

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Penelitian Terdahulu

Sebagai suatu penelitian yang berkesinambungan, hasil-hasil peneliti terdahulu perlu direview untuk mengetahui masalah-masalah apa saja yang pernah dibahas oleh orang-orang terdahulu yang berkaitan dengan tema yang dibahas. Berikut dibawah ini beberapa peneliti terdahulu yang telah melakukan penelitian.

Tania & Kurniawan (2019) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk menganalisa pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017. Dengan menggunakan metode purposive sampling, di dapat total sampel keseluruhan dalam penelitian ini adalah 88 data dari 22 perusahaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan hasil regresi yang menggambarkan bahwa variable tax, tunnelling incentive, dan mekanisme bonus berpengaruh secara signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan bantuan program STATA versi 14.2. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian, sampel penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan.

Santosa & Suzan (2018) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2016. Teknik pemilihan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling dan diperoleh 25 perusahaan. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap

keputusan *transfer pricing*. Sedangkan secara parsial pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel, sampel penelitian dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan.

Saraswati & Sujana (2017) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Populasi penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 pengamatan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi logistik. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan.

Mulyani et al. (2020) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk menentukan dan memperoleh bukti empiris tentang pengaruh pajak, tunneling dan exchange rate pada keputusan *transfer pricing* baik secara parsial dan simultan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk periode 2013-2017. Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 144. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial pajak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* sedangkan

tunneling dan exchange rate tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, tetapi secara simultan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak, tunneling dan exchange rate berpengaruh signifikan terhadap keputusan penentuan *transfer pricing*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak dan *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu mekanisme bonus dan ukuran perusahaan.

Istiqomah & Fanani (2019) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus, *tunneling incentive* dan debt covenant terhadap transaksi *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode tahun 2014-2018. Dengan menggunakan metode purposive sampling yang terdiri dari 6 perusahaan. Data yang digunakan berupa laporan keuangan dengan metode analisis regresi berganda yang diolah menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap transaksi *transfer pricing* dan debt covenant tidak berpengaruh terhadap transaksi *transfer pricing*. Nilai R Square dalam penelitian ini sebesar 0,372 nilai ini terbilang masih relative kecil. Variabel tersebut ditunjukkan dengan variabel mekanisme bonus, *tunneling incentive*, dan debt covenant. Dengan nilai koefisien sebesar 30%, maka variabel tersebut hanya mempengaruhi sebesar 30% dan sisanya 70% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu mekanisme bonus dan *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu pajak dan ukuran perusahaan.

Andayani & Sulistyawati (2020) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk meneliti pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *good corporate governance* (GCG) dan mekanisme bonus terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar

di BEI periode 2013-2015 yang berjumlah 42 perusahaan dengan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi logistik dengan bantuan program komputer SPSS Versi 16,0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Sementara good corporate governance dan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu ukuran perusahaan.

Amidu et al. (2019) menyelidiki hubungan antara *transfer pricing*, manajemen laba dan penghindaran pajak. Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan multinasional non-keuangan dan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Ghana periode 2008-2015. Sampel penelitian ini sebanyak 40 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Hasilnya menunjukkan bahwa *transfer pricing* dan aktivitas manipulatif laba berpengaruh positif terhadap mengurangi kewajiban pajak perusahaan. Variabel dependen penelitian ini adalah penghindaran pajak dan variabel independen nya adalah *transfer pricing* dan manajemen laba. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel *transfer pricing* sebagai variabel dependen.

Chen et al. (2015) menyatakan bahwa tujuan penelitian ini untuk menguji faktor-faktor penentu dan konsekuensi otonomi *transfer pricing*. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah standardisasi antara produk, investasi asing, perbedaan tarif pajak dan tingkat ukuran kinerja perusahaan sebagai variabel independen. Desentralisasi, interdependensi organisasi, ketidakpastian lingkungan, metode *transfer pricing*, ukuran divisi, transaksi internal dan kepemilikan negara sebagai variabel kontrol serta otonomi otonomi *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajer umum atau manajer keuangan dari divisi atau anak perusahaan milik perusahaan industri atau

komersial di China. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis regresi OLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, otonomi *transfer pricing* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mencerminkan asimetri informasi antara manajemen puncak dan manajer divisi sebagai standardisasi antara produk, investasi asing, dan perbedaan tarif pajak. Kedua, otonomi *transfer pricing* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mencerminkan keselarasan tujuan seperti tingkat ukuran kinerja perusahaan di manajer divisi. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada periode penelitian, sampel penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan merupakan suatu hubungan antara manajemen perusahaan (agen) dan pemegang saham (prinsipal). Dalam hubungan keagenan (*agency relationship*) terdapat suatu kontrak satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintahkan orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal dan memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Jensen & Meckling, 1976).

Agen sebagai pengelola perusahaan memiliki informasi yang penuh terhadap kondisi perusahaan baik informasi internal, maupun perkiraan prospek perusahaan pada masa yang akan datang. Agen atau manajer bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan dengan memberikan informasi tentang kondisi perusahaan kepada pemilik atau prinsipal. Perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen dapat memicu tindakan menyimpang agen dengan melakukan manipulasi laporan keuangan. Tindakan menyimpang ini dapat menyebabkan asimetri informasi (*asymmetry information*), salah satu cara yang dilakukan yaitu melalui manajemen laba agar laporan keuangan terlihat bagus (Apriyanti et al., 2020).

Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agent akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan principal. Sebagai pihak yang menerima otorisasi, agent berusaha untuk memaksimalkan imbalan (reward) kontraktual yang diterimanya dan ini sangat bergantung pada tingkat upaya yang dilakukannya. Di sisi yang lain para principal berusaha memaksimalkan return yang berasal dari pengelolaan sumber daya yang telah diserahkan kepada agent dan upaya ini bergantung pada imbalan jasa yang dibayarkan kepada agent (Herawaty & Anne, 2019).

Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong agent untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principals. Dalam kondisi yang asimetri tersebut, agent dapat mempengaruhi angka-angka akuntansi yang disajikan dalam laporan keuangan dengan cara melakukan manajemen laba.

Masalah keagenan potensial terjadi apabila bagian kepemilikan manajer atas saham perusahaan kurang dari seratus persen. Dengan proporsi kepemilikan yang hanya sebagian dari perusahaan membuat manajer cenderung bertindak untuk kepentingan pribadi dan bukan untuk memaksimalkan perusahaan. Inilah yang nantinya akan menyebabkan biaya keagenan (agency cost).

Jensen & Meckling (1976) mendefinisikan agency cost sebagai jumlah dari biaya yang dikeluarkan principals untuk melakukan pengawasan terhadap agent. Hampir mustahil bagi perusahaan untuk memiliki zero agency cost dalam rangka menjamin manajer akan mengambil keputusan yang optimal dari pandangan shareholders karena adanya perbedaan kepentingan yang besar diantara mereka.

Menurut Colgan (2001) dalam Mispiyanti (2015) menyebutkan beberapa faktor yang menyebabkan munculnya masalah keagenan, yaitu:

1. Moral Hazard

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

2. Penahanan Laba (Earnings Retention)

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

3. Horison Waktu

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

4. 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. Misalnya manajemen lebih senang dengan pendanaan ekuitas dan berusaha menghindari peminjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

Hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* adalah berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu akan cenderung fokus pada kepentingan dirinya sendiri sehingga timbulnya masalah-masalah

keagenan dapat terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan tersebut dapat merugikan pihak principal yang tidak terlibat secara langsung dalam mengelola perusahaan sehingga principal hanya memiliki akses informasi yang terbatas. Transaksi antar pihak yang berhubungan istimewa disebut dengan *transfer pricing* yang digunakan untuk tujuan memaksimalkan laba perusahaan. Apabila agen memanfaatkan asimetri informasi untuk mengelabui prinsipal dan memaksimalkan kepentingan pribadi melalui *transfer pricing*, maka terdapat kemungkinan bahwa agen melakukan *transfer pricing* melalui manipulasi untuk meminimalkan pajak atau transaksi dengan harga yang tidak wajar. Maka dari itu, dengan adanya teori agensi ini diharapkan masalah perbedaan kepentingan antara principal dan agen dapat dikurangi dan diperlukan adanya pengendalian yang tepat untuk dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan yang terjadi antara principal dan agen.

2.2.2. Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif adalah penjelasan atau penalaran untuk menunjukkan secara ilmiah kebenaran pernyataan atau fenomena akuntansi, seperti apa adanya sesuai 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 di masa mendatang. Teori akuntansi positif pada prinsipnya beranggapan bahwa tujuan dari teori akuntansi adalah untuk menjelaskan dan memprediksi praktik-praktik akuntansi (Nurjanah et al., 2016).

Menurut Watts & Zimmerman (2006) menyebutkan teori akuntansi positif dapat menjelaskan mengapa kebijakan akuntansi menjadi suatu masalah bagi perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dengan laporan keuangan, dan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang hendak dipilih oleh perusahaan dalam kondisi tertentu. Teori akuntansi positif mengusulkan tiga hipotesis manajemen laba, yaitu:

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

Para manajer perusahaan dengan rencana bonus akan lebih memungkinkan untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang atau dikenal dengan income smoothing. Dengan hipotesis tersebut apabila manajer dalam sistem penggajiannya sangat tergantung pada bonus akan cenderung untuk memilih metode akuntansi yang dapat memaksimalkan gajinya, misalnya dengan metode akrual.

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

Manajer perusahaan yang mempunyai ratio leverage (debt/equity) yang besar akan lebih suka memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang. Dengan memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan pengakuan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang maka perusahaan akan mempunyai leverage ratio yang kecil. Alasannya adalah laba yang dilaporkan yang makin meningkat akan menurunkan kelalaian teknis. Sebagian besar dari perjanjian hutang berisi kesepakatan bahwa pemberi pinjaman harus bertemu selama masa perjanjian. Sebagai contoh, perusahaan yang mendapat pinjaman boleh sepakat memelihara level tertentu dari hutang terhadap harta, laporan bunga, modal kerja, dan harta pemilik saham. Jika kesepakatan semacam itu dikhianati, perjanjian hutang tersebut bisa memberikan/mengeluarkan penalti, seperti pembatasan dividen atau tambahan pinjaman.

Dengan jelas, prospek dari pelanggaran kesepakatan membatasi kegiatan perusahaan dalam operasional perusahaan itu sendiri. Untuk mencegah, atau paling tidak menunda, pelanggaran semacam itu, perusahaan bisa memilih kebijakan akuntansi tertentu yang bisa meningkatkan laba masa kini. Berdasarkan hipotesis kesepakatan hutang, ketika perusahaan mendekati kelalaian, atau memang sudah berada dalam lalai/cacat, lebih cenderung untuk melakukan hal ini.

3. Hipotesis Biaya Politik (*The Political Cost Hypotesis*).

Semakin besar biaya politik perusahaan, semakin mungkin manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang menangguhkan pelaporan

laba periode sekarang ke periode mendatang. Hipotesis ini berdasarkan asumsi bahwa perusahaan yang biaya politiknya besar lebih sensitif dalam hubungannya untuk mentransfer kemakmuran yang mungkin lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang biaya politiknya kecil dengan kata lain perusahaan besar cenderung lebih suka menurunkan atau mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan kecil.

Begitu juga dengan perusahaan yang melakukan upaya penghindaran pajak berusaha meminimalkan pembayaran pajak dengan memilih metode akuntansi yang menanggihkan laba yang diperoleh pada tahun sekarang untuk mengecilkan biaya politik yang dikeluarkan.

Tiga hipotesis tersebut menunjukkan bahwa akuntansi teori positif mengakui adanya 3 hubungan keagenan (1) antara manajemen dengan pemilik, (2) antara manajemen dengan kreditur, (3) antara manajemen dengan pemerintah.

2.2.3. Pajak

2.2.3.1. Definisi Pajak

Pengertian pajak berdasarkan UU KUP Nomor 28 Tahun 2007 Pasal 1 ayat 1, “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.”

Menurut UU Perpajakan (UU No. 36 Tahun 2008), pajak adalah pemberian wajib kepada negara oleh individu atau badan yang bersifat mengikat berdasarkan undang-undang, dengan tidak mengharapkan balasan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat.

Pajak menurut Waluyo & Ilyas (2000) dalam Sari & Puryandani (2019) adalah pemberian wajib kepada negara oleh setiap warga negara baik orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa dan telah diatur di

dalam undang-undang. Pajak dipungut berdasarkan aturan hukum untuk pembangunan sarana infrastruktur umum. Peranan pajak sangat diperlukan bagi negara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai semua pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Peraturan pajak yang berkaitan dengan *transfer pricing* yaitu peraturan yang berlaku tentang kegiatan usaha harus dengan wajar yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa. Wajib pajak dan perusahaan afiliasinya telah membayar pajak sesuai dengan fungsinya dalam transaksi, dan mendokumentasikan implementasi dari prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, dalam penentuan harga transaksinya serta wajib menyiapkan dokumentasi yang layak untuk meyakinkan bahwa *transfer pricing* yang telah dilaksanakan sesuai dengan *arm's length principle*.

2.2.3.2. Fungsi Pajak

Menurut Resmi, (2017), pajak memiliki beberapa fungsi, yaitu:

1. Fungsi *Budgeter* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak memiliki fungsi *budgeter* sebagai sumber dana bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya baik pengeluaran secara rutin maupun pengeluaran untuk pembangunan. Dalam pajak sebagai sumber keuangan negara, maka pemerintah terus berupaya dalam memaksimalkan penerimaan negara. Jadi, pajak merupakan sektor penerimaan negara yang penting karena dengan pajak inilah negara (pemerintah) dapat membiayai pengeluaran-pengeluaran umum yang bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat, sehingga besar kecilnya penerimaan negara ditentukan oleh besar kecilnya penerimaan dari sektor pajak.

2. Fungsi *Regularend* (Fungsi Pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur, artinya pajak sebagai alat untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar sektor keuangan.

2.2.3.3. Sistem Pemungutan Pajak

Menurut Resmi (2017), terdapat tiga sistem pemungutan pajak, yaitu:

1. *Official Assessment System*

Merupakan suatu sistem pemungutan yang memberikan kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Dalam sistem ini, inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada di tangan para aparatur perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan.

2. *Self Assesment System*

Merupakan suatu sistem pemungutan pajak dimana wajib pajak harus menghitung, memperhitungkan, membayar, dan melaporkan jumlah pajak yang terutang. Aparat pajak (fiskus) hanya bertugas melakukan penyuluhan dan pengawasan untuk mengetahui kepatuhan wajib pajak. Oleh karena itu apabila dihubungkan dengan ajaran timbulnya utang pajak, maka sistem ini sesuai dengan timbulnya utang pajak menurut ajaran materiil, artinya utang pajak timbul apabila terdapat penyebab yang menimbulkan utang pajak.

3. *With Holding System*

Merupakan sistem pemungutan pajak dimana besarnya pajak terutang dihitung dan dipotong oleh pihak ketiga. Pihak ketiga yang dimaksud disini antara lain pemberi kerja dan bendaharawan pemerintah.

2.2.4. *Tunneling Incentive*

Tunneling merupakan istilah awal yang digunakan untuk menggambarkan kondisi pengambilan aset suatu pemegang saham non-pengendali di Republik Ceko melalui pengalihan aset dan keuntungan demi kepentingan pemegang saham pengendali (Noviastika et al., 2016).

Struktur kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Untuk perusahaan di Asia kebanyakan memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi, termasuk di Indonesia. Struktur kepemilikan terkonsentrasi ini menimbulkan potensi bagi pemegang saham pengendali untuk terlibat jauh dalam pengelolaan perusahaan (Mispiyanti, 2015). Kepemilikan saham yang terkonsentrasi menimbulkan hak kendali dan memberikan kesempatan bagi pemegang saham pengendali untuk melakukan ekspropriasi terhadap hak pemegang saham non-pengendali melalui kegiatan tunneling.

Perbedaan dari struktur kepemilikan adalah pada pengambilan keputusan. Pemegang saham pengendali dapat menggunakan kekuasaan yang dimilikinya untuk mempengaruhi keputusan yang akan diambil yang berpihak pada kepentingan pribadi lain di luar perusahaan. Dengan pengendalian dan pengaruh signifikan yang dimiliki, pemegang saham pengendali dapat mengambil kebijakan yang menguntungkan dirinya, termasuk kebijakan kontraktual dengan pihak berelasi (Sari & Puryandani, 2019).

Tunneling incentive merupakan suatu perilaku yang dilakukan pemegang saham mayoritas dengan mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan. Contoh *tunneling incentive* adalah tidak membagikan deviden, menjual aset atau sekuritas dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki dengan harga di bawah harga pasar, dan memilih anggota keluarganya yang tidak memenuhi kualifikasi untuk menduduki posisi penting di perusahaan (Noviastika et al., 2016).

Munculnya masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh lemahnya perlindungan hak-hak pemegang saham minoritas, mendorong pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling yang merugikan pemegang saham minoritas (Rahayu et al., 2020).

2.2.5. Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus dapat diartikan sebagai penghargaan atau pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat prestasi kerja direksi itu sendiri. Prestasi kerja yang dilakukan dapat dinilai dan diukur berdasarkan suatu penilaian yang telah ditentukan perusahaan secara objektif. Mekanisme bonus adalah komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik (Tania & Kurniawan, 2019).

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 subunit, tetapi juga kepada direksi yang bersedia bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara keseluruhan (Refgia et al., 2017).

Mekanisme bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling sering digunakan perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Chalimatussa'diyah, (2020), 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 perekayasa terhadap laporan keuangan perusahaan agar memperoleh bonus yang maksimal.”

2.2.6. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian seberapa besar atau kecilnya perusahaan tersebut. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Dalam penelitian ini akan digunakan total aset untuk mengukur ukuran perusahaan karena nilai aset relatif lebih stabil. Total aset adalah segala sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi masa lalu dan diharapkan akan

memberi manfaat ekonomi bagi perusahaan di masa yang akan datang (Kiswanto & Purwaningsih, 2014).

Ketentuan untuk ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah. Peraturan tersebut menjelaskan 4 (empat) jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran perusahaan tersebut antara lain:

1. Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih $\leq$ Rp 50.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan $\leq$ Rp 300.000.000,-.
2. Perusahaan dengan usaha ukuran kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,- sampai Rp 500.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp 300.000.000,- sampai dengan Rp 2.500.000.000,-.
3. Perusahaan dengan usaha ukuran menengah, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp 500.000.000,- sampai Rp 10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp 2.500.000.000,- sampai dengan Rp 50.000.000.000,-.
4. Perusahaan dengan usaha ukuran besar, yaitu memiliki kekayaan bersih $\geq$ Rp 10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan $\geq$ Rp 50.000.000.000,-.

Menurut Surbakti (2012) dalam Refgia et al. (2017). , mengungkapkan bahwa perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total aset yang kecil. Semakin besar aset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan- keputusan manajemen.

Perusahaan yang lebih besar biasanya terlibat dalam lebih banyak aktivitas bisnis dan transaksi keuangan dari pada perusahaan kecil, sehingga memberikan kesempatan tambahan untuk menghindari pajak perusahaan (Suprianto & Pratiwi, 2017).

2.2.7. *Transfer Pricing*

2.2.7.1. Definisi *Transfer Pricing*

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) mendefinisikan *transfer pricing* sebagai harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional dimana harga transfer ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang cocok bagi grupnya. Mereka dapat menyimpang dari harga pasar wajar karena posisi mereka berada dalam keadaan bebas untuk mengadopsi prinsip apapun yang tetap bagi korporasinya (Tiwa et al., 2017).

Transfer pricing merupakan kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi antar pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa. *Transfer pricing* sendiri sebenarnya adalah istilah yang netral, namun sering kali *transfer pricing* dikonotasikan sebagai praktik penghindaran pajak yang dilakukan para pihak yang dipengaruhi hubungan istimewa (Tania & Kurniawan, 2019).

Peraturan tentang *transfer pricing* diatur dalam Pasal 18 Undang-undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan. Aturan lebih rinci tentang *transfer pricing* termuat dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor 43 Tahun 2010 yang diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor 32 Tahun 2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi Antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Memiliki Hubungan Istimewa. Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, hubungan istimewa adalah pihak yang memiliki peranan dan dapat mempengaruhi pihak lain dalam menentukan suatu keputusan tanpa menghiraukan suatu harga (Sari & Puryandani, 2019)

Pengertian mengenai hubungan istimewa berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 tentang Pengungkapan pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, diberikan definisi sebagai berikut: Pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah pihak-pihak yang dianggap mempunyai hubungan istimewa bila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. 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. Termasuk sebagai pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa adalah : perusahaan dibawah pengendalian satu atau lebih perantara (intermediaries), perusahaan asosiasi (associated company), perorangan yang memiliki hak suara yang berpengaruh, dan anggota keluarga dekat, karyawan kunci, dan perusahaan yang dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang berpengaruh signifikan. Menurut Setiawan (2013) manipulasi harga yang dapat dilakukan dengan *transfer pricing* antara lain manipulasi pada:

1. Harga penjualan;
2. Harga pembelian;
3. Alokasi biaya administrasi dan umum atau pun pada biaya overhead;
4. Pembebanan bunga atas pemberian pinjaman oleh pemegang saham (*shareholder loan*);
5. Pembayaran komisi, lisensi, franchise, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik, dan imbalan atas jasa lainnya;
6. Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa yang lebih rendah dari harga pasar;
7. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang

kurang/tidak mempunyai substansi usaha (seperti: *dummy company, letter box company* atau *re invoicing center*).

2.2.7.2. Tujuan Harga Transfer

Harga transfer multinasional berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum (entitas) atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara. Tujuan yang ingin dicapai dalam harga transfer adalah sebagai berikut (Suandy, 2014) :

1. Memaksimalkan penghasilan global.
2. Mengamankan posisi kompetitif anak/cabang perusahaan dan penetrasi pasar.
3. Mengevaluasi kinerja anak/cabang perusahaan mancanegara.
4. Menghindarkan pengendalian devisa.
5. Mengontrol kredibilitas asosiasi.
6. Mengurangi risiko moneter.
7. Mengatur arus kas anak/cabang perusahaan yang memadai.
8. Membina hubungan baik dengan administrasi setempat.
9. Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk.
10. Mengurangi risiko pengambilalihan oleh pemerintah.

2.2.7.3. Metode Transfer Pricing

(Horngren et al., 2008) menerangkan bahwa secara umum terdapat 6 (enam) metode *transfer pricing*, antara lain:

1. Harga Transfer Berdasarkan Harga Pasar (*Market-Based Transfer Prices*)

Harga transfer yang berdasarkan biaya kurang memuaskan untuk perencanaan bisnis unit usaha, motivasi dan evaluasi kerja. Oleh karena itu, diperkenalkan harga transfer dengan basis harga pasar. Model dari bentuk ini berada pada harga pasar yang berlaku (*current-market place*) dengan harga pasar yang dikurangi diskon (*market-price minus discount*). Bentuk ini dijadikan tolak ukur untuk menilai kemampuan

kinerja manajemen unit usaha karena hal ini menunjukkan kemampuan produk untuk menghasilkan laba serta merangsang unit usaha untuk bekerja secara bersaing. Bentuk ini digunakan apabila pasar perantara cukup bersaing dan saling ketergantungan antar unit usaha. Dengan menggunakan harga pasar dalam pasar yang secara sempurna kompetitif, suatu perusahaan dapat mencapai tujuan congruence, dukungan manajemen, evaluasi kinerja unit usaha, dan otonomi unit usaha.

2. Harga Transfer Berdasarkan Biaya (*Cost-Method Transfer Prices*)

Harga yang berdasarkan pada biaya produksinya. Biaya yang digunakan dalam harga transfer berdasarkan biaya dapat merupakan biaya aktual (*actual cost*) atau biaya yang dianggarkan (*budget cost*). Transfer berdasarkan biaya merupakan suatu mark-up atau profit margin yang menggambarkan tingkat pengembalian investasi suatu unit usaha: biaya variabel aktual (*actual variable costs*), biaya tetap standar (*standard variable fixed*), biaya tetap aktual (*actual fixed costs*), biaya total standar (*standard full costs*), biaya rata-rata (*average costs*), biaya total ditambah laba (*full costs plus mark-up*). Penentuan harga transfer berdasarkan biaya dalam konsep ini sederhana dan menghemat sumber daya karena informasi biaya tersedia pada setiap tingkat aktivitas.

3. Harga Transfer Berdasarkan Negosiasi (*Negotiated Transfer Prices*)

Pemberian tingkat otoritas dan pengendalian laba per divisi secara memadai menghendaki kemungkinan penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa kedua unit usaha mempunyai posisi tawar-menawar yang sama, namun penentuan harga transfer yang demikian akan memakan waktu, mengulang pemeriksaan serta revisi harga transfer.

4. Harga Transfer Berdasarkan Biaya Total (*Full Cost Based Transfer Prices*)

Dalam praktiknya, beberapa perusahaan menggunakan harga transfer berdasarkan full cost. Untuk menaksir suatu harga mendekati harga pasarnya, harga transfer berdasarkan biaya terkadang dibuat pada

full cost ditambah dengan suatu margin. Harga transfer ini terkadang dapat mengarahkan pada keputusan unit usaha.

5. Harga Transfer Arbitrase (*Arbitrary Transfer Prices*)

Dalam pendekatan ini, harga transfer ditentukan berdasarkan interaksi kedua unit usaha pada tingkat yang dianggap terbaik bagi kepentingan perusahaan.

6. Harga Transfer Ganda (*Double Transfer Prices*)

Harga transfer ini digunakan untuk memenuhi disparitas responsibilitas dari unit perusahaan.

2.2.7.4. Metode Penentuan Harga Pasar Wajar (*Arm's Length Price*)

Menurut *arm's length standard*, harga-harga transfer seharusnya ditetapkan supaya dapat mencerminkan harga yang akan disusun oleh pihak-pihak yang tidak terkait yang bertindak secara bebas. *Arm's length standard* yang paling banyak diterapkan adalah sebagai berikut (Suandy, 2014) :

1. *Comparable Uncontrolled Pricing Method*

Metode ini mengevaluasi kewajaran harga transfer dengan mengacu pada tingkat harga yang terjadi antara unit yang independen atau antara perusahaan multinasional dengan unit yang independen. Secara teoritis, metode ini termasuk yang paling baik, namun dalam pelaksanaannya terdapat beberapa kendala, misalnya perbedaan kuantitas, kualitas, kondisi, waktu penjualan, merek dagang, pangsa pasar, dan geografis pasar.

2. *Resale Pricing Method*

Metode ini diterapkan untuk produk yang ditransfer ke anggota grup lainnya untuk dijual kembali. Kewajaran harga transfer didekati dengan pengurangan harga penjualan kepada pihak independen dengan suatu mark-up yang wajar (sebanyak laba dan biaya si penjual). Kesulitan terjadi dalam menentukan mark-up.

3. *Cost Plus Pricing Method*

Metode ini mendekati kewajiban harga transfer dengan menambahkan mark up yang wajar pada harga pokok pihak yang mentransfer. Pendekatan ini umumnya dipakai dalam hal penyerahan barang setengah jadi (*semifinished product*) atau salah satu anggota grup sebagai subkontraktor dari yang lainnya.

4. *Other Method*

Dalam keadaan tertentu, kombinasi ketiga metode di atas perlu diterapkan, atau mungkin metode lain, misalnya alokasi laba yang diperoleh grup perusahaan dalam transaksi tertentu, kalkulasi tingkat keuntungan yang pantas pada investasi Wajib Pajak.

2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.3.1. Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan multinasional telah memanfaatkan *transfer pricing* sebagai upaya perencanaan pajak perusahaan untuk menghindari pajak dengan cara meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung perusahaan. *Transfer pricing* biasanya dilakukan dengan cara memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup/rekanan atau antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa dan mentransfer laba yang diperoleh kepada rekanan perusahaan yang berkedudukan di luar negeri yang menerapkan tarif pajak yang rendah.

Besar kecilnya beban pajak yang harus dibayarkan merupakan salah satu faktor yang dapat memicu tindakan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan. Dalam pandangan pajak atau fiskal, *transfer pricing* sangat berpotensi menyebabkan risiko berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*) (Mulyani et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Tiwa et al., 2017) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerapan *transfer*

pricing pada perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel dan mendukung hipotesis yang telah diajukan. Dapat dibenarkan bahwa penerapan *transfer pricing* masih menjadi sarana penghindaran pajak oleh perusahaan multinasional dan menempatkan tarif pajak efektif sebagai tolak ukurnya. Dengan kata lain, semakin besar jumlah beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan kepada negara maka perusahaan-perusahaan multinasional yang berorientasikan pada laba usaha semakin terpicu untuk melakukan berbagai kiat dalam rangka meminimalisir jumlah beban pajak yang harus dibayar yang salah satunya dengan menerapkan *transfer pricing*. Hasil penelitian ini juga menjadi sebuah pertanda bahwa prinsip kewajaran (*arm's length price*) yang seharusnya menjadi pengontrol dalam aktivitas *transfer pricing* masih belum bisa dimanfaatkan secara maksimal.

Penelitian yang dilakukan oleh Refgia et al. (2017) menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Dimana salah satu cara untuk melakukan perencanaan pajak tersebut yaitu dengan cara *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar.

Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Puryandani (2019) mengungkapkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, dikarenakan beban pajak yang semakin tinggi memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan mereka dapat menekan beban tersebut. Karena perusahaan mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga guna meminimalkan beban pajak yang ditanggung tersebut dan memaksimalkan laba yang akan diterima oleh perusahaan, maka dari itu perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis pertama pada penelitian ini adalah:

H₁ : Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*

2.3.2. Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Tunneling incentive terjadi akibat lemahnya perlindungan hukum bagi pemegang saham minoritas, yang nantinya akan menyebabkan kerugian bagi pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* merupakan tindakan memindahkan harta atau aset dan keuntungan perusahaan oleh manajemen atau pemegang saham mayoritas dan membebankan biaya kepada pemegang saham minoritas. Secara sederhana dapat dibayangkan ketika seorang pemegang saham dengan kepemilikan yang besar dan juga dengan modal yang besar tentunya menginginkan deviden yang besar pula. Namun ketika deviden juga harus dibagikan kepada pemegang saham minoritas, maka pemegang saham mayoritas lebih memilih untuk melakukan *transfer pricing* dengan cara mentransfer aset demi untuk memuaskan kepentingan pribadi dibandingkan harus membagikan deviden kepada pemegang saham minoritas. Oleh karena itu jika suatu pemegang saham memiliki status kepemilikan yang besar maka semakin besar kepemilikan saham akan semakin memicu terjadinya *transfer pricing* (Istiqomah & Fanani, 2019).

Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak atau satu kepentingan akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada dibawah kendalinya. Pemegang saham non pengendali mempercayakan pemegang saham pengendali untuk mengawasi manajemen karena pemegang saham pengendali memiliki posisi yang lebih baik dan memiliki akses informasi yang lebih baik. Hal ini menyebabkan pemegang saham pengendali dapat menyalahgunakan hak kendalinya untuk kesejahteraan sendiri dengan cara *transfer pricing* (Tania & Kurniawan, 2019)

Semakin tinggi hak kendali yang dimiliki pemegang saham pengendali, termasuk pemegang saham pengendali asing, memungkinkan pemegang saham pengendali untuk memerintahkan manajemen melakukan transaksi pihak berelasi yang bersifat merugikan pemegang saham non pengendali dan bertujuan untuk menguntungkan dirinya. Ekspropriasi yang dilakukan oleh pemegang saham pengendali asing akan menurunkan nilai perusahaan

sehingga merugikan pemegang saham non pengendali (Herawaty & Anne, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Saraswati & Sujana (2017) menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*, dimana entitas dengan kepemilikan yang hanya dikuasai oleh beberapa pihak dimana pihak yang menguasai entitas ini cenderung bertindak yang hanya menguntungkan bagi dirinya sendiri. Hal ini dapat dilakukan dengan *tunneling* dengan melakukan transaksi *transfer pricing* untuk meningkatkan manfaat privat yang diperoleh pemegang saham pengendali tetapi pemegang saham minoritas juga ikut menanggung beban dari transaksi ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Andayani & Sulistyawati (2020) menyatakan bahwa *tunelling* perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *transfer pricing* dengan arah positif. Perusahaan yang memiliki *tunelling* yang lebih besar menunjukkan bahwa perusahaan dikendalikan oleh pemegang saham asing yang lebih besar. Kondisi demikian menjadikan bahwa kebijakan perusahaan tidak lepas dari negara asal pemegang saham pengendali tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan *tunelling* yang besar akan cenderung melakukan *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Tania & Kurniawan (2019) mengungkapkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Tania & Kurniawan (2019) menyatakan para pemilik saham mayoritas akan melakukan cara-cara yang dapat menghasilkan laba yang tinggi dan mengorbankan hak-hak pemegang saham minoritas, salah satu caranya adalah dengan *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

H₂: *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan
transfer pricing

2.3.3. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Bonus merupakan penghargaan yang diberikan kepada direksi perusahaan. Dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola perusahaannya. Kompensai (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. Terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Jadi dapat disimpulkan bahwa manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih dengan cara melakukan praktik *transfer pricing* agar dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima (Andayani & Sulistyawati, 2020).

Mengingat bahwa pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba, maka adalah logis jika direksi berusaha melakukan tindakan mengatur dan memanipulasi laba demi memaksimalkan bonus dan remunerasi yang mereka terima. Apabila komite pengawas tidak menyesuaikan dengan metode akuntansi yang dipilih, maka manajer leluasa memilih metode akuntansi yang dapat memaksimalkan laba yang dilaporkan dengan melakukan praktek *transfer pricing* (Saraswati & Sujana, 2017). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Namun, sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing*, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit (Hartati et al., 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Herawaty & Anne (2019) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap pergeseran laba dalam praktik *transfer pricing*. Ini berarti para direksi akan memaksimalkan laba perusahaan secara keseluruhan dengan melakukan praktik *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus. Penelitian ini sejalan dengan penelitian

Istiqomah & Fanani (2019) yang menyatakan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

H₃: Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*

2.3.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lebih lama (Kiswanto & Purwaningsih, 2014). Perusahaan-perusahaan besar yang memiliki keuntungan besar cenderung akan terlibat dalam transaksi untuk menghindarkan pajak. Di beberapa kasus perusahaan besar cenderung memiliki masalah pembayaran pajak yang tinggi, oleh sebab itu beberapa perusahaan melakukan berbagai cara agar pembayaran pajak menjadi rendah, yaitu dapat dilakukan dengan *transfer pricing* (Richardson et al., 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh Richardson, et al (2013) dan Nurjanah et al. (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis kedua pada penelitian ini adalah:

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*

2.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan pada kajian teori dan hasil riset terdahulu, maka pada bagian ini akan dibahas mengenai bagaimana kerangka pemikiran teoritis yang melandasi penelitian ini. Maka penulis membuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian

