

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan globalisasi yang sangat pesat memberikan dampak bagi seluruh negara di dunia. Batasan-batasan antara negara untuk melakukan transaksi antar negara semakin memudar, akibatnya banyak perusahaan memanfaatkan kesempatan ini untuk melakukan transaksi-transaksi internasional, mulai dari yang bertujuan untuk sekedar memperluas jaringan bisnisnya sampai dengan untuk meminimalkan pajak yang dikenakan terhadap laba yang diperoleh. Tarif pajak yang dikenakan di setiap negara berbeda-beda. Perbedaan tarif pajak tersebut menimbulkan pilihan bagi perusahaan untuk menghemat pajak yang dibebankan dengan mengambil keputusan untuk melakukan *Transfer Pricing*, yaitu memperbesar harga pembelian atau biaya ataupun memperkecil harga penjualan sehingga keuntungan dialihkan ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah dengan memaksimalkan beban dan akhirnya mengurangi pendapatan yang diterima perusahaan.

Transaksi yang terjadi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dikenal dengan istilah *Transfer Pricing*. *Transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga dari transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, yang memberi kemudahan bagi perusahaan untuk menyesuaikan harga internal untuk barang, jasa dan harta tak berwujud yang diperjual belikan agar tidak tercipta harga yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Selain itu *transfer pricing* dimaksudkan untuk mengendalikan mekanisme arus sumber daya antar divisi perusahaan selain sebagai jalan keluar untuk penyesuaian keadaan lingkungan perekonomian internasional.

Tabel 1.1 Kasus-kasus *Transfer Pricing* yang dilakukan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

No.	Nama Perusahaan	Keterangan
1.	PT Adaro Energy Tbk (ADRO)	Direktorat Jenderal Pajak mendalami penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan batu bara PT Adaro Energy Tbk dengan skema transfer pricing melalui anak perusahaan di Singapura. Dugaan tersebut berdasarkan laporan Global Witness yang menyebutkan bahwa terdapat potensi penerimaan pajak sebesar US\$125 juta per tahun dalam periode 2009-2017 yang dibawa pergi

Tabel 1.1 Sambungan

No	Nama Perusahaan	Keterangan
		Adaro dengan melarikan pendapatan dan labanya ke luar negeri sehingga dapat menekan pajak yang dibayarkan kepada pemerintah Indonesia. Menurut Global Witness, cara ini dilakukan dengan menjual batu bara dengan harga murah ke anak perusahaan Adaro di Singapura, Coaltrade Services International untuk dijual lagi dengan harga tinggi [1].
2.	PT Semen Indonesia Tbk (SMGR)	PT Semen Indonesia Tbk (SMGR) melakukan transaksi akuisisi terhadap PT Holcim Indonesia Tbk (SMCB) senilai Rp 13,47 triliun. Untuk membiayai akuisisi SMCB, SMGR akan meminjam dana Rp 18,97 triliun dari konsorsium Bank BNP Paribas, Deutsche Bank AG Singapore Branch, Maybank Kim Eng Securities Ltd, MUFG Bank, dan Standard Chartered Bank. Dan ketika dikonsolidasi, maka yang digabungkan dari kedua perusahaan adalah seluruh aset yang nantinya akan menjadi Rp 82,15 triliun. Dari laporan keuangan tahunan 2017, dapat dilihat bahwa sejak 2016 SMCB belum memperoleh laba, sehingga masih membukukan rugi bersih senilai Rp 284,58 miliar pada 2016 dan Rp 758,04 miliar pada 2017. Analisis dari sisi SMCB Renata, tidak menanggapi dugaan adanya kesengajaan untuk membukukan rugi demi tidak membayar pajak, <i>transfer pricing</i> , buruknya manajemen, dan kondisi industri yang terlalu ketat [2].
3.	PT Ever Shine Textile Industry Tbk	PT Ever Shine Tex Tbk menjual aset berupa tanah dan bangunan anak usahanya, PT Indoyongtex Jaya kepada PT Kahatex dengan harga transaksi yang telah disepakati sebesar Rp 70 miliar. Hasil bersih atas penjualan aset tanah dan bangunan akan dialokasikan oleh PT Indoyongtex Jaya kepada pemegang saham yaitu PT Ever Shine Tex Tbk dan PT Primarajuli. PT Ever Shine Tex Tbk akan menggunakan sebagian hasil penjualan aset untuk membayar sebagian utang kepada entitas anak lain yaitu PT Primajuli Sukses dengan nilai utang usaha perseroan per 30 Juni 2018 adalah US\$10,46 juta [3]. Namun, nilai pasar dari aset tersebut sebesar Rp 91.062.000.000 jauh di atas harga jual yang disepakati Rp 70.000.000.000 sehingga transaksi ini mengindikasikan adanya praktik <i>Transfer Pricing</i> atas penjualan aset dengan harga yang tidak wajar. Dengan menurunkan nilai penjualan, keuntungan akan terlihat tipis sehingga bisa mengurangi pajak [4].

Berdasarkan uraian fenomena di atas dapat dilihat bahwa banyak perusahaan yang melakukan *Transfer Pricing* untuk meminimalkan pajak yang dibayarkan atas laba dan pendapatan yang diperoleh perusahaan. Hal ini menjadi masalah bagi negara Indonesia di mana sumber pendapatan utama suatu negara yaitu dari pajak yang dikenakan terhadap wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan. Jika pendapatan negara terus menurun maka arus perekonomian suatu negara akan melemah.

Perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi memiliki kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini disebabkan oleh tingkat keuntungan yang tinggi diikuti dengan pajak yang tinggi sehingga perusahaan memutuskan untuk melakukan

transfer pricing agar dapat menghindari beban pajak yang dikenakan atas keuntungan perusahaan.

Faktor – faktor yang mempengaruhi *transfer pricing* yang akan diteliti dalam penelitian ini antara lain: Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Multinationality*.

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu beban pajak. Semakin meningkatnya beban pajak, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Beban pajak dikenakan pada perusahaan atas laba yang dihasilkan perusahaan. Perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk memperkecil pembayaran pajak dengan meningkatkan beban operasional perusahaan atau beban administrasi yang akan mengurangi laba kena pajak atau membukukan rugi pada laporan keuangan perusahaan sehingga perusahaan tidak perlu membayar pajak. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa Beban Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [5]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa Beban Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [6]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara beban pajak dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara beban pajak dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Hal ini didukung oleh tingkat keuntungan yang tinggi akan mendorong perusahaan untuk memperkecil beban pajak. Keuntungan yang tinggi disertai dengan beban pajak yang tinggi sehingga perusahaan meminimalisir pembayaran pajak dengan *Transfer Pricing*.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*. Semakin meningkatnya *tunneling incentive*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Terjadinya *transfer pricing* dapat disebabkan oleh adanya struktur kepemilikan terkonsentrasi dimana pemegang saham mayoritas memiliki kendali di dalam manajemen perusahaan. Pemegang saham mayoritas memprioritaskan kepentingan sendiri di atas kepentingan pemegang saham minoritas atau pihak *stakeholders* lain dengan memindahkan aset atau laba perusahaan dari perusahaan ke pemegang saham mayoritas. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan

Transfer Pricing [7]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [6]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *tunneling incentive* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *tunneling incentive* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Peningkatan profitabilitas menghasilkan laba yang dapat dimanfaatkan oleh pemegang saham mayoritas untuk kepentingan mereka sendiri. Mereka akan memindahkan laba tersebut keluar perusahaan dengan pemegang saham minoritas sebagai penanggung biaya *tunneling*. Hal ini akan menyebabkan pemegang saham mayoritas melakukan *transfer pricing* untuk memperkaya diri.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus. Semakin meningkatnya mekanisme bonus, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Anggota direksi menginginkan imbalan tinggi dari target yang ditetapkan perusahaan. Semakin tinggi kinerja yang dihasilkan, semakin tinggi pula imbalan yang mereka peroleh, sehingga mereka memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* agar mampu melebihi target yang ditetapkan perusahaan. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [8]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [38]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara mekanisme bonus dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara mekanisme bonus dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Meningkatnya profitabilitas akan memperbesar imbalan yang diterima oleh anggota direksi atas kinerjanya dalam mencapai target perusahaan. Demi memperoleh bonus yang lebih besar, anggota direksi akan melakukan praktik *transfer pricing*.

Faktor keempat yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu *debt covenant*. Semakin meningkatnya *debt covenant*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Selain sebagai modal, perusahaan juga memanfaatkan utang sebagai pengurang pajak. Biaya bunga yang timbul dari pinjaman perusahaan kepada pihak kreditur mengurangi laba perusahaan sehingga pajak yang dibayarkan perusahaan pun menjadi lebih kecil. Akan tetapi, ketika perusahaan tidak

sanggup membayar pinjaman kepada kreditur, pihak kreditur tidak akan mempercayai perusahaan. Maka, perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* untuk mengubah laba yang diperkirakan tinggi pada periode berikutnya ke periode berjalan sehingga kreditur percaya perusahaan dapat membayar pinjaman. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa *Debt Covenant* berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [9]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa *Debt Covenant* tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [10]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *debt covenant* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *debt covenant* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Tingkat profitabilitas yang tinggi akan melindungi perusahaan dari pelanggaran terhadap kontrak utang yang telah disepakati oleh kreditur sehingga perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* untuk menghindarinya.

Faktor kelima yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu *good corporate governance*. Semakin meningkatnya *good corporate governance*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. *Stakeholder* mempunyai peran dalam mencapai tujuan perusahaan. Salah satu *stakeholder* perusahaan adalah komite audit. Komite audit berperan mengawasi perusahaan dalam memenuhi prinsip *good corporate governance*. Namun, pengawasan komite audit tidak menjamin tidak terjadinya keputusan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan dengan tata kelola yang baik justru mempunyai peluang yang lebih besar daripada perusahaan lain dalam melakukan *transfer pricing*. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [6]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [11]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *good corporate governance* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *good corporate governance* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, kinerja perusahaan akan terlihat membaik sehingga nilai perusahaan akan meningkat. *Stakeholder* pun akan memanfaatkan *transfer pricing* untuk meningkatkan kinerjanya demi kepentingan mereka sendiri.

Faktor keenam yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu *leverage*. Semakin meningkatnya *leverage*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. *Leverage* digunakan dalam mengukur seberapa besar aset yang dibiayai oleh utang. Dari utang tersebut muncul beban bunga yang dapat mengurangi pajak. Semakin tinggi hutang yang harus dibayar perusahaan, laba yang perusahaan butuhkan juga semakin tinggi karena pembayaran hutang sebagian menggunakan laba perusahaan. Perusahaan pun memutuskan untuk melakukan *transfer pricing* agar mampu membayar utang. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa *Leverage* berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [8]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [12]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *leverage* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *leverage* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan tingkat pengembalian laba yang baik sehingga pihak kreditur akan mempercayai perusahaan sebagai peminjam. Perusahaan akan memanfaatkan biaya bunga dari pinjaman sebagai pengurang laba. Dengan melakukan praktik *transfer pricing*, perusahaan akan semakin mudah dalam melakukan pinjaman untuk kepentingan perusahaan.

Faktor ketujuh yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu ukuran perusahaan. Semakin meningkatnya ukuran perusahaan, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Ukuran perusahaan dapat memicu terjadinya *transfer pricing* karena dengan kekayaan perusahaan yang tinggi perusahaan mempunyai lebih banyak peluang dalam melakukan *transfer pricing* dan penjualan yang tinggi juga mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* untuk mengurangi laba kena pajak. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [8]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* [13]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara ukuran perusahaan dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, perusahaan dapat memperbanyak aset perusahaan sehingga perusahaan

memutuskan untuk melakukan praktik *transfer pricing* agar ukuran perusahaan dapat meningkat.

Faktor kedelapan yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* yaitu *multinationality*. Semakin meningkatnya *multinationality*, maka keputusan untuk melakukan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Perusahaan multinational memiliki cabang perusahaan di luar negeri. Mereka dapat mengurangi pajak yang mereka bayarkan dengan memindahkan laba perusahaan induk ke anak perusahaan dengan tarif pajak yang lebih rendah. Selain itu, perusahaan multinasional dapat menentukan sendiri harga jual atau harga beli terhadap anak perusahaan atau perusahaan terafiliasi dengan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan akan menaikkan dan menurunkan harga sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa *Multinationality* berpengaruh positif terhadap keputusan *Transfer Pricing* [37]. Akan tetapi, penelitian lain menunjukkan bahwa *Multinationality* tidak berpengaruh terhadap Keputusan *Transfer Pricing* [14]. Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara *multinationality* dengan keputusan *transfer pricing*. Apabila tingkat profitabilitas meningkat, maka hubungan antara *multinationality* dengan keputusan *transfer pricing* akan semakin meningkat. Dengan meningkatnya profitabilitas, perusahaan akan memperoleh lebih banyak laba yang dapat dipindahkan oleh induk perusahaan pada anak perusahaan yang berada di negara lain dengan tarif pajak yang lebih rendah sehingga perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* untuk memaksimalkan labanya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, peneliti memilih Keputusan *Transfer Pricing* sebagai masalah dalam penelitian ini sehingga judul yang diambil adalah “Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan *Transfer Pricing* Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2018”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka rumusan masalah yang diteliti adalah:

1. Apakah Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan

Multinationality memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap terjadinya Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018?

2. Apakah Profitabilitas mampu memoderasi hubungan antara Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Multinationality* dengan Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel dependen :
Keputusan *Transfer Pricing* yang diproksi dengan Nilai *Related Party Transaction* (RPT)
2. Variabel independen :
 1. Beban Pajak
 2. *Tunneling Incentive*
 3. Mekanisme Bonus
 4. *Debt Covenant* yang diproksikan dengan *Debt to Equity Ratio* (DER)
 5. *Good Corporate Governance* yang diproksikan dengan Komite Audit
 6. *Leverage* yang diproksikan dengan *Debt to Asset Ratio* (DAR)
 7. Ukuran Perusahaan
 8. *Multinationality*
3. Variabel Moderasi :
Profitabilitas yang diproksi dengan *Return On Asset* (ROA)
4. Objek Penelitian :
Perusahaan Multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
5. Periode Pengamatan :
Tahun 2016-2018.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Multinationality* secara simultan dan parsial terhadap terjadinya Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis kemampuan Profitabilitas memoderasi hubungan antara Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan *Multinationality* dengan Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, maka diharapkan dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak, seperti :

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan mengenai Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, *Good Corporate Governance*, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, dan *Multinationality* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian *Transfer Pricing*.

3. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan investor dalam pengambilan keputusan investasi.

1.6 Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang berjudul : Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, dan *Good Corporate*

Governance terhadap transaksi *Transfer Pricing* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2015) [6].

Berikut adalah perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah :

1. Dari sisi Variabel Independen

Peneliti sebelumnya menggunakan variabel : Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant*, dan *Good Corporate Governance*. Penelitian ini menambahkan variabel :

a. *Leverage*

Tingkat *leverage* perusahaan menentukan keputusan *Transfer Pricing* karena semakin besar hutang maka akan berdampak terhadap profitabilitas yang diperoleh perusahaan, karena sebagian digunakan untuk membayar bunga pinjaman. Dengan biaya bunga yang semakin besar, maka profitabilitas (*earnings after tax*) semakin berkurang (karena sebagian digunakan untuk membayar bunga). Salah satu rasio keuangan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang yang disebut dengan rasio *leverage* [24].

b. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menentukan keputusan *Transfer Pricing* karena ukuran perusahaan merupakan gambaran dari besar kecilnya aset yang digunakan perusahaan. Perusahaan berukuran sedang dan besar memiliki tekanan yang lebih besar dari para *stakeholders* dan *stockholders*-nya, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil [29].

c. *Multinationality*

Perusahaan multinational berperan dalam keputusan *Transfer Pricing* karena perusahaan multinasional adalah perusahaan yang memproduksi dan menjual produknya di dua negara atau lebih. Perusahaan multinasional umumnya menerapkan perencanaan pajak yang efisien di seluruh kelompok entitas, bahwa perusahaan yang memperoleh pendapatan dari sumber-sumber asing dapat melakukan penghindaran pajak yang lebih besar [32].

2. Dari sisi variabel moderasi

Penelitian ini menggunakan variabel moderasi yaitu :

Profitabilitas. Profitabilitas menentukan keputusan *Transfer Pricing* karena Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengukur tingkat pengembalian atas investasi yang dilakukan. Rasio profitabilitas juga mencerminkan bagaimana kinerja manajemen dalam menjaga efektivitas kegiatan operasi perusahaan [36].

3. Dari sisi objek penelitian

Penelitian sebelumnya menggunakan objek penelitian perusahaan manufaktur, sedangkan penelitian ini menggunakan objek penelitian perusahaan multinasional.

4. Dari sisi Periode Pengamatan

Penelitian sebelumnya menggunakan periode pengamatan tahun 2013-2015, sedangkan penelitian ini menggunakan periode pengamatan tahun 2016-2018.



UNIVERSITAS
MIKROSKIL