

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Industri manufaktur yakni industri yang melakukan pengelolaan aktivitas bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dalam menghasilkan produknya, industri manufaktur menggunakan alat atau mesin untuk memproduksi produknya dalam skala besar (Idris, 2021). Dalam mempertahankan kelangsungan usahanya, industri manufaktur memerlukan kegiatan pendanaan dari sisi eksternal dan internal. Ditinjau dari sisi eksternal, strategi perusahaan mendapatkan pendanaan dari sisi eksternal ialah melalui masyarakat umum, yakni dengan menjadikan perusahaan *go public*. Perusahaan-perusahaan manufaktur yang telah *go public* akan terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

Perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) terbagi menjadi tiga sektor. Ketiga sektor tersebut yakni sektor industri dasar & kimia, sektor aneka industri, dan sektor barang konsumsi. Ketiga sektor tersebut dalam menjalankan usahanya menghasilkan produk yang berbeda-beda. Maka ketiga sektor tersebut diperinci kembali ke dalam subsektor.

Sektor industri dasar dan kimia memiliki sembilan subsektor, yakni subsektor semen, subsektor keramik, porselen & kaca, subsektor logam & sejenisnya, subsektor kimia, subsektor plastik & kemasan, subsektor pakan ternak, subsektor kayu & pengolahannya, subsektor pulp & kertas, dan subsektor lainnya. Selanjutnya subsektor yang tergabung dalam sektor aneka industri memiliki tujuh subsektor, yakni subsektor mesin & alat berat, subsektor otomotif & komponen, subsektor tekstil & garmen, subsektor alas kaki, subsektor kabel, subsektor elektronik serta subsektor lainnya. Lalu subsektor yang tergabung dalam sektor barang konsumsi ialah enam subsektor, yakni subsektor makanan & minuman (mamin), subsektor manufaktur tembakau, subsektor farmasi, subsektor kosmetik & keperluan rumah tangga, subsektor peralatan rumah tangga serta subsektor lainnya.

Di samping itu, industri manufaktur juga menjadi salah satu industri yang berperan dalam mengakselerasikan pertumbuhan perekonomian negara. Hal ini dikarenakan produk yang dihasilkan aktif pada perdagangan internasional, sehingga menambah devisa negara dan memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Anggraeni, 2019). Selain itu, pertumbuhan jumlah perusahaan manufaktur juga meningkat dari tahun ke tahun. Berikut adalah grafik perkembangan jumlah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.



**Gambar 1.1 Perkembangan Jumlah Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2020**

*Sumber:* Bursa Efek Indonesia (2016, 2017, 2018, 2019, 2020) dan data diolah penulis (2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 pada tahun 2016 hingga 2017, jumlah perusahaan yang terdaftar meningkat dengan selisih 8 perusahaan. Selanjutnya jumlah tersebut bertambah menjadi 162 perusahaan pada tahun 2018. Lalu meningkat secara signifikan menjadi 183 perusahaan pada tahun 2019. Puncaknya pada tahun 2020 jumlah perusahaan juga terus meningkat hingga menjadi 195 perusahaan. Peningkatan jumlah perusahaan yang signifikan tersebut mencerminkan bahwa perusahaan manufaktur semakin stabil dalam mempertahankan kelangsungan usahanya.

Perusahaan yang terus bertambah juga didukung oleh peran pemerintah dalam melejitkan investasi perusahaan manufaktur. Pemerintah optimis investasi pada industri manufaktur terus meningkat dan menjadi primadona investor global.

Minat investor tinggi dikarenakan investor global yang memilih Indonesia menjadi sumber produksi utama dalam memenuhi kebutuhan pasar dalam negeri dan kancan internasional (Hidayat, 2019). Oleh sebab itu, mereka memberikan kepastian dari segi hukum, kemudahan izin usaha, dan insentif pajak bagi pelaku usaha industri manufaktur di Indonesia (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, 2021; Olivia, 2020).

Industri manufaktur adalah industri yang bertumbuh pesat dikarenakan tingginya permintaan dan aktivitas produksinya dalam skala besar. Selain itu, produk yang dihasilkan juga berdaya saing global (Aivanni, 2019). Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menjalankan usaha stabil dari tahun ke tahun. Adanya dukungan pemerintah dan saham yang menjadi primadona, menjadi tantangan bagi industri manufaktur untuk mempertahankan keuntungannya. Tantangan tersebut menjadikan perusahaan manufaktur termotivasi untuk memaksimalkan keuntungan. Dalam hal ini untuk memaksimalkan keuntungannya manajemen melakukan praktik *transfer pricing* sebagai alternatif.

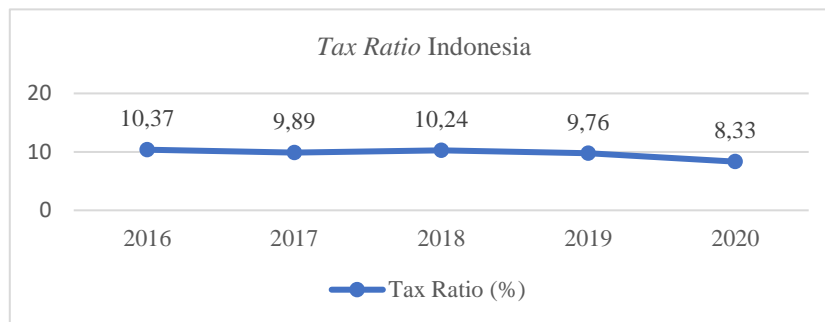
## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Globalisasi yang semakin meluas membuat perekonomian semakin tumbuh. Perusahaan yang orientasi lokasi operasinya hanya pada satu negara akan mengekspansikan bisnisnya pada kancan internasional. *ASEAN Economic Community* (AEC) mendeklarasikan untuk membuka gerbang seluas-luasnya bagi negara ASEAN melalui kemudahan transaksi secara global. Hal inilah yang menjadikan tidak ada tembok penghalang antara negara-negara ASEAN. Oleh sebab itu, perusahaan akan memperluas aktivitas bisnisnya ke Indonesia dan negara lainnya. Hal ini juga menjadikan kesempatan bagi perusahaan yang berdomisili di Indonesia untuk membuka anak usahanya di negara lain, bahkan melakukan praktik *transfer pricing* (Septiyani *et al.*, 2018:1).

Pohan (2018:198) mengungkapkan bahwa *transfer pricing* mengandung arti sebagai harga yang ditimbulkan sebagai akibat dari penyerahan barang, jasa, dan harta tak berwujud lainnya. Hal ini termasuk definisi *transfer pricing* secara netral. Namun istilah *transfer pricing* kemudian dikonotasikan sebagai istilah yang

bermakna tidak baik (*abuse of transfer pricing*). Makna ini berasal dari skema *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan berupa pengalihan penghasilan kena pajak dari suatu perusahaan multinasional yang berada di suatu negara ke perusahaan yang berada di negara lain yang masih berada dalam satu grup. Tujuan pengalihan keuntungan ini ialah negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah, hal ini dikarenakan dalam rangka mengurangi total beban pajak grup perusahaan tersebut secara keseluruhan. Sehingga dampak yang ditimbulkan bagi negara berupa penggerusan penerimaan pajak.

Salah satu indikator penilaian apakah pemerintah berhasil dalam mengumpulkan penerimaan pajaknya adalah melalui *tax ratio*. Berikut adalah perkembangan *tax ratio* di Indonesia dalam bentuk persentase periode 2016-2020.



**Gambar 1.2 Perkembangan *Tax Ratio* di Indonesia Periode 2016-2020**

*Sumber:* CNN Indonesia (2021)

Gambar 1.2 merupakan grafik persentase *tax ratio* selama tahun 2016 hingga 2020. Pada tahun 2016 *tax ratio* sebesar 10,37% dan terus menurun hingga 9,89%. Akan tetapi, pada tahun 2018 *tax ratio* meningkat hingga 10,24%. Selanjutnya pada tahun 2019 *tax ratio* kembali menurun sebesar 9,76%. Lalu terus menurun hingga 8,33% pada tahun 2020. Semakin rendah *tax ratio* suatu negara, maka semakin rendah juga penerimaan pajaknya. *Tax ratio* yang cenderung menurun setiap tahunnya disebabkan oleh salah satu faktor yaitu *profit shifting* dalam rangka penghindaran pajak. OECD (*Organisation for Economic Co-operation and Development*) juga menyatakan bahwa praktik yang paling dominan dalam melakukan *profit shifting* ialah *transfer pricing* (Karunia, 2020).

Pada dasarnya praktik *transfer pricing* legal secara regulasi, namun harus sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha seperti yang tertuang dalam Peraturan Direktorat Jenderal Pajak PER-32/PJ/2011. Apabila kondisi pada transaksi antara pihak yang memiliki hubungan istimewa sama atau sebanding dengan kondisi pada transaksi antara pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa yang menjadi pembanding, maka harga atau laba dalam transaksi harus sama atau berada pada rentang harga atau laba pada transaksi dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa yang dijadikan pembanding. Sehingga sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, transaksi yang dilakukan merupakan cerminan dari harga pasar wajar (Yanti & Pratiwi, 2021:87).

Teori agensi menjabarkan hubungan antara prinsipal (pemegang saham) dan agen (manajer) (Jensen & Meckling, 1976:308). Adanya hubungan tersebut menyebabkan adanya *agency problem*. *Agency problem* ialah konflik kepentingan antara pemegang saham dengan manajer. Konflik kepentingan timbul dikarenakan adanya asimetri informasi. Asimetri informasi antara agen dan prinsipal dapat ditunjukkan melalui tujuan perusahaan dalam memaksimalkan laba melalui *transfer pricing*. Agen adalah pihak yang lebih mengetahui seluk beluk transaksi yang dicatat pada laporan keuangan, sehingga ia akan memaksimalkan profit bagi dirinya sendiri. Sedangkan pemegang saham tidak terlibat secara langsung pada operasional perusahaan, sehingga penyembunyian informasi rawan terjadi (Nurwati *et al.*, 2021:970; Septiyani *et al.*, 2018:24).

Pemerintah mewajibkan perusahaan dalam membayar pajak. Adanya kewajiban membayar pajak membuat manajer terdorong untuk melakukan *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan yaitu dengan skema pemindahan keuntungan dari tempat perusahaan berdomisili atau negara dengan tarif pajak tinggi kepada perusahaan di negara lain yang tarif pajaknya rendah. Adanya hal tersebut berdampak pada kenaikan laba yang didapat oleh perusahaan. Hal ini dilakukan oleh manajer untuk memenuhi ekspektasi pemegang saham. Namun jika ditinjau dari sisi pemegang saham, pemegang saham menginginkan adanya penekanan pada pajak yang dibayarkan kepada pemerintah dengan laba yang lebih

rendah. Selain itu, pemerintah juga merasakan dampaknya dari sisi penerimaan. Penerimaan negara dalam hal ini akan tergerus dikarenakan adanya praktik tersebut.

Ukuran perusahaan diidentifikasi sebagai besar kecilnya perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar cenderung memiliki transaksi yang lebih kompleks daripada perusahaan kecil. Dalam mengelola perusahaan, manajer diberikan wewenang oleh pemegang saham untuk mengelola perusahaan termasuk transaksi yang terjadi. Manajer memanfaatkan kompleksitas transaksi tersebut melalui *transfer pricing*. Hal ini dilakukan manajer agar mencapai laba yang maksimal melalui skema transaksi yang dilakukan antara pihak yang memiliki hubungan istimewa. Akan tetapi pemegang saham tidak terlibat dalam pengambilan keputusan transaksi yang dilakukan dikarenakan adanya pendelegasian wewenang. Ketika pemegang saham tidak mengetahui seluk beluk transaksi, maka hal ini menjadi kesempatan bagi manajer untuk menyembunyikan informasi mengenai transaksi yang terjadi.

Permintaan dan penawaran mata uang suatu negara memunculkan istilah kurs. Kurs bersifat fluktuatif dikarenakan adanya aktivitas jual beli oleh perusahaan yang mencakup antara negara yang berbeda. Aktivitas jual beli atau ekspor dan impor perusahaan di waktu yang berbeda memunculkan adanya laba rugi selisih kurs. Kurs mata uang negara lain yang cenderung kuat serta berfluktuatif tidak signifikan menjadi target manajer dalam membuat skema transaksi dengan grup usahanya yang berada di negara lain untuk melakukan *transfer pricing*. Asimetri informasi muncul ketika manajer mempunyai lebih banyak informasi daripada pemegang saham. Adanya hal tersebut memotivasi manajemen untuk memanfaatkan kurs yang berfluktuatif dan menjalankan skema transaksi kepada pihak berelasi yang memiliki mata uang kuat, sehingga terhindar dari risiko fluktuasi kurs. Dalam hal ini pemegang saham selaku pemberi wewenang tidak mengetahui transaksi secara detail, sehingga inisiasi manajer untuk mendapatkan keuntungan dari adanya transaksi tersebut tidak diketahui oleh pemegang saham.

Ekspansi bisnis dilakukan melalui jaringan nasional maupun jaringan internasional. Sebuah perusahaan akan menjangkau seluasnya pangsa pasar yang dimiliki dengan membuka cabang atau anak usahanya di negara lain. Ketika

perusahaan tergabung menjadi satu grup usaha serta terletak pada beberapa negara yang berbeda, maka manajer mempunyai tekanan untuk menyejahterakan grup usahanya secara keseluruhan. Melalui skema *transfer pricing*, manajer membuat skema transaksi yang dijalankan antara grup usahanya untuk mencapai laba yang maksimal bagi grup usaha secara keseluruhan. Transaksi sistematis tersebut membuat manajer bertindak mementingkan dirinya sendiri dengan cara membuat skema transaksi *transfer pricing* yang terjadi, tanpa sepengetahuan pemegang saham dan berpeluang memanfaatkan peraturan perpajakan yang berbeda. Sehingga kinerja manajer terlihat baik oleh pemegang saham. Hal inilah yang memicu adanya konflik kepentingan bahwa manajer bertindak atas kepentingannya sendiri dan bukan atas nama prinsipal.

Di Indonesia kasus praktik *transfer pricing* terjadi pada PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Kasus ini belum terselesaikan hingga kini. PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia bergerak pada bidang otomotif dan merupakan perusahaan multinasional. Kasus ini dimulai ketika Toyota mengajukan restitusi karena kelebihan pembayaran pajak tahun 2005. Selanjutnya Surat Pemberitahuan Pajak tahun 2007 dan 2008 pun juga diperiksa oleh Direktorat Jenderal Pajak. Kecurigaan muncul ketika pembayaran pajak Toyota telah mencapai setengah triliun rupiah per tahun, namun pajak yang dibayarkan hanya Rp168 miliar. Setelah diperiksa laba yang dimiliki Toyota mengalami penurunan, namun omzet produksi serta penjualan justru naik. Laba yang menurun diduga karena adanya pembayaran royalti serta pembelian bahan baku yang tidak wajar (Idris, 2013).

Selanjutnya pada tahun 2007, Toyota mengeksport mobil kepada pihak afiliasi yang berada di Indonesia dan Singapura. Otoritas perpajakan mendapat temuan bahwa Toyota menjual produknya kepada pihak yang berafiliasi di bawah harga pokok produksi (Riza *et al.*, 2014). Maka, Toyota menanggung kerugian yang ditimbulkan dan melaporkan kerugiannya di Indonesia.

Dalam UU Nomor 28 Tahun 2007 mengenai Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan, pajak didefinisikan sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi maupun badan yang mempunyai sifat memaksa dan tidak menerima imbalan secara langsung serta digunakan untuk negara bagi

kemakmuran rakyat. Setiap negara mempunyai peraturan perpajakan yang berbeda, sehingga momentum ini digunakan bagi perusahaan yang berafiliasi dengan perusahaan yang berada di negara lain untuk menghindari pajak. Skema yang dilakukan dengan cara memindahkan penghasilan yang dimiliki ke perusahaan afiliasi di negara yang berbeda, maka total pajak yang dibayarkan menjadi lebih rendah, namun keuntungannya semakin naik (Saraswati & Sujana, 2017:1003).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Septiyani *et al.* (2018:32) *tax minimization* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Semakin tinggi beban pajak perusahaan, maka akan meningkatkan aktivitas *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan mentransfer pendapatannya ke negara lain dengan tarif pajak pengenaan rendah dalam rangka meminimalkan beban pajak yang dibayarkan. Hal ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Mulyani *et al.* (2020:176) bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan temuan Hikmatin & Suryarini (2019:169) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Perusahaan yang meminimalkan beban pajak yang harus dibayarkan akan didasarkan pada manajemen pajak yang mereka lakukan. Perusahaan akan meminimalkan beban pajak dengan cara yang tidak ilegal dan diperbolehkan. Selain itu, temuan yang dilakukan oleh Kurnia *et al.* (2021:5) juga mendukung bahwa beban pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Dalam Nurwati *et al.* (2021:968) secara umum ukuran diinterpretasikan sebagai perbandingan ukuran besar kecilnya suatu objek. Perusahaan yang berukuran besar diindikasikan dengan aset yang besar. Jika perusahaan memiliki aset yang besar maka perusahaan dianggap matang dalam mendapatkan laba secara konsisten serta menjamin peluang bisnis yang baik (Adelia & Santioso, 2021:723).

Menurut Rezky & Fachrizal (2018:408) ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, perusahaan yang berukuran besar akan memiliki kesempatan lebih banyak dalam melakukan *transfer pricing*. Temuan ini juga sejalan dengan temuan Supriyati *et al.* (2021:298) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yusmaniarti *et al.* (2021:84) dan Nurwati *et al.* (2021:976)



bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Perusahaan besar maupun kecil dapat melakukan *transfer pricing* sesuai dengan pertimbangan manajer. Dalam hal ini perusahaan besar akan cenderung berhati-hati dalam melaporkan kondisi finansialnya karena akan dilihat oleh publik.

*Exchange rate* mengandung arti nilai tukar mata uang antara negara satu dengan negara lain yang digunakan sebagai alat untuk membayar baik di masa kini atau masa depan (Prananda & Triyanto, 2020:38). Perusahaan yang melakukan transaksi lintas batas negara melibatkan valuta asing berbeda dari mata uang di mana perusahaan berlokasi. Menurut Hikmatin & Suryarini (2019:18) nilai kurs sangat berfluktuatif. Ketika harga tersebut berfluktuatif, maka berdampak pada harga barang atau jasa yang ditransaksikan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ayshinta *et al.* (2019:584) dan Apriani *et al.* (2020:25) hasil menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Nilai tukar yang terus berfluktuasi menyebabkan harga barang atau jasa yang dihasilkan menjadi berubah-ubah. Adanya mata uang negara lain yang kuat dinilai terhindar dari risiko nilai tukar yang berfluktuatif, sehingga untuk menghindari hal tersebut manajer melakukan *transfer pricing*. Hal ini ditujukan untuk mencegah ketidakpastian kas yang digunakan perusahaan untuk bertransaksi. Namun hasil penelitian tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prananda & Triyanto (2020:44), mereka menyatakan bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Hal ini terjadi karena kondisi nilai tukar yang meningkat atau menurun tidak memengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Temuan pun sejalan dengan Mulyani *et al.* (2020:176) bahwa *exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Multinasionalitas mengacu pada tingkat multinasionalitas perusahaan. Internasionalisasi dilakukan dengan mengembangkan usaha di negara lain (Agata *et al.*, 2021:80). Perusahaan yang memiliki hubungan afiliasi dengan perusahaan yang berada di luar negeri akan menaikkan tingkat multinasionalitasnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Liana *et al.* (2020:59) menjelaskan bahwa kompleksitas operasi perusahaan yang diproyeksikan dengan multinasionalitas

berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini disebabkan perusahaan multinasional akan memanfaatkan kebijakan pajak antarnegara. Maka semakin besar kompleksitas operasi perusahaan yang diproyeksikan dengan variabel multinasionalitas, semakin memotivasi perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Selain itu, temuan yang dilakukan oleh Anh *et al.* (2018:110) menyatakan bahwa multinasionalitas berpengaruh terhadap agresivitas *transfer pricing*. Tetapi hal ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agata *et al.* (2021:89) serta Maulina *et al.* (2021:1253) bahwa multinasionalitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Perusahaan yang memiliki anak serta berlokasi di negara asing dapat memiliki tujuan khusus. Misalnya anak perusahaan tersebut merupakan perusahaan *dormant* yang sengaja berdiri dalam rangka kepemilikan aset atau kekayaan intelektual dengan tidak melanggar ketentuan terkait *transfer pricing*.

Beralaskan fenomena permasalahan yang terjadi terkait *transfer pricing* dan inkonsistensi hasil penelitian yang relevan sebelumnya, membuat penulis termotivasi mengangkat topik indikasi melakukan *transfer pricing* untuk diteliti dengan judul **“PENGARUH TAX MINIMIZATION, UKURAN PERUSAHAAN, EXCHANGE RATE, DAN MULTINASIONALITAS TERHADAP INDIKASI MELAKUKAN TRANSFER PRICING (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)”**.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Pajak merupakan jumlah yang harus dibayarkan perusahaan kepada pemerintah dengan didasarkan pada ketentuan perpajakan yang berlaku. Untuk menghindari pembayaran pajaknya, perusahaan memanfaatkan celah peraturan perpajakan yang berlaku. *Transfer pricing* kerap digunakan perusahaan untuk menggeser keuntungannya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara yang memiliki tarif pajak rendah (*low tax countries*). Hal tersebut dilakukan dalam rangka meminimalisasi beban pajak yang harus dibayarkan pada negara yang memiliki tarif pajak tinggi. Melalui strategi

manajemen pajak dalam memanfaatkan aturan perpajakan secara legal, hal ini sah saja untuk dilakukan selama masih berada dalam prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Tetapi permasalahan timbul ketika praktik *transfer pricing* disalahgunakan oleh pelaku usaha dengan tidak berdasar pada prinsip kewajaran dan kelaziman usaha demi meminimalkan beban pajaknya.

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah dan inkonsistensi penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya, maka peneliti memutuskan untuk meneliti kembali mengenai variabel *tax minimization*, ukuran perusahaan, *exchange rate*, dan multinasionalitas dengan indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Berikut adalah pertanyaan penelitian yang dijadikan rumusan masalah dalam penelitian:

1. Bagaimana *tax minimization*, ukuran perusahaan, *exchange rate*, multinasionalitas dan indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020?
2. Apakah *tax minimization*, ukuran perusahaan, *exchange rate*, dan multinasionalitas berpengaruh secara simultan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020?
3. Apakah pengaruh secara parsial dari:
  - a. *Tax minimization* terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020?
  - b. Ukuran perusahaan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020?
  - c. *Exchange rate* terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020?

- d. Multinasionalitas terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari adanya penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui *tax minimization*, ukuran perusahaan, *exchange rate*, multinasionalitas dan indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan *tax minimization*, ukuran perusahaan, *exchange rate*, dan multinasionalitas terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari:
  - a. *Tax minimization* terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.
  - b. Ukuran perusahaan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.
  - c. *Exchange rate* terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.
  - d. Multinasionalitas terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang dihasilkan melalui penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Berdasarkan aspek akademis, manfaat yang ingin dicapai oleh peneliti melalui hasil penelitian adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya dalam meneliti topik mengenai *transfer pricing* dengan variabel independen yang dikembangkan.
2. Penelitian ini dapat memperluas wawasan serta pengetahuan bagi pembaca yang ingin mengetahui pengaruh *tax minimization*, ukuran perusahaan, *exchange rate*, dan multinasionalitas terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.

### **1.5.2 Aspek Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan masukan atau pertimbangan untuk pihak-pihak sebagai berikut.

#### **1. Manajemen Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan serta masukan bagi manajemen perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Khususnya dari segi strategi pengambilan keputusan dalam melakukan *transfer pricing*.

#### **2. Investor**

Hasil penelitian ini dapat menjadi pertimbangan bagi investor yang menanamkan modalnya pada perusahaan yang melakukan aktivitas *transfer pricing*.

#### **3. Direktorat Jenderal Pajak**

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pemerintah khususnya Direktorat Jenderal Pajak dalam menargetkan

perusahaan yang melakukan *transfer pricing*, seperti faktor-faktor yang dapat mengindikasikan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Pada bagian ini berisi pembahasan mengenai penjelasan ringkas sistematika penulisan tugas akhir yang terdiri dari Bab I hingga Bab V.

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016-2020, latar belakang penelitian berisi fenomena antara teori dengan realitanya serta inkonsistensi penelitian yang relevan sebelumnya, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian baik aspek praktis maupun aspek akademis, dan terakhir yaitu sistematika penulisan tugas akhir.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi penjelasan mengenai teori-teori yang bersifat umum hingga khusus, lalu disertai penelitian terdahulu yang menjadi referensi penelitian, selanjutnya kerangka pemikiran penelitian dan terakhir hipotesis penelitian.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai pendekatan, metode penelitian yaitu kuantitatif serta teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan analisis temuan dalam rangka menjawab rumusan masalah penelitian. Tujuan penelitian adalah deskriptif. Strategi penelitian adalah dengan studi kasus. Unit analisis dalam penelitian ini adalah industri atau kelompok dengan keterlibatan peneliti minimal. Waktu pelaksanaan penelitian adalah *cross section* dan *time series*. Selanjutnya, pada bab ini juga membahas mengenai pengujian hipotesis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis yang telah dirancang.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian dan pembahasannya. Hasil penelitian dan pembahasan disajikan secara sistematis berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Pada bagian pertama, peneliti menyajikan hasil

penelitian, lalu dilanjutkan pada bagian kedua mengenai penyajian interpretasi hasil penelitian yang diikuti dengan penarikan kesimpulan.

**e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan atas hasil penelitian dalam rangka menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Kemudian membahas saran bagi pihak-pihak terkait.

**“Halaman ini sengaja dikosongkan”**