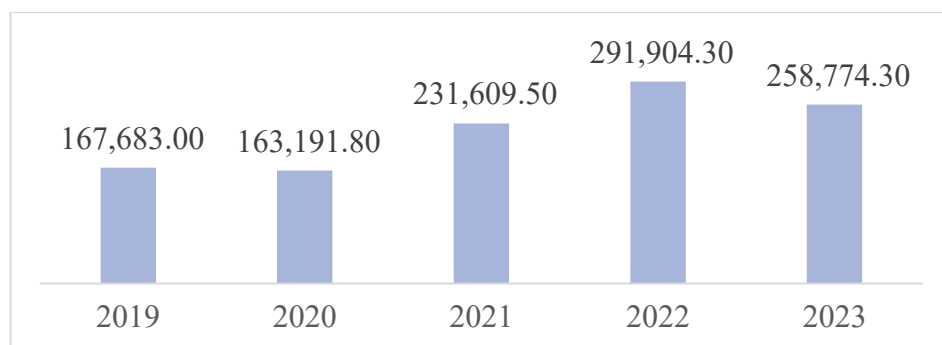


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Ekonomi global yang semakin berkembang secara dinamis serta teknologi informasi semakin memengaruhi semua perusahaan untuk mengembangkan dan melebarkan bisnis mereka di berbagai negara. Banyak transaksi dilakukan oleh perusahaan dalam negeri maupun luar negeri yang meningkat sangat pesat. Meningkatnya transaksi yang dialami banyak perusahaan dalam negeri maupun luar negeri, tidak menutup kemungkinan untuk mereka melakukan kerjasama antar negara (Maulani et al., 2021). Kerjasama antar negara tersebut dipermudah dengan adanya perjanjian perdagangan bebas seperti *ASEAN Free Trade Area* (AFTA) dan juga *World Trade Organization* (WTO) yang dapat mendorong perusahaan dalam negeri maupun luar negeri melakukan transaksi. Fenomena yang disebutkan, memperlihatkan potensi penerimaan yang hadir (Mintorogo & Djaddang, 2019).



Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Transaksi

Sumber : Badan Pusat Statistik diolah oleh Penulis, 2024

Lingkungan persaingan bisnis global yang ketat menyebabkan perusahaan multinasional harus mengambil jalan lain agar tetap kompetitif. Berdasarkan grafik di atas dapat dilihat bahwa transaksi terus mengalami kenaikan, namun pada tahun 2023 banyak perusahaan yang mengalami penurunan, hal ini sangat tidak mungkin terjadi, mengingat perusahaan multinasional melakukan transaksi yang dapat meningkatkan pendapatan dan dapat menghasilkan keuntungan yang cukup. Hal tersebut sudah pasti didorong oleh sesuatu yang mungkin dapat memengaruhinya. Salah satu strategi yang hadir dalam perusahaan multinasional yaitu melakukan adegan *transfer pricing* (Mintorogo & Djaddang, 2019).

Transfer pricing merupakan harga transfer jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud atau berwujud kepada anak perusahaan yang terdiri dalam satu grup dan berhubungan Istimewa dan bertempat di berbagai negara. Beberapa perlakuan dalam praktik *transfer pricing* itu sendiri, yaitu dilakukan dengan cara merubah harga beli menjadi lebih besar dan merubah harga jual menjadi lebih kecil antar perusahaan dalam satu grup atau perusahaan induk mentransfer laba yang lebih besar kepada perusahaan anak yang memiliki laba yang lebih kecil dan berkedudukan di negara yang menerapkan tarif pajak yang relatif rendah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa, semakin tinggi tarif pajak yang diterapkan pada suatu negara, akan semakin besar juga kemungkinan perusahaan untuk melakukan praktik *transfer pricing* (Makhmudah & Djohar, 2023).

Praktik *transfer pricing* pada mulanya hanya dilakukan untuk tujuan tertentu, namun seiring berjalannya waktu praktik *transfer pricing* banyak dilakukan untuk tujuan yang kurang sesuai dengan yang seharusnya mengukur

kinerja antar perusahaan satu dengan perusahaan lain yang berada dalam satu grup. Perubahan tujuan juga mengubah fungsi dasar praktik *transfer pricing* menjadi tidak seperti aslinya, yaitu praktik *transfer pricing* sebagai pemerhati administrasi di bidang perpajakan. Perusahaan memiliki jalan lain guna praktik *transfer pricing* dengan mengambil keputusan untuk meningkatkan atau menurunkan harga bagi sebuah barang yang akan dilaporkan sebagai kerugian juga akan menghentikan perusahaan untuk membayar pajak dengan beban yang lebih tinggi. Hal itu juga dapat menjadi cara untuk perusahaan mengurangi lonjakan beban yang hadir pada perusahaan – perusahaan yang terletak pada negara dengan tarif pajak yang cukup tinggi (Restu & Ambarita, 2024).

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) menyatakan bahwa 60% sampai dengan 80% dari perdagangan internasional terdiri dari transaksi yang terafiliasi perusahaan multinasional yang memiliki tujuan untuk mengurangi beban pajak dengan cara mentransfer laba dari negara asal ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Sebanyak 37% hingga 42% Produk Domestic Bruto (PDB) Indonesia terdiri dari transaksi yang terafiliasi, hal itu dapat merugikan bagi sisi pajak Indonesia (Cantika Adinda Putri, 2021). Fenomena terkait dengan praktik *transfer pricing* yaitu ada pada Coca Cola Company yang berada pada PT Coca Cola Indonesia tahun 2014, PT Coca Cola Indonesia memiliki dugaan dalam pengurangan beban pajak terutang yang menyebabkan kekurangan pajak mencapai sebesar Rp 49,24 miliar yang sudah terjadi pada tahun 2002, 2003, 2004, serta 2006. Direktorat Jendral Pajak (DJP) mengatakan bahwa Kementerian Keuangan telah menemukan terdapat perbesaran biaya yang besar pada tahun

tersebut, beban biaya yang terbilang besar dapat menyebabkan penghasilan kena pajak mengalami pengurangan, maka setoran pajak yang disetorkan oleh PT Coca Cola Indonesia ikut mengecil. Total biaya sebesar Rp 566,84 miliar juga digunakan oleh PT Coca Cola Indonesia untuk biaya iklan produk minuman menjadi merk Coca Cola. Kegiatan tersebut tidak sesuai dengan bisnis perusahaan, produk yang dihasilkan PT Coca Cola Indonesia merupakan produk konsentrat dan bukan produk minuman jadi, namun biaya yang dikeluarkan untuk iklan terlalu besar, hal tersebut dapat menjadi deteksi awal bahwa ada kegiatan yang tidak sesuai dengan bisnis perusahaan (Kompas.com, 2014).

The Coca-Cola Company, sebuah perusahaan multinasional yang berbasis di AS, mengajukan banding ke Pengadilan Pajak AS terkait perselisihan perhitungan pajak yang ditetapkan oleh *Internal Revenue Service* (IRS). Coca-Cola meminta pengadilan untuk meninjau implikasi konstitusional dan pajak dari keputusan tahun 2020, dengan menyatakan bahwa perhitungan pajak oleh IRS tidak sesuai dengan hukum. Menurut *internationaltaxreview.com*, Coca-Cola dan IRS telah menandatangani perjanjian pada tahun 1996 mengenai metode pembagian keuntungan dengan perusahaan afiliasi di luar negeri, yang telah diterapkan sejak saat itu. Pada tahun 2016, IRS menagih Coca-Cola sebesar US\$3,4 miliar (setara dengan Rp50,62 triliun) sebagai pajak penghasilan kurang bayar untuk periode 2007 hingga 2009. Tagihan ini muncul akibat penyesuaian yang dilakukan IRS terhadap pengaturan *transfer pricing* yang diterapkan oleh Coca-Cola (Vallencia, 2022).

Serocki dan Callaghan dalam Tjandrakirana (2020) menyatakan keputusan perusahaan yang dipengaruhi oleh pajak untuk menerapkan *transfer pricing* diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan total dari beban pajak perusahaan terhadap pendapatan sebelum dikurangi pajaknya. Total beban pajak didapatkan dari mengurangi beban pajak dan beban pajak tangguhan. Pengukuran menggunakan tarif pajak efektif dapat dibandingkan dengan tarif pajak berdasarkan undang-undang yang berlaku, jika pengukuran tarif pajak efektif dibawah tarif pajak berdasarkan undang-undang, maka terdapat kemungkinan bahwa perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak (Tjandrakirana, 2020)

Faktor pengambilan keputusan *transfer pricing* yang lain yaitu ada *tunnelling incentive* (Restu & Ambarita, 2024). *Tunnelling incentive* adalah perilaku yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan laba dan aset perusahaan demi kepentingan pribadi, sementara pemegang saham minoritas harus menanggung biaya yang timbul akibat tindakan tersebut. Kegiatan yang dilakukan perusahaan induk dalam penambahan kekayaan dapat menyebabkan konflik antar pemegang saham. Praktik ini hanya akan menguntungkan satu pihak dengan pemanfaatan hubungan istimewa antara perusahaan induk dengan perusahaan afiliasinya. Pemegang saham minoritas akan mengalami kerugian yang disebabkan oleh pengurangan pendapatan akibat pemindahan kekayaan (Fachrizal & Salim, 2023).

Keputusan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh *debt covenant*. *Debt covenant* atau perjanjian jangka panjang adalah peraturan yang digunakan untuk

melindungi pemberi pinjaman dari tindakan manajemen yang dapat merugikan kepentingan kreditur, seperti pembagian dividen yang berlebihan atau membiarkan ekuitas jatuh di bawah batas yang telah ditetapkan sebelumnya. Semakin besar kewajiban atau proporsi nilai, semakin dekat sebuah organisasi dengan batas pengaturan kredit atau ambang administrasi. Menurut hipotesis *debt covenant*, perusahaan dengan rasio utang yang tinggi cenderung memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba perusahaan. Salah satu praktik yang digunakan untuk mengubah laba adalah melalui *transfer pricing* (Mintorogo & Djaddang, 2019).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis termotivasi untuk menguji kembali perusahaan-perusahaan manufaktur sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sektor perusahaan konsumen barang primer dipilih sebagai objek penelitian karena sektor ini bergerak di bidang produksi dan distribusi kebutuhan pokok sehari-hari seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan barang rumah tangga yang permintaannya stabil serta anti-siklis, sehingga tetap bertahan di tengah perubahan ekonomi; selain itu, sektor ini memiliki kontribusi penting dalam perekonomian Indonesia, persaingan yang ketat, dan banyak perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sehingga relevan untuk dianalisis terkait praktik *transfer pricing* dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Perbedaan yang ada pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada periode penelitian yang akan diteliti yaitu tahun 2020 – 2023. Maka dari itu, peneliti mengambil judul **“Pengaruh Tarif Pajak Efektif, *Tunnelling Incentive*, Dan *Debt Covenant* terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020 – 2023”.

1.2 Rumusan Masalah

Transfer pricing merupakan salah satu permasalahan yang banyak dilakukan oleh perusahaan multinasional di Indonesia mengenai penghindaran pajak. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukannya analisis mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan *transfer pricing*, dengan rumusan masalah yang dinyatakan dengan pembahasan sebagai berikut :

- 1) Apakah tarif pajak efektif berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
- 2) Apakah *tunnelling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?
- 3) Apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis :

- 1) Untuk meneliti pengaruh tarif pajak efektif terhadap keputusan *transfer pricing*.
- 2) Untuk meneliti pengaruh *tunnelling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*.

- 3) Untuk meneliti pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing*.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberi kegunaan teoritis maupun kegunaan praktis sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi referensi yang memberikan kontribusi langsung dalam perkembangan dunia pendidikan, terkhusus di bidang akuntansi dan perpajakan. Selain itu, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memperluas pengetahuan mengenai hal-hal yang berpengaruh pada *transfer pricing* serta variabel-variabel yang terkait.

2. Kegunaan Praktis

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi terkait dengan hal-hal yang menyebabkan terjadinya *transfer pricing*. Hasil yang keluar dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menjadi pertimbangan oleh pihak-pihak terkait, terlebih dengan otoritas pajak dan pemegang kebijakan, untuk membuat langkah-langkah yang lebih mendalam mengenai *transfer pricing* serta pembuatan regulasi serta peningkatan kualitas pelayanan.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk mendapatkan laporan penelitian yang terstruktur dan sesuai dengan permasalahan yang dibahas, maka penulis memerlukan susunan penulisan. Adapun susunan penulisan pada penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan, penulis menguraikan mengenai latar belakang masalah yang mendasari peneliti melakukan penelitian ini. Bab ini juga diuraikan mengenai rumusan masalah serta tujuan dari penelitian, lalu ditutup dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka, penulis menuliskan mengenai teori yang digunakan dalam penelitian ini. Bab ini juga dijelaskan tentang penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran yang akan menunjang keterkaitan antar variabel dalam penelitian ini serta hipotesis yang akan berpengaruh dengan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi riset, penulis membahas tentang penjelasan mengenai operasional variabel dan juga jenis penelitian yang digunakan. Bab ini juga diuraikan mengenai populasi dan sampel, teknik pengumpulan informasi serta prosedur analisis yang diperlukan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan, penulis menjabarkan gambaran mengenai objek penelitian. Bab ini juga diuraikan mengenai analisis data yang digunakan dalam penelitian serta tafsiran terhadap hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab penutup, penulis menuliskan mengenai kesimpulan dari penelitian ini yang berisi hasil dan jawaban dari rumusan masalah. Bab ini juga dijelaskan mengenai keterbatasan penelitian yang menjelaskan mengenai batasan penelitian yang dapat memengaruhi hasil dari penelitian. Subbab terakhir dalam bab ini saran, menjelaskan mengenai harapan penulis terkait dengan penelitian selanjutnya.