedangkan penelitian sebelumnya dilakukan pada tahun 2013-2015.

## **1.2 Rumusan Masalah**

1. Apakah pajak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
2. Apakah kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
3. Apakah pajak dan kepemilikan asing secara simultan mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*?
4. Bagaimana pengaruh pajak dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* dari sudut pandang Islam?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Skripsi ini adalah studi kasus mengenai pajak dan kepemilikan asing pada praktik *transfer pricing*. Penelitian ini membatasi ruang lingkup penulisan skripsi

terkait pengaruh pajak dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2016-2020.

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

1. Mengetahui pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020.
2. Mengetahui pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode tahun 2016-2020.
3. Mengetahui pengaruh pajak dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* dari sudut pandang Islam.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis sebagai tambahan informasi atau tambahan referensi yang dapat dijadikan bahan perbandingan oleh peneliti lain yang ingin melakukan penelitian pada bidang yang sejenis dan masalah yang sama di masa yang akan datang.
2. Bagi pembaca untuk mengetahui serta menambah wawasan mengenai pengaruh pajak dan kepemilikan asing pada *transfer pricing* serta dari sudut pandang Islam.

3. Untuk menambah studi pustaka mengenai perusahaan manufaktur yang melaksanakan skema *transfer pricing*.
4. Bagi perusahaan tempat penelitian dilakukan, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan masukan dan saran atas peranan pajak dan kepemilikan asing dalam praktik *transfer pricing*.