

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan multinasional terus berupaya untuk mempertahankan daya saing di pasar global melalui berbagai strategi yang inovatif dan efisien. Globalisasi dan kemajuan teknologi memberikan akses lebih luas bagi perusahaan untuk menjangkau pasar internasional, namun juga meningkatkan tantangan dari sisi persaingan antarperusahaan di berbagai negara. Untuk tetap kompetitif, perusahaan multinasional tidak hanya perlu memanfaatkan keunggulan operasional, tetapi juga mampu mengelola risiko keuangan yang disebabkan oleh kebijakan ekonomi global, serta tekanan dari pemegang saham untuk meningkatkan laba.

Dalam upaya mempertahankan posisi di pasar global, perusahaan-perusahaan ini sering kali mengadopsi strategi seperti optimalisasi biaya, inovasi produk dan penyesuaian harga lintas negara, yang menjadi bagian penting dari manajemen korporasi perusahaan. Salah satu strategi yang sering digunakan untuk mencapai efisiensi biaya dan pengelolaan pendapatan adalah *transfer pricing*, yang memungkinkan perusahaan mengatur harga transaksi antar entitas dalam grup multinasional untuk mengoptimalkan keuntungan keseluruhan. *Transfer pricing* merujuk pada penetapan harga atas transaksi yang dilakukan antara entitas yang memiliki hubungan istimewa dalam satu kelompok usaha (Noveliza dan Crismonica, 2021).

Transaksi *transfer pricing* meliputi penjualan barang, jasa, hak kekayaan intelektual, serta komponen lain dalam rantai pasok internasional. Praktik ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memiliki dampak signifikan terhadap kewajiban perpajakan perusahaan. *Transfer pricing* sering kali menjadi sorotan dalam diskusi lintas negara, terutama terkait dengan potensi penyalagunaan untuk menghindari pajak. Jika perusahaan induk menjual barang atau jasa kepada anak perusahaan dengan harga di atas harga wajar, hal ini dapat meningkatkan biaya pokok anak perusahaan, sementara pendapatan

penjualannya tidak cukup tinggi, sehingga merugikan anak perusahaan. Kerugian ini kemudian dapat digunakan untuk mengurangi laba perusahaan induk dalam laporan keuangan konsolidasi, yang mengakibatkan laba kena pajak menjadi kecil.

Maulana (2022) menjelaskan bahwa *transfer pricing* sering kali melibatkan transaksi antar perusahaan yang memiliki afiliasi dan beroperasi di negara berbeda, dengan tujuan utama untuk memindahkan beban pajak dari negara yang menerapkan tarif pajak tinggi ke negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah. *Transfer pricing* juga diartikan sebagai alat yang digunakan oleh perusahaan untuk mengelola laba di antara entitas afiliasi dengan memanfaatkan perbedaan regulasi perpajakan di berbagai yurisdiksi (Arham et al., 2020). *Transfer pricing* sering kali digunakan untuk mengurangi total kewajiban pajak dengan cara mengalihkan laba ke negara-negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai metode penetapan harga yang sesuai dengan aturan perpajakan yang berlaku di negara-negara tersebut.

Perbedaan regulasi *transfer pricing* di berbagai negara memperumit praktik *transfer pricing* karena setiap negara memiliki kebijakan dan pendekatan yang berbeda, terutama dalam hal penentuan harga antar entitas afiliasi dalam perusahaan multinasional. Di Amerika Serikat, *Internal Revenue Service* (IRS) memiliki aturan terkait harga transfer untuk memastikan bahwa harga yang diterapkan antara entitas dalam satu grup sesuai dengan *arm's length principle*. Melalui penerapan prinsip ini, IRS berupaya memastikan transaksi antar entitas afiliasi tidak digunakan untuk mengalihkan laba ke yurisdiksi dengan tarif pajak yang rendah. Di sisi lain, negara-negara berkembang seperti India dan Brazil telah memperkuat regulasi *transfer pricing* sebagai langkah untuk melindungi basis pajak nasional dari erosi pajak oleh perusahaan multinasional. Penguatan regulasi ini membantu negara-negara berkembang untuk memastikan bahwa negara memperoleh bagian yang adil dari laba yang dihasilkan oleh perusahaan global.

Menanggapi praktik penghindaran pajak oleh perusahaan multinasional, *Organisation for Economic Co-operation and Development* (OECD) meluncurkan inisiatif *Base Erosion and Profit Shifting* (BEPS). Inisiatif ini bertujuan untuk mengatasi *base erosion tax* dan pengalihan laba melalui skema *transfer pricing*

yang tidak wajar, yang sering digunakan oleh perusahaan multinasional. Indonesia sebagai bagian dari negara-negara G20, telah menerapkan rekomendasi BEPS dalam rangka memperkuat pengawasan terhadap praktik *transfer pricing* dan mencegah *base erosion tax*. Peraturan Menteri Keuangan No.213/PMK.03/2016 mengatur tentang dokumentasi *transfer pricing* yang mengharuskan perusahaan yang memiliki transaksi afiliasi untuk menyusun dan menyimpan dokumentasi yang membuktikan bahwa harga transfer yang digunakan telah memenuhi prinsip kewajaran.

Industri makanan dan minuman memegang peran penting dalam perekonomian nasional. Direktur Jenderal Industri Agro Kementerian Perindustrian, Putu Juli Ardika, menyatakan bahwa industri makanan dan minuman merupakan sektor strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Putu juga menambahkan bahwa pada tahun 2023, industri makanan dan minuman berkontribusi sebesar 39,10% terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) industri nonmigas dan 6,55% terhadap PDB nasional (Yunianto, 2024). Dengan kontribusi yang signifikan, sektor makanan dan minuman menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi nasional.

Perusahaan-perusahaan di sektor makanan dan minuman kerap memiliki struktur bisnis yang kompleks, baik secara nasional maupun internasional, sehingga praktik *transfer pricing* menjadi hal yang umum dilakukan. Dengan rantai pasok yang panjang dan melibatkan berbagai entitas bisnis, mulai dari petani hingga distributor, *transfer pricing* di industri makanan dan minuman menjadi lebih rumit. Persaingan bisnis yang ketat juga mendorong perusahaan untuk mencari alternatif guna meningkatkan efisiensi dan profitabilitas, salah satunya melalui optimalisasi struktur pajak dengan memanfaatkan *transfer pricing* (Saputra, 2023).

Kasus PT Indofood Sukses Makmur Tbk memberikan contoh nyata mengenai potensi manipulasi melalui *transfer pricing*. Pada kuartal I tahun 2020 laba bersih perusahaan mengalami peningkatan 4% menjadi Rp 1,4 triliun. Namun, saham perusahaan mengalami penurunan signifikan, seperti pada Mei 2020 yang turun 6,67% menjadi Rp 5.600 per saham. Menurut Kepala Riset MNC Securities Edwin Sebayang, penurunan harga saham ini dapat diindikasikan sebagai tanda

adanya manipulasi *transfer pricing*. Hal ini disebabkan oleh akuisisi yang dilakukan PT Indofood Sukses Makmur pada Pinehill Corpora Limited yang terbilang mahal, sehingga menyebabkan harga saham menurun. Terdapat indikasi bahwa PT Indofood Sukses Makmur Tbk melakukan *transfer pricing* sebagai cara penghindaran pajak (Agustinos, 2020).

Praktik *transfer pricing* pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk menunjukkan bagaimana mekanisme ini dapat digunakan untuk mencapai tujuan tertentu, seperti penghindaran pajak. Dengan menetapkan harga transfer yang tidak mencerminkan nilai pasar sebenarnya, laba dapat dialihkan dari entitas yang dikenakan pajak tinggi ke entitas yang dikenakan pajak lebih rendah. Meskipun tindakan ini dapat menimbulkan risiko reputasi dan ketidakpastian hukum, manipulasi harga transfer ini memungkinkan perusahaan untuk melaporkan profitabilitas yang lebih tinggi dalam laporan keuangan. Dalam kasus PT Indofood, pembelian Pinehill Corpora Limited yang mahal dan indikasi manipulasi harga transfer, dapat dipandang sebagai cara perusahaan untuk meningkatkan kinerja keuangan ditengah tantangan pasar, meskipun hal ini berpotensi merugikan pemegang saham dalam jangka panjang.

Aulia et al., (2021) mengidentifikasi bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi praktik *transfer pricing* dapat dibagi menjadi dua aspek, yaitu aspek keuangan dan non-keuangan. Aspek keuangan mencakup elemen-elemen pajak, *leverage*, dan profitabilitas, sedangkan aspek non-keuangan terdiri dari *corporate governance*, *tunnelling incentive*, dan mekanisme bonus. Perusahaan melakukan pengalihan aset atau *tunnelling incentive* dalam praktik *transfer pricing* (Husna dan Wulandari, 2022). *Tunnelling incentive* digunakan oleh pemegang saham pengendali untuk memperoleh keuntungan pribadi, yaitu transfer sumber daya keluar dari perusahaan dengan tujuan meminimalkan biaya transaksi. Hendrianto dan Dara (2023) menyebutkan bahwa *tunnelling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andhika dan Sparta (2024) yang menyatakan bahwa *tunnelling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer, maka direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus (Syach, 2022). Direksi cenderung memilih cara untuk merekayasa laba untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima. Hasibuan (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan menurut Suwandi (2022) dan Chalimatussa'diyah et al., (2020) mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap mekanisme bonus.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah *corporate governance*. Konsep *corporate governance* perusahaan yang baik menekankan pada pengelolaan dan pengembangan perusahaan secara transparan, mematuhi peraturan yang berlaku, dan mempertahankan nilai sosial dan lingkungan. *Corporate governance* mampu mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dari keputusan bisnis, termasuk *transfer pricing*. Perusahaan yang menetapkan tata kelola yang baik akan mempertimbangkan kegiatan yang menyimpang dari peraturan yang berlaku (Noviastika et al., 2016). Hal ini memungkinkan penerapan *corporate governance* dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

Hasil dari penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan adanya inkonsistensi, beberapa penelitian menemukan bahwa *tunnelling incentive*, mekanisme bonus, dan *corporate governance* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, sementara penelitian lain menyatakan sebaliknya. Adanya perbedaan hasil dalam penelitian sebelumnya (*research gap*) yang memberikan kesempatan untuk mengeksplorasi variabel-variabel lain yang mungkin dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh faktor-faktor terhadap *transfer pricing*. Oleh karena itu, penelitian ini menambahkan variabel independen, yaitu reputasi perusahaan untuk memberikan perspektif yang lebih komprehensif mengenai dinamika yang ada dalam praktik *transfer pricing*.

Reputasi mencerminkan persepsi publik dan pemangku kepentingan terhadap kredibilitas, dan tanggung jawab sosial perusahaan. Reputasi yang baik dapat menjadi aset strategis yang memengaruhi daya tarik investasi, hubungan konsumen, dan kebutuhan terhadap regulasi. Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik umumnya berusaha untuk mematuhi aturan *transfer pricing* yang berlaku di setiap negara tempat perusahaan beroperasi. Pelanggaran terhadap aturan perpajakan atau penghindaran pajak melalui *transfer pricing* dapat merusak reputasi perusahaan dan mengakibatkan sanksi finansial serta pengawasan ketat dari otoritas pajak (Sihombing et al., 2024). Perusahaan dengan reputasi positif akan memastikan bahwa kebijakan *transfer pricing* perusahaan sesuai dengan prinsip kewajaran dan transparan dalam laporan keuangan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini berfokus pada aspek non-keuangan yang mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh pajak, *corporate governance*, dan *tunnelling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun, dalam penelitian ini, peneliti mengganti variabel pajak dengan variabel mekanisme bonus dan menambahkan variabel independen baru yaitu reputasi perusahaan. Dengan demikian, judul skripsi ini ditetapkan sebagai **“Pengaruh *Tunnelling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Corporate Governance*, dan Reputasi Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2019-2023.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka rumusan masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan sebagai berikut:

1. Apakah *tunnelling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?

2. Apakah mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
3. Apakah *corporate governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
4. Apakah reputasi perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?
5. Apakah *tunnelling incentive*, mekanisme bonus, *corporate governance*, dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui *tunnelling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
2. Untuk mengetahui mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
3. Untuk mengetahui *corporate governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
4. Untuk mengetahui reputasi perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.
5. Untuk mengetahui *tunnelling incentive*, mekanisme bonus, *corporate governance*, dan reputasi perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan

terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2019-2023.

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada penggunaan data laporan keuangan perusahaan industri makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 5 tahun sejak tahun 2019 sampai dengan 2023.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperluas wawasan dan pengetahuan terkait faktor-faktor yang mempengaruhi praktik *transfer pricing*, khususnya dalam konteks perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Secara spesifik, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Akademisi

Sebagai bahan referensi dalam memahami lebih mendalam tentang pengaruh *tunnelling incentive*, mekanisme bonus, *corporate governance* dan reputasi perusahaan terhadap praktik *transfer pricing*, serta sebagai acuan dalam penelitian sejenis di masa mendatang.

2. Praktisi Keuangan dan Pajak

Sebagai sumber informasi dalam pengambilan keputusan terkait strategi keuangan dan kebijakan pajak, terutama bagi perusahaan yang beroperasi di sektor makanan dan minuman, serta mempertimbangkan aspek-aspek

3. Pemerintah dan Regulator

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan terkait regulasi *transfer pricing*, khususnya dalam rangka pencegahan praktik penghindaran pajak melalui manipulasi harga transfer antar perusahaan.

4. Investor

Sebagai informasi tambahan dalam menganalisis perusahaan-perusahaan di sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI, terutama yang terlibat

dalam transaksi *transfer pricing*, yang mungkin berpengaruh pada kinerja perusahaan

5. Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman peneliti tentang topik *transfer pricing* dan memberikan pengalaman berharga dalam melakukan riset empiris, menganalisis data, serta menelaah hubungan variabel-variabel ekonomi, keuangan, dan pajak. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

