

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini pertumbuhan ekonomi semakin pesat. Terdapat tuntutan yang lebih besar bagi pemerintah untuk menciptakan segala potensi yang dimiliki oleh negara sebagai sumber pendapatan untuk membiayai semua pengeluaran negara. Salah satu sumber pendapatan terbesar yang diterima oleh negara adalah pajak (Prasetya, 2013). Fenomena globalisasi secara tidak langsung telah mendorong merebaknya konglomerasi dan divisionalisasi atau departemenisasi perusahaan. Lahirnya *General Agreement on Trade and Tariff (GATT)* dan *World Trade Organisation (WTO)* telah membuka jembatan pergerakan barang, jasa dan modal antar negara. Perusahaan-perusahaan tidak lagi membatasi operasinya hanya di negara sendiri, akan tetapi merambah ke mancanegara dan menjadi perusahaan multinasional dan transnasional. Perusahaan-perusahaan ini beroperasi melalui anak usaha dan cabang-cabangnya di hampir semua negara berkembang dan pasar-pasar yang sedang tumbuh (Hartanti, et al 2014). Perusahaan Multinasional (*Multinational Corporation/ MNC*) adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terkait hubungan istimewa, baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi; dapat berupa anak perusahaan, agen, dan sebagainya dengan berbagai motif. Tiga motif utama berdirinya MNC adalah; (1) memperluas usaha dalam rangka mencari bahan baku dan menjual produknya keluar negeri. (2) mencari pasar dan memperluas jangkauan

pemasaran produk 2 yang dimiliki. (3) meminimumkan biaya (*cost minimazer*), seperti keringanan pajak, tenaga kerja yang murah, harga tanah murah, biaya pengolahan limbah dengan syarat ringan, dan lain sebagainya (www.academia.edu). Fenomena perusahaan multinasional dalam ekspansinya cenderung mengoperasikan usahanya secara desentralisasi dan melaksanakan konsep *cost revenue profit* dan *corporate profit center concepts*, yang dapat mengukur dan menilai kinerja dan motivasi setiap divisi/unit yang bersangkutan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut antara lain digunakan sistem harga transfer atau transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* multinasional berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara (www.academia.edu). Tujuan yang ingin dicapai dalam *transfer pricing* antara lain sebagai berikut: (1) Memaksimalkan penghasilan global, (2) Mengamankan posisi kompetitif anak/ cabang perusahaan dan penetrasi pasar, (3) Evaluasi kinerja anak/ cabang perusahaan mancanegara, (4) Menghindarkan pengendalian devisa, (5) Mengatrol kreditabel asosiasi, (6) Mengurangi resiko moneter, (7) Mengatur cash flow anak/ cabang yang memadai, (8) Membina hubungan baik dengan administrasi setempat, (9) Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, (10) Mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah (www.academia.edu).

Transfer pricing merupakan harga barang, jasa atau harta tak berwujud 3 yang dialihkan antara divisi dalam suatu perusahaan atau dalam perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau perusahaan multinasional (Gusnardi, 2009).

Tujuan utama dari transfer pricing adalah untuk mengevaluasi dan mengukur kinerja finansial suatu perusahaan, akan tetapi sering juga transfer pricing digunakan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayar melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi (Gusnardi, 2009). Kunci utama keberhasilan transfer pricing dari sisi pajak adalah transaksi karena adanya hubungan istimewa (Yenni, 2000).

Transfer pricing merupakan isu klasik di bidang perpajakan, khususnya menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh korporasi multinasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*) (Widyastuti, 2011).

Para ahli juga mengakui bahwa *transfer pricing* ini bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun ini juga bisa menjadi peluang penyalahgunaan untuk perusahaan yang mengejar laba yang 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 yang memberikan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*.

Menurut Dirjen Pajak Indonesia tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara. Menurut perhitungan Dirjen Pajak, negara berpotensi kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktek *transfer pricing*. Bahkan lebih dipertegas lagi menurut informasi internal Dirjen Pajak bahwa kehilangan tersebut kebanyakan akibat adanya pembayaran Bunga dan royalti, sehingga Dirjen Pajak percaya bahwa dengan menyetop pembayaran tersebut negara sudah tidak perlu menambah hutang lagi (Haeruman, 2010)

Dari sisi pemerintah *transfer pricing* diyakini dapat mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan transfer pajak yang rendah (*tax heaven countries*). Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk didalamnya meminimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). (Haeruman, 2010)

Berbeda halnya dengan pengungkapan Direktur Jenderal Pajak Fuad Rahmany yang mengatakan permasalahan *transfer pricing* dalam perpajakan tidak selalu membuat Indonesia rugi. Dimana keuntungan diperoleh jika perusahaan di

Indonesia merupakan anak usaha dari perusahaan luar negeri (Sukamto, 2014). Peraturan mengenai *transfer pricing* telah tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yaitu pada pasal 18. Aturan mengenai *transfer pricing* mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal.

Ukuran perusahaan adalah skala yang digunakan untuk mengklasifikasikan besar atau kecilnya perusahaan. Pengklasifikasian besar atau kecilnya perusahaan dapat diukur dengan jumlah total aset, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain. Perusahaan dikatakan sebagai perusahaan besar apabila jumlah aset yang dimilikinya juga besar. Demikian pula sebaliknya, perusahaan dikatakan kecil, apabila total aset yang dimilikinya sedikit (Sulistiono, 2010: 36). Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan aset yang kecil (Sulistiono, 2010: 53).

Surbakti (2012), 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 memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin

besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen.

Salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya *transfer pricing* adalah ukuran perusahaan. Menurut Hormati (2009) dalam Dewi & Jati (2014) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala atau nilai yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil berdasarkan total *asset*, *log size*, dan sebagainya. Semakin besar total asset mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaannya maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks. Jadi hal itu memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan celah-celah yang ada untuk melakukan tindakan *transfer pricing* (Rego, 2003 dalam Dewi & Jati, 2014).

Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik transfer pricing pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan transfer pricing untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Munculnya masalah yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh beberapa hal berikut. Pertama, 6 pemegang saham mayoritas terlibat dalam manajemen sebagai direksi atau

komisaris yang kemungkinan besar melakukan ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). Kedua, hak suara yang dimiliki pemegang saham mayoritas melebihi hak atas aliran kasnya, karena adanya kepemilikan saham dalam bentuk bersilang, piramida dan berkelas (Claessens et al., 2000). Bentuk kepemilikan seperti ini akan mendorong pemegang saham mayoritas untuk mengutamakan kepentingan mereka sendiri yang sangat berbeda dengan kepentingan investor.

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 ukuran perusahaan tersebut (Wijaya dkk, 2009: 82-83). Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan investasi yang dilakukan (Pujiningsih, 2011 : 46). Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu relatif lebih lama (Rachmawati dan Trimoko, 2007). Hal tersebut membuat manajer yang memimpin perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba termasuk dengan melakukan *transfer pricing* sebab perusahaan yang besar lebih diperhatikan masyarakat sehingga perusahaan besar akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan (Pujiningsih, 2011 : 46). Oleh karena itu, semakin besar perusahaan maka volume terjadinya *transfer pricing* dimungkinkan semakin sedikit.

Dari sudut pandang Dirjen Pajak dalam Pramana (2014), tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara.

Berdasarkan perhitungan Dirjen Pajak dinyatakan bahwa negara berpotensi telah kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktik *transfer pricing*. Negara berkembang, seperti Indonesia, menyadari bahwa korporasi multinasional dengan berbagai cara mempergunakan rekayasa *transfer pricing* untuk mengalihkan potensi pajak Indonesia ke negara lain dengan berbagai alasan. Oleh karena itulah, otoritas fiskal selalu memandang bahwa tujuan *transfer pricing* adalah untuk penghindaran pajak.

Fenomena *transfer pricing* yang terjadi di antaranya Menteri Keuangan Bambang PS Brodjonegoro menekankan kepada perusahaan yang beroperasi Indonesia utamanya perusahaan asing untuk tidak jor-joran mencari pembiayaan dari utang terafiliasi. Bambang dalam Temu Akhir Tahun 2014 Gubernur Bank Indonesia dengan pelapor Lalu Lintas Devisa (LLD), Devisa Hasil Ekspor (DHE), Sistem Informasi Debitur (SID), serta Laporan Bulanan Bank Umum (BLU), Selasa (2/12/2014) menyadari tingkat bunga perbankan domestik yang cukup tinggi, akibat *cost of fund* yang besar, tentu menimbulkan adanya dorongan bagi perusahaan asing untuk berhutang ke luar negeri.

Corporate action memang harus dilakukan untuk menjaga keberlanjutan usaha atau ekspansi. Tapi tidak dengan utang terafiliasi. Utang terafiliasi menggerus profit, sehingga akhirnya mengurangi pajak yang dibayarkan, agar utang terafiliasi ini tidak menjadi trend, kendati dari sisi pelaporan, sebuah perusahaan dikatakan baik. Bambang dalam kesempatan tersebut juga menyampaikan baik kepada perusahaan asing maupun perusahaann nasional untuk

tidak hanya patuh memberikan laporan LLD, DHE, SID, serta LBU. Bambang berharap perusahaan yang beroperasi di Indonesia juga patuh membayar pajak.

Hal ini di karenakan penerimaan pajak tersandera transfer pricing. Di harapkan perusahaan melakukan ekspor dengan jujur dan tidak melakukan transfer pricing. Sebab itu merugikan karena mengurangi penerimaan pajak, dan tidak bisa membantu masyarakat. Terkait dengan hal itu, maka perlu di tekankan agar perusahaan tidak melakukan rekayasa pajak. Karena rekayasa pajak hanya menguntungkan perusahaan sendiri, menguntungkan negara lain, namun merugikan masyarakat yang hidupnya masih harus ditopang APBN.

Menurut Susan Irawati (2006:58), yang menyatakan bahwa :

Rasio keuntungan atau *profitability ratios* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulanan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

Menurut Susan Irawati (2006:58), menyatakan bahwa :

Dalam rasio keuntungan atau *profitability ratios* ini ada beberapa rumusan yang digunakan di antaranya adalah :

- a. Gross Profit Margin

- b. Operating Profit Margin
- c. Operating Ratio
- d. Net Profit Margin
- e. Return On Assets
- f. Return On Equity
- g. Return On Investment
- h. Earning Per Share (Eps)

Menurut Susan Irawati(2006:59), yang menyatakan bahwa :

Return On Assets adalah kemampuan suatu perusahaan (aktiva perusahaan) dengan seluruh modal yang bekerja di dalamnya untuk menghasilkan laba operasi perusahaan (EBIT) atau perbandingan laba usaha dengan modal sendiri dan modal asing yang digunakan untuk menghasilkan laba dan dinyatakan dalam persentase. *Return On Assets* sering kali disebut sebagai Rentabilitas Ekonomi (RE) atau *Earning Power*.

Menurut Suad Husnan dan Enny Pudjiastuti (2006:72) , yang menyatakan bahwa :

Rentabilitas Ekonomi : Rasio ini mengukur kemampuan aktiva perusahaan memperoleh laba dari operasi perusahaan. Karena hasil operasi yang ingin diukur, maka dipergunakan laba sebelum bunga dan pajak.

Menurut Bambang Riyanto (2008:336) , yang menyatakan bahwa :

Kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aktiva untuk menghasilkan keuntungan neto.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa return on assets adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Oleh karena itu perusahaan akan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka kelangsungan hidup perusahaan akan semakin terjamin. Salah satu kebijakan yang dapat digunakan untuk meningkatkan laba adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusuma dan Wijaya, (2017) dan Richardson, dan Lanis (2013) menyebutkan bahwa profitabilitas mempengaruhi *transfer pricing*.

Kasus lain terkait fenomena Transfer Pricing yakni

Pemerintah mengutuk wajib pajak yang melakukan manipulasi harga transfer (transfer pricing) untuk menggelapkan pajak. Manipulasi transfer pricing bisa dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu group yang beroperasi di negara-negara yang memiliki perbedaan sistem pajak. Manipulasi tersebut melibatkan aktivitas penetapan harga yang tidak wajar, skema transaksi dan struktur usaha artifisial.

Hal tersebut bisa mengecilkan profit setelah pajak (*after tax profit*) karena menggerus basis pajak dan mengalihkan laba ke perusahaan di negara lain. Pria yang juga menjabat sebagai Ketua Dewan Pengurus Nasional IAI ini mengungkapkan, transfer pricing sebenarnya tidak dilarang selama tidak bertujuan untuk secara sengaja menggelapkan pajak. Sayangnya, transfer pricing memberi peluang bagi wajib pajak untuk memanipulasi besar kewajibannya.

"Transfer pricing ini, terus terang, kadang banyak disalahgunakan untuk mencoba mengecilkan atau men-shifting profit yang seharusnya menjadi bagian untuk membayar pajak," tutur Wakil Menteri Keuangan Mardiasmo saat ditemui dalam acara Tax Corner Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) di Gedung IAI, Kamis (2/2).

Padahal, menurut Mardiasmo, potensi penerimaan pajak dari perusahaan multinasional sangat besar.

"Untuk angka saya tidak bisa menyebutkan pastinya tetapi secara magnitudenya pasti cukup besar dan signifikan," kata Mardiasmo.

Dengan dikeluarkannya Base Erosian and Profit Shifting (BEPS) Action oleh Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), negara-negara yang tergabung di G-20 sepakat untuk menutup lubang (loophole) tranfer pricing dengan menciptakan dunia perpajakan internasional yang lebih transparan.

Khusus untuk Indonesia, pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.03/2016 tentang Jenis Dokumen dan atau

Informasi Tambahan yang Wajib Disimpan oleh Wajib Pajak yang Melakukan Transaksi dengan Para Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa dan Tata Cara Pengelolaannya. Beleid ini telah diteken Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati pada 30 Desember 2016 lalu.

(CNN Indonesia)

Fenomena transfer pricing yang terjadi pada PT Toyofuji Manufaktur Indonesia. Pada tahun 2015 gross profit PT Toyofuji Manufaktur mengalami peningkatan 11% hingga 14% pertahun. Namun setelah dilakukan restrukturisasi, gross margin PT Toyofuji Manufacturing Indonesia hanya sekitar 1,8% hingga 3% per tahun. Sementara di PT Toyota Astra Motor (perusahaan agen tunggal pemegang merek yang didirikan setelah restrukturisasi), gross margin mencapai 3.8% hingga 5%. Jika gross profit margin PT Toyofuji Manufaktur digabung dengan PT Toyota Manufaktur Indonesia, presentasi nya sebesar 7%. Hal ini berarti margin laba sebelum pajak setelah restrukturisasi lebih rendah 7% dibanding dengan margin laba kotor pada tahun 2014 sebesar 14%. Berdasarkan itu, pemeriksaan pajak lalu mengkoreksi harga pada transaksi Toyopuji Manufacturing kepada Toyota Motor Asia Pasific di Singapura. Modus ekspor dengan nilai tak wajar juga berulang pada tahun ini. Hasilnya fantastis: omset penjualan Toyopuji Manufacturing pada 2015 jadi melonjak dari setengah triliun dilihat dari laporan awal perusahaan itu. Nilainya sekarang menjadi Rp 1,7 triliun, Senin (28/82015)

(sumber:<https://investigasi .tempo.com>)

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan (Sudarmaji dan Sularto, 2007). Bava dan Gromis (2015) menyatakan bahwa semakin rendah tingkat profitabilitas suatu perusahaan, maka semakin tinggi kemungkinan pergeseran profit yang terjadi, dengan kata lain semakin besar pula dugaan perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*. Transaksi *transfer pricing* tersebut digunakan oleh perusahaan dengan tujuan untuk menunjang kinerja operasional perusahaan yang dapat menguntungkan para pemegang saham (Srinivasan, 2013). Dengan *transfer pricing*, perusahaan dapat menyesuaikan harga transfer atas berbagai transaksi yang dilakukan antar anggota (divisi) perusahaan yang memiliki hubungan istimewa (Richardson dkk., 2013)

Perusahaan yang memiliki utang yang tinggi akan mendapatkan insentif pajak berupa potongan atas bunga pinjaman sesuai dengan ketentuan Pasal 6 ayat (1) huruf a Undang-Undang Pajak Penghasilan sehingga perusahaan yang memiliki beban pajak yang tinggi dapat melakukan penghematan pajak dengan cara menambah utang perusahaan (Suyanto dan Supramono, 2012). Transfer utang atau modal yang sebagian didorong oleh peluang arbitrase pajak perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi selektif utang untuk tujuan pajak lebih rendah mungkin menjadi agresif dalam hal pengaturan *transfer pricing* mereka (Richardson et al., 1998).

Ada kemungkinan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas *transfer pricing* dalam upaya perusahaan dalam pengurangan kewajiban pajak perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin agresif perusahaan dalam

melakukan praktik *transfer pricing*. Dalam perusahaan besar yang memiliki keuntungan lebih cenderung untuk terlibat dalam transaksi atau skema yang dirancang untuk secara signifikan menghindari pajak perusahaan Rego (2003) dalam Richardson et al., (2013). Skala (ukuran) perusahaan multinasional akan berkorelasi positif dengan manipulasi *transfer pricing*. Perusahaan multinasional yang berskala besar akan lebih memiliki kecenderungan untuk terlibat dalam manipulasi *transfer pricing*. Perbedaan tarif pajak di negara tempat perusahaan multinasional beraktivitas akan cenderung mendorong perusahaan multinasional tersebut untuk melakukan manipulasi *transfer pricing* melalui suatu penciptaan suatu harga artifisial. Motif manipulasi *transfer pricing* dapat mendorong perpindahan lokasi aktivitas perusahaan (pilihan investasi) dari suatu negara ke negara lainnya. Jacob (1996) dalam richardson et al., (2013) menemukan bahwa *transfer pricing* antar perusahaan besar dapat mengakibatkan pembayaran pajak lebih rendah secara global pada umumnya. Penelitian tersebut menemukan bahwa perusahaan multinasional memperoleh keuntungan karena pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah. Namun, ada peluang untuk penjualan domestik antara perusahaan terkait karena perbedaan tingkat tarif pajak.

Transfer pricing dilakukan antar pihak yang berelasi (*related party transaction*) atau yang mempunyai hubungan istimewa. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Wijaya, Supatmi, dan Widi (2009) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap transaksi pihak berelasi. Dengan demikian dapat dimungkinkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negative terhadap *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan Richardson,dkk (2013) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap praktik *transfer pricing* dikarenakan semakin besar perusahaan maka transaksi yang terjadi semakin kompleks dan semakin besar perusahaan pasti memiliki sumber daya manusia yang kompeten dalam meminimalkan beban pajak. Disisi lain penelitian yang dilakukan Akbar (2015), Refgia (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*.

Adanya wewenang yang dimiliki manajer dalam mengelola perusahaan akan menimbulkan kecenderungan manajer akan mementingkan tujuan individu daripada tujuan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, perusahaan itu memiliki aktivitas usaha dan transaksi keuangan yang semakin besar dimana kemungkinan terjadinya *transfer pricing* akan lebih tinggi terjadi di perusahaan besar daripada perusahaan kecil (Ramadhan dan Kustianti, 2017). Hal ini didukung oleh beberapa peneliti terdahulu yang dilakukan oleh (Richardson et al, 2013) (Waworuntu dan Hadisaputra, 2016) dan (Kusuma dan Wijaya, 2017) menunjukkan pengaruh ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari peneliti terdahulu Dicky Suprianto, Raisa Pratiwi (2015) dengan judul pengaruh kepemilikan asing, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* tahun 2013-2016 dan pendekatan penelitian asosiatif pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indoensia Tahun 2013-2016.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur disebabkan karena alasan pemilihan perusahaan manufaktur karena sektor manufaktur merupakan sektor yang banyak dipilih dan diminati oleh investor asing dan mempunyai kaitan intern yang erat dengan perusahaan induk maupun anak perusahaan di luar negeri. Dari fenomena dan hasil penelitian sebelumnya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Alasan penulis hanya mengambil variabel profitabilitas dan ukuran perusahaan karena dari penelitian-penelitian sebelumnya dua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dan penulis ingin mencari tahu seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap *Transfer pricing*. Untuk pendekatan penelitian penulis memilih deskriptif dan verifikatif dan perusahaan manufaktur pada perusahaan manufaktur tahun 2013-2017

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PROFITABILITAS DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *TRANSFER PRICING* “. (Studi kasus pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017)**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah penulis uraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pokok sebagai berikut :

1. Beberapa perusahaan cenderung melakukan penjualan dengan *transfer pricing* diluar prinsip kewajaran dan keadilan usaha kepada afiliasinya.
2. Masih banyak perusahaan yang ukurannya terbilang besar namun melakukan penyalahgunaan pajak.
3. Masih banyak kasus *transfer pricing* yang terjadi karena kurangnya hukum bagi pelaku *transfer pricing*.
4. Persoalan *Transfer Pricing* dapat memicu terjadinya rekayasa pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain untuk menekan biaya pajak terutang keseluruhan atas wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa tersebut.
5. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*).
6. Beberapa perusahaan cenderung memaksimalkan laba setelah pajak terkonsolidasi dengan melakukan transaksi *transfer pricing* berupa penjualan kepada perusahaan afiliasi fiktif

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
2. Bagaimana ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
3. Bagaimana *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
4. Seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
5. Seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
6. Seberapa besar pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang penelitian dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui profitabilitas pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
2. Untuk menganalisis dan mengetahui ukuran perusahaan pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
3. Untuk menganalisis dan mengetahui *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
4. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh profitabilitas terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
5. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
6. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur sektor

aneka industry sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat dikaitkan dengan hal-hal yang bersifat teoritis dan praktis yaitu untuk mengembangkan ilmu yang terdapat dalam bentuk kegunaan praktis, yang dalam bentuk kegunaan praktis menyangkut pemecahan masalah-masalah yang aktual. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoretis/Akademis

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber pengetahuan secara luas khususnya mengenai akuntansi perpajakan. Dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

1.4.2 Kegunaan Praktis/Empiris

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi :

a) Penulis

Dapat menambah wawasan dalam penelitian dan pengetahuan khususnya tentang pengaruh profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b) Pemerintah

Memberikan masukan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan di bidang perpajakan sehingga dapat meminimalisir aktivitas *Transfer pricing* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c) Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumbangan konseptual bagi peneliti selanjutnya yang akan meneruskan penelitian yang berhubungan dengan *transfer pricing*

d) 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 dapat lebih cermat dalam mengamati adanya keputusan dari pemegang saham mayoritas yang dapat merugikan mereka.

1.5 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menyediakan informasi laporan keuangan perusahaan dengan mengakses situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.