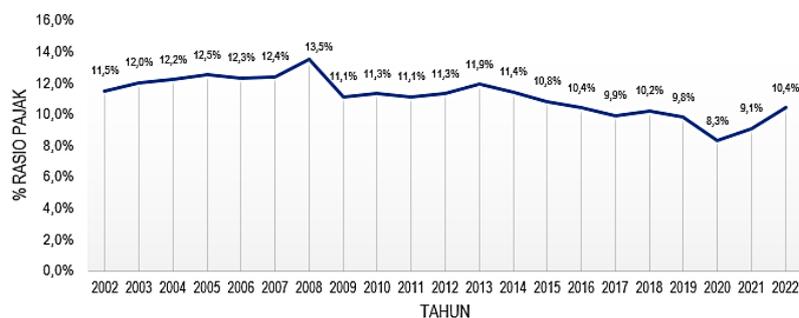


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah mentransformasi lanskap bisnis dunia secara fundamental. Liberalisasi perdagangan, peningkatan arus investasi asing langsung (FDI), dan kemajuan teknologi informasi menjadi pendorong ekspansi perusahaan melintasi batas negara. Fenomena ini melahirkan Perusahaan Multinasional (MNCs) dengan struktur operasional dan kepemilikan yang kompleks (Utami et al., 2023). Operasi MNCs melibatkan transaksi internal antar entitas afiliasi yang berlokasi di negara-negara berbeda. Lokasi-lokasi ini seringkali memiliki perbedaan signifikan dalam hal regulasi, tarif pajak, dan kondisi pasar (Alfifto, 2024). Konsekuensi logis dari struktur tersebut adalah timbulnya kebutuhan penentuan harga atas transaksi internal, sebuah mekanisme yang dikenal sebagai *transfer pricing*.



Sumber: Kementerian Keuangan 2023

**Gambar 1.1 Rasio Pajak Indonesia Tahun 2002-2022**

Sektor industri manufaktur di Indonesia secara konsisten menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Sektor ini tercatat memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sekitar 18,34% pada tahun 2022 (Badan Pusat Statistik, 2023). Peran pentingnya juga terlihat dalam penyerapan tenaga kerja dan penerimaan ekspor. Industri otomotif dan komponennya termasuk dalam sektor Barang Konsumen Siklikal dalam klasifikasi IDX-IC merupakan salah satu sub-sektor penting dalam industri manufaktur. Industri ini strategis karena nilai investasinya yang besar, keterkaitannya dengan banyak industri pendukung, serta banyaknya pemain utama yang merupakan bagian dari MNCs global (Kementerian Perindustrian RI, 2022). Kehadiran MNCs di sektor otomotif Indonesia membuat isu transaksi afiliasi dan *transfer pricing* menjadi sangat relevan dalam konteks industri ini.

*Transfer pricing* didefinisikan sebagai harga yang dibebankan atas transfer barang, jasa, atau aset tidak berwujud antar entitas yang saling berafiliasi dalam satu grup perusahaan (OECD, 2022). Praktik ini pada prinsipnya adalah mekanisme internal yang wajar untuk alokasi sumber daya, penilaian kinerja divisi, dan pengelolaan arus kas dalam grup (Sampe et al., 2023). Praktik *transfer pricing* menjadi sangat sensitif dari perspektif perpajakan. Adanya perbedaan tarif pajak antar negara memberikan insentif bagi MNCs untuk menetapkan harga transfer secara strategis. Tujuannya seringkali adalah meminimalkan beban pajak korporat secara global, sebuah praktik yang dikenal sebagai penggeseran laba dan perencanaan pajak agresif (Dyrenge et al., 2025). Praktik *transfer pricing* yang tidak sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha *Arm's Length Principle* -

ALP dapat menggerus basis pajak suatu negara. Hal ini berpotensi menimbulkan kerugian penerimaan negara yang signifikan (Beer et al., 2022). Otoritas pajak di berbagai negara menyadari risiko ini. Direktorat Jenderal Pajak (DJP) Indonesia, semakin memperketat pengawasan terhadap transaksi afiliasi. Ketentuan mengenai kewajiban penerapan ALP dan dokumentasi *transfer pricing* di Indonesia diatur secara komprehensif dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.03/2016 sebagai turunan dari Undang-Undang Pajak Penghasilan (Direktorat Jenderal Pajak, 2016).

Sebuah tinjauan mendalam terhadap literatur dan penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan, di mana temuan-temuan empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan *transfer pricing* masih menunjukkan hasil yang beragam dan belum sepenuhnya konklusif. Inkonsistensi ini tidak hanya terjadi pada variabel yang berbeda, tetapi terkadang juga dalam konteks industri yang sama, sehingga mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel bersifat kompleks dan kemungkinan dipengaruhi oleh konteks spesifik seperti sektor industri, periode penelitian, dan kondisi ekonomi.

Kesenjangan penelitian ini dapat diuraikan secara lebih terperinci sebagai berikut:

1. Inkonsistensi Pengaruh Multinasionalitas:

Beberapa penelitian terdahulu secara konsisten menemukan bahwa tingkat keterlibatan internasional perusahaan mendorong praktik *transfer*

*pricing*. Studi oleh Rifqiyati, R., Masripah, M., & Miftah, M. (2021) menemukan bahwa multinasionalitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor non-keuangan periode 2017-2019. Dukungan serupa datang dari Saputri, M. M. (2022), yang meneliti perusahaan sektor aneka industri yang terdaftar di ISSI periode 2016-2021 dan juga menyimpulkan bahwa multinasionalitas berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan melakukan praktik *transfer pricing*. Logika di balik temuan ini adalah semakin tinggi tingkat multinasionalitas, semakin besar peluang dan insentif untuk mengelola harga transfer demi efisiensi pajak.

Temuan yang mendukung hubungan ini tidak bersifat universal. Penelitian yang lebih baru oleh Wati E, R., & Rahmi, F. (2024) pada perusahaan LQ45 periode 2021-2023 justru menemukan bahwa variabel multinasionalitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil serupa juga dilaporkan oleh Hariaji, N. W., & Akbar, F. S. (2021) dalam studi mereka terhadap perusahaan tambang multinasional periode 2014-2018, yang menyimpulkan bahwa tingkat multinasionalitas tidak berpengaruh. Kontradiksi antara hasil-hasil penelitian ini, yang mencakup sektor dan periode waktu yang berbeda (non-keuangan, aneka industri, LQ45, dan pertambangan), menciptakan sebuah kesenjangan yang jelas mengenai kapan dan mengapa multinasionalitas menjadi pendorong praktik *transfer pricing*.

## 2. Inkonsistensi Pengaruh Profitabilitas

Argumen teoretis yang kuat menyatakan perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki insentif untuk menggeser laba guna mengurangi beban pajak. Argumen ini didukung oleh beberapa bukti empiris. Zikri, F. N., & Winarningsih, S. (2024) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* di sektor pertambangan periode 2021-2023. Demikian pula, Hariaji, N. W., & Akbar, F. S. (2021) dan Saputri, M. M. (2022) juga menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing* hubungan ini kembali dipatahkan oleh temuan lain. Penelitian oleh Fatahila, A. (2023), yang juga berfokus pada perusahaan pertambangan untuk periode 2017-2021, secara kontradiktif menemukan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Adanya temuan yang berbeda bahkan dalam sektor industri yang sama (pertambangan) menunjukkan bahwa pengaruh profitabilitas kemungkinan dimoderasi oleh faktor lain atau perbedaan metodologi antar penelitian.

## 3. Inkonsistensi Pengaruh *Leverage*

Teori keagenan menyarankan bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi mungkin cenderung menggunakan *transfer pricing* untuk mengelola laba demi menghindari pelanggaran perjanjian utang. Hipotesis ini mendapatkan dukungan empiris dari penelitian Zikri, F. N., & Winarningsih, S. (2024), yang menemukan bahwa *leverage* secara parsial

maupun simultan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* di sektor pertambangan. temuan ini lagi-lagi tidak konsisten dengan studi lain. Hariaji, N. W., & Akbar, F. S. (2021), dalam penelitian mereka di sektor tambang multinasional untuk periode yang lebih awal (2014-2018), menyimpulkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap praktik *transfer pricing*. Pertentangan hasil ini, sekali lagi dalam sektor yang sama, menandakan adanya ketidakpastian mengenai peran struktur utang perusahaan dalam memengaruhi kebijakan harga transfer.

Menanggapi berbagai kesenjangan hasil tersebut, penelitian ini diajukan untuk memberikan bukti empiris baru dalam konteks yang sangat spesifik dan relevan, yaitu perusahaan manufaktur sub-sektor otomotif di Indonesia. Sektor ini dipilih karena karakteristiknya yang padat modal, memiliki rantai pasok global yang kompleks, dan didominasi oleh perusahaan multinasional, yang membuatnya sangat rentan terhadap isu *transfer pricing*. Periode penelitian 2021-2023 dipilih untuk menangkap dinamika ekonomi terkini pasca-pandemi COVID-19, yang mungkin memengaruhi strategi keuangan dan perpajakan perusahaan multinasional. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kejelasan atau perspektif baru terhadap inkonsistensi temuan sebelumnya dan berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik mengenai determinan *transfer pricing* di Indonesia.

Praktik *transfer pricing* menjadi sebuah kasus yang sensitif dari perspektif perpajakan, di mana adanya perbedaan tarif pajak antar negara memberikan insentif bagi Perusahaan Multinasional (MNC) untuk menetapkan harga transfer secara

strategis. Tujuan dari tindakan ini seringkali adalah untuk meminimalkan beban pajak korporat secara global, sebuah praktik yang dikenal sebagai penggeseran laba (*profit shifting*) dan perencanaan pajak agresif. Ketika praktik ini tidak sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*Arm's Length Principle - ALP*), hal tersebut dapat menggerus basis pajak suatu negara dan berpotensi menimbulkan kerugian penerimaan negara yang signifikan. Menyadari risiko ini, otoritas pajak seperti Direktorat Jenderal Pajak (DJP) di Indonesia semakin memperketat pengawasan terhadap transaksi afiliasi. Pengawasan ini didasarkan pada ketentuan komprehensif yang diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 213/PMK.03/2016, yang mewajibkan penerapan ALP dan dokumentasi *transfer pricing*. Dalam konteks penelitian ini, kehadiran banyak MNC di sektor otomotif Indonesia membuat isu transaksi afiliasi dan *transfer pricing* ini menjadi sangat relevan untuk dikaji.

Keputusan mengenai kebijakan *transfer pricing* suatu perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Penelitian ini berfokus pada tiga faktor internal perusahaan: multinasionalitas, profitabilitas, dan *leverage*. Faktor pertama adalah multinasionalitas, yaitu tingkat keterlibatan perusahaan dalam operasi internasional. Tingkat multinasionalitas yang tinggi diduga kuat berhubungan dengan praktik *transfer pricing*. Semakin tinggi tingkat multinasionalitas suatu perusahaan diukur dari rasio penjualan atau aset di luar negeri, semakin besar volume dan kompleksitas transaksi intra-grup lintas batas. Kondisi ini secara signifikan meningkatkan peluang sekaligus insentif untuk melakukan manajemen

harga transfer guna mencapai efisiensi pajak atau tujuan strategis (Hendriarto, 2021).

Faktor kedua adalah profitabilitas perusahaan, yang dianggap sebagai faktor penentu penting. Terdapat dua argumen yang sering muncul terkait pengaruh profitabilitas. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi memiliki insentif kuat untuk menggeser sebagian labanya ke negara dengan tarif pajak lebih rendah melalui mekanisme *transfer pricing*. Tujuannya adalah mengurangi total beban pajak (Ajdacic et al., 2021). Perusahaan yang menghadapi tekanan kinerja atau memiliki profitabilitas rendah dapat terdorong menggunakan *transfer pricing* sebagai alat manajemen laba. Tujuannya adalah memperlihatkan kinerja keuangan yang lebih baik kepada pemangku kepentingan (Gomes et al., 2024).

Faktor ketiga adalah *leverage* atau tingkat utang perusahaan. Tingkat utang ini dapat memengaruhi keputusan *transfer pricing*. Teori keagenan menyarankan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi mungkin lebih cenderung melakukan manajemen laba. Hal ini terutama berlaku bagi perusahaan yang mendekati batas perjanjian utang. Manipulasi harga transfer dapat menjadi salah satu caranya untuk menghindari pelanggaran perjanjian utang dan menjaga reputasi di mata kreditur (Mahmudi, 2023). Struktur modal perusahaan menjadi pertimbangan strategis dalam penetapan harga transfer. Kerangka teoritis dan logika bisnis memang menunjukkan adanya hubungan antara ketiga faktor tersebut dengan *transfer pricing*. Temuan empiris dari penelitian-penelitian sebelumnya bagaimanapun masih menunjukkan hasil yang beragam dan belum sepenuhnya konklusif.

Penting untuk memahami dua konsep kunci yang menjadi dasar, yaitu multinasionalitas dan *transfer pricing*. Multinasionalitas menggambarkan tingkat atau derajat keterlibatan suatu perusahaan dalam aktivitas bisnis internasional, yang ditandai dengan operasi, investasi, atau penjualan yang melintasi batas negara asal perusahaan. Sebagai konsekuensi dari operasi yang melintasi batas negara ini, perusahaan memerlukan sebuah kebijakan internal untuk transaksi antar entitas. Kebijakan inilah yang disebut transfer pricing, yang merujuk pada kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer atas transaksi barang, jasa, aset berwujud, maupun aset tidak berwujud yang terjadi antara entitas-entitas dalam satu grup perusahaan yang sama, terutama yang melibatkan transaksi lintas batas negara. Meskipun praktik ini pada dasarnya adalah mekanisme internal yang wajar, namun menjadi sangat sensitif dari perspektif perpajakan.

Penelitian ini berupaya memberikan bukti empiris terbaru dengan menguji pengaruh multinasionalitas, profitabilitas, dan *leverage* terhadap praktik *transfer pricing*. Konteksnya spesifik pada industri manufaktur sub-sektor otomotif di Indonesia yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2023. Periode ini dipilih karena mencakup dinamika ekonomi pasca-pandemi COVID-19 yang mungkin memengaruhi strategi perusahaan multinasional. Pemilihan sub-sektor otomotif didasarkan pada karakteristiknya yang padat modal, memiliki rantai pasok global yang kompleks, dan didominasi oleh perusahaan multinasional. Karakteristik ini membuat isu *transfer pricing*.

Pengujian hubungan ini dalam konteks yang spesifik diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih baik mengenai determinan

praktik *transfer pricing* di Indonesia. Hasilnya diharapkan memiliki implikasi bagi para pembuat kebijakan, praktisi bisnis, dan investor. Uraian di atas melandasi pengajuan judul penelitian oleh peneliti: **"PENGARUH MULTINASIONALITAS, PROFITABILITAS, DAN *LEVERAGE* TERHADAP *TRANSFER PRICING* (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Aneka Sub Sektor Otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023)"**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, permasalahan utama yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah multinasionalitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik *transfer pricing* ?
2. Apakah profitabilitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik *transfer pricing* ?
3. Apakah *leverage* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik *transfer pricing* ?

Rumusan masalah ini signifikansi terhadap pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial dan pengaruh ketiganya secara simultan terhadap variabel dependen dalam lingkup objek dan periode penelitian yang telah ditetapkan.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini memiliki tujuan-tujuan spesifik sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh signifikan multinasionalitas, profitabilitas, dan *leverage* masing-masing secara parsial terhadap praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023.
2. Untuk menganalisis dan memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh signifikan multinasionalitas, profitabilitas, dan *leverage* secara bersama-sama terhadap praktik *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur sub-sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2021-2023.

Tujuan penelitian ini secara langsung mengacu pada upaya untuk menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan, yaitu menguji dan membuktikan secara empiris bagaimana variabel-variabel independen yang diteliti memengaruhi variabel dependen dalam konteks perusahaan dan periode waktu yang spesifik.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan manfaat yang nyata bagi berbagai pihak, baik dari aspek praktis maupun akademis, sebagai berikut:

## 1. Manfaat Praktis

### a. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan dan wawasan bagi manajemen perusahaan, khususnya di sektor otomotif, dalam mengevaluasi kebijakan *transfer pricing* yang diterapkan. Pemahaman mengenai bagaimana tingkat multinasionalitas, capaian profitabilitas, dan struktur *leverage* dapat berimplikasi pada risiko atau intensitas praktik *transfer pricing* dapat membantu dalam upaya peningkatan kepatuhan terhadap regulasi (*Arm's Length Principle*) dan manajemen risiko perpajakan.

### b. Bagi Regulator

Menyediakan informasi empiris berbasis data mengenai faktor-faktor pendorong potensial praktik *transfer pricing* di industri otomotif. Temuan penelitian ini dapat menjadi salah satu input bagi DJP dalam menyempurnakan *tools* analisis risiko (*risk analysis tools*) untuk audit pajak, sehingga alokasi sumber daya pemeriksaan dapat lebih terarah pada wajib pajak dengan profil risiko *transfer pricing* yang lebih tinggi berdasarkan indikator multinasionalitas, profitabilitas, dan *leverage*.

### c. Bagi Akademisi dan Mahasiswa

Menjadi bahan studi kasus empiris yang relevan mengenai isu *transfer pricing* di Indonesia, memperkaya materi pembelajaran, diskusi di kelas, dan dapat menjadi inspirasi untuk tugas akhir atau penelitian lainnya di bidang akuntansi.

## 2. Manfaat Akademis

### a. Manfaat Akademik

Memberikan kontribusi pada literatur akuntansi, khususnya dalam bidang Akuntansi Manajemen, Akuntansi Perpajakan, Akuntansi Internasional, dan Akuntansi Keuangan, mengenai faktor-faktor internal perusahaan (multinasionalitas, profitabilitas, *leverage*) yang memengaruhi keputusan dan praktik *transfer pricing*.

### b. Manfaat bagi Penelitian

Menyajikan bukti empiris terbaru dari konteks spesifik industri manufaktur sub-sektor otomotif di Indonesia periode 2021-2023, yang berpotensi memberikan kejelasan atau perspektif baru terhadap temuan penelitian sebelumnya yang mungkin beragam atau inkonsisten mengenai pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap *transfer pricing*.

### c. Pengujian Teori

Memberikan bukti empiris tambahan terkait relevansi dan aplikasi Teori Agensi (*Agency Theory*) dan teori relevan lainnya dalam menjelaskan bagaimana potensi konflik kepentingan serta kondisi finansial perusahaan dapat memanifestasikan diri dalam kebijakan *transfer pricing* di perusahaan multinasional.

Manfaat-manfaat ini diharapkan dapat terwujud seiring dengan tercapainya tujuan penelitian dan tersajinya hasil analisis yang valid dan *reliabel*.