

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dipengaruhi oleh globalisasi, sehingga memudahkan untuk mendapatkan keuntungan dari perdagangan antara negara. Saat ini, seiring dengan perkembangan perekonomian dan perluasan dunia usaha, banyak perusahaan yang tumbuh di tingkat nasional dan bertransformasi menjadi perusahaan multinasional. Perusahaan multinasional seringkali melakukan aktivitasnya dalam bentuk transaksi internasional dengan banyak negara. Kejadian ini menimbulkan beberapa kendala di berbagai bidang seperti nilai tukar, tarif pajak, dan bea masuk.

Dengan kondisi ini, modal industri, jasa, dan barang dapat diangkut dari satu negara ke negara lain tanpa gangguan besar perusahaan multinasional beroperasi dengan membuka atau menambah cabang atau anak perusahaan di luar negara tempat perusahaan induknya berada. Langkah ini merupakan strategi bisnis Perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dengan menarik persaingan dan mengoptimalkan sumber daya pada segmen pasar dimana Perusahaan beroperasi. Sebagian besar dari perusahaan multinasional tersebut secara rutin melakukan transaksi dan kegiatan ekonomi yang terjadi antar negara dan melibatkan anak perusahaan atau cabangnya, seperti: transaksi pembelian dan penjualan, pembelian dan pengadaan bahan baku untuk produksi, penyediaan jasa, dan penggunaan aset yang ada, aset tidak

berwujud, kewajiban dan transaksi lainnya.

Perusahaan manufaktur terus berkembang baik di dalam negeri maupun internasional. Perusahaan manufaktur dianggap sebagai sektor industri paling aman karena produk yang dihasilkan memiliki dampak yang relatif besar terhadap permintaan dalam negeri. Selain itu, banyak industri manufaktur di Indonesia yang mempunyai hubungan khusus dengan perusahaan luar negeri. Tujuannya adalah untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan beban pajak. Artinya, pembelian barang modal juga dapat dilakukan oleh perusahaan yang berbasis di luar negeri sehingga semakin meningkatkan persaingan. Namun dalam hal ini, Perseroan akan dihadapkan pada permasalahan mengenai perbedaan pajak yang berlaku di masing-masing negara akibat adanya hubungan istimewa dalam lingkungan bisnis yang berperan sangat penting secara internasional.

**Tabel 1.1.**

**Data Target dan Realisasi Penerimaan Pajak**

<b>Tahun</b>	<b>Target Penerimaan Pajak (Triliun)</b>	<b>Realisasi Penerimaan Pajak (Triliun)</b>	<b>Pertumbuhan Penerimaan (Persen)</b>
<b>2018</b>	Rp 1.618,09	Rp 1.518,78	13,04
<b>2019</b>	Rp 1.786,37	Rp 1.546,14	1,80
<b>2020</b>	Rp 1.404,50	Rp 1.285,14	(16,88)
<b>2021</b>	Rp 1.444,54	Rp 1.547,84	20,44
<b>2022</b>	Rp 1.783,99	Rp 2.034,55	31,44

Sumber : Kementerian Keuangan; Laporan Keuangan Pemerintah Pusat Tahun 2018 2022

Penerimaan pajak terus meningkat dari tahun 2018 hingga tahun 2022, kecuali tahun 2020 penerimaan pajak tercatat mengalami penurunan sebesar 16,88%. Menurunnya penerimaan pajak disebabkan oleh perlambatan ekonomi akibat pandemi virus corona. Adanya penyakit virus corona (Covid-19) memaksa pemerintah untuk memberikan insentif perpajakan dan keringanan pajak untuk mengurangi dampak pandemi COVID-19 sehingga berdampak pada penurunan penerimaan pajak di Indonesia (DPRRI, 2020). Mengingat peran pajak sebagai sumber penerimaan utama pemerintah, maka penurunan penerimaan pajak akan berdampak pada kegiatan operasional negara, karena pengeluaran pemerintah dibiayai oleh pajak.

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan Pasal 1 Ayat 1 menyatakan bahwa pajak adalah iuran wajib kepada negara orang pribadi atau badan yang memaksa berdasarkan UU tanpa imbalan langsung dan digunakan untuk melayani kebutuhan negara demi sebesar-besarnya kesejahteraan warga negaranya. Definisi ini menunjukkan bahwa sumber penerimaan pajak berasal dari wajib pajak badan (bisa berupa badan usaha).

Perusahaan dari berbagai sektor ekonomi wajib membayar pajak. Semakin banyak keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan, semakin banyak pula pajak yang harus dibayarkan kepada negara. Hal ini juga sejalan dengan potensi peningkatan penerimaan pajak yang dapat dihasilkan oleh negara. Namun karena tujuan suatu perusahaan adalah menghasilkan keuntungan, maka hal terakhir yang diinginkan perusahaan adalah mengalami kerugian akibat membayar pajak yang

terlalu besar. Hal inilah yang menyebabkan perusahaan melakukan penghindaran pajak melalui berbagai sistem termasuk transfer pricing (Darma, 2020).

Menurut (Hernawan et al., 2019) dalam (Suwandi, 2022) perusahaan dengan kegiatan usaha di suatu negara wajib membayar pajak kepada negara. Karena adanya kewajiban perpajakan, perusahaan berpendapat bahwa membayar pajak dapat berdampak buruk bagi perusahaan dan menggerogoti keuntungan perusahaan. Dengan cara ini, perusahaan berusaha membayar pajak sesedikit mungkin. Karena tarif pajak bervariasi dari satu negara ke negara lain, perusahaan dengan anak perusahaan di negara lain didorong untuk menerapkan strategi meminimalkan pembayaran pajak sehingga mereka dapat memaksimalkan tujuan perusahaan dan berhasil mengembangkan bisnis mereka sekaligus meningkatkan keuntungan. Hal ini berdampak pada perusahaan. Oleh karena itu, salah satu cara untuk mencapai tujuan ini adalah dengan menerapkan *transfer pricing*.

Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh) mengatur ketentuan umum mengenai *transfer pricing*. Peraturan ini mencakup beberapa ketentuan, antara lain pengertian hubungan istimewa, kewenangan menentukan rasio utang terhadap ekuitas, dan kewenangan mengoreksi tawar-menawar yang tidak adil akibat transaksi antara banyak pihak yang tidak menghasilkan bunga atau keuntungan. Hal ini memerlukan hubungan khusus ditentukan oleh pasar listrik, sehingga transaksi ditangani secara adil. Berdasarkan harga pasar. Berdasarkan PSAK 7, jika salah satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan atau mempunyai pengaruh signifikan terhadap pihak lain dalam pengertian Pasal yang menentukan kebijakan keuangan dan

operasional, maka pihak-pihak tersebut dianggap mempunyai hubungan istimewa. Apabila suatu perusahaan induk, anak perusahaan, dan anak perusahaan penerus mempunyai hubungan kemitraan dengan perusahaan lainnya, hal itu disebut juga hubungan istimewa.

*Transfer pricing* pada perusahaan multinasional didukung oleh pertimbangan pajak dan non pajak. *Transfer pricing* biasanya digunakan untuk memaksimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Beban pajak yang terus meningkat memaksa perusahaan menerapkan *transfer pricing* untuk mengurangi beban pajaknya. *Transfer pricing* dalam penjualan jasa atau barang dicapai dengan mengurangi tingkat penjualan antar kelompok perusahaan dan mentransfer keuntungan yang diperoleh kepada perusahaan di negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Mengingat pajak merupakan salah satu sumber pendapatan dan belanja negara (APBN), permasalahan ini menimbulkan kerugian yang sangat besar bagi beberapa negara berkembang seperti Indonesia (Cahyadi & Noviari, 2018).

Lebih dari 60% perdagangan dunia dihasilkan dari transaksi yang melibatkan perusahaan multinasional dengan menggunakan sistem *transfer pricing* (Darussalam et al., 2013). Skema yang diterapkan oleh perusahaan multinasional dalam praktik *transfer pricing* adalah dengan mengalihkan keuntungan dari negara dengan tarif pajak tinggi ke negara dengan tarif pajak rendah atau nol guna meminimalkan dan memaksimalkan beban pajak sebagai pengeluaran keuntungan perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencegah adanya pengalihan laba kena pajak, otoritas pajak di berbagai negara telah mengeluarkan peraturan mengenai, misalnya penerapan sanksi dan denda, pemeriksaan yang cermat terhadap berbagai elemen

biaya, dan ketentuan *transfer pricing* yang ketat. Persyaratan dokumentasi dan pemeriksaan pajak yang dapat menyebabkan penyesuaian harga transfer.

Faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Menurut (Hartati et al., n.d.) *Tunneling Incentive* adalah tindakan pemegang saham mayoritas yang mengalihkan aset dan keuntungan. Keputusan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* merupakan tindakan dimana pemegang saham besar mengalihkan atau mengalihkan aset dan keuntungan suatu perusahaan untuk kepentingannya sendiri, namun biayanya ditanggung oleh pemegang saham minoritas (Hartati et al., n.d.). *Tunneling incentive* ini terjadi akibat munculnya *agency problem* antara pemegang saham mayoritas dan minoritas di perusahaan. Permasalahan ini disebabkan oleh munculnya perbedaan kepentingan dan misi berbagai pihak. Pemusatan kepemilikan saham yang ada pada satu pihak atau perusahaan induk memberikan peluang untuk mengatur kegiatan usaha perusahaan yang diatur. Sebuah studi oleh (Hidayat et al., 2019) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berdampak positif terhadap *transfer pricing*. Di sisi lain, (Ayshinta, 2019) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing* perusahaan untuk mendapatkan profitabilitas, namun pemegang saham minoritas tidak ikut menanggung biaya yang dikeluarkannya.

Profitabilitas merupakan kinerja operasi suatu perusahaan dalam mengelola asetnya dengan tujuan menghasilkan keuntungan. Semakin rendah profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar peluang untuk mentransfer keuntungan perusahaan melalui *transfer pricing*. Tujuan perusahaan menggunakan transaksi

*transfer pricing* adalah untuk menunjang kinerja kegiatan perusahaan dan menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham. *Transfer pricing* memungkinkan perusahaan untuk menyamakan kecepatan transfer untuk transaksi yang berbeda antar anggota perusahaan (sektor) dengan hubungan khusus atau istimewa (Cahyadi & Noviari, 2018). (Junaidi & Yuniarti, 2020) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam mengadopsi *transfer pricing*. Sedangkan berdasarkan (Prasetio & Mashuri, 2020) mengemukakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ini mengacu pada penelitian dari jurnal yang dilakukan oleh Michelle Filantropy Dan Melvie Paramitha, (2021) dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Dan Profitabilitas Terhadap *Transfer Pricing*”. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2016-2019.

Variabel independen dalam penelitian tersebut yaitu Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, Dan Profitabilitas serta *Transfer Pricing* sebagai variabel dependen. Sektor perusahaan yang diteliti adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Data yang diambil yaitu dari tahun 2016-2019. Metode penentuan sampel yang digunakan adalah teknik *puposive sampling*, sehingga ada sebanyak 25 perusahaan manufaktur, dengan 174 jumlah observasi. Data yang digunakan dan dikumpulkan dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan serta website Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS, Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat Hasil dari

variabel *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing dan variabel profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap transfer pricing. Sedangkan variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing.

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu perbedaan sektor dan periode yang akan diteliti, penulis menggunakan sub sektor food and beverage dalam periode 2018-2022, selain itu terdapat perbedaan penggunaan variabel yaitu menggunakan *Tunneling Incentive* dan Profitabilitas sebagai variabel independen, serta *Transfer Pricing* sebagai variabel dependen.

Alasan penulis memilih sub sektor *food and beverage* yaitu karena pada sub sektor ini dapat memberikan kontribusi yang bermakna terhadap pemahaman kita tentang industri ini dan implikasi praktisnya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu perusahaan dalam memahami dan mematuhi regulasi yang berlaku. Perusahaan dapat mengelola risiko pajak dengan lebih baik dan meminimalkan potensi konflik dengan otoritas pajak, dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya internal dan menghindari praktik yang tidak efisien atau bahkan merugikan, seperti pengalihan keuntungan tanpa pertimbangan yang jelas. Alasan pemilihan variabel pada penelitian ini adalah terdapat ketidak konsistenan pada penelitian yang dilakukan sebelumnya terhadap variabel independen yaitu Tunneling Incentive dan Profitabilitas.

Ada beberapa alasan mengapa peneliti memilih subsektor *food and beverage* sebagai populasi penelitian. Sebab pada tahun 2018, subsektor *food and beverage* merupakan industri dengan nilai kontribusi tertinggi yaitu mencapai



6,25% (Kemenperin\_RI, 2019). Namun pada tahun 2019, industri pengolahan mengalami penurunan penerimaan pajak salah satunya terjadi pada subsektor makanan dan minuman. Komisioner Pajak menjelaskan bahwa makanan dan minuman merupakan barang yang dikonsumsi secara terus menerus (Simorangkir, 2019). Barang yang dihasilkan perusahaan ini kebanyakan barang kebutuhan pokok yang dibutuhkan masyarakat setiap hari. Selain itu, sektor ini juga merupakan industri dengan nilai ekspor tertinggi yaitu Pertumbuhan yang lebih lambat menimbulkan dugaan adanya aktivitas transfer pricing, dan aktivitas ekspor yang tinggi membuat perusahaan-perusahaan di sektor ini semakin rentan terhadap penyalahgunaan transfer pricing (Fahmil, 2020)

Berdasarkan latar belakang informasi diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE* DAN PROFITABILITAS TERHADAP *TRANSFER PRICING*”**.

Fenomena terkait praktik transfer pricing yang terjadi di Indonesia dengan tujuan untuk penghindaran pajak sebagai berikut:

**Tabel 1.2.**

**Fenomena *Transfer Pricing***

<b>Kriteria</b>	<b>Nama Penulis</b>	<b>Gambaran Fenomena</b>	<b>Sumber Fenomena</b>
Fenomena : Kasus transfer pricing terjadi pada perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman yang tercatat di	Apridinata & Zulvia (2023)	Fenomena ini melibatkan PT Indofood Sukses Makmur dan anak perusahaannya PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Harga	OECD.org, 2018

Kriteria	Nama Penulis	Gambaran Fenomena	Sumber Fenomena
Bursa Efek Indonesia yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF).		Transfer terindikasi melalui perbedaan performa keuangan, di mana laba bersih PT Indofood Sukses Makmur Tbk tercatat baik yaitu mencapai Rp 1,4 triliun pada kuartal 1 tahun 2020, namun saham PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mengalami penurunan. Selain faktor	

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan di atas, penulis dapat mengidentifikasi beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Masih banyak perusahaan yang berusaha melakukan tindakan *transfer pricing* dengan cara menurunkan harga jual kepada pihak berelasi.
2. Penyebab terjadinya *transfer pricing* tersebut karena tarif pajak di Indonesia yang tinggi membuat perusahaan melakukan tindakan untuk menghindari pembayaran beban pajak dengan melakukan *transfer pricing* ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah.

3. Dampak dari kegiatan *transfer pricing* bagi perusahaan yaitu pemerintah menduga perusahaan tersebut melakukan tindak pidana perpajakan sehingga permasalahan tersebut dibawa ke pengadilan serta berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara.

### 1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *tunneling incentive* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Bagaimana profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Bagaimana *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
4. Seberapa besar pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
5. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food*

*and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dan maksud melakukan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui *tunneling incentive* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
2. Untuk mengetahui profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
3. Untuk mengetahui *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.
5. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* subsektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis dari penelitian ini dapat menjadi acuan untuk lebih mengembangkan teori-teori yang sudah ada dan memperluas pengetahuan ilmu akuntansi khususnya di bidang perpajakan. Penting juga untuk memahami pengaruh *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap *transfer pricing*.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Penulis berharap penelitian ini dapat membantu memberikan gambaran yang bermanfaat baik langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pemangku kepentingan, antara lain:

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, pemahaman dan wawasan mengenai pengaruh *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor *consumer non-cyclicals* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022.

#### **b. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk memberikan informasi mengenai pengaruh *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap *transfer pricing*, serta sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan praktik *transfer pricing* dengan tujuan memungkinkan penghindaran pajak dilakukan sesuai dengan prinsip keadilan.



