

BAB 1

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian Indonesia Triwulan II tahun 2021 besaran Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai Rp4.175,8 triliun. Perekonomian Indonesia pada triwulan II tahun 2021 dengan triwulan sebelumnya meningkat sebesar 3.31% (*kuartal-to-kuartal*). Peningkatan perekonomian Indonesia, triwulan II tahun 2021 utamanya disebabkan oleh konsumsi rumah tangga, peningkatan kinerja ekspor, konsumsi pemerintah, serta investasi. Peningkatan perekonomian tersebut menjadikan Indonesia dapat tumbuh setelah melewati tekanan pada triwulan akhir karena pandemi Covid-19 (BPS, 2022).

Seiring dalam berkembangnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, perkembangan perekonomian dunia berlangsung cepat dan sulit diprediksikan. Berbagai perubahan struktural dalam perekonomian dunia telah mengubah tatanan dan kelembagaan ekonomi dunia dan mendorong terjadinya perubahan dalam hubungan moneter, perdagangan, investasi, dan ekonomi antar bangsa yang melampaui batas-batas negara pada umumnya (Kamilah, 2016).

Globalisasi khususnya dalam bidang ekonomi, bisnis, dan investasi sangat berpengaruh dan terus tumbuh dengan bisnis internasional. Dimana perusahaan telah membebaskan kegiatan operasi dari hanya di wilayah sendiri, terus tumbuh hingga berbagai wilayah menjadi perusahaan transnasional dan multinasional (Santoso, 2004). Semakin kecilnya batas investasi atau pasar nasional, regional maupun internasional adalah tanda globalisasi perekonomian. Penyebab hal tersebut: (a) semakin canggihnya transportasi dan komunikasi, (b) semakin bebasnya lalu-lintas visa, (c) makin terbukanya ekonomi negara, (d) setiap negara menggunakan keunggulan kompetitif dan komparatif, (e) semakin efisien metode perakitan dan produksi dengan organisasi, (f) perusahaan multinasional di seluruh dunia berkembang sangat pesat (Halwani, 2005).

Perusahaan multinasional (MNCs) merupakan perusahaan yang mempunyai berkedudukan di suatu negara namun berkegiatan dan menjalankan bisnisnya berdasarkan hukum serta perilaku negara lain, namun tetap satu

kebangsaan meskipun beroperasi di berbagai negara (Muchinski, 2007). Untuk meningkatkan operasi perusahaannya, perusahaan multinasional mengembangkan strategi impor atau ekspor barang atau jasa dengan mendirikan afiliasi usaha di tiap negara (Santoso, 2004).

Exchange Rate atau nilai tukar, digunakan ketika terjadi transaksi antar perusahaan multinasional dengan mata uang berbeda. Dimana arus kas dalam perusahaan digambarkan menjadi *relative kurs* terhadap *kurs* dolar menjadi tidak sama seiring berjalannya periode. Perbedaan nilai tukar berpengaruh secara keseluruhan terhadap laba perusahaan. Maka *exchange rate* dapat mempengaruhi *transfer pricing* yang digunakan perusahaan multinasional untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas menjadi indikator nilai terhadap diambilnya keputusan akan investasi oleh perusahaan (Marfuah dan Azizah, 2014).

Perusahaan multinasional dalam menjalankan kegiatan impor dan ekspor akan menemui banyak macam pajak. Terjadinya perbedaan beban pajak operasi bisnis perusahaan Multinasional, dimana negara yang dengan perusahaan menengah sering menggunakan tarif pajak rendah, sedangkan perusahaan yang maju dalam negara tersebut mengenakan tarif pajak tinggi. Sehingga membuat perusahaan yang maju untuk berpikir agar dapat menekan pajak mereka, karena beban pajak tersebut dapat mengurangi laba perusahaan. Biaya perusahaan dapat berkurang apabila pajak dapat ditekan. *Transfer pricing* dilakukan untuk mengecilkan beban pajak, dimana *multinational company* memindah kewajiban pajak terhadap afiliasinya pada wilayah bertarif pajak besar (*high tax country*) ke afiliasinya di wilayah bertarif pajak kecil (*low tax country*) (Marfuah dan Azizah, 2014).

Tunneling Incentive dapat menimbulkan praktik *transfer pricing* dengan tindakan pengalihan aset. *Tunneling Incentive* merupakan kondisi dimana pemungutan aset oleh para pemegang saham non-pengendali dengan penggantian asset serta laba untuk keperluan mereka (Guing dan Farahmita, 2011 dalam Mulyani dkk, 2020). Dalam konflik keagenan dapat menggambarkan struktur kepemilikan. Indonesia memiliki struktur kepemilikan terkonsentrasi, Timbulnya kemampuan dari pemegang saham pengendali berdasar struktur kepemilikan

terkonsentrasi untuk dapat andil dalam pengelolaan perusahaan (Mispiyanti, 2015). Dimana dapat menyebabkan hak kendali serta memberi kesempatan untuk para pemegang saham pengendali dalam menunaikan pengambilalihan dalam hak tersebut dengan *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* adalah tindakan pengambilalihan aset serta laba tidak di dalam perusahaan bagi keperluan pemegang saham pengendali Johnson dalam (Wafiroh dan Hapsari, 2016).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No.7 (SAK per 1 Juli 2019 dalam Ikatan Akuntan Indonesia), dimana terdapat hubungan istimewa ketika pihak yang berkemampuan dalam menguasai kendali pihak lain dan berpengaruh nyata terhadap pihak lain dalam pengambilan keputusan operasional dan keuangan. Berdasarkan PER-43/PJ/2010 dan PER-32/PJ/2011 *transfer pricing* adalah penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Pasal 18 Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan :

Direktorat Jenderal Pajak (DJP) berwenang untuk menentukan kembali besarnya penghasilan dan pengurangan serta menentukan utang sebagai modal untuk menghitung besarnya Penghasilan Kena Pajak bagi Wajib Pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan Wajib Pajak lainnya sesuai dengan kewajiban dan kelaziman usaha yang tidak dipengaruhi oleh hubungan istimewa dengan menggunakan metode perbandingan harga antara pihak yang independen, metode harga penjualan kembali, metode biaya-plus, atau metode lainnya.

Transaksi jasa dan barang dilakukan oleh wajib pajak dimana mempunyai hubungan istimewa sebagai pemicu dari terjadinya praktek *transfer pricing*. Transaksi antara berbagai pihak dimana terdapat hubungan istimewa jika satu pihak berkekuatan menguasai kendali lain pihak serta berpengaruh nyata terhadap pihak lain saat pengambilan keputusan operasional dan keuangan (Lubis dkk, 2013). *Transfer pricing* bagi *multinational company* sebagai cara dalam mendistribusikan penerimaan dari entitas keseluruhan yang berafiliasi dengan kewenangan hukum pajak berbeda. Dimana harga *export* dibawah harga dikirimkan dari wilayah bertarif pajak besar kepada negara berpajak kecil, *multinational company* dapat menurunkan tarif pajak keseluruhan secara efektif (Cristea dan Nguyen, 2016).

Praktik *transfer pricing* berdasar sisi pemerintahan, sebagai kemampuan terhadap penerimaan pajak negara dapat menurun atau hilang akibat *multinational company* memindahkan beban pajak berdasarkan (*high tax countries*) ke (*low tax countries*). Berdasar segi bisnis, upaya memperkecil biaya perusahaan (*cost efficiency*) seperti mengecilkan *corporate income tax*. *Transfer pricing* diyakini menjadi strategi efektif dalam persaingan merebutkan keterbatasan sumber daya, untuk korporasi multinasional, perusahaan skala global (*multinational corporations*) (Santoso, 2004).

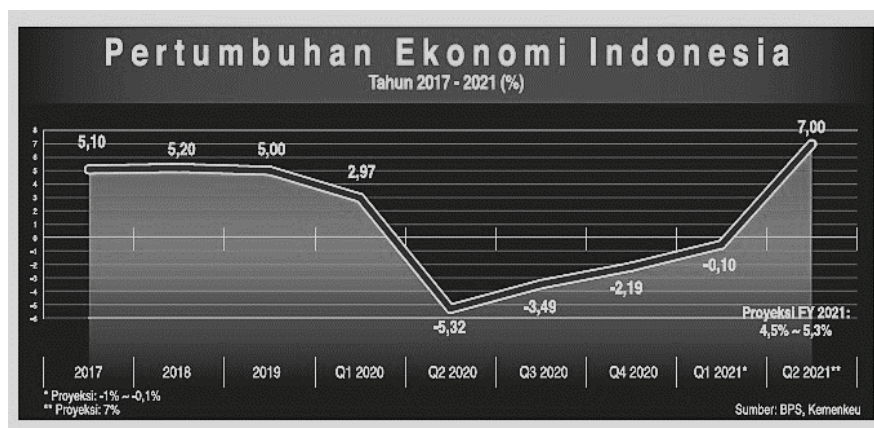
Perusahaan Multinasional khususnya sektor *consumer goods industry* menjadi industri utama bagi tiap negara dimana dapat menghasilkan barang yang sering dibutuhkan oleh masyarakat. Ada lima sub sektor dari *consumer goods industry* adalah industri farmasi, kosmetik, minuman, makanan, perlengkapan rumah tangga, rokok, serta peralatan rumah tangga. Berdasarkan (Badan Pusat Statistik, 2021) sektor *consumer goods industry* menjadi penopang dalam perusahaan manufaktur. Alasannya adalah sektor *consumer goods industry* mempunyai tingkat pertumbuhan yang lebih besar dibandingkan *various industrial sectors* dan *basics and chemical industrial sectors*.

Sebelumnya tanggal 2 Maret 2020 di Indonesia diumumkan kasus kesatu adanya wabah Covid-19 (*coronavirus disease 2019*) bermula dari varian baru *coronavirus* adalah *SarS-CoV-2*, dan dikabarkan muncul di Wuhan, Tiongkok tanggal 31 Desember 2019. Pemerintahan menetapkan keputusan untuk menjaga jarak dan beraktivitas di rumah sebagai pencegahan tersebarnya kasus Covid-19 ini.

Pertama kali dinyatakan pandemi Covid-19 timbul fenomena *panic buying*, masyarakat di seluruh dunia banyak membeli barang atau keperluan harian secara berlebihan. Dari persepsi psikologi menurut penelitian Sim, (2020) dalam Mulianto, dkk. (2021) *panic buying* sebagai respon bagi rasa masyarakat akibat minimalnya kendali akan tuntutan sosial serta masa depan. Tujuannya untuk menimbulkan rasa aman bagi masyarakat di tengah pandemi. Barang yang dibeli oleh masyarakat mayoritas berasal dari sektor *consumer goods industry* seperti makanan dan minuman, obat-obatan serta keperluan rumah tangga.

Data Kemenperin, *manufacturing sectors* mendukung Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di kuartal kedua tahun 2021 sebesar 17.34%. Dua penyokong tertinggi di *manufacturing sectors* termasuk industri kimia, farmasi, hingga obat tradisional (1.96%) serta industri makanan dan minuman (6.66%) dengan jumlah kontribusi PDB sebesar 8.62% dari dua industri (Bkpm, 2022).

Hal itu berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, sebagaimana dicantumkan dalam gambar berikut :



Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Gambar 1.1 dapat dijelaskan pada tahun 2018 hingga mendekati akhir 2019 pertumbuhan ekonomi Indonesia stabil di angka 5.20% – 5.00%. Disaat terjadinya pandemi Covid-19 di akhir 2019 hingga 2020 pada kuartal 2 pertumbuhan ekonomi Indonesia turun drastis dari 2.97% hingga -5.32% dapat dikatakan terjadi krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19. Tahun 2020 kuartal 3 pertumbuhan ekonomi Indonesia terus tumbuh hingga mengalami peningkatan menjadi 7% di tahun 2021 kuartal 2 bersamaan dengan data berdasarkan Kementerian Perindustrian dimana kontribusi sektor manufaktur sangat tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

Penelitian ini untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel pada putusan *transfer pricing*, dengan menguji kembali dengan menggunakan sampel perusahaan multinasional. Seperti penelitian Marfuah dan Azizah (2014) menghasilkan dari ketiga variabel yang diuji yaitu *variable* pajak, *tunneling*

incentive dan *exchange rate*, hanya variabel *tunneling incentive* yang memiliki pengaruh positif atas *transfer pricing*. Hasil penelitian Mulyani dkk. (2020) menghasilkan hanya *variable* pajak yang mempunyai pengaruh positif atas *transfer pricing*, namun *variable tunneling incentive* dan *exchange rate* hasilnya tidak terdapat pengaruh signifikan atas *transfer pricing*. Penelitian Arif dkk. (2019) menghasilkan kesimpulan yaitu beban pajak tidak mempunyai pengaruh secara signifikan atas *transfer pricing*, sementara itu *tunneling incentive* dan laba antar divisi mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Dalam penelitian Mispiyanti, (2015) menunjukkan variabel mekanisme bonus dan pajak tidak memiliki pengaruh signifikan atas *transfer pricing* namun, *tunneling incentive* memiliki pengaruh signifikan atas *transfer pricing*. Penelitian Hartika dan Rahman, (2020) menghasilkan bahwa *tax* dan *debt covenant* terdapat pengaruh signifikan atas *transfer pricing*. Penelitian Herawaty dan Anne, (2019) mengindikasikan bahwa tarif pajak penghasilan tidak mempunyai pengaruh atas *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terdapat pengaruh positif atas *transfer pricing*.

Keterbaruan dari pengujian ini dengan sampel perusahaan multinasional sektor *Consumer Goods Industry* dengan menggunakan periode pelaporan keuangan tahunan 2018-2021. Alasan mengambil sektor *Consumer Goods Industry* sebagai keterbaruan dari penelitian sebelumnya karena *Consumer Goods Industry* merupakan sektor yang menghadapi perkembangan dan pertumbuhan cukup pesat dan cepat, dimana di era saat ini (melewati masa pandemi) sektor tersebut memiliki prospek yang bagus dan dapat bersaing dengan perusahaan multinasional lainnya, serta banyak memproduksi barang yang dibutuhkan masyarakat seperti makanan dan obat-obatan. Populasi dan sampel yang dipilih yaitu perusahaan multinasional sektor *consumer goods industry* terdaftar di BEI tahun 2018-2021. Alasan pemilihan tahun tersebut, peneliti ingin menganalisis bagaimana perbedaan pertumbuhan ekonomi Indonesia sebelum, saat, dan sesudah pandemi Covid-19 2021.

Hasil yang diperoleh menunjukkan *Exchange rate* dapat pengaruh negatif dan tidak signifikan atas *transfer pricing* dimana *exchange rate* untuk

mempertimbangkan keputusan melakukan *transfer pricing* tidak dijadikan acuan oleh perusahaan. Pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan atas keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional. *Tunneling incentive* memiliki pengaruh negatif serta signifikan atas keputusan *transfer pricing*.

Kontribusi peneliti terdiri dari kontribusi teoritis dan analisis. Kontribusi teoritis dimana dapat memberikan bukti empiris sehingga menguatkan teori keagenan (*agency theory*) yang nantinya dibutuhkan untuk literatur ilmu pengetahuan tambahan utamanya bidang *Transfer Pricing* (Jensen dan Meckling, 1976). Kontribusi analisis diharapkan dapat menjadi gambaran bagaimana proses *transfer pricing* dilakukan oleh perusahaan multinasional sektor *consumer goods industry* di masa sebelum, saat dan sesudah pandemi Covid-19 2021.

Bagi Pemerintah, penelitian ini diharapkan mempunyai kontribusi penting, sebagai pembuat kebijakan meyakini bahwa praktik *transfer pricing* dapat menjadikan rendah atau menghilangnya kemampuan pemungutan beban pajak negara sebab *multinational company* menggeser keharusan perpajakan di negara tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke tarif pajak rendah (*low tax countries*) (Paramaveda dkk. 2021). Maka dengan pengujian ini diharapkan negara dapat membuat kebijakan yang lebih baik tentang adanya praktik *transfer pricing*.

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri atas 5 bab. Bab 1 menguraikan latar belakang permasalahan hingga fenomena yang berkaitan dengan *transfer pricing*. Selain itu, dalam bab ini juga mengulas akan kesenjangan penelitian yang bersumber pada perbedaan hasil dari beberapa peneliti, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, ringkasan hasil penelitian, dan metode penelitian kuantitatif. Pada bab 2 menguraikan mengenai tinjauan pustaka yang terdiri atas teori *agency*, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis hingga kerangka konseptual yang digunakan. Kemudian, pada bab 3 menjelaskan metode penelitian yang dikenakan yaitu metode kuantitatif melalui model regresi linier berganda. Serta menjelaskan prosedur pemilihan sampel, tahun penelitian 2018-2021, sumber data sekunder, definisi operasional variabel, pengukuran variabel, jenis data dan teknik yang digunakan. Bab 4 berisi hasil penelitian yang bersumber pada hasil pengujian baik itu hasil dari uji statistik deskripsi maupun hasil dari pengujian

hipotesis yaitu uji regresi linier berganda dimana diolah dengan program SPSS 26. Selain itu juga berisi hasil pembahasan atau interpretasi dari hasil pengujian. Kemudian yang terakhir bab 5 yang berisi kesimpulan dari hasil pengujian hipotesis variabel *exchange rate*, pajak dan *tunneling incentive* dan berisi saran untuk beberapa pihak yang dapat menggunakan hasil penelitian sebagai referensi.