

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan perekonomian di dunia dan persaingan usaha yang sangat pesat memberikan pengaruh besar bagi pola bisnis dan sikap para pelaku bisnis. Dengan perkembangan dunia bisnis saat ini mendorong tumbuhnya perusahaan-perusahaan nasional menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatannya tidak hanya berpusat pada satu negara, melainkan di beberapa negara. Sehingga berakibat tidak adanya sekat antar negara membuat arus barang, jasa maupun modal akan keluar masuk dari satu negara ke negara lain tanpa hambatan (Rahayu, Masitoh, & Wijayanti, 2020)

Dalam lingkungan perusahaan multinasional, terjadi berbagai transaksi antar anggota. Bentuk transaksi tersebut sangatlah luas, bisa berupa penjualan barang dan jasa, lisensi, royalti, paten, penjaminan utang, penjualan komponen perakitan produksi, hingga kerjasama operasional (Santoso I. , 2004). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan domestik banyak yang mulai berubah menjadi perusahaan multinasional atau biasa disebut *multinational corporation* (MNC). Perusahaan multinasional ini banyak melakukan operasi melalui anak perusahaan dan cabang-cabang di negara-negara lain (Brilianty, 2015).

*Transfer pricing* (penentuan harga transfer) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Menurut otoritas pajak, *transfer pricing*

dianggap sebagai upaya penghindaran pajak (*tax avoidance*) apabila penentuan harga dalam transaksi antar pihak dipengaruhi hubungan istimewa pelaksanaannya tidak sesuai dengan ketentuan perpajakan (*misspricing*) (Kurniawan, 2015).

Dilihat dari sisi perpajakan, arus keluar masuknya barang, jasa maupun modal ini akan meningkatkan devisa negara akan tetapi tidak menutup kemungkinan bahwa kegiatan manipulasi harga transfer (*transfer pricing*) akan terpicu karena hubungan ekspor dan impor ini. *Transfer pricing* yang dilakukan perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. *Transfer pricing* dalam transaksi penjualan barang atau jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak rendah (Cahyadi & Noviari, 2018)

*Transfer pricing* sudah menjadi isu yang sering terjadi pada transaksi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional di dalam perpajakan. Dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya penerimaan pajak suatu negara, karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara – negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara – negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Sementara dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya – biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya meminimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*) (Santoso I.

, 2004). Dengan begitu *transfer pricing* menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meminialisir tarif pajak yang harus di bayar.

Lebih dari 60% nilai perdagangan dunia dihasilkan dari transaksi yang berhubungan dengan perusahaan multinasional dengan menggunakan skema *transfer pricing*. Skema yang biasa dilakukan oleh perusahaan multinasional dalam praktik *transfer pricing* adalah dengan cara mengalihkan laba mereka dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya rendah. Untuk mencegah pengalihan atas laba kena pajak tersebut, otoritas pajak di berbagai negara membuat ketentuan *transfer pricing* yang ketat, seperti penerapan sanksi atau hukuman, penelitian dengan cermat terhadap beberapa elemen biaya, persyaratan dokumentasi, serta pemeriksaan pajak yang dapat menyebabkan koreksi *transfer pricing* (Darussalam & Kristiaji, 2013)

Fenomena praktik *Transfer Pricing* yang dilakukan perusahaan multinasional dengan tujuan untuk penghindaran pajak yang terjadi di Indonesia adalah Jakarta, 2017 CNN Indonesia yang ditulis oleh Primadhyta (2017) – pemerintah mengutuk wajib pajak yang melakukan manipulasi harga transfer (*transfer pricing*) untuk penggelapan pajak. Manipulasi *transfer pricing* bisa dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu *group* yang beroperasi di negara – negara yang memiliki perbedaan sistem pajak. Manipulasi tersebut melibatkan aktivitas penetapan harga yang tidak wajar, skema transaksi dan struktur usaha artifisial. Hal tersebut bisa mengecilkan profit setelah pajak karena menggerus basis pajak dan mengalihkan laba ke perusahaan di negara lain. Pria yang juga menjabat sebagai Ketua Dewan Pengurus Nasional IAI ini mengungkapkan

*transfer pricing* sebenarnya tidak dilarang selama tidak bertujuan untuk sengaja menggelapkan pajak. Sayangnya, *transfer pricing* memberi peluang bagi wajib pajak untuk memanipulasi besar kewajiban pajaknya. “*Transfer pricing* ini, terus terang, kadang banyak disalahgunakan untuk mencoba mengecilkan atau *shifting point* yang seharusnya menjadi bagian untuk membayar pajak,” tutur Wakil Menteri Keuangan Mardiasmo saat ditemui dalam acara Tax Corner Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) di Gedung IAI, Kamis (2/2).

Padahal, potensi penerimaan pajak dari perusahaan multinasional sangat besar. “Saya untuk angka tidak bisa menyebut pastinya tetapi secara magnitudenya pasti cukup besar dan signifikan,” kata Mardiasmo.

Dengan dikeluarkannya *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS) Action oleh *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), negara – negara yang tergabung di G-20 sepakat untuk menutup lubang (*loophole*) *transfer pricing* dengan menciptakan dunia perpajakan internasional yang lebih transparan.

Khusus untuk Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.02/2016 tentang Jenis Dokumen dan atau Informasi Tambahan yang Wajib Disimpan oleh Wajib Pajak yang Melakukan dengan Para Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa dan Tata Cara Pengelolaannya. Beleid ini telah ditekan Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati pada 30 Desember 2016 lalu.

Direktur Perpajakan Internasional Poltak Maruli John Liberty Hutagaol, akrab disapa John, mengungkapkan aturan pelaksana Peraturan Pemerintah (PP)

Nomor 74 Tahun 2011 ini mengatur secara detail tentang jenis dokumen dan atau informasi tambahan yang wajib disimpan oleh WP yang melakukan transaksi dengan para pihak yang mempunyai hubungan istimewa, misalnya WP dan pihak afiliasi, dan tata cara pengelolaannya.

Berdasarkan fenomena di atas, akibat maraknya praktik *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan multinasional di Indonesia dan menyebabkan penerimaan negara dari sektor pajak berkurang, pemerintah memperketat peraturan baru terhadap praktik transfer pricing yaitu dengan dikeluarkannya *Base Erosion and Profit Shifting (BEPS) Action* oleh *Organization for Economic Cooperation and Development (OECD)*, negara – negara yang tergabung di G-20 sepakat untuk menutup lubang (*loophole*) *transfer pricing* dengan menciptakan dunia perpajakan internasional yang lebih transparan.

Khusus untuk Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.02/2016 tentang Jenis Dokumen dan atau Informasi Tambahan yang Wajib Disimpan oleh Wajib Pajak yang Melakukan dengan Para Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa dan Tata Cara Pengelolaannya. Dengan dikeluarkannya peraturan baru ini, pemerintah berharap bahwa praktik transfer pricing tidak disalahgunakan untuk penghindaran atau penggelapan pajak.

Praktik penyalahgunaan *transfer pricing* yang pernah terjadi di Indonesia Kasus *transfer pricing* Praktik penyalahgunaan *transfer pricing* yang pernah terjadi di Indonesia Kasus *transfer pricing* yaitu PT Coca Cola Indonesia. PT Coca Cola Indonesia diduga mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan

pembayaran pajak senilai Rp 49,24 miliar. Hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan menemukan adanya pembengkakan biaya yang besar pada tahun 2002, 2003, 2004, dan 2006. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya itu antara lain untuk iklan dari rentang waktu tahun 2002-2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar. Itu untuk iklan produk minuman jadi merek Coca-Cola.

PT. Coca Cola Indonesia (CCI) merupakan perusahaan yang kegiatan produksinya berfokus pada konsentrat bukan minuman jadi. Wajarnya beban biaya iklan ditanggung oleh perusahaan Coca Cola lainnya, karena PT. Coca Cola di Indonesia terbagi pada tiga perusahaan, yakni yang fokus menangani konsentrat, pengemasan, dan distribusi. Coca cola Amatil Indonesia merupakan mitra pembotolan utama untuk produk-produk coca cola yang bertanggung jawab atas pemasaran merk dagang dari produk coca cola untuk Indonesia dan negara-negara lain diwilayah sekitar. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp 492,59 miliar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPh) CCI Rp 49,24 miliar. Bagi DJP, beban biaya itu sangat mencurigakan dan mengarah pada transfer pricing demi meminimalisir pajak. Edward Sianipar, perwakilan DJP di persidangan mengtkan bahwa, mereka harus mengeluarkan biaya yang besar untuk iklan. Biaya iklan yang dibebankan oleh PT CCI tidak

memiliki kaitan langsung dengan produk yang dihasilkan. Namun, di persidangan itu, perwakilan PT CCI tidak memberikan bantahan ataupun tanggapan.

Penyalahgunaan praktik *transfer pricing* lainnya dimuat dalam berita CNBC Indonesia yang ditulis oleh Monica (2019) kasus yang terjadi pada PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) alias TPS Food merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi barang-barang consumer good. Perusahaan menjalankan bisnisnya melalui dua entitas anak usaha yang kemudian dibagi dalam tujuh perusahaan di entitas food dan enam anak usaha di entitas beras. Nama produsen makanan ringan merk Taro ini terangkat ke permukaan setelah adanya penggerebekan pemerintah ke PT Indo Beras Unggul (IBU) dengan tuduhan mengepul beras petani yang menikmati subsidi pemerintah untuk diproses dan dikemas ulang menjadi beras premium. Sejak itu, bisnis beras yang sebelumnya menyumbang 50% pendapatan TPS Food tidak lagi beroperasi sehingga perseroan kehilangan potensi pendapatan Rp 2 triliun per tahun. Belum lagi akhirnya perusahaan memutuskan untuk memecat 1.700 karyawannya dan menyatakan akan menjual IBU.

Kondisi ini menjadi awal dari permasalahan keuangan TPS Food. Perusahaan hingga saat ini gagal bayar atas sukuk ijarah I tahun 2013 dengan pokok senilai Rp 300 miliar dan jatuh tempo pada 5 April 2018 dan obligasi I tahun yang sama dengan nilai emisi Rp 600 miliar, jatuh temponya pada 5 April 2018. Lalu, laporan keuangan untuk tahun buku 2017 malah ditolak oleh investor dan pemegang sahamnya karena ada dugaan penyelewangan dana. Hingga dalam Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) 2018 yang dihelat pada 30 Juli

2018 direktur utama TPS Food kala itu, Stefanus Joko Mogoginta, merasa bahwa salah satu pemegang sahamnya KKR melakukan *hostile take over* atau pengambilalihan paksa. Komisaris perusahaan yang diwakili oleh Jaka Prasetya dan Hengki Koestanto memberhentikan direksi yang ada saat itu, sebaliknya direksi melakukan somasi atas komisarisnya. Hingga pada Oktober 2018 komisaris mengadakan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) dengan agenda penggantian direksi. Pihak direksi yang dipimpin Joko Mogoginta menolak untuk hadir dengan alasan RUPSLB itu tidak sah. Nasib tak berpihak padanya, pemegang saham justru menyetujui penggantian manajemen perusahaan, mengangkat Hengky Koestanto sebagai nahkoda perusahaan yang baru. Dalam RUPSLB yang sama pemegang saham mengajukan investigasi terhadap laporan keuangan 2017 yang sebelumnya ditolak oleh para pemegang saham.

Dalam laporan Hasil Investigasi Berbasis Fakta PT Ernst & Young Indonesia (EY) kepada manajemen baru AISA tertanggal 12 Maret 2019, dugaan penggelembungan ditengarai terjadi pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap Grup AISA. Ditemukan fakta bahwa direksi lama melakukan penggelembungan dana senilai Rp 4 triliun lalu ada juga temuan dugaan penggelembungan pendapatan senilai Rp 662 miliar dan penggelembungan lain senilai Rp 329 miliar pada pos EBITDA (laba sebelum bunga, pajak, depresiasi dan amortisasi) entitas bisnis makanan dari emiten tersebut. Temuan lain dari laporan EY tersebut adalah aliran dana Rp 1,78 triliun melalui berbagai skema dari Grup AISA kepada pihak-pihak yang diduga terafiliasi dengan manajemen lama. "Antara lain menggunakan pencairan pinjaman Grup AISA dari beberapa



bank, pencairan deposito berjangka, transfer dana di rekening bank, dan pembiayaan beban pihak terafiliasi oleh Grup AISA," tulis laporan tersebut.

Selain itu, ditemukan juga adanya hubungan serta transaksi dengan pihak terafiliasi yang tidak menggunakan mekanisme pengungkapan (*disclosure*) yang memadai kepada *stakeholders* secara relevan. Hal tersebut ditengarai EY berpotensi melanggar Keputusan Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) No.KEP-412/BL/2009 tentang Transaksi Afiliasi dan Benturan Kepentingan Transaksi Tertentu.

dilakukan oleh PT. Toyota Motor Manufacturing pada tahun 2003. Pada awalnya kasus tersebut dicurigai oleh Direktorat Jenderal Pajak bahwa PT. Toyota Manufacturing sudah menjalankan penghindaran pajak dengan nominal Rp 1,2 triliun melalui pemanfaatan praktik *transfer pricing*. Rancangan yang digunakan oleh perusahaan adalah dengan cara memanfaatkan skema penjualan dan pembelian pada perusahaan Toyota Manufacturing yang berada di Indonesia dengan perusahaan afiliasi PT. Toyota Asia Pasifik yang berada di Singapura pada harga yang rendah dibawah pasar (RATNA CANDRA & Abdullah, 2011).

Selanjutnya, perusahaan PT. Toyota Asia Pasifik yang berada di Singapura menjual barang yang dibeli dari perusahaan Indonesia dengan harga yang lebih tinggi. Dalam hal ini perusahaan memanfaatkan adanya perbedaan tarif pajak yang lebih tinggi antara Indonesia dengan Singapura. Tarif pajak badan untuk negara Singapura sebesar 17% sedangkan Indonesia memiliki tarif pajak sebesar 25%. Hal tersebut akan berpengaruh pada turunnya kemampuan penerimaan pajak yang akan diterima oleh Negara Indonesia dan negara akan merugi karena

tindakan tersebut. Sedangkan bagi Negara Indonesia, pajak merupakan sumber pendanaan bagi pembangunan negara dan apabila praktik pelanggaran *transfer pricing* tidak segera dilakukan tindakan *preventif* serta koordinasi antar negara, maka menimbulkan semakin banyak kerugian yang didapat oleh Indonesia. Penerapan *transfer pricing* sendiri telah diatur oleh Negara Kesatuan Republik Indonesia yang termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 tahun 2011 yang berisi mengenai Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antar Wajib Pajak dengan Pihak yang Memiliki Hubungan Istimewa. Lebih lanjut, Menteri Keuangan Republik Indonesia pula sudah menerbitkan peraturan No. 213/PMK.03/2016 (PMK-213) yang berisi tentang ketentuan baru mengenai pelaporan dokumen induk/dokumen lokal bagi wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa serta melakukan transaksi dengan pihak terkait.

Berdasarkan contoh kasus diatas memperlihatkan bahwa praktek *transfer pricing* merupakan salah satu sekema yang sangat rawan untuk dijadikan jalan pintas untuk memperoleh laba. Hal ini diperparah dengan data yang dikeluarkan oleh *Organization for Economic and Development (OECD)* bahwa 60% dari total perdangan dunia terindikasi melakukan praktek transfer pricing (Indah Dewi Nurhayati, 2013).

Berdasarkan fenomena – fenomena di atas pada umumnya terkait praktik transfer pricing yang dilakukan oleh perusahaan multinasional dengan tujuan untuk menghindari pajak. Praktik transfer pricing sebenarnya tidak dilarang selama tidak bertujuan untuk penghindaran pajak, walaupun dalam Undang – Undang Perpajakan bahwa penghindaran pajak bukan suatu pelanggaran karena

hal tersebut merupakan usaha wajib pajak untuk mengurangi, menghindari, meminimumkan atau meringankan beban pajak yang dilakukan dengan cara yang dimungkinkan oleh Undang – Undang Perpajakan (Kurniasih & sari, 2013).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing* dengan tujuan menghindari kewajiban perpajakannya antara lain, beban pajak, *tunneling incentive*, dan profitabilitas. Penelitian mengenai motivasi pajak dan kaitannya dengan keputusan *transfer pricing* telah dilakukan. Penelitian yang membahas mengenai hal ini adalah penelitian (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2012) yang mengatakan bahwa keputusan *transfer pricing* dipengaruhi oleh motivasi dalam hal perpajakan. Keputusan melakukan *transfer pricing* pada umumnya dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Hartati, Desmiyawati, & Alizna, 2014) yang menyatakan bahwa motivasi pajak memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan *transfer pricing*. Penelitian yang dilakukan oleh (Noviastika, Mayowan, & Karjo, 2016), menyatakan hasil yang sejalan dengan peneliti pendahulunya, yaitu pajak mempengaruhi keputusan melakukan *transfer pricing*.

Claessens *et al.*, (2000) dalam (Yuniasih, Rasmini, & Wirakusuma, 2012), menyatakan bahwa pemegang saham mayoritas cenderung mengutamakan kepentingan mereka sendiri dibandingkan dengan kepentingan investor dan *stakeholder* lain. Kemudian Pemegang saham mayoritas mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi manajemen dalam membuat keputusan-keputusan yang hanya memaksimumkan kepentingannya dan merugikan kepentingan pemegang

saham minoritas. Hal ini mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas.

Istilah *tunneling* seperti yang disebut oleh Claessens dikenal dengan *tunneling incentive* atau insentif terowongan. ‘*Tunneling*’ bisa diartikan sebagai terowongan atau jalan bawah tanah, dimana suatu pihak (*controlling shareholder*) akan mencari jalan untuk menyalurkan “sesuatu manfaat” tanpa diketahui atau disadari oleh pihak lain (*minority shareholders*). Oleh sebab itu, istilah *tunneling* dipakai dalam konteks pengambilan manfaat atau keuntungan dari perusahaan oleh *controlling shareholder*, yang merugikan kepentingan *minority shareholders*, biasanya terjadi pada perusahaan terbuka/publik (Mutamimah, 2009)

Istilah “*tunneling*” pertama kali didefinisikan menurut Johnson, La Porta, De Silanes, & Shleifer (2000) *Tunneling* datang dalam dua bentuk. Pertama, pemegang saham pengendali hanya dapat mentransfer sumber daya dari perusahaan untuk kepentingan sendiri melalui transaksi *self-dealing*. Kedua, pemegang saham pengendali dapat meningkatkan kepemilikan perusahaannya tanpa mentransfer aset apapun, yaitu melalui *dilutive share issues*, *freezeouts*, *minority*, *insider trading*, *creeping acquisitions*, atau transaksi keuangan lainnya yang mendiskriminasi kelompok minoritas.

*Tunneling* dapat berupa transfer ke perusahaan induk yang dilakukan melalui transaksi pihak berelasi atau pembagian dividen. Transaksi pihak berelasi lebih umum digunakan daripada pembagian dividen (Johnson, La Porta, De Silanes, & Shleifer, 2000). Transaksi pihak berelasi atau *transfer pricing* akan

menguntungkan pemegang saham mayoritas karena laba perusahaan tidak perlu dibagi dengan pemegang saham minoritas.

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba, penelitian yang dilakukan Cahyadi & Noviani (2018) membuktikan bahwa dengan meningkatnya profitabilitas suatu perusahaan menyebabkan kewajiban pada sektor pajak juga meningkat dan memicu perusahaan dalam menghindari kewajiban tersebut. Pengukuran profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, salah satunya dengan menggunakan Return On Asset (ROA). Return On Asset (ROA) adalah suatu indikator yang mencerminkan performa keuangan perusahaan, semakin tinggi nilai ROA yang mampu diraih oleh perusahaan maka performa keuangan perusahaan dikategorikan baik, semakin baik pengelolaan asset suatu perusahaan dan semakin besar juga laba yang diperoleh perusahaan. Ketika perusahaan memperoleh laba yang besar maka pajak yang ditanggung oleh perusahaan pun semakin besar sesuai dengan peningkatan laba perusahaan, sehingga cenderung akan melakukan penghindaran pajak dengan modus praktik transfer pricing untuk meminimalisir pembayaran pajak yang ditanggung.

Menurut Analisa (2011), nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan. Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Atau dapat di katakan bahwa profitabilitas merupakan suatu indikator kontrak kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan (Sudarmadji dan Sularto, 2007) dalam (Rahardian 2015:4). Pajak merupakan faktor lain yang mendorong perusahaan

melakukan *transfer pricing*. Pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam tahun pajak. Pajak penghasilan badan (PPH) adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh badan seperti yang dimaksud dalam UU KUP (Jewel,2012). Perbedaan tarif pajak yang berlaku antar negara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakan dengan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik *transfer pricing* (Hansen & Mowen, Akuntansi Manajemen, 2005).

Penelitian ini merupakan replika dari penelitian terdahulu oleh Rahayu, Masitoh, & Wijayanti (2020) dengan variabel yang diteliti yaitu beban pajak, *exchange rate*, *tunneling incentiv*, profitabilitas dan *leverage* sebagai variabel independen dan *transfer pricing* sebagai variabel dependen, pada penelitian ini penulis hanya meneliti variabel beban pajak, *tunneling incentive*, dan profitabilitas.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **”PENGARUH BEBAN PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, DAN PROFITABILITAS TERHADAP TRANSFER PRICING (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub-Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, peneliti dapat mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Perusahaan multinasional yang dengan sengaja melakukan kecurangan-kecurangan untuk meminimalisir jumlah pajak yang harus dibayar melalui rekayasa harga yang di *transfer* antar divisi.
2. Perusahaan yang melakukan *transfer pricing* yang diyakini mengakibatkan merugikan negara karena berkurangnya atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakan dari negara – negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara – negara yang memiliki tarif pajak rendah (*low tax countries*).
3. Perusahaan yang ukurannya terbilang besar namun melakukan penyalahgunaan praktik *transfer pricing* dengan tujuan menghindari pajak.
4. Praktik *transfer pricing* biasanya memanfaatkan kelemahan – kelemahan hukum (*loophole*) dan melanggar hukum perpajakan.
5. Perusahaan menginginkan laba dengan jumlah yang besar tetapi tidak ingin menanggung pajak yang besar sehingga kecenderungan perusahaan untuk melakukan manipulasi laba agar terlihat kecil sehingga dapat mengurangi beban pajak.

### **1.3 Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, penulis merumuskan beberapa permasalahan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Bagaimana beban pajak pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
2. Bagaimana *tunneling incentive* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
3. Bagaimana profitabilitas pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
4. Bagaimana *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
5. Seberapa besar pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
6. Seberapa besar pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
7. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.



#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui beban pajak pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
2. Untuk mengetahui *tunneling incentive* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2020.
3. Untuk mengetahui profitabilitas pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
4. Untuk mengetahui *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh beban pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.
6. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.

7. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2020.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak terkait, yaitu :

1. Kegunaan Teoretis

Kegunaan teoretis yang ingin dicapai dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman *tentang transfer pricing* dan hasilnya dapat memperkaya pengetahuan yang berhubungan dengan ilmu akuntansi dan perpajakan khususnya mengenai *transfer pricing*.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi persyaratan sidang skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Akuntansi, serta dapat mengembangkan ilmu pengetahuan dan yang dimiliki penulis mengenai pengaruh beban pajak, *tunneling incentive*, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing*.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pertimbangan dalam melakukan praktik *transfer pricing* agar tidak merugikan pihak manapun.

- c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mejadi referensi serta memberikan wawasan, pengetahuan, dan gambaran mengenai pengaruhbeban pajak, *tunneling incentive*, dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

### **1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sub-sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019 yang dapat diakses melalui website <https://www.idx.co.id/>. Adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis dimulai pada saat disahkannya surat ketetapan, terhitung dari tanggal 3 Juni 2021 hingga selesai.