

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang penulis jadikan acuan untuk sumber data penelitian tentang pengaruh *effective tax rate*, *exchange rate*, mekanisme bonus terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* antara lain :

Penelitian pertama yang dilakukan oleh (Refgia, 2017) yang membahas mengenai “pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*”. Sampel yang diperoleh penelitian ini memakai metode *purposive sampling* untuk memperoleh 13 sample perusahaan pada periode 2011-2014, maka penelitian ini menemukan hasil pajak yang diukur dengan *effective tax rate* (ETR), Kepemilikan asing yang dihitung dengan cara membagi jumlah kepemilikan pihak asing dengan total saham yang beredar dan *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan variabel Mekanisme bonus dihitung dengan *index trend* laba bersih dan Ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma total aset hasilnya tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh (Marfuah and friend., 2014) mengenai “Pengaruh Pajak, *Tunneling incentive*, dan *Exchange Rate* pada keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan”. Peneliti memakai analisis regresi logistik (*Binary Logistic*), teknik ini digunakan karena variabel dependen dalam penelitian ini yaitu *transfer pricing* yang merupakan variabel dummy. Hasil penelitiannya menunjukkan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Sementara secara signifikan pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* artinya semakin tinggi tarif pajak yang digunakan maka keputusan *transfer pricing* perusahaan akan menurun. Kemudian untuk variabel *exchange rate* sendiri hasilnya menunjukkan arah yang positif tetapi tidak signifikan dikarenakan adanya indikasi dimana besar atau kecilnya *exchange rate*

disuatu negara tidak mempengaruhi perusahaan dalam mengambil atau tidaknya keputusan *transfer pricing* tersebut.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh (Cahyadi *and friend.*, 2018) dalam penelitiannya tentang “Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, Profitabilitas, Dan *Leverage* Pada Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*”. Penelitian ini mengumpulkan sample dengan metode *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini adalah pajak berpengaruh pada keputusan melakukan *transfer pricing* karena mengurangi laba dengan cara melakukan pembayaran pajak perusahaan melalui transaksi kepada perusahaan afiliasi yang berada di luar negara. Dan dengan adanya *exchange rate* tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan semakin tingginya profitabilitas suatu perusahaan maka semakin besar perusahaan melakukan *transfer pricing*. Kemudian untuk variabel *leverage* hasilnya berpengaruh pada keputusan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh (Rosa *et al.*, 2017) yang berjudul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus, *Debt Covenant* dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Transaksi *Transfer Pricing*”. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yang memperoleh 34 sampel dari 129 populasi dan akan diteliti menggunakan program SPSS V.19.9. Dalam penelitiannya menghasilkan variabel pajak yang dihitung menggunakan *effective tax rate* tidak memiliki pengaruh terhadap melakukan *transfer pricing* karena penelitian ini membuktikan bahwa setiap kenaikan pajak justru akan menurunkan nilai *transfer pricing*. Hasil dari variabel *tunneling incentive* membuktikan semakin meningkatnya *tunneling incentive* maka *transfer pricing* akan menurun, akibatnya *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan. Berikutnya variabel mekanisme bonus yang dihitung berdasarkan presentasi perbandingan laba bersih tahun sekarang terhadap laba bersih tahun sebelumnya menghasilkan tidak adanya pengaruh mekanisme bonus terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*. Kemudian variabel *debt covenant* dan variabel *good corporate governance* hasilnya berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh (Klassen, 2017) tentang “*Transfer Pricing: Strategies, Practices, and Tax Minimization*” menunjukkan perusahaan yang cenderung meminimalkan pembayaran pajak dan mempunyai tingkat tarif pajak efektif 6.6% lebih rendah dan memiliki \$43 juta dalam penghematan pajak dari perusahaan. Dalam penelitian ini juga menjelaskan adanya penghematan pajak terkait *transfer pricing* akan lebih memuaskan apabila penghasilan luar negeri, penggunaan *tax haven*, serta kegiatan pengembangan diatur sedemikian rupa dengan meminimalkan pajak.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh (Ayu and friend., 2017) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*”. Peneliti menggunakan metode analisis regresi logistik untuk memperoleh 100 sampel perusahaan pada periode 2012 sampai dengan periode 2015 dan menghasilkan pajak yang dihitung dengan *effective tax rate* memiliki pengaruh untuk melakukan transaksi dengan perusahaan yang berada di negara lain yang memiliki hubungan istimewa dengan mentransfer kekayaannya ke perusahaan di luar negeri agar profit perusahaan menurun sehingga dapat mengurangi beban pajak perusahaan. Kemudian *tunneling incentive* berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*, dimana perusahaan hanya dikuasai oleh beberapa pemegang saham pengendali agar mendapat keuntungan untuk dirinya sendiri dengan melakukan *transfer pricing* yang bebannya ditanggung oleh pemegang saham minoritas. Sedangkan mekanisme bonus dalam penelitian ini menunjukkan adanya bonus yang diterima oleh para direksi sudah sesuai dengan *bonus plan hypothesis* yang tidak mempunyai hubungan dalam pengambilan keputusan *transfer pricing*.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh (Park et al., 2016) tentang “*Is foreign direct investment effective from the perspective of tax avoidance? An analysis of tax avoidance through the international transfer pricing*”. Dimana variabel *tax avoidance* digunakan sebagai variabel bebas dan *transfer pricing* sebagai variabel terikat. Analisis empiris dalam penelitiannya ini memakai 4.585 perusahaan yang berada di Korea pada tahun 2001-2010. Hasil penelitian ini yang pertama, tingginya kecenderungan dalam menghindari pajak lewat pembentukan anak perusahaan di luar negeri, yang hasil analisisnya menunjukkan korelasi

positif antara perusahaan multinasional yang beranekaragam. Kedua, perusahaan dalam penelitian ini secara aktif menghindari pembayaran pajak dengan menetapkan harga transfer luar negeri, sehingga penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusaha induk cenderung meningkat.

Penelitian kedelapan yang dilakukan oleh (Maria, 2016) yang berjudul “*Transfer Pricing as Tax Avoidance under Different Legislative Schemes*”. Penelitian ini menggunakan *transfer pricing* sebagai variabel independen dan *tax avoidance* sebagai variabel dependen. Penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan dengan *Intellectual Property* (IP) dimana perlunya perubahan kebijakan pajak agar secara efektif mencegah terjadinya *transfer pricing*.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Effective Tax Rate**

#### **2.2.1.1 Pengertian Effective Tax Rate**

*Effective tax rate* adalah tarif pajak perusahaan yang harus dibayar atas pendapatan perusahaan. *Effective tax rate* bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pendapatan kena pajak perusahaan yang harus dibayarkan, baik menggunakan cara yang legal yaitu dengan penghindaran pajak ataupun dengan cara illegal sekalipun dengan cara penggelapan pajak. Menurut (Handayani and Arfan, 2014) ada sesuatu hal yang dapat mencerminkan rendahnya dasar dalam pengenaan pajak yaitu insentif pajak. Transfer pendapatan yang dilakukan dengan praktik *transfer pricing* akan menimbulkan beban pajak perusahaan yang lebih kecil.

#### **2.2.1.2 Teori s (*Agency Theory*)**

Pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literatur akuntansi disebut dengan *Agency Theory*. Adanya modifikasi perkembangan model akuntansi keuangan dengan menambahkan aspek perilaku manusia dalam model ekonomi mengakibatkan munculnya teori keagenan. Teori keagenan merupakan kontrak antara dua pihak, yaitu pemegang saham (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen). Prinsipal mempekerjakan agen untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan kepentingan principal dan melimpahkan wewenang kepada agen untuk

mengambil keputusan. Jika prinsipal dan agen memiliki tujuan yang sama, maka agen akan mendukung dan melaksanakan semua yang di perintahkan oleh pemilik perusahaan. Pihak principal juga bisa menghambat penyebaran kepentingannya dengan memberikan tambahan kompensasi diluar gaji yang sepadan kepada agen (Rosa *et al.*, 2017).

Banyaknya informasi tentang perusahaan yang dimiliki oleh agen mengakibatkan timbulnya ketidakseimbangan informasi antara principal dan agen. Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan membuat agen menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui oleh principal. Dalam kondisi ini agen dapat melakukan manajemen laba untuk mempengaruhi nilai-nilai akuntansi yang terdapat dalam laporan keuangan.

Dari uraian diatas, terlihat adanya kecurang dalam perusahaan terutama dengan pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Dalam (PSAK No. 7 Tahun 2010) menjelaskan mengenai hubungan istimewa dimana pihak yang memiliki kendali atas pihak lain atau pihak yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Kesimpulan yang didapat dari masalah-masalah keagenan terjadi karena ada pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang berbeda-beda namun saling bekerja sama, sehingga masalah yang timbul dapat merugikan pihak prinsipal dikarenakan tidak terlibat langsung dalam mengelola perusahaan sehingga tidak memiliki data dan informasi yang memadai. Dengan wewenang yang diberikan oleh prinsipal kepada agen, agen dapat dengan mudah memegang kendali asset perusahaan dan melakukan *transfer pricing* untuk meminimalkan pajak yang harus dibayarkan (Yuniasih *et al.*, 2012)

Faktor-faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan, diantaranya sebagai berikut menurut Colgan dalam Nurjanah *et al.*, (2015) :

a. *Moral Hazard*

Hal ini umumnya terjadi pada perusahaan besar (kompleksitas yang tinggi), dimana seorang manajer melakukan kegiatan yang tidak seluruhnya diketahui oleh pemegang saham ataupun pemberi pinjaman. Manajer dapat melakukan

tindakan di luar pengetahuan pemegang saham yang tidak sesuai dengan kontrak dan secara etika maupun norma mungkin tidak layak dilakukan.

b. *Earning Retention* (Penahanan Laba)

Investasi yang berlebihan yang dilakukan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhan dengan tujuan untuk memperbesar kekuatan, *prestise*, atau penghargaan bagi dirinya, namun dapat menghancurkan kesejahteraan pemegang saham akan mengakibatkan munculnya masalah penahanan laba.

c. *Risk Aversion* (Penghindaran Risiko Manajerial)

Masalah ini muncul ketika ada batasan diversifikasi portofolio yang berhubungan dengan pendapatan manajerial atas kinerja yang dicapainya, sehingga manajer akan berusaha meminimalkan risiko saham perusahaan dari keputusan investasi yang meningkatkan risikonya.

d. *Time Horizon* (Horison Waktu)

Konflik ini terjadi karena kondisi arus kas, dimana principal lebih menekankan arus kas untuk masa depan yang kondisinya belum pasti dan memiliki risiko tinggi, sedangkan manajemen cenderung menekankan pada hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan yang mereka miliki dengan risiko yang lebih rendah.

Dapat disimpulkan bahwa teori keagenan terjadi karena adanya ketidaksesuaian penyerahan kewenangan dari principal kepada agen yang menyebabkan manajer memiliki informasi lebih banyak dibandingkan pemegang saham. Selain itu, manajemen selalu agen diberikan wewenang untuk mengelola aktiva perusahaan sehingga mempunyai insentif melakukan *transfer pricing* dengan tujuan untuk meminimalkan pajak yang harus dibayar (Yuniasih *et al.*, 2012).

## 2.2.2 Exchange Rate

### 2.2.2.1 Pengertian Exchange Rate

*Exchange Rate* (nilai tukar) adalah perbandingan antara harga mata uang negara dengan harga mata uang negara lain. Keadaan nilai tukar dipengaruhi oleh jumlah uang yang ada di dalam negeri. Selain itu keadaan permintaan dan penawaran mata uang dalam negeri terhadap mata uang asing serta sistem kurs

yang ditetapkan oleh negara tersebut juga mempengaruhi nilai kurs. Perubahan penawaran dan permintaan yang terjadi menyebabkan perubahan terhadap nilai suatu barang. Maka kurs mata uang asing akan ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran. Nilai tukar (*exchange rate*) memiliki 2 (dua) efek akuntansi, yaitu memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, untuk mengurangi risiko nilai tukar asing perusahaan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan.

Untuk melakukan pembayaran banyak perusahaan multinasional yang menginginkan pertukaran mata uang asing. Dimana nilai setiap mata uanga lebih cenderung kepada nilai dollar yang terus berubah-ubah seiring perbeaan waktu. Menurut (Marfuah *and friend.*, 2014) perusahaan yang cenderung melakukan *transfer pricing* banyak dipengaruhi oleh adanya *Exchange rate* yang berbeda-beda.

Terjadinya resiko nilai tukar disebabkan adanya perbedaan mata uang dinegara yang berbeda, sehingga untuk menghindari resiko tersebut dapat dilakukan dengan cara melakukan kecurangan harga transfer agar perusahaan dapat menekan beban pajak yang harus dibayarkan.

#### **2.2.2.2 Teori Pensinyalan (*Signal Theory*)**

Teori Pensinyalan merupakan suatu penjelasan dimana laporan keuangan yang baik mencerminkan suatu pertanda dimana perusahaan untuk memberikan sinyal positif dan negatif kepada pemakainya. *Signal Theory* menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak di luar perusahaan. Bagi investor dan pelaku bisnis, informasi merupakan unsur penting karena pada hakekatnya informasi menyajikan keterangan, atau gambaran baik untuk keadaan masa lalu, saat ini maupun keadaan masa yang akan datang bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan dan bagaimana pasaran efeknya. Di pasar modal informasi yang lengkap, relevan, akurat dan tepat waktu sangat diperlukan oleh investor sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi (Butarbutar, 2011).

Informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal bagi investor dalam pengambilan keputusan investasi. Jika pengumuman tersebut mengandung nilai positif, maka diharapkan pasar akan bereaksi pada saat pengumuman tersebut diterima oleh pasar. Ketika semua pelaku pasar sudah menerima informasi yang diumumkan tersebut, pelaku pasar terlebih dahulu harus menginterpretasikan dan menganalisis informasi tersebut sebagai sinyal baik (*good news*) atau sinyal buruk (*bad news*). Jika pengumuman informasi tersebut sebagai sinyal baik bagi investor, maka terjadi perubahan dalam volume perdagangan saham (Hartono, 2010).

Investor akan tertarik untuk melakukan perdagangan saham apabila informasi akuntansi memberikan sinyal bahwa perusahaan mempunyai prospek yang baik di masa mendatang (*good news*). Dengan demikian hubungan antara publikasi informasi baik laporan keuangan, kondisi keuangan ataupun sosial politik terhadap fluktuasi volume saham dapat dilihat dalam efisiensi pasar.

Laporan tahunan menjadi salah satu informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan yang dapat menjadi sinyal bagi pihak luar perusahaan, terutama bagi pihak investor. Informasi yang disajikan dalam laporan tahunan dapat berupa informasi yang berkaitan dengan laporan keuangan dan informasi non-akuntansi yaitu informasi yang tidak berkaitan dengan laporan keuangan. Laporan tahunan hendaknya memuat informasi yang relevan dan mengungkapkan informasi yang dianggap penting untuk diketahui pengguna laporan baik pihak dalam maupun pihak luar. Untuk mengevaluasi risiko relatif setiap perusahaan, investor memerlukan informasi agar dapat melakukan diversifikasi portofolio dan kombinasi investasi dengan preferensi risiko yang diinginkan. Jika suatu perusahaan menginginkan 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, kepemilikan saham asing.

### **2.2.3 Mekanisme Bonus**

#### **2.2.3.1 Pengertian Mekanisme Bonus**

Menurut Irpan dalam (Hartati *et al.*, 2015) 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 objektif.

Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Maka, karena berdasarkan tingkat laba direksi atau manajer dapat memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus (Refgia, 2017).

#### **2.2.3.2 Teori Akuntansi Positif**

Teori akuntansi positif adalah penalaran untuk menunjukkan secara ilmiah fenomena akuntansi yang sesuai dengan fakta. Teori akuntansi positif berupaya menjelaskan sebuah proses, yang menggunakan kemampuan, pemahaman, dan pengetahuan akuntansi serta penggunaan kebijakan akuntansi yang paling sesuai untuk menghadapi kondisi tertentu dimasa mendatang. Teori akuntansi positif pada prinsipnya beranggapan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktik-praktik akuntansi. Teori akuntansi positif dapat memberikan pedoman bagi para pembuatan kebijakan akuntansi dalam menentukan konsekuensi dari kebijakan tersebut.

Menurut Riva Annisa dalam Resianti (2016) Prediksi suatu keputusan dalam prinsip akuntansi oleh manajer perusahaan dan bagaimana manajer akuntansi akan memberikan respon terhadap standar akuntansi baru berhubungan dengan teori akuntansi positif. 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 dapat menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu kebutuhan bagi perusahaan dan pihak yang bersangkutan. Teori akuntansi positif mengusulkn tiga hipotesis manajemen laba, yaitu :

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

Hipotesis ini menjelaskan bahwa manajer perusahaan dengan rencana bonus akan memilih prosedur akuntansi dengan melaporkan perubahan laba dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan bonus yang tinggi, jika bonus yang didapat bergantung pada laba yang dilaporkan, maka manajer akan meningkatkan bonus mereka pada periode tersebut dengan melaporkan laba setinggi mungkin. Agar dapat mencapai bonus yang besar, manajer harus mempermainkan besar kecilnya angka-angka dalam laporan keuangan.

2. Hipotesis Kontrak Hutang (*The Debt Covenant Hypotesis*)

Dalam hipotesis ini berkaitan dengan syarat yang harus dipenuhi perusahaan dalam perjanjian hutang. Perusahaan memiliki rasio antara utang dan ekuitas lebih besar, cenderung memilih menggukakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya. Kauntungan 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 Hypothesis*)

Perusahaan-perusahaan yang ukurannya besar dengan tingkat laba yang tinggi dijadikan objek implementasi kebijakan, seperti pengenaan pajak penghasilan yang tinggi, diwajibkan untuk memenuhi standar kinerja yang lebih tinggi seperti tanggung jawabnya terhadap lingkungan dan sebagainya. Jika perusahaan besar juga memiliki kemampuan mendapatkan profit yang lebih tinggi, maka biaya politik bisa diperbesar. Kemungkinan perusahaan juga akan menghadapi biaya politik pada waktu tertentu. Persaingan luar negeri mungkin mengarah pada menurunnya profitabilitas kecuali perusahaan yang terkena dampaknya ini dapat mempengaruhi proses politik untuk bisa melindungi impor secara keseluruhan.

## **2.2.4 Transfer Pricing**

### **2.2.4.1 Pengertian Transfer Pricing**

*Transfer pricing* merupakan harga transfer yang sudah ditetapkan dan disetujui oleh anggota grupnya meskipun harganya berbeda jauh dari harga wajar. (Lingga, 2012). Menurut Peraturan Dirjen Pajak PER-32/PJ/2011 : Penetapan harga atas transaksi penyerahan barang berwujud, barang tidak berwujud, atau penyediaan jasa antar pihak yang memiliki hubungan istimewa (transaksi afiliasi).

*Transfer Pricing* sering juga disebut dengan *intra-company pricing*, *inter-corporate pricing*, *inter-divisional* atau *interval pricing* yang merupakan harga yang diperhitungkan untuk keperluan pengendalian manajemen atas transfer barang dan jasa antar anggota (grup perusahaan). *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa.

*Transfer pricing* biasanya ditetapkan untuk produk-produk antara (*intermediate product*) yang merupakan barang-barang dan jasa-jasa yang dipasok oleh divisi penjual kepada divisi pembeli. Bila dicermati lebih lanjut, *transfer pricing* dapat menyimpang secara signifikan dari harga yang disepakati. Oleh karena itu *transfer pricing* juga sering dikaitkan dengan suatu rekayasa harga secara sistematis yang ditujukan untuk mengurangi laba yang nantinya akan mengurangi jumlah pajak dan bea dari suatu negara.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tarif pajak yang rendah dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan karena adanya harga yang telah ditetapkan pada setiap barang atau jasa yang ditransfer dari satu lingkup perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa.

### **2.2.4.2 Tujuan Transfer Pricing**

Tujuan *transfer pricing* bagi perusahaan domestik ataupun perusahaan multinasional yaitu :

- 1) Sebagai pengendali *cash flow* perusahaan, baik anak perusahaan maupun perusahaan cabang
- 2) Untuk mencegah terjadinya risiko nilai tukar mata uang asing, dalam mengurangi risiko moneter
- 3) Meminimalkan pajak yang dikeluarkan dalam lingkungan perusahaan multinasional.

#### **2.2.4.3 Metode *Transfer pricing***

Dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 mengenai Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Mempunyai Hubungan Istimewa menyebutkan pada Pasal 11 terdapat penentuan metode harga wajar atau laba wajar.

Ada beberapa metode dalam penentuan *transfer pricing* antara lain:

1. Metode Perbandingan Harga antara pihak yang tidak mempunyai Hubungan Istimewa (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*)  
Metode ini dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga barang atau jasa dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding. Dalam menerapkan metode perbandingan harga antara pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa dapat dilihat dalam 2 kondisi yaitu :
  - a) Dalam kondisi yang sebanding terdapat transaksi barang atau jasa yang mempunyai ciri-ciri yang sama atau identik.
  - b) Kondisi dimana adanya tingkat kesebandingan yang tinggi atau penyesuaian yang akurat untuk menghilangkan pengaruh dari perbedaan kondisi yang akan muncul dari adanya transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.
2. Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method/RPM*)  
Metode ini digunakan sebagai penentu harga transfer dengan membandingkan harga dalam transaksi pada barang yang dilakukan antara pihak-pihak yang

mempunyai hubungan istimewa dengan harga jual kembali barang tersebut setelah dikurangi laba kotor wajar, yang mencerminkan fungsi, aset dan resiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak memiliki hubungan istimewa atau dijual kembali dalam kondisi wajar. Metode harga penjualan kembali dapat diterapkan pada kondisi sebagai berikut :

- a) Tingkat kesebandingan yang tinggi antara transaksi antara wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa dengan transaksi antara wajib pajak yang tidak memiliki hubungan istimewa, khususnya tingkat kesebandingan berdasarkan hasil analisis fungsi, meskipun barang atau jasa yang diperjualbelikan berbeda; dan
- b) Tidak adanya nilai tambah yang signifikan dari reseller atas barang atau jasa yang telah diperjualbelikan.

### 3. Metode Biaya-Plus (*Cost Plus Method*)

Metode penentuan harga transfer yang dilakukan dengan menambahkan tingkat 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 pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Metode biaya plus dapat diterapkan dalam kondisi sebagai berikut :

- a) Dijualnya barang setengah jadi kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa;
- b) Adanya perjanjian dimana fasilitas dipakai bersama atau kontrak jual beli dalam waktu yang lama antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa; atau
- c) Bentuk transaksi adalah penyedia jasa.

### 4. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*)

Metode ini dilakukan dengan mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi-transaksi yang akan dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan memakai dasar yang dapat diterima secara ekonomi yang memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi dari

kesepakatan antar pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Metode pembagian laba dapat diterapkan dalam kondisi sebagai berikut :

- a) Transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa saling berkaitan satu sama lain sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan kajian secara terpisah; atau
- b) Adanya barang tidak berwujud yang unik antara pihak-pihak yang bertransaksi yang menyebabkan kesulitan dalam menemukan data perbandingan yang tepat.

5. Metode Laba Bersih Transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*)

Metode laba bersih transaksional yang dilakukan dengan membandingkan laba bersih operasi terhadap biaya, penjualan atau terhadap transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan presentase laba bersih operasi yang didapat sebanding dengan pihak lain yang tidak memiliki hubungan istimewa. Metode laba bersih transaksional dapat diterapkan dalam kondisi sebagai berikut :

- a) Adanya salah satu pihak transaksi hubungan istimewa yang melakukan kontribusi khusus
- b) Adanya salah satu pihak yang melakukan transaksi yang kompleks dan memiliki transaksi yang berhubungan satu sama lain dalam transaksi hubungan istimewa

#### **2.2.4.4 Hubungan Istimewa**

Adanya hubungan istimewa merupakan faktor penyebab utama timbulnya praktik *transfer pricing*. Hubungan istimewa adalah hubungan kepemilikan antara satu perusahaan dengan perusahaan lain dan hubungan ini terjadi karena adanya keterkaitan, pertalian, atau ketergantungan satu pihak dengan pihak yang lain yang tidak terdapat hubungan biasa, faktor kepemilikan atau penyertaan, adanya penguasaan melalui manajemen atau penggunaan teknologi, adanya hubungan darah atau karena perkawinan merupakan faktor penyebab utama timbulnya hubungan istimewa.

Hubungan istimewa sebagaimana yang dimaksud pada Undang-Undang Pajak Penghasilan No.36 Tahun 2008 pada Pasal 18 ayat (4), hubungan istimewa dianggap ada apabila:

- a) Wajib Pajak mempunyai pernyataan modal langsung dan tidak langsung paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada Wajib Pajak lain, hubungan antara Wajib Pajak dengan pengertian paling rendah 25% (dua puluh lima persen) pada dua Wajib Pajak atau lebih, atau hubungan di antara dua Wajib Pajak atau lebih yang disebut terakhir.
- b) Wajib Pajak menguasai Wajib Pajak lainnya atau dua atau lebih Wajib Pajak berada di bawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung.
- c) Terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan/atau ke samping satu derajat.

#### 2.2.4.5 Prinsip Kewajaran (*Arm's Length Principle*)

Prinsip kewajaran adalah suatu latar belakang yang berkaitan dengan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Adanya transaksi antara perusahaan yang memiliki hubungan istimewa menjadikan kondisi tersebut haruslah sama dengan transaksi antara pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa.

Dalam Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER- 32/PJ/2011 Tentang Perubahan atas Peraturan Direktur Jenderal Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antara Wajib Pajak dengan Pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa menyatakan :

- (1) Wajib Pajak dalam melakukan transaksi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 dengan pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa wajib menerapkan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha.
- (2) Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :
  - a. Melakukan Analisis Kesebandingan dan menentukan pembanding;

- b. Menentukan metode Penentuan Harga Transfer yang tepat;
  - c. 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
  - d. Mendokumentasikan setiap langkah dalam menentukan Harga Wajar atau Laba Wajar sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.
- (3) Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha (*Arm's Length Principle*) mendasarkan pada norma bahwa harga atau laba atas transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan Istimewa ditentukan oleh kekuatan pasar, sehingga transaksi tersebut mencerminkan harga pasar yang wajar (*Fair Market Value*).
- (4) Wajib Pajak yang melakukan transaksi dengan pihak-pihak yang mempunyai Hubungan Istimewa dengan seluruh transaksi tidak melebihi Rp 10.000.0000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) dalam 1 (satu) tahun pajak untuk setiap lawan transaksi, dikecualikan dari kewajaran sebagaimana dimaksud pada ayat (2).

## 2.3 Pengaruh Hipotesis

### 2.3.1 Pengaruh *Effective Tax Rate* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

*Effective tax rate* (Tarif Pajak Efektif) merupakan tarif pajak perusahaan yang harus dibayar atas pendapatan perusahaan. Menurut (Noviastika, 2016) banyak perusahaan melakukan praktik *transfer pricing* dengan alasan sebagai perencanaan pajak. Untuk menurunkan besarnya pajak efektif perusahaan cenderung melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang bertempat diluar negeri agar dapat meminimalkan beban pajak yang harus dibayar perusahaan.

Adanya negara yang memiliki perusahaan yang belum maju mengakibatkan tarif pajak yang ditetapkan lebih rendah, sedangkan di negara yang memiliki perusahaan yang maju menetapkan tarif pajak yang lebih tinggi, sehingga perusahaan-perusahaan yang maju akan berusaha untuk menekan pajaknya agar tarif pajak efektif dapat berkurang.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Refgia, 2017), menyatakan bahwa pajak yang diprosikan dengan *effective tax rate* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Effective tax rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

### **2.3.2 Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Dalam melakukan pembayaran, perusahaan multinasional menginginkan pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain karena sebagian besar mata uang asing berbeda-beda. Dimana nilai setiap mata uanga lebih cenderung kepada nilai dollar yang terus berubah-ubah seiring perbeaan waktu (Marfuah *and friend.*, 2014).

Agar mendapatkan keuntungan dari perbedaan nilai tukar, perusahaan lebih memilih menggunakan mata uang yang lebih kuat, meskipun hal tersebut akan menimbulkan risiko bagi perusahaan yang disebabkan karena adanya perbedaan mata uang yang diperdagangkan oleh perusahaan yang memiliki kegiatan operasi bisnis dinegara yang berbeda. Dengan melakukan praktik *transfer pricing*, perusahaan dapat terhindar dari risiko tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Marfuah *and friend.*, 2018) menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

H2 : *Exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

### **2.3.3 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Mekanisme Bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer biasanya perusahaan sering menggunakan cara mekanisme bonus berdasarkan laba (Refgia, 2017).

Menurut (Ayu *and friend.*, 2017) pemilik biasanya menggunakan sistem pemberian bonus untuk meningkatkan kinerja karyawan, sehingga laba yang

dihasilkan setiap tahunnya menjadi semakin tinggi. Dalam teori akuntansi positif terdapat bonus plan hypothesis dimana manajer perusahaan pada dasarnya menginginkan bonus yang besar dari perusahaan, salah satu caranya dengan mengubah laba yang dilaporkan. Untuk memaksimalkan laba periode kini, maka manajer harus menyesuaikan dengan prosedur akuntansi yang diterapkan apabila ada rencana pemberian bonus oleh pemilik. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas pencapaian laba perusahaan secara keseluruhan maka logis bila manajer melaporkan laba bersih yang tinggi. Apabila komite pengawas tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih, maka manajer leluasa memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba yang dilaporkan dengan melakukan praktek *transfer pricing*.

Semakin tinggi laba perusahaan yang ingin dicapai untuk memaksimalkan bonus maka semakin tinggi pula praktek *transfer pricing* yang dilakukan untuk mendapatkan laba yang besar (Hartati *et al.*, 2015). Hal ini didukung dalam penelitian (Hartati *et al.*, 2015) dan (Nurjanah *et al.*, 2015) yang menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Untuk melihat bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting maka kita dapat menerapkan suatu model kerangka pemikiran. Berdasarkan keterangan diatas yang sudah peneliti jelaskan, maka variabel independen dalam penelitian ini adalah *effective tax rate*, *exchange rate*, mekanisme bonus dengan *transfer pricing* sebagai variabel dependennya.

Gambar 2.1

