

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah menjadi pendorong utama kompleksitas dan pentingnya isu *transfer pricing*. Seiring dengan semakin terintegrasinya perekonomian dunia, perusahaan multinasional semakin terlibat dalam transaksi lintas batas. Hal ini menciptakan peluang yang lebih luas bagi perusahaan dalam rangka memanfaatkan perbedaan tarif pajak di berbagai negara melalui praktik *transfer pricing*. Selain itu, globalisasi juga mendorong perusahaan untuk memiliki rantai pasok yang lebih kompleks dan tersebar di berbagai belahan dunia, sehingga semakin sulit untuk menentukan harga transfer yang wajar.

Transfer pricing umumnya mengacu pada keputusan manajemen tentang penetapan harga dalam transaksi dengan pihak berelasi. Meskipun istilah *transfer pricing* bersifat netral, dalam praktiknya sering dikaitkan dengan upaya pengurangan kewajiban pajak. *Transfer pricing* dipandang sebagai suatu mekanisme untuk menghindari pajak ketika harga transaksi antara pihak berelasi bertentangan dengan ketentuan perpajakan yang berlaku.

Menurut Wisanggeni (2019), *transfer pricing* mengacu pada kebijakan yang diterapkan oleh perusahaan untuk menentukan harga barang, jasa, dan transaksi keuangan yang ditransfer antara entitas dalam perusahaan. Penetapan harga ini umumnya digunakan ketika suatu perusahaan memiliki hubungan istimewa dengan entitas lain, yang dapat memengaruhi keputusan *transfer pricing*. Hal ini berpotensi menimbulkan biaya transaksi yang tidak adil bagi pihak-pihak yang

terlibat (Novira, 2020). Tujuan utama dari *transfer pricing* ialah untuk mengoptimalkan tingkat profitabilitas serta mengurangi beban pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan. *Transfer pricing* berfungsi sebagai instrumen strategis dalam perencanaan pajak, yang memungkinkan perusahaan mengalihkan laba dari yurisdiksi dengan tarif pajak tinggi ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang lebih rendah. Praktik ini umum digunakan oleh perusahaan multinasional untuk mengurangi beban pajak melalui *transfer pricing* antar entitas yang memiliki hubungan istimewa.

Pada awalnya, aktivitas *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan semata-mata untuk mengevaluasi kinerja unit atau departemen di dalam perusahaan. Namun, seiring berjalannya waktu, sejumlah perusahaan multinasional mulai memanfaatkan *transfer pricing* sebagai sarana untuk mengurangi kewajiban pajak. Seiring meningkatnya beban pajak, perusahaan berupaya menerapkan *transfer pricing* dengan harapan bisa menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Dalam praktik penjualan barang atau jasa, *transfer pricing* dapat menyebabkan penetapan harga yang lebih rendah antar entitas perusahaan yang sejenis akibat keterbatasan fasilitas, keahlian, dan standar yang digunakan. Selain itu, laba yang diperoleh perusahaan seringkali dialokasikan ke negara-negara dengan tarif pajak yang lebih rendah. Wajib pajak pun kerap memenangkan sengketa *transfer pricing* di pengadilan pajak, yang pada akhirnya mendorong perusahaan multinasional untuk menerapkan praktik penetapan harga transfer (Ayshinta et al., 2019).

Salah satu contoh praktik *transfer pricing* dapat ditemukan pada sektor barang konsumsi, khususnya di PT. Nippon Indosari Corpindo Tbk yang beroperasi di Indonesia. Pada tahun 2019, perusahaan ini melakukan praktik *transfer pricing* dengan PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk terkait pengadaan bahan baku, yang selanjutnya dijual kepada PT. Indomarco Prismatama dengan nilai sebesar Rp1,2 Triliun. Tindakan ini mengindikasikan adanya praktik *transfer pricing* di Indonesia. Selain itu, berbagai entitas telah melaporkan penurunan laba bersih antara tahun 2018 hingga 2022, yang tampaknya bertujuan untuk mengurangi kewajiban pajak yang harus mereka bayar. Sebagai contoh, PT. Unilever mencatat penurunan laba bersih sebesar 4,37%, PT. Mayora Indah mengalami penurunan sebesar 0,51%, dan PT. Garudafood Tbk mencatat penurunan laba bersih yang cukup signifikan sebesar 19,9%. Untuk mengurangi biaya pajak yang harus mereka bayar, industri tersebut terindikasi melakukan praktik *transfer pricing* dengan mengurangi keuntungan mereka.

Menurut pengamatan Affan, kompleksitas permasalahan *transfer pricing* tercermin dalam jumlah sengketa yang cukup tinggi. Data menunjukkan bahwa pada tahun 2020 terdapat 310 kasus sengketa yang telah diputuskan, angka ini kemudian menurun menjadi 249 kasus di tahun 2021, dan mencapai 186 kasus pada tahun 2023 (Gumiwang, 2024). Fluktuasi jumlah kasus ini mengindikasikan bahwa penerapan prinsip arm's length dalam transaksi afiliasi masih menjadi area yang seringkali memicu perselisihan antara wajib pajak dan lembaga perpajakan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* adalah *income tax* (pajak penghasilan). Pajak penghasilan merupakan pungutan yang dikenakan atas penghasilan yang diperoleh wajib pajak, baik perorangan maupun badan usaha, dalam satu tahun pajak. Pajak ini bersifat wajib berdasarkan ketentuan perundang-undangan, tidak memberikan manfaat secara langsung kepada pembayar pajak, dan digunakan untuk kepentingan negara dalam rangka meningkatkan kesejahteraan seluruh warga negara, baik perorangan maupun badan usaha.

Fasilitas perpajakan menjadi salah satu pertimbangan produsen menyesuaikan tarif melalui perdagangan afiliasi lintas batas dengan tarif pajak yang lebih kecil. Perusahaan menerapkan *transfer pricing* sebagai bagian dari strategi perencanaan pajak guna menekan jumlah pajak yang harus dibayarkan. Oleh karena itu, semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh suatu perusahaan, maka kemungkinan perusahaan tersebut menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi kewajiban pajaknya akan semakin tinggi.

Exchange rate nilai tukar memberikan pengaruh terhadap praktik *transfer pricing* di perusahaan multinasional dengan memengaruhi profitabilitas transaksi antar anak perusahaan di berbagai negara. Fluktuasi nilai tukar dapat menyebabkan laba atau rugi, sehingga mendorong perusahaan untuk menyesuaikan strategi penetapan harga mereka guna mengoptimalkan laba dan mengelola kewajiban pajak secara efektif. Untuk sejumlah mata uang, nilai masing-masing mata uang dinyatakan dalam satuan dolar dan dapat bervariasi tergantung perbedaan waktu (Esa Agustin & Hari Stiawan, 2022). *Exchange rate* dapat berdampak langsung terhadap laba perusahaan secara keseluruhan. Sebagai

ilustrasi, banyak perusahaan multinasional yang melakukan transaksi pembayaran dengan mata uang asing, sehingga mereka harus melakukan konversi antar valuta. Karena nilai tukar mata uang cenderung berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pembayaran menjadi tidak pasti. Akibatnya, jumlah mata uang domestik yang diperlukan untuk membayar bahan baku impor dapat berubah –ubah meskipun harga dari pemasok tetap. Situasi ini membuka peluang bagi perusahaan multinasional untuk memanfaatkan perubahan nilai tukar dalam rangka mengatur laba melalui praktik *transfer pricing*. Profitabilitas yang dihasilkan dari strategi ini memiliki peran penting bagi investor, karena merupakan salah satu indikator utama dalam proses penetapan kebijakan investasi bagi suatu entitas usaha.

Salah satu faktor lain yang dapat memengaruhi perusahaan dalam menetapkan keputusan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* ialah *tunneling incentive*. Suatu tindakan di mana pemilik modal utama mengalihkan aset dan keuntungan perusahaan untuk kepentingan pribadi, namun beban biayanya ditanggung oleh pemegang saham minoritas (Rizanti & Karlina, 2024). Konsentrasi kepemilikan saham pada satu pihak tersebut untuk mengontrol aktivitas operasional perusahaan yang berada dalam lingkup pengaruhnya. Contoh praktik tunneling antara lain pembayaran dividen, penjualan aktiva perusahaan kepada entitas lain dengan nilai di bawah harga pasar, serta penunjukan anggota keluarga untuk menduduki jabatan strategis di dalam perusahaan (Putri & Lindawati, 2023).

Selain itu, *tunneling incentive* juga sering dikaitkan dengan praktik *transfer pricing* yang disamarkan melalui transaksi antar perusahaan afiliasi dalam satu kelompok usaha. Perusahaan dapat menetapkan harga transfer yang tidak wajar untuk memindahkan laba dari entitas yang sebagian dimiliki pemegang saham minoritas ke entitas yang sepenuhnya dimiliki oleh pemegang saham mayoritas.

Melalui cara tersebut, pemegang saham mayoritas dapat memperoleh manfaat ekonomi yang lebih besar tanpa harus membaginya dengan pemegang saham minoritas, tetapi juga berpotensi menyesatkan laporan keuangan dan merugikan negara melalui penghindara pajak. Oleh karena itu, penting bagi otoritas pengawas dan auditor untuk meningkatkan pengawasan terhadap transaksi antar pihak berelasi agar praktik *tunneling* yang tersembunyi melalui *transfer pricing* dapat diminimalkan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Simbolon & Simarmata (2024), Widiyah Efta et al (2023) serta Lisda et al (2022) memperlihatkan bahwa *income tax* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini bertolak belakang dengan studi yang dilakukan oleh Abigail Rokot & Luh Nadi (2024), yang menyebutkan bahwa *income tax* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Studi yang dilakukan oleh Esa Agustin & Hari Stiawan (2022), Abigail Rokot & Luh Nadi (2024) serta Ayshinta et al (2019) mengemukakan bahwa *exchange rate* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Sebaliknya, studi yang dilakukan oleh (Iriani, 2021) menyimpulkan bahwa *exchange rate* tidak memberikan pengaruh yang

signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Selanjutnya, hasil penelitian dari Rizanti & Karlina (2024), Maryanti & Agus Munandar (2024) dan Anggraeni & Lutfillah (2019) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan empiris mengenai bagaimana perusahaan dapat mengelola strategi perpajakan mereka dalam konteks ekonomi global yang terus berubah. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi para pemangku kepentingan, temasuk manajer keuangan dan pembuat kebijakan, dalam mengambil keputusan yang lebih informasional dan strategis ditengah dinamika ekonomi global yang terus berubah dengan cepat. Dengan demikian, studi ini berkontribusi tidak hanya pada literatur akademis tetapi juga pada praktik bisnis yang lebih baik dalam pengelolaan perpajakan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan penelitian mengenai berbagai faktor yang mempengaruhi terjadinya praktik *transfer pricing*. Faktor-faktor yang dianalisis dalam kajian ini meliputi *income tax*, *exchange rate*, dan *tunneling incentive*. Dalam penelitian ini, *income tax* akan diukur dengan menggunakan rumus *Effective Tax Rate* (ETR), *exchange rate* diukur berdasarkan nilai kurs yang berlaku, dan *tunneling incentive* diukur menggunakan rumus *tunneling incentive* yang telah disesuaikan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya indikasi praktik *transfer pricing* serta permasalahan terkait yang ditemukan pada perusahaan-perusahaan manufaktur subsektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia. Oleh karena itu, penulis akan melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Income tax, Exchange rate, dan Tunneling**

incentive terhadap Transfer pricing Decisions (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Consumer non-cyclicals yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021–2023)".

1.2 Batasan Masalah

Mengingat permasalahan-permasalahan yang ada cukup luas, maka diperlukan batasan terkait permasalahan-permasalahan dalam penelitian ini. Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya mencakup perusahaan manufaktur yang termasuk dalam sub sektor *consumer non-cyclicals* periode 2021-2023
- b. Penelitian ini hanya menggunakan data dari perusahaan yang terdaftar di bursa saham Indonesia (IDX).
- c. Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder dengan metode kuantitatif.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan adalah sebagai :

- a. Apakah *income tax* mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023?
- b. Apakah *exchange rate* mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals* yang tedaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023?

- c. Apakah *tunneling incentive* mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui *income tax* mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals* di bursa efek indonesia periode 2021-2023
- b. Untuk mengetahui *exchange rate* mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals* di bursa efek indonesia periode 2021-2023
- c. Untuk mengetahui *tunneling incentive* mempunyai pengaruh terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub sektor *consumer non-cyclicals* di bursa efek indonesia periode 2021-2023

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana penerapan serta pengembangan pengetahuan yang diperoleh selama masa studi di perguruan tinggi. Selain itu, Penelitian ini juga diharapkan semakin meningkatkan ilmu dan wawasan mahasiswa tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan *transfer pricing* khususnya *income tax*, *exchange rate*, dan *tunneling incentive*.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong perusahaan menjadi lebih waspada dan selektif dalam pertimbangan dan pengambilan keputusan akan *transfer pricing* serta penginformasian laporan keuangan agar tidak terjadi penyalahgunaan oleh pihak direksi demi kepentingan pribadi ataupun kelompok tertentu.

2) Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan terkait penanaman modal yang akan dilakukan pada suatu perusahaan.

3) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan acuan bagi peneliti berikutnya yang akan melakukan penelitian terkait topik serupa dengan lingkup yang lebih luas dan mendalam, baik dari segi sampel maupun variabel yang digunakan.