BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh para peneliti terdahulu akan disebutkan untuk membandingkan penelitian ini dengan penelitian terdahulu. Selain itu juga berguna untuk menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Berikut ini disajikan beberapa penelitian:

Mispiyanti (2015) Penelitian ini menggunakan pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sebagai variabel independen dan *transfer pricing* sebagai variabel depende. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yang diperoleh 22 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria dan metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu regresi logistik dengan metode *stepwise.* Pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan *effective tax rate*, mekanisme bonus diukur dengan *dummy* dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya diberikan nilai 0, dan *tunneling incentive* diproksikan dengan presentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing. Hasil dari penelitian itu menunjukkan bahwa variabel pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sementara *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing.*

Noviastika F *et al*,. (2016) Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi logistik dan menggunakan metode *purposive sampling* yang diperoleh 40 perusahaan manufaktur yang memenuhi kriteria pada tahun 2012-2014. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pajak yang diproksikan dengan *effective tax rate* dan *tunneling incentive* yang diproksikan dengan persentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Sementara *good corporate governance* yang diproksikan dengan reputasi

auditor hasilnya tidak signifikan terhadap *transfer pricing*. Koefisien determinasi sebesar 0,195. Hasil ini menunjukkan bahwa 19,5% *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance*

Resianti (2016) penelitian ini menggunakan pajak, bonus plan, dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen dan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan teknik analisis yang digunakan adalah analisisregresi logistik dengan SPSS 20.0. Metode pengambilan sampel dalam penelitiannya adalah menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 98 perusahaan dari tahun 2012 sampai dengan tahun 2014. Pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan *effective tax rate*, mekanisme bonus diukur dengan *dummy* dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya 0, dan *tunneling incentive* diproksikan dengan persentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh negatif non signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sementara *bonus plan* dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap *transfer pricing*. Koefisien determinasi sebesar 0,402. Hasil ini menunjukkan bahwa 40% (pembulatan) *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel pajak, *bonus plan*, dan *tunneling incentive.*

Refgia (2017) penelitian ini menggunakan pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen dan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan pendekatan *purposive sampling* yang diperoleh 13 perusahaan manufaktur dari tahun 2011-2014 yang masuk dalam kriteria peneliti dan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Pajak dalam penelitian ini diproksikan dengan *effective tax rate*, mekanisme bonus diproksikan dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih, ukuran perusahaan diukur dengan cara logaritma total aset, kepemilikan asing diukur dengan cara membagi jumlah kepemilikan pihak asing dengan total saham yang beredar, dan *tunnelingincentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme

bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Besarnya determinasi dari pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* untuk t*ransfer pricing* yaitu sebesar 27,2%, sedangkan sisanya 72,8% diipengaruhi oleh variabel lainyang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Jafri (2018) tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh perencanaan pajak, *tunneling incentive* dan aset tidak berwujud terhadap perilaku *transfer pricing* yang diukur dengan penjualan pihak berelasi dibagi dengan penjualan pihak tidak berelasi. Perencanaan Pajak diukur dengan *CASH ETR*, *tunneling incentive* diukur dengan piutang pihak-pihak berelasi dibagi dengan total aset dan aset tidak berwujud diukur dengan total aset tidak berwujud dibagi dengan total penjualan. Penentuan sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini dianalisis menggunakan SPSS 20.0 Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 134 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel. Berdasarkan hasil uji analisis regresi linear berganda dengan signifikan 5% maka hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa: perencanaan pajak berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*, *tunneling incentive* berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*, dan aset tidak berwujud tidak berpengaruh terhadap perilaku *transfer pricing*.

Aharony J *et al*,. (2010) penelitian ini menggunakan *tunneling incentive* sebagai variabel independen dan *earnings management* sebagai variabel dependen. Menemukan bahwa *tunneling incentive* setelah *Initial Public Offering* (IPO) berhubungan dengan penjualan hubungan istimewa sebelum IPO.

Hieman *et al*,. (2012) Penelitian ini menggunakan an *integrated management* dan *tax perspective* sebagai variabel independen dan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Mengungkapkan bahwa harga transfer memainkan peran sentral untuk tujuan akuntansi manajerial dan pelaporan pajak di perusahaan yang terintegrasi secara vertikal. Dimana pertimbangan manajerial dan pajak dengan menganalisis bagaimana harga transfer internal yang optimal tergantung pada harga prinsip kewajaran yang dapat diterima dan tarif pajak yang berlaku.

Holzmann *et al*,. (2016) penelitian ini menggunakan *transfer pricing* sebagai variabel independen dan *tax avoidance* sebagai variabel dependen. Penelitian ini

menunjukkan perlunya perubahan kebijakan agar efektif mencegah terjadinya transfer pricing terkait dengan *Intellectual Property* (IP).

2.2 Landasan Teori

Dalam sebuah penelitian, tentunya ada teori-teori yang menunjang penelitian tersebut. Tujuannya adalah untuk menguatkan penelitian tersebut untuk mengindikasi penelitian tersebut adalah asli.

2.2.1 Teori Keagenan

Penelitian ini dilandasi oleh teori agensi. Teori ini memegang peran penting dalam praktik bisnis perusahaan. Teori agensi merupakan teori yang muncul karena adanya konflik kepentingan antara principal dan agent. Principal sebagai pemegang saham, sedangkan agent sebagai manajer. Principal mengontrak agen untuk melakukan pengelolaan sumber daya dalam perusahaan. Tujuan utama dari teori keagenan adalah untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat mendesain kontrak yang tujuannya untuk meminimalisir cost sebagai dampak adanya informasi yang tidak simetris (Belkaoui, 2007).

Hubungan agensi dikatakan telah terjadi ketika suatu kontrak antara seseorang (atau lebih), seseorang principal dan orang lainnya, seorang agent, untuk memberikan jasa demi kepentingan *principal* termasuk melibatkan pemberian delegasi kekuasaan pengambilan keputusan kepada *agent*. Baik *principal* maupun *agent* diasumsikan untuk termotivasi hanya oleh kepentingan dirinya sendiri yaitu, untuk memaksimalkan kegunaan subjek mereka dan juga menyadari kepentingan bersama mereka (Godfrey, 1994).

Teori agensi mendasarkan hubungan kontrak antara *principal* dan *agent* sulit tercipta karena adanya kepentingan yang saling bertentangan (*conflict or interest*). Pemegang saham sebagai pihak *principal* mengadakan kontrak untuk memaksimumkan kesejahteraan dirinya dengan *profitabilitas* yang selalu meningkat. Manajer sebagai *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya antara lain dalam hal memperoleh investasi, peminjaman maupun kontrak kompensasi. Manajer memiliki dorongan untuk

memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memperlihatkan kinerjannya yang baik untuk tujuan mendapatkan bonus dari *principal*.

Perbedaan kepentingan antara *principal* dengan *agent* dapat menimbulkan permasalahan yang dikenal dengan asimetri informasi. Adannya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan agent memanfaatkan adannya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa indormasi yang tidak diketahui oleh *principal*. Akibat adanya informasi yang tidak seimbang (asimetri informasi) ini, dapat menimbulkan dua permasalahan yang disebabkan karena adannya kesulitan *principal*, memonitor dan melakukan kontrol terhadap tindakan-tindakan *agent*.

Beberapa faktor yang menyebabkan munculnya massalah keagenan (Colgan dalam Yuniasih *et al*,. 2012:5), yaitu :

1. Moral Hazard

   Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi) dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketaui oleh pemagang saham maupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma meungkin tidak layak dilakukan.

2. Penahanan Laba (*Earnings retention*)

   Masalah ini berkisar pada kecendrungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan unutk memperbesar kekuasaan, *prestise*, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurrkan kesejahteraan pemagang saham.

3. Horisan Waktu

   Konflik ini muncul sebagai akibat dari kondiri arus kas, dengan mana principal lebih menekankan pada arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti, sedangkan manajemen cendrung menekankan kepada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan mereka.

4. Penghindaran Risiko Manajerial

   Masalah ini muncul ketika ada batasan diverifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya,

sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

Dapat disimpulkan bahwa timbulnya masalah-masalah keagenan terjadi karena pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Konflik keagenan dapat merugikan pihak *principal* (pemilik) karena pemilik tidak terlibat langsung dalam pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan informasi yang memadai. Selain itu, manajemen selaku agen diberikan wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *tranfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar (Yuniasih et al, 2012).

2.2.2 Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif didasarkan pada adanya dalil bahwa manajer, pemegang saham, dan aparat pengatur atau politisi adalah rasional dan bahwa mereka berusaha memaksimalkan kegunaan mereka secara langsung berhubungan dengan kompensasi mereka dan kesejahteraan mereka pula (Belkaoui, 2007).

Waats dan Zimmerman (1986) dalam Aviandika Heru (2014) menyebutkan Teori Akuntansi Positif dapat menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi suatu perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan dan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu.

Riva Anisa dalam Resianti (2016) menyebutkan bahwa teori akuntansi positif berhubungan dengan prediksi suatu keputusan dalam prinsip akuntansi oleh manajer perusahaan dan bagaimana manajer akan memberikan respon terhadap standar akuntansi yang baru. Teori akuntansi positif mengasumsikan bahwa manajer mempunyai sifat yang rasional seperti investor dan manajer akan memilih kebijakan akuntansi yang memberikan keuntungan bagi dirinya sendiri. Teori akuntansi positif mebgusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu:

1. Hipotesis Rencana Bonus (*The Bonus Plan Hypothesis*)

   Manajer perusahaan akan memilih prosedur akuntansi yang melaporkan pendapatan dari masa yang akan datang ke periode berjalan. Manajer menginginkan bonus yang tinggi, jika bonus bergantung pada laba yang dilaporkan, maka manajer akan memaksimalkan bonus mereka dengan melaporkan pendapatan setinggi mungkin. Konsep ini membahas bahwa bonus yang dijanjikan pemilik kepada manajer perusahaan tidak hanya memotivasi manajer untuk bekerja dengan lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan manajerial. Agar dapat mencapai tingkat kinerja yang memberikan bonus, manajer mempermainkan besar kecilnya angka-angka dalam laporan keuangan sehingga bonus itu selalu didapatkan setiap tahunnya. Hal ini kemudian mengakibatkan pemilik mengalami kerugian ganda, yaitu memperoleh informasi palsu dan mengeluarkan sejumlah bonus.

2. Hipotesis Kontrak Hutang *(The Debt Convenant Hypothesis*)

   Hipotesis ini berkaitan dengan syarat yang harus dipenuhi perusahaan dalam perjanjian hutang. Perusahaan memiliki rasio antara utang dan ekuitas lebih besar, cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya. Keuntungan tersebut berupa permainan laba agar kewajiban utang-piutang dapat ditunda untuk periode berikutnya sehingga semua pihak yang ingin mengetahui kondisi perusahaan yang sesungguhnya memperoleh informasi dan keputusan bisnis yang keliru, akibatnya terjadi kesalahan dalam mengalokasikan sumber daya.

3. Hipotesis Biaya Politik (*The Political Hypohesis*)

   Perusahaan yang besar dengan tingkat laba yang tinggi biasanya lebih banyak dijadikan obyek implementasi peraturan maupun kebijakan pemerintah, seperti pengenaan pajak penghasilan yang tinggi, diwajibkan untuk memenuhi standar kinerja yang lebih tinggi seperti tanggung jawabnya terhadap lingungan dan sebagainya.

2.2.3 Teori Pensinyalan

Teori pensinyalan menjelaskan bahwa laporan keuangan yang baik merupakan sinyal atau tanda dimana perusahaan untuk memberikan sinyal positif dan negatif kepada pemakainya.

Signalling Theory menekankan kepada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak diluar perusahaan. Informasi merupakan unsur penting bagi investor dan pelaku bisnis karena informasi pada hakekatnay menyajikan keterangan, catatan atau gambaran yang baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan dimasa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Informasi yang lengkap, relavan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor di pasar modal sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi (Butarbutar,2011).

Menurut Jogiyanto (2000:392) didalam Butarbutar (2011), informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan signal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada wakttu pengumuman tersebut diterima oleh pasar.

Pada waktu informasi diumumkan dan semua pelaku pasar sudah menerima informasi tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai signal baik *(good news*) atau signal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai signal baik bagi investor, maka terejadi perubahan dalam volume perdagangan saham (Butarbutar,2011).

Salah satu jenis informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi *signal* bagi pihak diluar perusahaan, terutama bagi pihak investor adalah laporan tahunan. Informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi akuntansi yaitu informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relavan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui oleh pengguna laporan bagi pihak dalam maupun pihak luar. Semua investor memerlukan informasi untuk mengevaluasi risiko relatif setiap perusahaan sehingga dapat

melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Jika suatu perusahaan ingin sahamnya dibeli oleh investor maka perusahaan harus melakukan pengungkapan laporan keuangan secara terbuka dan transparan (Butarbutar,2011).

Teori pensinyalan dalam penelitian ini menjelaskan bahwa manajemen perusahaan sebagai pihak yang memberikan sinyal berupa laporan keuangan perusahaan. Bagian dari laporan keuangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak, bonus, dan kepemilikan saham asing.

2.2.4 Transfer Pricing

2.2.4.1 Definisi *Tranfer Pricing*

Menurut Dr. Gunadi *transfer pricing* adalah suatu rekayasa menipulasiharga secara sistematis dengan maksud mengurangi laba artifisal, membuat seolah-olah perusahaan rugi, menghindari pajak atau bea di suatu negara (Suandy, 2011:71).

Menurut peraturan dirjen pajak PER-31/PJ/2011: Penetapan harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud, atau penyediaan jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi).

Desriana (2012) menyebutkan bahwa *transfer pricing* sering juga disebut dengan *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, interdivisional atau *internal pricing* yang merupakan harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar anggota (grup perusahaan).

Horngren (2015) berpendapat bahwa yang dimaksud *transfer pricing* adalah harga sub unit (departemen atau divisi) atas sebuah produk barang atau jasa yang dialihkan ke sub unit lainnya dalam satu organisasi.

Jadi dari paparan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *transfer pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dimana salah satu

perusahaan mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Resianti (2016) *transfer pricing* dihitung dengan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak berelesi diberi nilai 1, sedangkan yang tidak melakukan penjualan kepada pihak berelesi diberi nilai 0.

Pengelolaan perusahaan sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan indormasi yang memadai. Selain itu, manajemen selaku agen diberikan weweng untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar (Yuniasih *et al*,. 2012).

2.2.4.2 Tujuan *Transfer Pricing*

Tujuan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah untuk mentransmisikan data keuangan di antara departemen-departemen atau divisi-divisi perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain (Simamora, 1999 dalam Lingga, 2012).

Selain itu tujuan dilakukannya *transfer pricing* adalah untuk mengevaluasi kinerja divisi dan memotivasi manajer divisi penjual dan divisi pembeli menuju keputusan-keputusan yang serasi dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Menurut Suryana (2012), ada dua tujuan dilakukannya *transfer pricing* adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengakali jumlah profit sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah
2. Menggelembungkan profit untuk memoles (*window-dreazing*) laporan keuangan.

Transfer pricing secara manajerial mempunyai fungsi yang cukup penting diantarannya :

1. Untuk memotivasi manajemen supaya bisa mencapai tujuan pendiri anak perusahaan.
2. Memberikan kelulusaan pada manajemen anak perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuannya.
3. Untuk lebih meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan.

2.2.4.3 Metode penentuan *Transfer pricing*

Dalam perautan Dirjen Pajak Nomor 43 tahun 2010 yang diubah dengan peraturan Dirjen Pajak Nomor 31 Tahun 2011 menyebutkan metode apa yang dapat digunakan untuk menentukan harga transfer yang wajar yang dilakukan oleh perusahaan multinasional yang melakukan *transfer pricing*, yaitu :

1. Metode perbandingan harga (*Comparable uncontrolled price/ CUP*)
   Metode ini membadingkan harga transaksi dari pihak yang ada hubungan istimewa tersebut dengan harga transaksi barang sejenis dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa (pembanding independen), baik itu internal CUP maupun eksternal CUP. Metode ini sebenarnya merupakan metode yang paling akurat, tetapi yang serung menjadi pemasalahan adalah mencari barang yang benar-benar sejenis.

2. Metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method*)
   Metode ini digunakan dalam hal wajib pajak bergerak dalam bidang usaha perdagangan, dimana produk yang telah dibeli dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa dijual kembali (*resale*)kepada pihak lainnya (yang tidak memiliki hubungan istimewa). Harga yang terjadi pada penjualan kembali tersebut dikurangi dengan laba kotor (*Mark up*) wajar sehingga diperoleh harga beli wajar dari pihak yang mempunyai hubungan istimewa
3. Metode biaya-plus (*Cost Plus Method*)
   Metode ini dilakukan dengan menambahkan tingakt laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh

perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa. Umumnya digunakan pada usaha pabrikasi.

4. Metode pembagian laba (*Profit Split method/P3M*)

   Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi dan akan tercermin dari kesepakatan antar pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, dengan menggunakan metode kontribusi (*Constribution Profit Split Method*) atau metode sisa pembagian laba (*Residual Profit Split Method*).

5. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional net margin method/ TNMM*)

   Metode ini dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih opersi terhadap biaya, terhadap penjualan, terhadap aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang diperoleh sebanding dengan pihak lain yang tidak mempunyai hubungan atau presentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya.

2.2.4.4 Hubungan Istimewa

Pasal 1 ayat (8) Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 yang diubah terakhir dengan PER-32/PJ/2011, mendefinisikan harga transfer (*transfer pricing*) sebagai penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Sebagaimana penjelasan mengenai pengertian *transfer pricing*, dapat diketahui bahwasannya transaksi *transfer pricing* adalah transaksi yang dilakukan kepada pihak yang memiliki hubungan istimewa atau biasa yang disebut sebagai pihak afiliasi. Terdapat dua kategori mengenai ketentuan yang termasuk dalam

pihak yang memiliki hubungan istimewa menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008.

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.7 Tahun 2010, pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain, atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan. Transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah suatu pengalihan sumber daya, atau kewajiban antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa tanpa menghiraukan apakah suatu harga diperhitungkan.

Pengertian hubungan istimewa menurut Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008 (UU PPh) tentang perubahan ke-IV Pajak Penghasilan disebutkan dalam pasal 18 ayat (4) huruf a, bahwa hubungan istimewa dianggap sah, apabila:

1. Wajib pajak mempunyai penyerahan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lainnya, hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, atau hubungan diantara dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir. Hubungan istimewa dianggap ada apabila terdapat hubungan kepemilikan yang berupa penyertaan modal sebesar 25% (dua puluh lima persen) atau lebih secara langsung ataupun tidak langsung.
2. Wajib pajak yang menguasai wajib pajak lainnya atau dua atau lebih wajib pajak berada dibawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung. Hubungan istimewa dianggap ada apabila satu atau lebih perusahaan berada dibawah penguasaan yang sama. Demikian juga hubungan diantara beberapa perusahaan yang berada dalam penguasaan yang sama tersebut. Hubungan istimewa diantara wajib pajak dapat juga terjadi karena penguasaan melalui manajemen atau penggunaan teknologi walaupun tidak terdapat hubungan kepemilikan.
3. Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

Yang dimaksud dengan “hubungan keluarga sedarah dalam garis keturunan harus satu derajat” adalah ayah, ibu, dan anak. Sementara itu, “hubungan keluarga sedarah dalam garis keturunan ke samping satu derajat” adalah saudara. Yang dimaksud dengan “keluarga semenda dalam garis keturunan lurus satu derajat” adalah mertua dan anak tiri. Sementara itu, “hubungan keluarga semenda dalam garis keturunan ke samping satu derajat” adalah ipar.

Dalam penelitian ini menggunakan pihak berelasi dalam laporan keuangan. Pihak berelasi adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas yang menyiapkan laporan keuangannya.

2.2.4.5 *Arm’s Lenght Principle* (Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha)

Prinsip Keuangan dan Kelaziman Usaha (Arm’s Lenght Principle) merupakan prinsip yang mengatur bahwa apabila kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa sama atau sebanding dengan kondisi dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa yang menjadi pembanding maka harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa harus sama dengan atau berada dalam rentang harga atas laba dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa yang menjadi pembanding.

Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Melakukan analisis kesebandingan dan menentukan pembanding;
2. Menentukan metode Penentuan Harga Transfer yang tepat;
3. Menerapkan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha berdasarkan hasil Analisis Kesebandingan dan Metode Penentuan Harga Transfer yang tepat ke dalam transaksi yang dilakukan antara Wajib Pajak dengan pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa; dan

4. Mendokumentasikan setiap langkah dalam menentukan Harga Wajar atau Laba Wajar sesuai dengan ketentuan Perundang-Undangan perpajakan yang berlaku.

Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's Length Principle*) berdasarkan pada norma bahwa harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa ditentukan oleh kekuatanpasar, sehingga transaksi tersebut menemukan harga pasar yang wajar (*Fair Market Value*).

2.2.5 Pajak

2.2.5.1 Definisi Pajak

Menurut Undang-Undang Nomor 16 tahun 2009 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan: "Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat".

Kemudian Prof. Dr. Adriani membalas definisi pajak sebagaimana yang dinyatakan sebagai berikut: "Pajak adalah iuran kepada negara yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubung dengan tugas negara yang menyelenggarakan pemerintahan" (Waluyo, 2011: 2).

Sedangkan Rochmat Soemitro berpendapat bahwa pajak adalah iuran kepada kas negara berdasarkan Undang-Undang (yang dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal, yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum (Agoes, 2013: 6).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pajak memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

1. Iuran dari rakyat untuk negara. Dimana yang berhak untuk memungut pajak hanyalah negara, dan iuran tersebut berupa uang (bukan barang).
2. Berdasarkan Undang-Undang, pajak dipungut berdasarkan atau dengan kekuatan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya.
3. Tanpa jasa timbal balik atas kontraprestasi dari negara yang secara langsung dapat ditunjuk. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontraprestasi individual oleh pemerintah.
4. Digunakan untuk membiayai rumah tangga negara, yakni pengeluaran-pengeluaran yang bermanfaat bagi masyarakat luas.

2.2.5.2 Fungsi Pajak

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Berdasarkan hal diatas maka pajak mempunyai beberapa fungsi, yaitu:

1. Fungsi Anggaran (*Budgetair*)

   Sebagai sumber pendapatan negara, pajak berfungsi untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara. Untuk menjalankan tugas-tugas rutin negara dan melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya.

   Biaya ini dapat diperoleh dari penerimaan pajak. Dewasa ini pajak digunakan untuk pembiayaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, pemeliharaan dan lain sebagainya. Untuk pembiayaan pembangunan, uang dikeluarkan dari tabungan pemerintah, yakni penerimaan dalam negeri dikurangi pengeluaran rutin. Tabungan pemerintah ini dari tahun ke tahun harus ditingkatkan sesuai kebutuhan pembiayaan pembangunan yang semakin meningkat dan terutama diharapkan dari sektor pajak.

2. Fungsi Mengatur (*Regulerend*)

   Pemerintah bisa mengatur pertumbuhan ekonomi melalui kebijaksanaan pajak. Dengan fungsi mengatur, pajak bisa digunakan sebagai alat untuk

mencapai tujuan. Contohnya dalam rangka menggiring penanaman modal, baik dalam negeri maupun luar negeri, diberikan berbagai macam fasilitas keringanan pajak. Dalam rangka melindungi produksi dalam negeri, pemerintah menetapkan bea masuk yang tinggi untuk produk luar negeri.

3. Fungsi Stabilitas

   Dengan adanya pajak, pemerintah memiliki dana untuk menjalankan kebijakan yang berhubungan dengan stabilitas harga sehingga inflasi dapat dikendalikan. Hal ini bisa dilakukan antara lain dengan jalan mengatur peredaran uang di masyarakat, pemungutan pajak, penggunaan pajak yang efektif dan efisien.

4. Fungsi Redistribusi

   Pendapatan pajak yang sudah dipungut oleh negara akan digunakan untuk membiayai semua kepentingan umum, termasuk juga untuk membiayai pembangunan sehingga dapat membuka kesempatan kerja, yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

2.2.5.3 Pajak Penghasilan (PPh)

Pajak penghasilan menurut Rimsky K. Judisseno (1997:76) adalah suatu pungutan resmi yang ditujukan kepada masyarakat yang berpenghasilanatau atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak untuk kepentingan negara dan masyarakat dalam hidup berbangsa dan bernegara sebagai suatu kewajiban yang harus dilaksanannya.

Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (PPh), pengertian Pajak Penghasilan (PPh) adalah pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak. Pajak Penghasilan atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak.

Pajak Penghasilan Badan (PPh Badan) adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh Badan seperti yang dimaksud dalam UU KUP.

Adapun subjek dari PPh Badan yaitu:

1. Wajib Pajak Badan dalam negeri, yaitu badan yang didirikan atau bertempat kedudukan di Indonesia.
2. Wajib Pajak Badan luar Negeri, yaitu badan yang tidak didirikan atau tidak bertempat kedudukan di Indonesia yang menjalankan usaha atau melakukan kegiatan melalui BUT di Indonesia, dan/atau badan yang tidak didirikan atau tidak bertempat kedudukan di Indonesia yang menerima penghasilan dari Indonesia tidak dari menjalankanusaha melalui BUT di Indonesia.

Yang menjadi objek pajak PPh Badan adalah penghasilan, yaitu setiap tambahan kemampuan ekonomis yang diterima atau diperoleh wajib pajak badan, baik yang berasal dari Indonesia maupun dari luar Indonesia, yang dapat dipakai untuk konsumsi atau untuk menambah kekayaan wajib pajak badan yang bersangkutan dengan nama dan dalam bentuk apapun.

2.2.5.4 Tarif Pajak Efektif (*Effective Tax Rate*)

Efective Tax Rate adalah tingkat pajak efektif perusahaan yang dapat dihitung dari beban pajak penghasilan yang kemudian dibagi dengan laba sebelum pajak (Halperin, 2005).

Upaya mengurangi beban pajak yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti berbagai kebijakan yang dapat diambil oleh perusahaan guna menurunkan jumlah beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan termasuk dalam pemilihan metode akuntansi sehingga dapatmenurunkan besaran pajak efektif. Pengukuran pajak yang efektif dapat dilakukan dengan cara menggunakan tarif pajak efektif (*Effective Tax Rate*) (Halim, 2016).

Sebagaimana yang diungkapkan oleh Karayan dan Swenson (2007), salah satu cara untuk mengukur seberapa baik sebuah perusahaan mengelola pajaknya dan efektif tidaknya upaya perusahaan memperkecil beban pajaknya dapat dilihat dengan melihat tarif pajak efektif (*effective tax rate*). Apabila perusahaan memiliki

persentase ETR yang lebih tinggi dari tarif yang ditetapkan dalam aturan perpajakan maka perusahaan kurang maksimal dalam memaksimalkan insentif-insentif perpajakan yang ada, karena dengan perusahaan memanfaatkan insentif perpajakan yang ada maka dapat memperkecil persentase pembayaran pajak dari laba komersial (Nancy, 2014). Keberadaan nilai *Effective Tax Rate* (ETR) merupakan salah satu bentuk perhitungan nilai tarif ideal pajak yang dihitung dalam sebuah perusahaan. Oleh karena itu, keberadaan dari *Effective Tax Rate* (ETR) kemudian menjadi suatu perhatian yang khususpada berbagai penelitian karena dapat merangkum efek kumulatif dari berbagai insentif pajak dan perubahan tarif pajak perusahaan (Liansheng *et al*, 2007 dalam Hanum, 2013).

2.2.6 Tunneling Incentive

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Mutamimah, 2008).

Tunneling merupakan aktivitas pengalihan aset dan laba keluar perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali perusahaan tersebut (Johnson dalam Pratama dan Siswantaya, 2014).

Jadi dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *tunneling incentive* adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebankan.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Refgia (2017) dan Mispiyanti (2015) *tunneling incentive* diukur dengan persentase kepemilikan saham diatas 20% sebagai pemegang saham pengendali.

2.2.7 Tax Minimization

Tax Minimization merupakan strategi untuk meminimalkan beban pajak terutang (Hartati, 2014).

Jap Corps (2012) menyatakan bahwa *tax minimization* dapat diartikan sebagai upaya legal meminimalisasi pajak meliputi pokok, sanksi dan biaya administrasi pajak. *Tax Minimization* berisi tentang upaya untuk meminimalisasi biaya yang timbul melalui upaya biaya meminimalisasi aktivitas yang menimbulkan biaya tersebut serta upaya maksimalisasi aktivitas yang berpotensi meminimalisasi biaya tersebut.

Untuk mengukur *tax minimization* pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Refgia (2017) dan Mispiyanti (2015) diukur dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan beban pajak dibagi dengan laba sebelum pajak.

2.2.8 Mekanisme Bonus

Menurut Suryatiningsih *et al,*. (2009), mekanisme bonus adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik.

Irpan (2010), menyebutkan bahwa mekanisme bonus dapat diartikan sebagai suatu proses pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan. Prestasi kerja tersebut dapat dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan perusahaan secara obyektif.

Mengingat bahwa mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba, yang merupakan cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi/manajer, maka adalah logis bila direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus dan remunerasinya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi antara motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Karena sebagai akibat dari adanya praktek *transfer*

pricing maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau sub unit.

Pada beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Refgia (2017) mekanisme bonus diukur dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Mispiyanti (2015) mekanisme bonus diukur dengan *dummy* dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya diberi nilai 0.

2.3 Pengaruh Antar Variabel Peneliatian

Pengaruh antar variabel penelitian dari penelitian ini adalah melihat pengaruh *tunneling incentive*, *tax minimization*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

2.3.1 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Munculnya *tunneling* ini karena adanya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Hal ini disebabkan kepentingan dan tujuan yang berbeda oleh masing-masing pihak. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak atau satu kepentingan akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada dibawah kendalinya. Jika praktek *transfer pricing* dalam *tunneling* ini dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjuak ketersediaan kepada perusahaan induk dengan harga jauh dibawah harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan anak, yang mengakibatkan laba perusahaan akan semakin kecil dari yang seharusnya. Atau bahkan apabila perusahaan anak membeli persediaan kepada perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku itu juga akan sangat berpengaruh terhadap laba yang akan diperoleh persahaan anak dan hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan induk yang

tidak lain adalah pemegang saham mayoritas atas perusahaan anak tersebut. Berbeda halnya dengan yang dialami oleh pemegang saham minoritasyang jelas dirugikan oleh adanya praktek ini, yaitu dividen yang akan mereka terima akan semakin kecil atau bahkan tidak akan ada pembagian dividen akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan (Lailiyul, 2015).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari (2012), Marfuah (2014) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.3.2 Pengaruh *Tax Minimization* Terhadap *Transfer Pricing*

Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pembayaran pajak. Pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak, yaitu dengan cara melakukan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beberapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah.

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Mangoting dalam Refgia (2017), bahwa praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimlkan jumlah pajak yang harus dibayar. Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang berkedudukan di Negara yang menerapkan tarif pajak rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu Negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan di Negara yang memiliki tarif pajaknya lebih sedikit. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Julaikah, 2014).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuniasih dkk, (2012), Hartati *et al*,. (2014) dan Pramana (2014) yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.3.3 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Purwanti (2010) tantiem/ bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota Direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini dapat membuat para pelaku terutama manajer diperusahaan dapat melakukan perekayasaan terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh mekanisme bonus yang maksimal. Dalam menjalankan tugasnya, para direksi cenderung menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksi yang dapat menghasilkan laba untuk divisi atau sub unit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Hal ini didukung oleh pendapat Homgren dalam Refgia (2017) yang menyebutkan bahwa kompensasi (bonus) direksi dilihat dari kinerja berbagai divisi atau tim dalam satu organisasi. Semakin besar laba perusahaan secara keseluruhan yang dihasilkan, maka semakin baik citra para direksi dimata pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, direksi mampu mengangkat laba pada tahun yang diharapkan yaitu dengan menjual persediaan kepada antar perusahaan satu grup dalam perusahaan multinasional dengan harga dibawah pasar. Hal ini akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan meningkatkan laba pada tahin tersebut. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Hartati dkk (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*.

2.3.4 Pengaruh *Tax Minimization, Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Pajak merupakan salah satu motif yang digunakan oleh perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin nilai pajak lebih besar maka potensi

perusahaan melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* adalah suatu kebijakan harga dalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istiewa. Dengan demikian selain pajak, *tunneling incentive* juga menjadi alasan suatu perusahaan melakukan *transfer pricing*. Dengan tingkat kepemilikan saham lebih besar , akan semakin besar kemungkinan menjadi pemegang saham pengendali. *Tunneling* adalahtransfer aset dan keuntungan keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas.

Keputusan untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Purwanti (2010), tantiem atau bonus merupakan penghargaan yang diberikan oleh RUPS kepada anggota direksi setiap tahun apabila perusahaan memperoleh laba. Sistem pemberian kompensasi bonus ini akan memberikan pengaruh terhadap manajemen dalam merekayasa laba. Manajer cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang akan mereka terima.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penjelasan hubungan antar variabel diatas, maka dapat diajukan hipotesis sebagai berikut :

H_1 : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing.*

H_2 : *Tax Minimizatin* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing.*

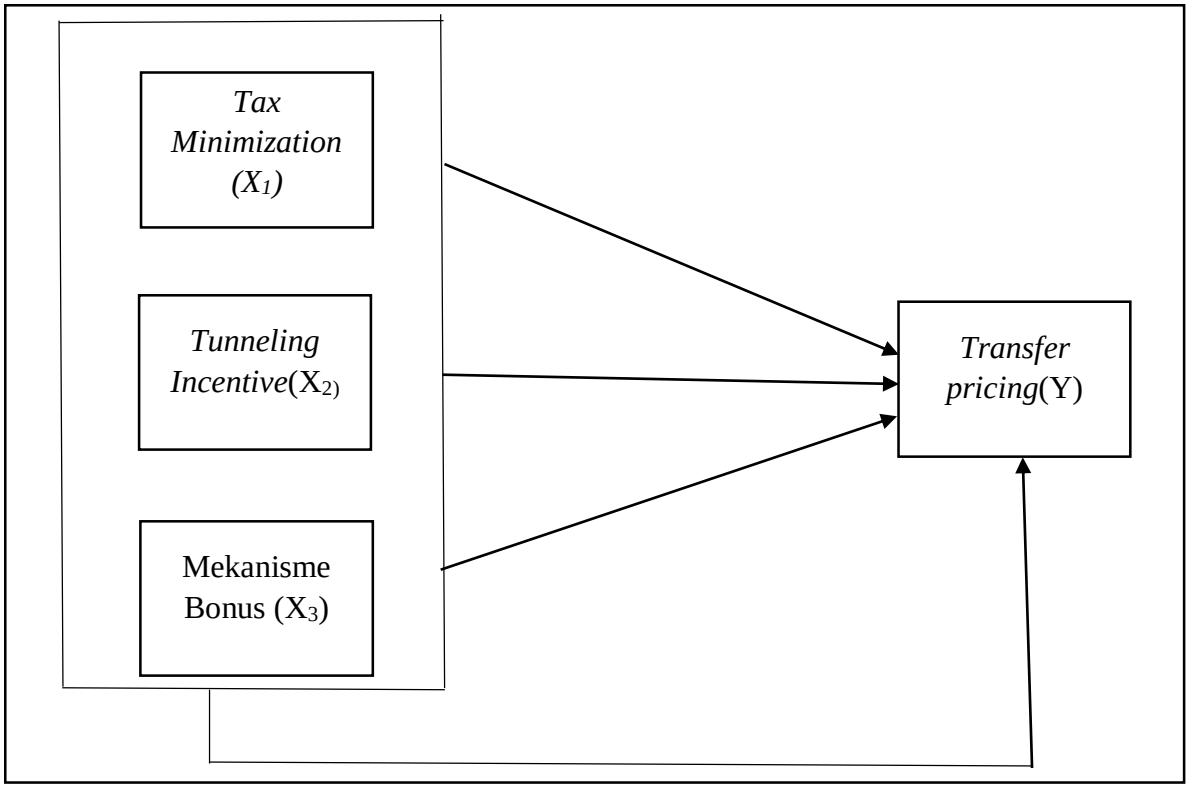
H_3 : Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

H_4 : *Tunneling Incentive Tax Minimization* dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing.*

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Dalam penelitian ini dapat digambarkan kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.5.1. Kerangka Konseptual Penelitian



Berdasarkan gambar 2.5.1.*tax minimization* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* dan mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing.* Dan secara bersama-sama *tax minimization*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing.*