

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, ekonomi dan bisnis terus mengalami perkembangan seiring dengan berjalannya waktu, hal yang sama juga terjadi pada transaksi perdagangan yang kini dapat dilakukan tanpa terikat oleh batasan jarak dan waktu. Kemajuan ekonomi global saat ini tidak terlepas dari dampak globalisasi yang memicu peningkatan signifikan transaksi internasional atau *cross border transaction*. Transaksi perdagangan yang mudah dan cepat di era globalisasi memberikan peluang bagi perusahaan-perusahaan global untuk memperkuat posisi mereka di berbagai sektor. Perkembangan pesat di bidang ekonomi, teknologi, transportasi, dan informasi tidak hanya memicu pertumbuhan perusahaan, tetapi juga berdampak signifikan pada pola bisnis dan perilaku para pemilik bisnis. Seiring dengan kemajuan dunia bisnis, perusahaan-perusahaan nasional semakin memperluas jangkauan mereka menjadi perusahaan multinasional yang tidak lagi hanya berpusat di satu negara, melainkan di beberapa negara. Sebagai bagian dari strategi bisnis, perusahaan dapat mendirikan induk perusahaan (*holding company*) atau anak perusahaan di luar negeri untuk memasuki pasar baru dan memanfaatkan peluang pertumbuhan di berbagai wilayah. Sehingga tidak ada lagi batasan antar negara yang menghalangi pergerakan barang, jasa, dan modal dari satu negara ke negara lain.

Organisasi Kerja Sama dan Pembangunan Ekonomi (OECD) memprediksi total arus *intragroup* mewakili lebih dari 70% dari total perdagangan di seluruh dunia (Merle et al., 2019). Pada perusahaan multinasional terjadi transaksi penjualan barang antar perusahaan yang berelasi atau memiliki hubungan istimewa. Menurut data dari *World Atlas of Global Issues*, pada tahun 2018 terdapat sekitar 60.000 perusahaan multinasional di dunia yang mengendalikan lebih dari 500.000 anak perusahaan. Perusahaan multinasional adalah perusahaan yang menjalankan bisnisnya di berbagai negara, mengendalikan operasinya melalui anak perusahaan, kantor cabang, dan afiliasi (Wulandari, & Fitrianti, 2024). Perusahaan multinasional terlibat dalam transaksi perdagangan internasional, baik penjualan

maupun pembelian barang atau jasa, melalui anak perusahaan mereka yang beroperasi di berbagai negara. Dengan adanya *World Trade Organization* (WTO) dan *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) yang berperan dalam memfasilitasi kegiatan bisnis lintas negara dengan menetapkan aturan dan kebijakan yang mempromosikan perdagangan internasional yang lebih bebas dan adil.

Kompleksitas transaksi antar divisi atau perusahaan seringkali menimbulkan kesulitan dalam menentukan harga transfer yang tepat. Penetapan harga dalam transaksi antar divisi atau perusahaan yang terafiliasi sering disebut sebagai *transfer pricing* (Cledy & Amin, 2020). *Transfer pricing* adalah harga yang digunakan dalam transaksi penyerahan barang, jasa, atau aset tak berwujud antar divisi dalam satu perusahaan atau antar perusahaan yang terafiliasi, baik di dalam maupun luar negeri, yang ditetapkan berdasarkan prinsip harga pasar wajar atau *arm's length principle*. Pada awalnya, mekanisme ini dirancang sebagai sistem pengendalian manajemen untuk memberikan informasi yang relevan kepada setiap unit bisnis, sehingga mereka dapat mengoptimalkan keseimbangan antara biaya dan pendapatan perusahaan.

Perusahaan memanfaatkan *transfer pricing* untuk mempertimbangkan serta mengukur kemampuan setiap divisi ataupun departemen perusahaan. *Transfer pricing* bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun juga bisa menjadi peluang penyalahgunaan untuk perusahaan yang mengejar laba tinggi. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Tidak sedikit juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan penghindaran pajak. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara dengan tarif pajak yang rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*.

Seiring dengan perkembangan globalisasi, perusahaan multinasional mulai menggunakan praktik *transfer pricing* untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Perusahaan multinasional sering melakukan transaksi internal, yaitu transaksi antar anggota perusahaan atau dalam satu grup, yang disebut sebagai

transaksi hubungan istimewa (Putri F. A et al, 2020). Perusahaan dapat memanipulasi harga jual dalam transaksi internal untuk mengurangi pajak, dengan cara menjual barang atau jasa dengan harga lebih rendah kepada perusahaan terafiliasi di negara dengan tarif pajak rendah (Rahayu et al., 2020). Dalam pandangan pajak atau fiskal, *transfer pricing* sangat berpotensi menyebabkan risiko berkurang atau hilangnya potensi 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*).

Praktik *Transfer pricing* setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, hal ini selaras dengan data yang di keluarkan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) dengan merilis *Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics*. Berikut ini merupakan data perkembangan kasus praktik *transfer pricing* dari tahun 2018 - 2022.

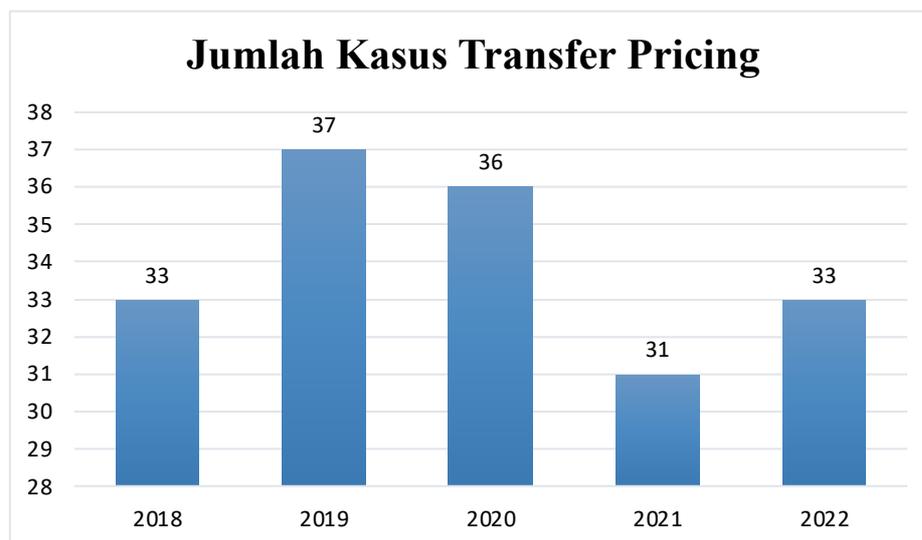


Gambar 1.1 Jumlah Kasus *Transfer Pricing*

Sumber: *Organization for Economic Cooperation and Development (2022)*

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa kasus *transfer pricing* merupakan isu global yang semakin bertambah dan meningkat diseluruh dunia. Berdasarkan data yang tercantum, OECD menemukan total kasus *transfer pricing* berfluktuasi setiap tahunnya dari tahun 2018. Data menunjukkan bahwa jumlah kasus *transfer pricing* terus mengalami peningkatan dimana pada tahun 2018

sebanyak 930 kasus. Pada tahun 2019, kasus *transfer pricing* meningkat sebanyak 1156 kasus dimana OECD juga mencatat jumlah sengketa kasus *transfer pricing* baru naik 24% dan jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan sengketa kasus lainnya yang hanya pada kisaran 5%. Selain itu, disertai dengan penyelesaian kasusnya yang juga kian melambat daripada kasus yang lainnya. Dan pada tahun 2020 kasus *transfer pricing* kembali meningkat sebanyak 1178 kasus, Sementara itu di tahun selanjutnya pada tahun 2021 kasus *transfer pricing* mengalami penurunan menjadi 1051 kasus, Dan meningkat lagi menjadi 1166 pada tahun 2022. Pemerintah mendorong wajib pajak untuk menggunakan *Mutual Agreement Procedure* (MAP) sebagai alternatif solusi penyelesaian berbagai sengketa pajak lintas negara.



Gambar 1.2 Jumlah Kasus *Transfer Pricing* di Indonesia

Sumber: Organization for Economic Cooperation and Development (2022)

Berdasarkan data yang tercantum, OECD menemukan total kasus *transfer pricing* di Indonesia berfluktuasi setiap tahunnya dari 2018, yaitu sebanyak 33 kasus, kemudian meningkat menjadi 37 kasus pada tahun 2019, pada tahun 2020 sebanyak 36 kasus, pada tahun 2021 terjadi penurunan kasus sebanyak 31 kasus, serta pada tahun 2022 sebanyak 33 kasus (Fadilla & Budiantara, 2024). Di Indonesia *transfer pricing* diatur dalam Pasal 18 Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang pajak penghasilan. Peraturan tersebut memuat beberapa hal, yaitu pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan

modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam transaksi yang tidak wajar. Pada UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4) telah menetapkan bahwa hubungan istimewa antar Wajib Pajak Badan dapat terjadi jika suatu badan memiliki atau menguasai modal saham suatu badan lain sebesar 25% atau lebih, atau jika beberapa badan memiliki saham sebesar 25% atau lebih yang dimiliki oleh satu badan tertentu. Adanya hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha.

Dengan semakin tingginya *transfer pricing* yang dilaksanakan mempunyai risiko *tax avoidance* yang merugikan penerimaan negara, sehingga berdampak pada perekonomian negara sehingga turunnya *tax ratio*. Dari tahun ke tahun Indonesia mengalami penurunan pada *tax ratio*. Pada 2013 *tax ratio* memperoleh 11,86% dan mengalami penurunan terus menerus dan mendekati titik terendah pada 2019 sebesar 9,76% (DDTCNews, 2022). Di Indonesia terdapat perusahaan yang diduga melakukan *transfer pricing* yaitu PT Adaro Energy Tbk. Laporan yang dikeluarkan oleh *Global Witness* menyatakan bahwa dalam laporan tersebut perusahaan tambang besar di Indonesia yaitu PT Adaro Energy Tbk telah melakukan *transfer pricing* yang dilakukan tahun 2009 hingga 2017 melalui anak perusahaannya yang terdapat di Singapura Coaltrade Service Internasional. Adaro menggunakan strategi pembayaran pajak sebesar US\$ 125 juta atau setara Rp 1,75 triliun (kurs Rp 14.000) yaitu lebih rendah dengan pajak dibayarkan kepada pemerintah Indonesia. Di samping itu, *global witness* juga menunjuk peran negara suaka pajak yang memungkinkan adaro mengurangi tagihan pajaknya senilai 14 juta dolar AS per tahun. *Global Witness* menyatakan laporan mengenai Adaro Energy melakukan pengalihan pendapatan ke anak perusahaannya yang berada di luar negeri. Tujuannya adalah untuk menghindari beban pajak. Adaro Energy diduga menjual batu bara ke *coaltrade service international* dengan harga yang jauh lebih murah. Kemudian batu bara tersebut dijual kembali ke negara lain dengan harga yang lebih tinggi untuk memperoleh keuntungan yang tinggi tetapi dengan beban pajak yang kecil. Mengakibatkan penghasilan yang dikenakan pajak di Indonesia lebih rendah dari yang seharusnya dibayarkan (Global Witness.org, 2019).

Ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi suatu perusahaan yang melakukan *transfer pricing*. Prabaningrum, Astuti, & Harjito, (2021) menyatakan bahwa *transfer pricing* dapat dipengaruhi oleh pajak. Afifah & Agustina, (2020) juga menyampaikan *transfer pricing* diakibatkan oleh ukuran perusahaan dan kepemilikan asing. Rifqiyati et al., (2021) menyebutkan multinasionalitas dapat mempengaruhi *transfer pricing*. Ningtyas & Mutmainah, (2022) menyatakan variabel *tunneling incentive* dan *debt covenant* mempengaruhi praktik *transfer pricing*. Penelitian oleh Ridwan et al., (2023) *transfer pricing* dipengaruhi oleh beberapa faktor termasuk mekanisme bonus, profitabilitas, dan *leverage*. Dari berbagai faktor yang ada peneliti memilih *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan sebagai faktor yang mempengaruhi terjadinya *transfer pricing* pada penelitian ini.

Tunneling incentive adalah tindakan penyalahgunaan kekuasaan oleh manajemen atau pemegang saham mayoritas untuk mengambil aset, keuntungan, atau sumber daya perusahaan demi kepentingan pribadi, yang merugikan pemegang saham minoritas (Widiastuti et al., 2022). *Tunneling* bisa dilakukan melalui metode seperti *transfer pricing*, penjualan aset di bawah harga pasar, atau transaksi afiliasi yang tidak adil. *Tunneling* juga dapat dilakukan melalui tidak membagikan dividen, memindahtangankan aset maupun saham kepada perusahaan anak yang dikuasai di bawah harga rata-rata dan menunjuk anggota keluarganya untuk memangku jabatan penting perusahaan meskipun tidak memiliki kualifikasi yang mendukung. *Tunneling incentive* sering digunakan dalam konteks perusahaan multinasional atau konglomerat besar, di mana pemegang saham pengendali memanfaatkan hubungan afiliasi antar perusahaan untuk memindahkan aset dengan cara yang sulit dideteksi oleh pemegang saham minoritas.

Perusahaan publik di Indonesia cenderung memiliki kondisi yang serupa yaitu kepemilikan saham perusahaan terkonsentrasi. Struktur kepemilikan tersebut menyebabkan timbulnya *tunneling* antara pemegang saham yang memiliki kendali dengan pemegang saham minoritas dimana pengendali akan lebih memiliki hak dalam mengatur manajemen perusahaan. Hal ini berakibat pada berkuasanya pemegang saham yang memiliki kendali dibandingkan pemegang saham minoritas untuk memutuskan aturan yang hendak ditetapkan oleh perusahaan. Pemegang

saham mayoritas mampu mengambil tindakan tanpa mempertimbangkan kepentingan pemegang saham minoritas. Selain itu, kurangnya perlindungan bagi pemegang saham minoritas menciptakan masalah keagenan yang memicu praktik *tunneling*, yang dapat merugikan salah satu pihak (Rifqiyati et al., 2021).

Penelitian mengenai *tunneling incentive* telah dilakukan oleh beberapa peneliti. Penelitian yang dilakukan oleh Handayani, R. (2021); Mineri & Paramitha, (2021); dan Elfa, E et al, (2022) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Artinya, semakin besar kepemilikan saham mayoritas oleh pemegang saham pengendali, semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Praktik ini memberikan keuntungan bagi pemegang saham pengendali, tetapi merugikan pemegang saham minoritas karena mengurangi laba yang dapat dibagikan. Dari hasil penelitian tersebut, dijelaskan bahwa perusahaan yang memiliki pemegang saham pengendali yang signifikan lebih cenderung memanfaatkan *transfer pricing* untuk mengalihkan laba ke entitas afiliasi dengan tujuan mengurangi beban pajak atau memaksimalkan keuntungan bagi pihak pengendali.

Sementara penelitian Ditasari et al., (2024) kepemilikan saham di atas 20% oleh perusahaan induk asing berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*, kepemilikan ini memicu *tunneling incentive* di mana aset dipindahkan ke perusahaan afiliasi dengan harga yang tidak sesuai, yang berkontribusi pada keputusan *transfer pricing* untuk meminimalkan pajak atau memaksimalkan keuntungan pribadi. Sebaliknya, menurut Suryarini et al, (2020) dan Rifqiyati et al, (2021) menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Dengan adanya insentif kuat untuk melakukan *tunneling*, perusahaan lebih mungkin untuk menggunakan metode ini sebagai sarana pengalihan kekayaan, daripada menggunakan *transfer pricing*. Pengaruh negatif ini menunjukkan bahwa semakin besar dorongan untuk *tunneling*, semakin kecil kemungkinan perusahaan akan menggunakan *transfer pricing* sebagai alat untuk mengelola kewajiban pajak atau tujuan finansial lainnya.

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* karena ukuran perusahaan memiliki nilai yang dapat menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki suatu perusahaan, semakin besar pula ukurannya, dan ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut memiliki prospek yang baik dalam jangka panjang (Cledy & Amin, 2020). Ukuran perusahaan memainkan peran penting dalam menentukan akses ke sumber daya keuangan, kemampuan untuk bertahan dari guncangan pasar, serta pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan strategis. Ukuran perusahaan dianggap penting bagi investor sebab akan berkaitan langsung dengan risiko investasi.

Perusahaan besar cenderung lebih sering diperhatikan publik dan pihak lain yang berkepentingan. Perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya, baik dari segi keuangan, teknologi, maupun manusia. Mereka juga lebih mudah mendapatkan pendanaan eksternal melalui pasar modal karena reputasi mereka yang lebih baik di mata investor. Selain itu, perusahaan besar biasanya memiliki struktur manajemen yang lebih kompleks, yang memungkinkan mereka untuk menjalankan strategi bisnis yang lebih terdiversifikasi dan mengurangi risiko keuangan. Meskipun perusahaan kecil lebih fleksibel dan cepat beradaptasi dengan perubahan pasar, mereka rentan terhadap gejolak ekonomi karena keterbatasan sumber daya keuangan dan akses ke modal (Sari D, 2021).

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melaksanakan *transfer pricing*, karena ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya nilai perusahaan. Perusahaan besar memiliki transaksi keuangan serta kegiatan perusahaan tersebut juga akan semakin besar, dan tentunya hal ini akan berdampak pada keuntungan yang bisa didapatkan oleh perusahaan. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melaksanakan *transfer pricing*, karena ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya nilai perusahaan. Besarnya aset yang dimiliki perusahaan menjadi gambaran mengenai prospek bisnis yang menjanjikan di waktu yang akan datang (Wahyudi & Fitriah, 2021). Menurut Azhari & Winingrum, (2024); Arifin, (2020); dan Ilmi & Prastiwi, (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Oleh karena itu,

perusahaan yang memiliki keuntungan besar cenderung dapat terlibat dalam transaksi penghindaran pajak. Sehingga kemungkinan terjadinya *transfer pricing* akan semakin besar dilakukan oleh perusahaan dengan ukuran yang cukup besar atau perusahaan yang memiliki asosiasi atau grup perusahaan. Tetapi berbeda dengan penelitian Nurwati et al, (2021) dan Cledy & Amin, (2020) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*, artinya semakin besar ukuran perusahaan, maka kecenderungannya untuk melakukan *transfer pricing* cenderung menurun. Perusahaan dengan aset yang besar cenderung mengurangi praktik *transfer pricing* karena berada di bawah pengawasan ketat otoritas pajak, memiliki sistem kepatuhan yang tinggi, fasilitas operasional yang lengkap, dan menjaga reputasi agar terhindar dari risiko citra negatif.

Berdasarkan berbagai fenomena dan perbedaan temuan dari penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti akan melakukan penelitian dengan cakupan yang berbeda. Penelitian ini menggunakan sampel yang lebih luas dibandingkan penelitian sebelumnya, karena mencakup perusahaan multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021-2023. Pemilihan sampel ini karena perusahaan multinasional memiliki peluang yang lebih signifikan untuk menghindari pajak apabila dibandingkan dengan perusahaan non multinasional. Penelitian ini juga menguji pengaruh simultan dari *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*, untuk memahami bagaimana interaksi antara kedua variabel ini dapat memengaruhi keputusan *transfer pricing* secara lebih mendalam. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Tunneling Incentive dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Multinasional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2021-2023)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Transfer pricing adalah salah satu isu utama dalam pajak internasional yang melibatkan penetapan harga untuk transaksi antar perusahaan dalam satu grup, khususnya bagi perusahaan multinasional. Berdasarkan hal tersebut, penting untuk melakukan kajian terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan

dalam melakukan *transfer pricing*. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *Tunneling Incentive* secara parsial terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023?
2. Bagaimana pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023?
3. Bagaimana pengaruh *Tunneling Incentive* dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui:

1. Pengaruh *Tunneling Incentive* secara parsial terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023?
2. Pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023?
3. Pengaruh *Tunneling Incentive* dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023?

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan serta pemahaman yang luas bagi penulis terutama dalam bidang akuntansi dan perpajakan. Selain itu, diharapkan dapat memperdalam hasil dari penelitian sebelumnya dan memberikan pengetahuan serta informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya mengenai *transfer pricing* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Penelitian ini juga dapat menambah referensi di bidang

akuntansi dan perpajakan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan penelitian mengenai hubungan antara *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan terhadap praktik *transfer pricing*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam mengambil keputusan atau kebijakan dan juga dapat memberikan informasi serta pandangan bagi perusahaan agar dapat meningkatkan kepatuhan sebagai wajib pajak. Dapat digunakan juga untuk sarana dalam menilai apakah keputusan untuk melakukan harga transfer merupakan keputusan yang tepat dalam meningkatkan laba perusahaan. Sehingga kedepannya dapat meningkatkan tata kelola perusahaan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan. Serta dapat memberikan gambaran kepada investor tentang keputusan perusahaan sehingga dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam melakukan keputusan investasi kepada perusahaan multinasional.