

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Globalisasi saat ini mempengaruhi perkembangan dunia usaha menjadi lebih luas. Perdagangan antar Negara di dunia menjadi kekuatan pasar yang terintegrasi tanpa ada hambatan batas teritorial Negara. Kemajuan yang sangat pesat dalam teknologi, transportasi, dan komunikasi memberikan kebebasan bagi perusahaan dari penjuru dunia untuk memperluas atau mengembangkan aktivitas bisnisnya di berbagai Negara yang dinilai memiliki potensi keuntungan yang lebih menjanjikan untuk aktivitas penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa dan lain sebagainya yang terjadi antar divisi perusahaan dalam satu grup kepemilikan. Namun, perbedaan regulasi serta perekonomian antar negara dan keadaan pasar internasional yang berubah-ubah menuntut perusahaan agar dapat beradaptasi dengan faktor-faktor tersebut. Salah satu mekanisme yang digunakan perusahaan multinasional adalah dengan menerapkan *transfer pricing* atas sumber daya, jasa dan teknologi yang ditransfer antar perusahaan dalam skala multinasional.

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga dari transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, yang memberi kemudahan bagi perusahaan untuk menyesuaikan harga internal untuk barang, jasa dan harta tak berwujud yang

diperjual belikan agar tidak tercipta harga yang terlalu rendah atau terlalu tinggi (Susi, 2020). Menurut Tiwa, dkk (2017), *Transfer pricing* merupakan suatu cara yang digunakan perusahaan multinasional dengan membagi unit usahanya kedalam divisi-divisi atau departemen-departemen dalam rangka mengawasi dan mengevaluasi kinerja atas kegiatan usahanya. *Transfer pricing* dimaksudkan untuk mengendalikan mekanisme arus sumber daya antar divisi perusahaan sebagai jalan keluar untuk penyesuaian keadaan lingkungan perekonomian internasional (Suandy, 2011:63). Bagi perusahaan korporasi multinasional, perusahaan berskala global (*multinational corporation*), *transfer pricing* dipercaya menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperebutkan sumber-sumber daya yang terbatas (Melmusi, 2017).

Menurut Herawaty dan Anne (2019), *Transfer pricing* atau penentuan harga transfer merupakan suatu kebijakan yang digunakan dalam menentukan besarnya harga transfer atas suatu transaksi yang melibatkan penjualan atau pembelian atas barang, jasa, *intangible aset*, maupun transaksi finansial lainnya yang dilakukan perusahaan. Sedangkan menurut Pamungkas dan Nurcahyo (2018) menyatakan bahwa, *Transfer Pricing* adalah kebijakan perusahaan dalam menentukan suatu harga transfer transaksi, apakah itu barang, jasa, aset tidak berwujud, maupun transaksi keuangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dan menurut Hotzman dan Nagel (2014), *Transfer pricing* merupakan istilah yang digunakan untuk menggambarkan antar entitas bisnis terkait, yang mencakup transfer kekayaan intelektual, barang berwujud, jasa,

dan pinjaman, atau transaksi pembiayaan lainnya pengaturan harga antar perusahaan yang terkait dengan transaksi.

Menurut Rahmania (2020), ada 3 tujuan *Transfer pricing* yaitu dari 1) sisi hukum perseroan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi dan sinergi antara perusahaan dan pemegang saham, 2) sisi akuntansi manajerial sebagai alat untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh unit satu ke unit lainnya dalam perusahaan yang sama, 3) sisi perpajakan sebagai kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. *Transfer pricing* akan menjadi hal yang tidak baik jika dilakukan sebagai pengalihan atas penghasilan kena pajak dari suatu perusahaan ke perusahaan lain dalam grup yang sama di negara yang bertarif pajak lebih rendah yang tujuannya untuk mengurangi total beban pajak dari grup perusahaan multinasional tersebut.

Namun pada prakteknya, *transfer pricing* juga sering dikaitkan dengan suatu rekayasa harga secara sistematis yang ditujukan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak atau bea dari suatu negara (Susi, 2020). Hal tersebut terjadi dikarenakan transaksi antar divisi ini menggunakan harga jual khusus yang biasanya ditetapkan oleh perusahaan untuk produk-produk yang merupakan barang-barang atau jasa-jasa yang dipasok oleh divisi penjual kepada divisi pembeli yaitu dengan cara mempertinggi harga beli dan memperendah harga jual antar perusahaan dalam satu grup. Dengan adanya praktek *transfer pricing*, perusahaan akan melaporkan rugi sehingga tidak perlu membayar pajak. Menurut Charles (dalam Refgia, 2016) menyatakan

bahwa, “*Transfer Pricing* adalah upaya perusahaan multinasional untuk mengurangi pajak penghasilan dengan cara pengalokasian laba dari perusahaan ke anak perusahaan yang memiliki beban pajak yang lebih rendah.”

Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* berpotensi mengurangi penerimaan pajak negara, karena perusahaan multinational cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara yang memiliki tarif pajak lebih tinggi (*high tax countries*) ke negara yang menerapkan tarif pajak lebih rendah (*low tax countries*). Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk didalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*).

Direktur Jendral Pajak, Ken Dwijugiasteady saat konferensi pers pelantikan pemeriksa pajak (2016, Maret 28) diakses melalui Liputan6.com menyatakan bahwa:

Sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar Pajak penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan merugi. Perusahaan asing tersebut menggunakan tiga modus utama agar bisa mangkir dari kewajiban menyetor pajak di Indonesia. 2.000 Perusahaan tersebut merupakan perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang ditangani Kantor Wilayah (Kanwil) Pajak khusus.

Permasalahan *transfer pricing* menjadi isu yang menarik dan mendapat perhatian otoritas perpajakan dari berbagai negara. Semakin banyak Negara yang memperkenalkan peraturan *transfer pricing*. Penelitian akhir-akhir ini menemukan bahwa lebih dari 80% perusahaan multinasional melihat *transfer pricing* sebagai suatu isu utama (Saifudin dan Luky, 2018). Dalam laporan

yang mencakup yurisdiksi, Organization for Economic Co-operation and development (OECD) mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* baru naik 20%. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan sengketa lainnya yang hanya pada kisaran 10% (Bisnis.com 2018).

Berikut adalah kasus transfer pricing yang terjadi di Indonesia.

| No | Perusahaan | Pemaparan Kasus |
|----|------------------------|--|
| 1 | PT Coca Cola Indonesia | PT Coca Cola Indonesia yang merupakan salah satu perusahaan dalam kelompok coca cola company yang melakukan penghindaran pajak. PT CCI diduga mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp 49,24 miliar. Sekarang kasus ini sedang dalam tahap banding di Pengadilan Pajak. PT CCI mengajukan banding karena merasa sudah membayar pajak sesuai ketentuan. Kasus ini terjadi untuk tahun pajak 2002, 2003, 2004, dan 2006. Hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan menemukan, ada pembengkakan biaya yang besar pada tahun itu. Beban biaya |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya itu antara lain untuk iklan dari rentang waktu tahun 2002-2006 dengan total sebesar Rp 566,84 miliar itu untuk iklan produk minuman jadi merek Coca-Cola. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp 603,48 miliar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp 492,59 miliar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPh) CCI Rp 49,24 miliar. Bagi DJP, beban biaya ini sangat mencurigakan dan mengarah pada praktik <i>transfer pricing</i> demi meminimalisir pajak. <i>Transfer pricing</i> merupakan transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, sehingga beban pajak berkurang. Praktik ini bisa dideteksi jika ada kegiatan</p> |
|--|--|---|

| | | |
|---|--|---|
| | | yang tak sesuai dengan bisnis perusahaan (Kompas.com, 2014). |
| 2 | PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) | PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). Dikutip dari kompasiana.com tahun 2017. Direktorat jenderal pajak menemukan kejanggalan pada laporan keuangan TMMIN tahun 2004, dimana meski laba turun namun omzet produksi dan penjualan mereka meningkat 40% ditahun tersebut. Pemeriksaan pajak menemukan jawabanya ketika memeriksa struktur harga penjualan dan biaya Toyota dengan lebih seksama. Disinilah jejak <i>Transfer Pricing</i> perseroan ini terungkap. Toyota diduga “memainkan” harga transaksi dengan pihak terafiliasi 5 dan menambah beban biaya lewat pembayaran royalti tak wajar. Selain tahun 2004, PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia terlibat lagi dalam kasus transfer pricing pada tahun 2017, Direktorat Jendral Pajak mengatakan bahwa PT Toyota Motor |

| | | |
|--|--|--|
| | | <p>Manufacturing Indonesia melakukan transfer pricing untuk melakukan penghindaraan pajak. Modus yang dilakukan oleh PT Toyota adalah melakukan penjualan dengan <i>transfer price</i> di luar prinsip kewajaran dan kelaziman usaha kepada perusahaan afiliasinya yang berada di Singapura, dimana negara tersebut memiliki tarif pajak yang lebih murah daripada tarif pajak di Indonesia.</p> |
|--|--|--|

Ada beberapa alasan yang dapat mempengaruhi praktik *transfer pricing* yaitu pajak, *size*, *debt covenant* dan kepemilikan asing. Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pembayaran pajak. Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*.

Pengertian pajak berdasarkan UU No. 36 Tahun 2009 Pasal 1 Ayat (1) adalah “Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang – undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar – besarnya kemakmuran rakyat.” Dan menurut Mardiasmo (2016:1) Pengertian Pajak adalah “iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan

undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tiada mendapat imbalan jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”

Menurut S. I. Djajadiningrat (dalam Resmi, 2017:1) Pajak adalah:

Pajak adalah suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian, dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Menurut Azis, dkk (2016) menyatakan bahwa, pajak (*tax*) adalah iuran wajib dari rakyat kepada negara dengan tidak menerima imbalan jasa secara langsung berdasarkan undang-undang, untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum. Oleh karena itu pajak merupakan salah satu sumber penerimaan Negara sehingga pemungutannya dapat dipaksakan, baik secara perseorangan maupun dalam bentuk badan usaha.

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan penting yang akan digunakan untuk membiayai pengeluaran negara, baik pengeluaran rutin maupun pengeluaran pembangunan. Sebaliknya bagi perusahaan pajak juga memiliki dampak besar terhadap laba bersih yang diterima perusahaan. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan kegiatan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajaknya.

Direktorat Jendral Pajak No. 32 tahun 2011 pasal 1, juga mengatur tentang *transfer pricing* dimana transaksi yang dilakukan dengan pihak istimewa haruslah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Namun pada praktiknya *transfer pricing* biasanya dilakukan dengan cara mempertinggi harga beli dan memperendah harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di Negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Pada prakteknya *transfer pricing* menjadi salah satu upaya perencanaan pajak perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan merekayasa harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Semakin besar pajak yang ditanggung perusahaan, maka akan semakin terpicu perusahaan tersebut untuk menerapkan *transfer pricing* dalam rangka menekan jumlah beban pajak. Penelitian ini didukung oleh penelitian Wiwi (2020), Aida (2019), Ratna (2018), Refgia (2017), Anita (2016), yang membuktikan bahwa, pajak berpengaruh kepada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Zerni (2016) menyatakan bahwa, pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil tersebut, penelitian ini akan menguji kembali pengaruh pajak pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Praktik *transfer pricing* tidak hanya dipengaruhi oleh pajak tetapi juga non pajak yaitu *size*, *debt covenant*, dan kepemilikan asing.

Size atau ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya sebuah perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Ukuran perusahaan pada dasarnya mengacu kepada pengelompokan perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar memiliki akses yang lebih besar dan luas dengan pihak berelasi, sehingga kemungkinan untuk melakukan transfer pricing lebih besar dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil.

Menurut Fadilah, dkk (2016), pengertian ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Sedangkan menurut Wijaya, dkk (2009:82-83) Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat diketahui dari total aset perusahaan. Semakin besar jumlah aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut, dan Yulia, dkk (2019) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala seberapa besar atau kecil suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga kategori, yaitu perusahaan kecil, perusahaan menengah, dan perusahaan besar. Menurut Kieso (2011:192), pengertian ukuran perusahaan adalah “*Assets is a resource controlled by the entity as a result of past event and from which future economic benefits are expected to flow to the entity.*”

Ukuran perusahaan sangat menentukan besar kecilnya perusahaan, ukuran perusahaan dapat diketahui dari total aset suatu perusahaan, semakin besar jumlah aset perusahaan maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan sangat penting bagi investor karena berhubungan dengan

investasi yang dilakukan. Menurut Surbakti (dalam Thesa, 2017) mengungkapkan bahwa, perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap mempunyai prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan manajemen. Berangkat dari pernyataan tersebut, semakin besar laba yang dihasilkan maka semakin besar pula pajak yang dikenakan oleh pemerintah kepada perusahaan, tentunya perusahaan tersebut termotivasi untuk memaksimalkan labanya dan mengurangi pajak yang dibayarkan melalui praktik *transfer pricing*. Penelitian ini didukung oleh penelitian Restu (2019) yang membuktikan bahwa, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) dan Dicky (2017) menyatakan bahwa, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil tersebut, penelitian ini akan menguji kembali pengaruh ukuran perusahaan pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Kepemilikan asing merupakan keputusan lain perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Kepemilikan saham oleh pihak asing adalah

kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak dari luar negeri baik individu maupun institusional. Menurut Sunreni (2016), Kepemilikan saham asing didefinisikan sebagai kepemilikan saham perusahaan oleh pihak yang tidak terdaftar sebagai warga negara dan secara hukum diakui mempunyai hak untuk berusaha di negara tersebut. Sedangkan Menurut Clara dan Fransiskus (2019) Kepemilikan Asing sendiri merupakan jenis kepemilikan perusahaan dimana sejumlah saham biasa perusahaan dimiliki atau di pegang oleh pihak asing, dan menurut Istiqomah (2020) kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh investor asing karena warga negara asing tersebut menanam modalnya pada perusahaan didalam negeri.

Pada saat kepemilikan saham pengendali asing semakin besar, pemegang saham pengendali asing memiliki kendali yang semakin besar dalam menentukan keputusan dalam perusahaan yang menguntungkan dirinya termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Dalam struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, pemegang saham pengendali memiliki posisi yang lebih baik karena pemegang saham pengendali dapat mengawasi dan memiliki akses informasi yang lebih baik di bandingkan dengan pemegang saham non pengendali, sehingga pemegang saham pengendali bisa menyalahgunakan hak kendalinya untuk kesejahteraannya sendiri (Melmusi, 2016).

Menurut IAPI (2011) menjelaskan pada SA 550, Pemegang saham pengendali adalah “entitas yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih baik secara langsung maupun tidak langsung”. Pemegang saham pengendali bisa

dimiliki oleh seseorang secara individu, pemerintah, maupun pihak asing. Maka dari itu, semakin besar kepemilikan saham asing, maka kendali atas pengelolaan perusahaan semakin besar dan dengan kendali yang dimiliki, pemegang saham dapat menguntungkan dirinya sendiri dengan memanfaatkan perusahaan yang dikendalikannya. Penelitian ini didukung oleh penelitian Ratna (2018), Refgia (2017), dan Anita (2016) yang membuktikan bahwa, kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Dicky (2017), Evan (2017), dan Zerni (2016) menyatakan bahwa, kepemilikan asing tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil tersebut, penelitian ini akan menguji kembali pengaruh ukuran perusahaan pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Debt Covenant adalah kontrak yang ditujukan pada peminjam oleh kreditor untuk membatasi aktivitas yang mungkin merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman. Dalam perjanjian ini telah membatasi kemampuan seorang manajer untuk berinvestasi, membayar deviden, menambah pinjaman dan kemudian membatasi aktivitas yang berpotensi merugikan manajer, Cochran (dalam Rosa, dkk, 2017). Menurut Merina dan Kurniawati (2016), *Debt Covenant* adalah suatu kontrak yang ditujukan kepada peminjam oleh kreditor untuk membatasi aktivitas yang mungkin dapat merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman. Sedangkan menurut Okto (2016), *Debt covenant* adalah kontrak hutang yang ditujukan pada peminjam oleh kreditor

dengan tujuan untuk mendapatkan pinjaman dana yang disertai perjanjian-perjanjian yang telah disepakati dalam pengembalian pinjaman tersebut dan menurut Rahmania (2020), Kontrak utang (*debt covenant*) merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditur, seperti pembagian deviden yang berlebihan, atau membiarkan ekuitas di bawah tingkat yang telah ditentukan.

Semakin tinggi rasio hutang atau ekuitas perusahaan maka semakin besar pula kemungkinan bagi manajer untuk memilih metode akuntansi yang dapat menaikkan laba. *Transfer pricing* merupakan salah satu cara menaikkan laba dan menghindari peraturan kredit yang digunakan dalam perusahaan multinasional. Sesuai dengan *The Debt Covenant Hypotesis* dalam teori akuntansi positif, semakin cenderung suatu perusahaan untuk melanggar perjanjian hutang maka manajer akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat mentransfer laba periode mendatang ke periode berjalan.

Indrasti (2016) menyatakan bahwa, Semakin tinggi rasio hutang atau ekuitas maka semakin dekat perusahaan dengan batas perjanjian atau peraturan kredit. Semakin tinggi batas peraturan kredit maka semakin besar kemungkinan penyimpangan perjanjian kredit dan pengeluaran biaya. Dalam menaikkan laba manajer mempunyai metode akuntansi sehingga dapat mengendurkan batasan kredit dan mengurangi biaya kesalahan teknis. Penelitian ini didukung oleh penelitian Wiwi (2020) dan Rosa (2017) yang

membuktikan bahwa, *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Eling (2017) dan Anita (2016) menyatakan bahwa, *debt covenant* tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Berkaitan dengan perbedaan hasil tersebut, penelitian ini akan menguji kembali pengaruh ukuran perusahaan pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari penelitian terdahulu yaitu penelitian Ratna, dkk (2018) yang mengkaji tentang Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing dan Ukuran perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu:

1. Adanya penambahan variabel independen yaitu *Debt Covenant* dalam penelitian disebabkan penelitian ini juga mendukung teori akuntansi positif yang mengusulkan hipotesis perjanjian hutang bahwa semakin tinggi rasio utang perusahaan makin dekat suatu perusahaan terhadap pelanggaran kontrak hutangnya, maka kecenderungannya adalah semakin besar kemungkinan manajer perusahaan memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini.

2. Perbedaan lainnya adalah dalam penelitian sebelumnya menggunakan data perusahaan dari tahun 2012-2016, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan data tahun 2017-2020.

Peneliti menggunakan perusahaan manufaktur sebagai lokasi penelitian. Alasannya karena dari segi perusahaannya, perusahaan manufaktur terdiri dari berbagai sektor. Dilihat dari jumlah perusahaannya, perusahaan manufaktur memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan perusahaan yang lainnya seperti perbankan dan asuransi sehingga dapat memenuhi kriteria dalam pemilihan sampel.

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang diatas maka penulis ingin mengetahui bagaimana pengaruh pajak, *size*, *debt covenant*, dan kepemilikan asing terhadap praktik *transfer pricing* dan diikuti dengan ketidak konsistenan hasil penelitian sehingga penulis tertarik melaksanakan penelitian dengan judul **“PENGARUH PAJAK, SIZE, DEBT COVENANT, DAN KEPEMILIKAN ASING TERHADAP TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2020”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Dalam praktik bisnis, perusahaan tentu menginginkan perolehan laba yang maksimal, salah satunya yaitu dengan upaya menekan beban-

beban yang secara langsung dapat mengurangi laba yang diperoleh perusahaan, termasuk beban pajak. Selain itu, adanya perbedaan tarif perpajakan antar negara membuat perusahaan-perusahaan besar yang merupakan perusahaan multinasional berupaya untuk menekan beban pajak melalui praktik *transfer pricing*.

2. Ukuran perusahaan yang besar dapat menjadikan peluang yang lebih besar pada perusahaan tersebut untuk melakukan praktik *transfer pricing*.
3. Tingginya rasio hutang atau ekuitas makin mendekati perusahaan dengan batasan perjanjian atau peraturan kredit yang membuat perusahaan berusaha mengendurkan batasan kredit yaitu dengan melakukan praktik *transfer pricing*.
4. Kepemilikan saham yang tinggi pada perusahaan akan lebih mudah untuk mengendalikan perusahaan. Kepemilikan saham pihak asing pada perusahaan manufaktur rentan terhadap perusahaan yang terindikasi melakukan penyalahgunaan praktik *transfer pricing*.
5. Perusahaan yang terindikasi melakukan penyalahgunaan praktik *transfer pricing* biasanya melakukan transaksi dengan harga dibawah pasar wajar supaya pemerintah tidak dapat mengenakan pajak atas transaksi perusahaan tersebut.
6. Berbagai kasus penyalahgunaan praktik *transfer pricing* menunjukkan bahwa masih banyak perusahaan yang melakukan penghindaran pajak dan menyeleweng dari peraturan yang berlaku di Indonesia.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu, perusahaan manufaktur memiliki potensi yang tinggi dalam melakukan *transfer pricing* terutama perusahaan multinasional.

7. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan pada perusahaan manufaktur menjadi hal yang sangat disayangkan, karena perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang memiliki sumbangsih terbesar dalam pembayaran pajak negara.
8. Penelitian terdahulu mengenai pengaruh pajak, *size*, *debt covenant*, dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* masih menunjukkan hasil yang tidak konsisten dan masih terdapat *research gap*.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian terarah dan tidak meluas, maka peneliti membatasi penelitiannya hanya pada masalah yang terkait pengaruh pajak, *size*, *debt covenant*, dan kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* pada perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2017-2020, yang perusahaannya melaporkan laporannya dan telah di audit, serta perusahaan tersebut bersifat multinasional.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka masalah yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Pajak berpengaruh terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*?

2. Apakah *Size* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*?
3. Apakah *Debt Covenant* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*?
4. Apakah Kepemilikan Asing berpengaruh terhadap keputusan melakukan *Transfer Pricing*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa mengenai:

1. Untuk Mengetahui pengaruh Pajak terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.
2. Untuk Mengetahui pengaruh *Size* terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.
3. Untuk Mengetahui pengaruh *Debt Covenant* terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Kepemilikan Asing terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.

1.6 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang secara langsung terkait di dalamnya. Adapun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman di dunia pendidikan terutama bidang akuntansi dan berguna sebagai motivasi serta sebagai acuan untuk mengkaji dan meneliti ulang tentang penelitian ini dengan mengembangkan teori keakademikkan mahasiswa dan dapat berguna bagi perusahaan sebagai informasi untuk dapat meminimalisir tindakan *Transfer Pricing*.

2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kegunaan bagi:

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dilakukan sebagai persyaratan mencapai gelar sarjana dan menambah ilmu pengetahuan dalam menerapkan teori-teori keilmuan yang pernah diperoleh selama masa perkuliahan.

b. Pengguna informasi laporan keuangan

Pengguna laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat lebih berhati-hati dan lebih cermat menganalisis terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh direksi guna kepentingan pribadi. Juga bagi pemegang saham minoritas untuk lebih cermat dalam mengamati adanya keputusan dari pemegang saham mayoritas yang dapat merugikan mereka.

c. Masyarakat

Penelitian ini dilakukan sebagai sarana informasi dan menambah pengetahuan akuntansi, khususnya mengenai Pajak, *Size*, *Debt Covenant*, dan Kepemilikan Asing terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan manufaktur.

d. Bagi peneliti berikutnya

Sebagai bahan referensi penelitian yang akan melaksanakan penelitian selanjutnya berkaitan dengan topik ini.

