

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi adalah suatu tantangan yang mempunyai dampak besar bagi dunia, dalam globalisasi ini adanya dampak positif dan negatif yang dibawanya melalui perkembangan dan kemajuan didalam semua bidang, khususnya pada salah satu bidang ekonomi. Dampak positif yang dapat dirasakan adanya globalisasi ini adalah dapat membawa manfaat bagi negara-negara lain di dunia, sehingga dengan mudah antarnegara berinteraksi satu sama lain, tak hanya itu adanya globalisasi ini banyaknya perusahaan multinasional yang muncul. Perusahaan multinasional atau dikenal dengan *Multinational Corporation* (MNC) sendiri merupakan perusahaan-perusahaan besar yang mempunyai usaha di banyak negara dengan mengembangkan citra perusahaan di kancah pasar internasional. Perusahaan multinasional ini memiliki suatu peran penting dalam kegiatan impor dan ekspor, transaksi internasional, dan melakukan investasi modal asing pada beberapa negara yang pada akhirnya dapat memberikan dampak pada kondisi ekonomi suatu negara.

Perkembangan ekonomi di dunia semakin mengalami kemajuan tanpa memandang negara manapun akibat dampak globalisasi. Globalisasi telah membawa kemajuan besar dalam setiap aspek kehidupan, termasuk perekonomian dunia, dengan meluasnya aktivitas bisnis dalam skala global yang berdampak pada batas-batas masyarakat. Upaya organisasi untuk memperkuat dan mengembangkan keunggulannya di berbagai negara adalah dengan mendirikan organisasi dan cabang baru serta delegasi bisnis di berbagai negara. Memaksimalkan keuntungan adalah

tujuan setiap bisnis. Keuntungan yang diperoleh organisasi dimanfaatkan untuk keuntungan organisasi, salah satunya adalah memperluas bantuan pemerintah organisasi dalam jangka pendek maupun jangka panjang, untuk mendapatkan keuntungan yang besar, organisasi memikirkan prosedur dan pengaturan yang luar biasa dalam menangani bisnisnya sehingga mereka dapat tetap serius dengan organisasi yang tumbuh di dalam negeri dan asing. Persiapan dan pengurus yang maksimal dalam organisasi akan menghasilkan produktivitas dan kelangsungan hidup yang tinggi sehingga dapat mempermudah organisasi untuk memperoleh manfaat yang maksimal.

Kemajuan yang sangat pesat dari sebuah ilmu pengetahuan terutama pada kemajuan teknologi informasi yang makin luasnya dalam pemakaian internet, yang telah mengubah kehidupan masyarakat di dunia, suatu transaksi internasional yang berupa barang, jasa, dan aset yang cenderung berorientasi secara global, dimana persaingan usaha yang begitu pesat menyebabkan pengaruh besar terhadap pola bisnis dan sikap-sikap pelaku bisnis. Adanya perkembangan dalam dunia usaha pada saat ini mendorong tumbuhnya beberapa perusahaan nasional menjadi perusahaan-perusahaan multinasional yang kegiatan operasionalnya tidak hanya berfokus pada satu negara saja, tetapi di berbagai negara juga. Hal ini mengakibatkan tidak adanya penghalang terhadap antarnegara, sehingga membuat barang, jasa, maupun harta tak berwujud yang keluar masuk tidak ada hambatan dari satu negara ke negara lainnya, dapat dilihat dari suatu sisi perpajakan, pergerakan keluar dan masuknya barang, jasa, maupun harta tak berwujud ini akan menaikkan tingkat devisa suatu negara, akan tetapi tidak bisa diragukan bahwa

tindakan memanipulasikan harga transfer (*transfer pricing*) dapat terjadi yang dipicu oleh hubungan antara kegiatan ekspor dan impor ini. *Transfer pricing* yang digunakan adalah dengan memperkecil jumlah suatu pajak yang wajib untuk dibayarkan. Transaksi suatu penjualan barang ataupun jasa yang dilakukan tindakan *transfer pricing* ini yaitu dengan cara mentransfer suatu laba yang telah diperoleh terhadap perusahaan yang telah menetapkan suatu tarif pajak yang cukup rendah (Cahyadi & Noviani, 2018).

Transfer pricing merupakan upaya untuk melakukan harga transfer terhadap suatu perusahaan ke anak perusahaan yang terletak di negara lain guna untuk penghematan pajak akibat adanya perbedaan tarif antarnegara atau bisa disebut salah satu bentuk upaya suatu perusahaan dengan melakukan harga transfer dari suatu harga jual barang, harta tak berwujud, dan jasa kepada anak perusahaan atau terhadap pihak-pihak berelasi yang mempunyai hubungan istimewa yang terletak di berbagai suatu negara (Iriani, 2021). *Transfer pricing* juga sangat berkaitan dengan harga transaksi barang, jasa, dan harta tak berwujud antarperusahaan di dalam sebuah perusahaan multinasional.

Berdasarkan pasal 18 Undang-Undang No. 36 tahun 2008 mengenai pajak penghasilan yang terdapat *transfer pricing*, yang mempunyai hubungan istimewa akan terjadi apabila kepemilikan perusahaan sampai 25% atau lebih dari 25% pada wajib pajak lainnya, maka wajib pajak secara langsung dan tak langsung berada dibawah kuasa yang sama (Ratnasari, 2021). Menurut dari Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 tahun 2010, suatu pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah salah satu pihak yang memiliki kecakapan untuk

mengendalikan suatu pihak lain atau mempunyai suatu pengaruh yang cukup signifikan kepada pihak lainnya pada saat pengambilan keputusan. Banyaknya peraturan-peraturan yang telah mengatur mengenai *transfer pricing* ini, namun banyak juga celah para wajib pajak untuk menjalankan *transfer pricing*. Masalah kasus ini tidak hanya ada pada di Indonesia saja, namun di negara lain pun sedang gencar membicarakan masalah tersebut. Banyaknya kejadian-kejadian yang membuktikan bahwa kasus *transfer pricing* tidak hanya suatu teknik dalam akuntansi saja, melainkan sebagai metode untuk mengalokasikan sumber daya dan untuk melakukan penghindaran pajak (Rahayu *et al.*, 2020).

Pada kenyataannya, praktik *transfer pricing* mempunyai fungsi yang baik kepada suatu perusahaan. *Transfer pricing* mempunyai peranan untuk menilai suatu kinerja antaranggota maupun antardivisi yang ada pada perusahaan tersebut. Namun berjalannya waktu, *transfer pricing* mempunyai fungsi yang berbeda dengan sebelumnya menjadi suatu hal yang tidak baik, yaitu perusahaan memanfaatkan kegiatan *transfer pricing* dengan meminimalkan suatu pajak yang akan dibayarkan oleh perusahaan tersebut. *Transfer pricing* dapat menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun dapat juga menjadi suatu kesempatan dalam penyalahgunaan kepada perusahaan yang akan menginginkan keuntungan lebih besar.

Kegiatan *transfer pricing* ini dilakukan dengan cara memperkecil suatu harga jual pada transaksi penjualan suatu barang terhadap perusahaan satu dengan perusahaan lainnya yang masih menjadi satu divisi perusahaan, yang kemudian keuntungan dari penjualan tersebut akan dikirimkan kepada suatu perusahaan yang

berada di negara lain terhadap negara yang menetapkan tarif pajak lebih rendah daripada negara asalnya, akan tetapi tindakan yang dilakukan tersebut akan sangat merugikan bagi suatu penerimaan pajak pada suatu negara, yang berpotensi penerimaan pajak yang seharusnya diperoleh oleh suatu negara menjadi hilang akibat tindakan strategi *transfer pricing* tersebut. Perusahaan sektor barang konsumen primer yang melakukan tindakan *transfer pricing* pernah dilakukan oleh PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) pada tahun 2017. UNVR melakukan *transfer pricing* yang mempunyai tujuan untuk menaikkan suatu laba pusat, maka terjadinya peralihan uang yang sangat cukup besar pada laporan keuangannya. UNVR melakukan ini dengan sengaja agar dapat mengurangi biaya produksi dan biaya pajak. Dalam hal ini, negara dianggap berada dalam posisi yang tidak menguntungkan, mengalami rugi sekitar Rp800 miliar.

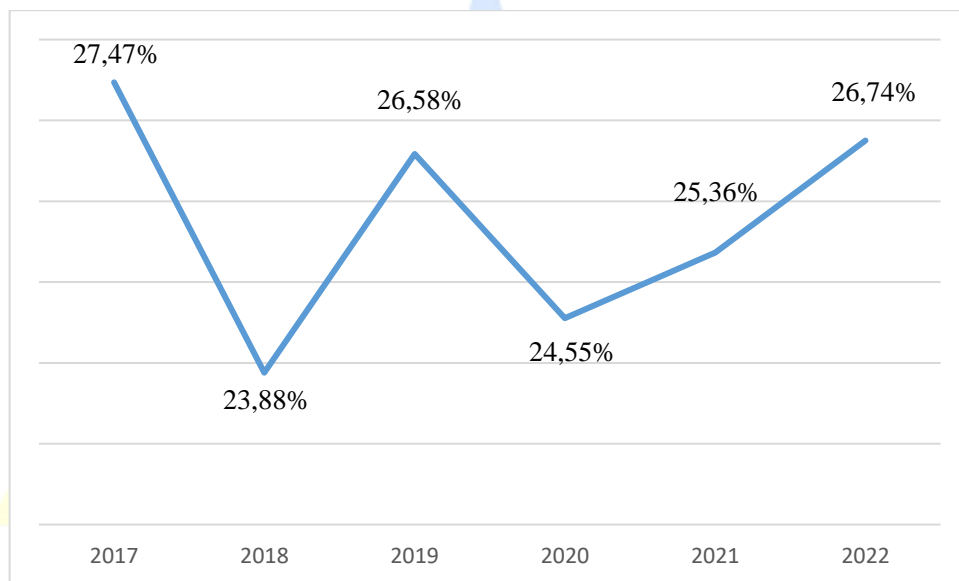
Perusahaan sektor barang konsumen primer adalah salah satu perusahaan yang berkembang sangat pesat. Indikasi praktik *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia semakin banyak dilakukan, seperti halnya pada beberapa perusahaan sektor barang konsumen primer pada tahun 2019, PT Nippon Corpindo Tbk (ROTI) melakukan tindakan *transfer pricing* dengan PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) mengenai pembelian suatu bahan baku, yang kemudian dilakukan penjualan terhadap PT Indomarco Prismatama Tbk (DNET) pada tahun 2019 sebesar 36,59% atau Rp1.221.194.428.452, yang dimana perusahaan ini adalah salah satu pihak berelasi perusahaan. INDF dan ICBP melakukan tindakan *transfer pricing* dengan melakukan pembelian bahan baku terhadap ROTI. Lembaga *Tax Justice Network*

juga melaporkan indikasi kegiatan *transfer pricing* dilakukan oleh PT Bentoel Internasional Investama Tbk (RMBA) pada tahun 2019, yaitu anak perusahaan dari sebuah perusahaan rokok global asal Inggris yang bernama *British American Tobacco* (BAT). Perusahaan ini terindikasi melakukan penghindaran pajak melalui penyalahgunaan tindakan *transfer pricing*. Tindakan ini bermula pada RMBA mencoba-coba untuk menstansi transfer suatu transaksi dengan jenis tertentu melalui anak-anak perusahaannya yang berlokasi di berbagai negara yang mempunyai pihak berelasi pajak khusus terhadap Indonesia. Menurut peraturan Indonesia, tarif pajak atas royalti, biaya dan ongkos ditetapkan sebesar 20%, tetapi RMBA dapat menghindarinya dengan cara melakukan transaksi pembayaran ke beberapa anak perusahaan *British American Tobacco* di Inggris. RMBA melakukan hal tersebut karena Indonesia dan Inggris memiliki perjanjian pajak yang menyebabkan pembayaran royalti hanya dikenakan pajak sebesar 15%. Praktik *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan rokok ini mengakibatkan kerugian pendapatan pajak di Indonesia sebesar US\$13,7 juta per tahun (Mispiyanti, 2015).

Sesuai dengan hal yang dijelaskan, perusahaan sektor barang konsumen primer adalah perusahaan yang selalu melakukan transaksi baik domestik maupun mancanegara, maka terjadinya *transfer pricing* dapat terjadi berulang-ulang setiap tahunnya untuk meminimalkan beban pajak suatu perusahaan, oleh karena itu peneliti sangat tertarik dengan suatu penelitian mengenai keputusan *transfer pricing* dan beberapa faktornya. Tindakan *transfer pricing* juga dapat dilihat dari data rata-rata *Related Party Transaction* (RPT) yang terjadi pada perusahaan sektor barang

konsusmser primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2017-2022 :

Gambar 1.1
Rata – rata *Related Party Transaction* pada Perusahaan
Sektor Barang Konsumer Primer Tahun 2017-2022



Sumber : Data diolah, 2024

Gambar 1.1 menyatakan tingkat perusahaan sektor barang konsumen primer melakukan keputusan *transfer pricing* pada tahun 2017-2022. Tingkat keputusan *transfer pricing* dalam gambar tersebut dihitung menggunakan rumus RPT yang cara menghitungnya yaitu piutang transaksi berelasi dibagi dengan total piutang. Penggunaan RPT ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pihak berelasi yang memiliki hubungan istimewa dengan mengidentifikasi adanya perlakuan keputusan *transfer pricing* memiliki pengaruh terhadap laporan keuangan yang akan digunakan sebagai menghitung laba akuntansi suatu perusahaan (Iriani, 2021).

Gambar 1.1 menyatakan bahwa tindakan *transfer pricing* pada perusahaan barang konsumen primer di Indonesia cenderung mengalami perubahan pada setiap tahunnya. Pada tahun 2017, tindakan *transfer pricing* pada sektor barang konsumen primer sebesar 27,47%, tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 23,88%, tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 2,70%, tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 2,03%, pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 0,81%, dan pada tahun 2022 keputusan *transfer pricing* mengalami kenaikan kembali sebesar 1,38% di perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang dibuktikan dalam perhitungan rata-rata keputusan *transfer pricing* dengan menggunakan rumus *Related Party Transaction* (RPT).

Berdasarkan gambar 1.1 dapat dibuktikan bahwa apabila RPT mengalami kenaikan, maka akan semakin naik juga kegiatan *transfer pricing*, dan juga sebaliknya, semakin rendah RPT, maka akan semakin rendah juga kegiatan *transfer pricing*, sehingga dapat disimpulkan, keputusan *transfer pricing* dengan rumus RPT berbanding lurus (Dewi, 2020). Pengukuran *transfer pricing* yang diproksikan melalui ada atau tidak adanya suatu piutang atas pihak berelasi yaitu *Related Party Transaction* (RPT) yang dikarenakan perusahaan tidak terlepas dari penjualan dalam melakukan kegiatan operasionalnya. RPT dipilih karena adanya transaksi-transaksi yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai pengaruh terhadap laporan keuangan perusahaan. Selain itu, adanya transaksi-transaksi tersebut perusahaan dengan mudahnya merekaya finansial yang mempunyai tujuan untuk mengurangi atas kewajiban perpajakannya yang masih harus dibayarkan oleh perusahaan. Perusahaan-perusahaan akan terus berupaya melakukan pengalihan kewajiban

dalam perpajakannya dari suatu negara yang mempunyai tarif pajak tinggi ke suatu negara yang mempunyai tarif pajak rendah, dimana tindakan yang dilakukan adalah melakukan piutang kepada pihak berelasi dengan harga yang jauh lebih rendah.

Saat ini banyak terjadinya suatu permasalahan dalam *transfer pricing* yang telah terjadi di perusahaan multinasional, hal ini berpacu dapat merugikan sebuah negara. Upaya yang dilakukan seperti melakukan penghindaran pajak melalui strategi *transfer pricing*. Pada saat konferensi pers dalam pelantikan pemeriksaan pajak, Direktorat Jendral Pajak (DJP) bernama Ken Dwijugiastedi mengatakan bahwa adanya laporan yang masuk sejumlah 2.000 perusahaan multinasional yang ada di Indonesia tidak melakukan pembayaran pajak penghasilan. Perusahaan tersebut adalah perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang dinaungi oleh Kantor Wilayah Pajak Khusus, seperti halnya kasus yang banyak dibicarakan yang terjadi di Indonesia mengenai penghindaran pajak yaitu strategi dalam melakukan transaksi guna meminimalisir beban pajak yang dilakukan oleh PT Kaltim Prima Coal (KPC) dengan melakukan penjualan lebih murah, dikarenakan adanya pengaruh keistimewaan dengan perusahaan lain.

Faktor pertama yang kemungkinan mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu pajak. Pajak adalah suatu permasalahan yang tidak dapat dihindarkan oleh suatu perusahaan, pajak merupakan sumbangan yang bersifat wajib oleh orang pribadi ataupun badan untuk negara yang terutang tanpa adanya imbalan guna untuk keperluan negara sebagai kemakmuran rakyat. Setiap perusahaan mempunyai kewajiban dalam membayarkan pajak sesuai dengan syarat yang berlaku sesuai dengan perundang-undangan perpajakan. Pemerintah sudah menetapkan pajak

sebagai target utama negara menjadi pendapadatan negara pada APBN 1998 yang mempunyai harapan pajak yang diperoleh negara dapat bertambah signifikan dari tahun ke tahun, sehingga kebutuhan negara dapat terpenuhi dengan baik, sehingga negara mempunyai target penerimaan pajak dari tahun ke tahun, untuk meningkatkan pertumbuhan pajak. Hasil penelitian dari Junaidi & Yuniarti (2020) menunjukkan bahwa pajak penghasilan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* dikarenakan transfer antar perusahaan-perusahaan besar dapat menyebabkan pembayaran suatu pajak lebih rendah dalam secara global. Hal ini juga didukung penelitian dari (Chalimatussa'diyah *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan hasil penelitian dari Iriani (2021) menyatakan bahwa pajak penghasilan berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor kedua yang kemungkinan mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah *tunneling Incentive*. *Tunneling incentive* adalah ketika pemegang saham mayoritas mentransfer keuntungan dan aset perusahaan untuk keuntungan pribadi, sementara pemegang biaya hanya membayar saham minoritas (Iriani, 2021). Masalah yang muncul antara pemegang saham minoritas dan mayoritas adalah yang pertama, lemahnya atas perlindungan-perlindungan hak pemegang suatu saham minoritas. Kedua, suatu pemegang saham mayoritas yang mempunyai kuasa dalam mempengaruhi suatu manajemen untuk membuat suatu keputusan yang hanya dapat memaksimalkan kepentingan dirinya dan merugikan suatu kepentingan yang memegang saham minoritas. Hasil penelitian dari Ayshinta *et al.* (2019) menjelaskan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan

perusahaan melakukan *transfer pricing*, dikarenakan pemegang saham mayoritas tidak memakai hak kendalinya untuk melakukan perintah kepada manajemen dalam menjalankan kegiatan *transfer pricing* atau dapat diartikan dengan ada atau tidak ada suatu pelaku pemegang saham mayoritas, perusahaan tersebut konsisten dalam melakukan *transfer pricing*. Hal ini didukung juga oleh penelitian dari Junaidi & Yuniarti (2020) yang menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan hasil dari Purwanto & Tumewu (2018) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor ketiga yang kemungkinan mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah *debt covenant*. *Debt covenant* merupakan suatu perjanjian guna untuk perlindungan terhadap pemberi pinjaman dari perilaku-perilaku seorang manajer seperti membayar dividen, berinvestasi, melakukan tambahan pinjaman, dan pembatasan sebuah aktivitas yang dapat merugikan manajer. Hasil dari penelitian Hartika & Rahman (2020) *debt covenant* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* dikarenakan semakin besarnya suatu hutang maka akan berakibat kepada laba yang akan diperoleh perusahaan, karena sebagian yang dipakai untuk membayar bunga atas pinjaman. Hal ini didukung juga oleh peneliti Junaidi & Yuniarti (2020) *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, namun menurut Nurwati (2021) bahwa *debt covenant* berpengaruh negatif untuk melakukan *transfer pricing*.

Faktor keempat yang kemungkinan mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu *exchange rate* atau biasa disebut dengan nilai kurs. *Exchange rate*

merupakan pertukaran nilai mata uang suatu negara dengan negara lain yang digunakan sebagai suatu alat penyelesaian pembayaran untuk masa kini dan masa yang akan datang (Cahyadi & Noviari, 2018). Suatu neraca perdagangan dapat dipengaruhi oleh *exchange rate* yang mengakibatkan perbedaan antara nilai impor dan nilai ekspor yang akan didapatkan oleh suatu negara. Hasil penelitian dari (Sarifah *et al.*, 2019) *exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* karena pihak manajemen (agen) lebih cenderung memakai perbedaan nilai tukar mata uang yang bertujuan menjalankan tujuan utamanya dalam melakukan *transfer pricing* yang dapat dilihat dari laporan tahunannya dalam suatu akun laba rugi selisih kurs dan laba rugi sebelum pajak dari aktivitas operasi, hal ini dapat mewakili atas tingkat kecenderungan suatu pihak manajemen (agen) dalam memanfaatkan perbedaan atas nilai tukar mata uang yang akan dihadapinya dalam melakukan keputusan *transfer pricing*, maka dari itu, diharapkannya pengawasan lebih terhadap pihak internal maupun eksternal perusahaan, terlebih khusus pemerintah memperhatikan stabilisasi suatu perekonomian dan mengontrol jalannya kerja suatu perusahaan terlebih pada perusahaan yang telah melakukan praktik *transfer pricing*. Pendapat ini juga didukung oleh peneliti Ayshinta *et al.* (2019) yang menjelaskan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan hasil dari Mulyani *et al.* (2020) menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Faktor kelima yang kemungkinan mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Menurut Purwanto & Tumewu (2018)

mekanisme bonus adalah suatu bagian dari perhitungan banyaknya jumlah suatu bonus yang akan diberikan kepada para pemegang saham atau pemilik perusahaan melewati Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) terhadap anggota direksi yang dirasa memiliki kinerja yang baik, jika dapat dilihat dari cara pemberian suatu bonus dari suatu pendapatan laba, hal itu adalah suatu cara yang banyak dilakukan untuk memberikan apresiasi kepada direksi, sehingga mudahnya direksi melakukan manipulasi untuk kepentingan pribadinya agar bertambahnya gaji yang akan diterima, maka mekanisme bonus yaitu salah satu cara untuk perhitungan akuntansi yang mempunyai tujuan memberikan apresiasi pada suatu direksi atas laba yang diperoleh perusahaan. Hasil penelitian dari Chalimatussa'diyah *et al.* (2020) menunjukkan bahwa keputusan penetapan *transfer pricing* berpengaruh negatif oleh mekanisme bonus karena manajemen cenderung memilih strategi akuntansi di mana laba berfluktuasi dan dilaporkan dari periode ke periode, jika imbalan manajer bergantung pada kontribusi bonus terhadap laba bersih, mereka dapat meningkatkan bonus dan melaporkan laba bersih setinggi mungkin. Manajer biasanya ingin menerima imbalan besar per periode. Hal ini didukung juga oleh Ayshinta *et al.*, (2019) menjelaskan bahwa mekanisme bonus berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*, namun penelitian dari Rezky & Fachrizal, (2018) mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil dari peneliti-peneliti terdahulu masih menunjukkan hasil penelitian yang beragam, oleh karena itu, masih diperlukannya penelitian yang lebih lanjut. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang

dilakukan oleh Iriani (2021). Perbedaan yang pertama penelitian ini dengan penelitian Iriani (2021) adalah dengan menambahkan satu variabel independen, yaitu mekanisme bonus. Alasannya adalah karena komponen tersebut merupakan indikator yang biasanya digunakan sebagai tanda adanya hubungan istimewa antar perusahaan terhadap pihak relasinya. Hubungan istimewa terhadap perusahaan ini biasanya akan memunculkan ketidakwajaran biaya, harga, bahkan imbalan yang akan direalisasikan pada suatu transaksi usaha tersebut, sehingga perusahaan cenderung melakukan keputusan *transfer pricing* untuk memperoleh keuntungan yang lebih maksimal.

Perbedaan yang kedua yaitu penelitian Iriani (2021) dilakukan pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada penelitian ini, penelitian dilakukan pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Alasan memilih perusahaan sektor barang konsumen primer sebagai objek penelitian karena perusahaan ini merupakan salah satu sektor yang berpengaruh di Indonesia, dan sangat dipengaruhi oleh perekonomian secara global. Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat membuat perusahaan sektor barang konsumen primer selalu memberikan produk yang terbaik agar tidak mengalami kepailitan. Perbedaan ketiga, peneliti menambahkan periode penelitian menjadi 2017-2022, sebelumnya pada penelitian Iriani (2021) periode penelitiannya 2017-2019.

Berdasarkan uraian penjelasan latar belakang, maka peneliti akan menguji dan mengembangkan kembali penelitian sebelumnya dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pajak Penghasilan, *Tunneling Incentive*, *Debt***

Covenant, Exchange Rate, dan Mekanisme bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Barang Konsumer Primer yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2022)”.

1.2 Ruang Lingkup

Adapun ruang lingkup mengenai penelitian ini meliputi:

1. Variabel independen yang diteliti adalah pajak penghasilan, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan mekanisme bonus. Variabel dependen yang diteliti adalah keputusan *transfer pricing*.
2. Objek penelitian ini adalah sektor barang konsumer primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
3. Periode yang diteliti oleh peneliti adalah enam tahun yaitu dari tahun 2017-2022.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, diketahui bahwa adanya reseach gap dari beberapa penelitian sebelumnya dan adanya fenomena yang terkait dengan *transfer pricing*. Permasalahan yang timbul mengenai tindakan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumer primer tahun 2017-2022 ini mengalami kecenderungan yang cukup signifikan, dan adanya perbedaan suatu hasil penelitian dari beberapa variabel penelitian, yaitu pajak penghasilan, *tunneling incentive*, *debt covenant*, *exchange rate*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumer primer tahun

2017-2022. Berdasarkan dari permasalahan tersebut, maka dapat dirumuskan pertanyaan dari penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pajak penghasilan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022?
2. Apakah *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022?
3. Apakah *debt covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022?
4. Apakah *exchange rate* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022?
5. Apakah mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan beberapa identifikasi dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh pajak penghasilan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022.
2. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022.
3. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022.
4. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh *exchange rate* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022.
5. Untuk menguji apakah terdapat pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2017-2022.

1.5 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah:

1. Bagi Pemerintah

Memberikan suatu gambaran kepada pihak pemerintah mengenai analisa laporan keuangan yang bagaimana pajak penghasilan, *tunneling incentive*, *debt*

covenant, *exchange rate*, dan mekanisme bonus dapat mempengaruhi suatu perusahaan dalam mengambil sebuah keputusan dalam melaksanakan *transfer pricing*.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi perusahaan untuk melakukan keputusan dalam bidang keuangan untuk meningkatkan suatu kinerja perusahaan.

3. Bagi Akademisi

Diharapkan dari penelitian ini dapat menjadi referensi yang mendukung untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor barang konsumen primer.