

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ratna, Sri dan Edi (2018) dengan judul penelitian pengaruh pajak, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016, menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan pergeseran pendapatan dari negara-negara dengan pajak tinggi ke negara dengan pajak rendah. Kepemilikan asing juga berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut mengindikasikan bahwa semakin besar presentase kepemilikan asing dalam suatu perusahaan maka perusahaan tersebut semakin besar melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan perusahaan yang terdapat kepemilikan asing didalamnya memiliki kepedulian yang lebih tinggi terhadap reputasi perusahaan. Ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* berpengaruh negatif.

Penelitian Zerni (2016) mengenai pengaruh pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2016. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* karena perusahaan dapat melakukan cara lain untuk meminimalkan beban pajak perusahaan, contohnya dengan menggunakan perencanaan pajak. Variabel mekanisme bonus menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* karena dalam memberikan bonus kepada direksi, pemilik perusahaan tentu akan melihat kinerja para direksi dalam mengelola suatu perusahaannya. Dalam hal ini pemilik perusahaan akan melihat laba perusahaan yang dihasilkan secara keseluruhan sebagai penilaian untuk kinerja para direksinya. Kemudian, variabel kepemilikan asing menunjukkan tidak mempengaruhi perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* karena presentasi kepemilikan asing dalam suatu perusahaan bukan suatu

tolak ukur dalam keinginan perusahaan menerapkan *transfer pricing*. Namun, keinginan pemegang saham asing ini untuk meningkatkan kesejahteraan pribadi menjadi tidak relevan karena kepemilikan asing perusahaan sampel tidak dalam bentuk keluarga sedarah, sehingga tindakan tersebut tidak mudah dilakukan karena dalam pengambilan keputusan manajerial memerlukan persetujuan dari direksi. Hasil dari variabel ukuran perusahaan menunjukkan tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, karena semakin besar total aset yang dimiliki perusahaan, maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang relatif lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat, sehingga para direksi maupun manajer perusahaan akan lebih berhati-hati dan lebih transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Perusahaan yang ukurannya lebih kecil dianggap memiliki kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan dan para manajer yang memimpin perusahaan besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan pengelolaan laba, yang salah satunya dengan melakukan *transfer pricing*.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Evan, David dan Victorina (2017), yaitu tentang pengaruh pajak kepemilikan asing terhadap penerapan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2015. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah variabel pajak berpengaruh positif terhadap penerapan *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahaan menjadi tolok ukur keinginan manajemen perusahaan untuk menerapkan *transfer pricing* sebagai suatu upaya dalam menekan jumlah pajak yang harus dibayar dalam rangka memaksimalkan laba yang akan diterima oleh perusahaan. Sedangkan variabel kepemilikan asing tidak berpengaruh positif terhadap penerapan *transfer pricing*. Hal ini menerangkan bahwa persentase kepemilikan asing dalam suatu perusahaan bukan menjadi tolok ukur dalam keinginan perusahaan menerapkan *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti dan Leni (2018), tentang pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016. 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 terhadap keputusan *transfer pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini disebabkan karena berdasarkan hasil penelitian ini, nilai indeks *trend* laba bersih yang tinggi malah menunjukkan dari setiap laba ditahun sebelumnya dan pada penelitian yang dilakukan indeks *trend* laba bersih cenderung stabil. Dengan nilai yang stabil ini menunjukkan perusahaan kurang tertarik dalam memanipulasi laba (*earnings management*) dan *transfer pricing* untuk mamaksimalkan bonus.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Ratna dan Raden (2018), yang meneliti tentang *tax minimization* sebagai pemoderasi hubungan antara *tunneling incentive*, *bonus mechanism* dan *debt covenant* dengan *transfer pricing*. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. *Bonus mechanism* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Kemudian *debt covenant* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Lalu, *tax mimization* tidak memoderasi secara signifikan pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional dan *tax minimization* tidak memoderasi secara signifikan pengaruh *bonus mechanism* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Selanjutnya hasil penelitian yang terakhir adalah *tax minimization* tidak memoderasi secara signifikan pengaruh *debt covenant* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan multinasional.

Kennethh. J. Klassen, Petro Lisowsky, Devan Mescall (2017). Dengan menggunakan survei para eksekutif pajak dari perusahaan multinasional, medokumentasikan bahwa beberapa perusahaan menetapkan strategi harga transfer mereka untuk meminimalkan pembayaran pajak, tetapi lebih banyak perusahaan fokus pada kepatuhan pajak. Mereka memperkirakan bahwa perusahaan yang berfokus pada meminimalkan pajak memiliki tarif pajak efektif GAAP yang 6,6 poin persentase lebih rendah dan menghasilkan sekitar \$ 43 juta lebih banyak dalam penghematan pajak, rata-rata, dari pada perusahaan yang

berfokus pada kepatuhan pajak. Data Compustat yang tersedia di perusahaan sampel mengkonfirmasi kesimpulan berdasarkan survei. Dari penelitian ini juga menemukan bahwa penghematan pajak terkait penetapan harga transfer lebih besar ketika pendapatan asing yang lebih tinggi, penggunaan *tax haven*, dan kegiatan Litbang dikombinasikan dengan strategi minimalisasi pajak. Akhirnya, perusahaan yang berfokus pada kepatuhan melaporkan cadangan pajak FIN 48 yang lebih rendah daripada perusahaan yang meminimalkan pajak, konsisten dengan kelompok sebelumnya yang menggunakan pengaturan penetapan harga transfer yang kurang pasti. Secara kolektif, penelitian ini memberikan bukti langsung bahwa perusahaan multinasional memiliki prioritas internal yang berbeda untuk penentuan harga transfer, dan bahwa perbedaan ini sangat terkait dengan pajak yang dilaporkan oleh perusahaan-perusahaan ini.

Ronald B. Davies, Julien Martin, Mathieu Parenti, dan Farid Toubal (2018), menganalisis harga transfer perusahaan multinasional dengan menggunakan data perusahaan Prancis pada level *arm-length* dan harga ekspor *intrafirm*, mereka menemukan bahwa sensitivitas harga *intrafirm* ke pajak asing diperkuat setelah mereka mengendalikan penentu harga ke pasar. Penghindaran pajak melalui harga transfer cukup besar secara ekonomi. Sebagian besar kerugian ini didorong oleh ekspor 450 perusahaan ke sepuluh negara bebas pajak.

Penelitian K. Hung dan Agnes (2014) mengenai analisis empiris tentang perubahan fokus audit pajak pada harga transfer internasional. Harga transfer internasional adalah mekanisme manajemen keuangan penting yang memungkinkan perusahaan multinasional untuk menggerakkan dana internasional. Manipulasi yang dilaporkan memicu investigasi dari otoritas pajak. Dengan meningkatnya globalisasi ekonomi dan perubahan dalam lingkungan bisnis, otoritas pajak di banyak negara menyempurnakan penegakan peraturan *transfer pricing* mereka. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa otoritas pajak Cina secara signifikan mengurangi fokus mereka pada audit perusahaan yang sepenuhnya dimiliki asing, dan ditempatkan lebih fokus pada perusahaan Multinasional Barat dan perusahaan besar di akhir 2000-an dibandingkan dengan audit pajak pada awal 1990-an. Audit pajak pada akhir 2000-an juga fokus berorientasi pada ekspor dan perusahaan yang merugi.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Hubungan teori keagenan berkaitan dengan *transfer pricing* karena berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu akan cenderung fokus pada kepentingan dirinya sendiri. Keagenan bisa terjadi karena ada pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan akan tetapi saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan ini dapat merugikan pihak *principal* yang tidak terlibat secara langsung dalam mengelola perusahaan sehingga *principal* hanya memiliki akses informasi yang terbatas. Kewenangan dalam mengelola aset perusahaan yang diberikan oleh *principal* kepada agen, dapat membuat agen menjadi mengenyampingkan kepentingan dari pemegang saham dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing* yang tujuannya adalah untuk menurunkan pajak yang harus dibayar. Oleh karena itu, dengan adanya teori agensi ini, diharapkan masalah perbedaan kepentingan antara *principal* dan agen dapat berkurang dan diperlukan adanya pengendalian yang tepat untuk dapat menyamakan perbedaan kepentingan antara *principal* dan agen.

Dalam teori agensi ini masalah antara *principal* dan agen timbul karena adanya informasi yang asimetris. Informasi yang asimetris adalah keadaan dimana informasi yang diberikan kepada *principal* berbeda dengan yang diberikan kepada agen untuk melakukan tindakan yang oportunistik. Tindakan yang oportunistik yaitu tindakan yang tujuannya mementingkan kepentingan diri sendiri. Hal tersebut dikarenakan manajemen perusahaan lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan dengan investor dan kreditor lainnya.

2.2.2. Pajak

Menurut undang – undang No. 16 tahun 2009, pajak adalah kontribusi wajib pajak 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 Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H. pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang yang dapat dipaksakan dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Yang kemudian definisi pajak tersebut disempurnakan menjadi “peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan surplusnya digunakan untuk *public saving* yang merupakan sumber utama untuk membiayai *public investment*”.

Kemudian definisi pajak menurut S.I. Djajadiningrat adalah sebagai suatu kewajiban menyerahkan sebagian dari kekayaan ke kas negara yang disebabkan suatu keadaan, kejadian dan perbuatan yang memberikan kedudukan tertentu, tetapi bukan sebagai hukuman, menurut peraturan yang ditetapkan pemerintah serta dapat dipaksakan, tetapi tidak ada jasa timbal balik dari negara secara langsung, untuk memelihara kesejahteraan secara umum.

Dr. N. J. Feldmann mendefinisikan pajak sebagai prestasi yang dipaksakan sepihak oleh dan terutang kepada penguasa (menurut norma-norma yang ditetapkannya secara umum), tanpa adanya kontra prestasi dan semata-mata digunakan untuk menutup pengeluaran-pengeluaran umum.

Pajak mempunyai peranan yang sangat penting dalam kehidupan bernegara, khususnya di dalam pelaksanaan pembangunan, karena pajak merupakan sumber pendapatan negara untuk membiayai seluruh pengeluaran termasuk pengeluaran pembangunan. Berdasarkan hal tersebut, pajak terdapat dua fungsi, yakni :

a. Fungsi *Budgetair* (Sumber Keuangan Negara)

Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Caranya dengan pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak seperti

Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

b. Fungsi *Regulerend* (Pengatur)

Pajak sebagai fungsi pengatur, maksudnya adalah pajak sebagai alat mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar bidang keuangan. Contoh pajak sebagai fungsi pengatur :

- 1) Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM) dikenakan pada saat terjadi transaksi jual beli barang yang tergolong mewah. Semakin mewah barang, maka tarif pajaknya juga akan semakin tinggi. Sehingga barang tersebut harganya semakin mahal.
- 2) Tarif pajak progresif dikenakan atas penghasilan, dengan tujuan agar pihak yang memperoleh penghasilan tinggi memberikan kontribusi (membayar pajak) yang tinggi juga agar terjadi pemerataan pendapatan
- 3) Tarif pajak ekspor 0%, tujuannya agar para pengusaha terdorong untuk mengekspor hasil produksinya di pasar dunia sehingga memperbesar devisa negara.
- 4) Pajak penghasilan dikenakan atas penyerahan barang hasil industri tertentu seperti industri semen, kertas, baja, dan lain-lain. Tujuannya agar terdapat penekanan produksi terhadap industri tersebut karena dapat mengganggu lingkungan atau populasi yang membahayakan kesehatan.
- 5) Pengenaan 1% bersifat final untuk kegiatan usaha dan batasan peredaran usaha tertentu. Tujuannya untuk penyederhanaan perhitungan pajak.
- 6) Pemberlakuan *tax holiday*. Tujuannya untuk menarik investor asing agar menanamkan modalnya di Indonesia.

Peraturan pajak berkaitan dengan transaksi dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa :

- a) *transfer pricing* yang dilakukan oleh wajib pajak sesuai dengan prinsip kewajaran (*arm's length principle*)
- b) metodologi *transfer pricing* yang digunakan oleh wajib pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku dan praktik usaha yang lazim yang tidak dipengaruhi hubungan istimewa
- c) wajib pajak yang bersangkutan dan perusahaan afiliasinya telah membayar pajak sesuai dengan proporsi fungsinya dalam transaksi
- d) mendokumentasikan penerapan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha, dalam penentuan harga transaksinya. Untuk itu wajib pajak yang melakukan transaksi afiliasi wajib menyiapkan dokumentasi yang memadai untuk membuktikan bahwa *transfer pricing* yang dilakukan telah sesuai dengan *arm's length principle* (membuat *transfer pricing documentation*).

2.2.3. Pajak Penghasilan

Menurut Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 pasal 1 tentang Pajak Penghasilan, menyebutkan bahwa pajak penghasilan adalah pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam suatu tahun pajak. Subjek pajak yang menerima atau memperoleh penghasilan, dalam Undang-undang PPh disebut dengan wajib pajak. Wajib pajak dikenai pajak atas penghasilan yang diterima atau diperoleh selama satu tahun pajak atau dapat pula dikenai pajak untuk penghasilan dalam bagian tahun pajaka apabila kewajiban pajak subjektifnya dimulai atau berakhir dalam tahun pajak (Mardiasmo, 2011)

Menurut Undang-Undang No. 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 angka 3, badan adalah sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya, BUMN atau BUMD dengan nama dan

dalam bentuk apapun seperti firma, kongsi koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi massa, organisasi sosial politik atau organisasi lainnya, lembaga betuk badan lainnya termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap.

2.2.4. Jenis - Jenis pajak

Siti Resmi (2017) mengelompokkan jenis-jenis pajak sebagai berikut:

1. Menurut Golongan, Pajak dikelompokkan menjadi dua, yaitu :

a. Pajak Langsung

Adalah pajak yang harus dipikul atau ditanggung sendiri oleh Wajib Pajak dan tidak dapat dilimpahkan atau dibebankan kepada orang lain atau pihak lain. Contohnya yaitu Pajak Penghasilan (PPh).

b. Pajak Tidak Langsung

Adalah pajak yang pada akhirnya dapat dibebankan atau dilimpahkan kepada orang lain atau pihak ketiga. Contohnya yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN).

2. Menurut Sifat

a. Pajak Subjektif, yaitu pajak yang saat pengenaannya memperhatikan keadaan pribadi Wajib Pajak atau pengenaan pajak yang memperhatikan keadaan subjeknya. Contohnya yaitu Pajak Penghasilan (PPh).

b. Pajak Objektif, yaitu pajak yang penanganannya memperhatikan objeknya baik berupa benda, keadaan, perbuatan atau peristiwa yang mengakibatkan timbulnya untuk kewajiban membayar pajak, tanpa memperhatikan keadaan pribadi Subjek Pajak (Wajib Pajak) maupun tempat tinggal. Contohnya yaitu Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

3. Menurut Lembaga Pemungut

- a. Pajak Negara, yaitu pajak yang dipungut oleh pemerintah pusat dan digunakan untuk membiayai rumah tangga negara pada umumnya. Contohnya PPh, PPN dan PPnBM.
- b. Pajak Daerah, yaitu pajak yang dipungut oleh Pemerintah Daerah baik daerah tingkat I maupun daerah tingkat II dan digunakan untuk membiayai rumah tangga daerah masing-masing. Contohnya adalah Pajak Kendaraan Bermotor, Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor, dan lain-lain.

2.2.5. Tata Cara Pemungutan Pajak, Asas Pemungutan Pajak dan Sistem Pemugutan Pajak

1. Tata cara pemungutan pajak Siti Resmi (2017 : 8) dibagi menjadi tiga, yaitu stelsel pajak, asas pemungutan pajak, dan sistem pemungutan pajak. Pemungutan pajak dapat dilakukan dengan tiga stelsel, diantaranya :

- a. Stelsel Nyata (Riil)

Stelsel ini menyatakan bahwa pengenaan pajak didasarkan pada objek yang sesungguhnya terjadi (untuk PPh maka objeknya adalah penghasilan)

- b. Stelsel Anggapan (fiktif)

Stelsel ini menyatakan bahwa pengenaan pajak didasarkan pada suatu anggapan yang diatur oleh Undang-undang.

- c. Stelsel Campuran

Stelsel ini menyatakan bahwa pengenaan pajak didasarkan pada kombinasi antara stelsel nyata dan stelsel anggapan.

2. Asas pemungutan pajak dibagi menjadi tiga, yaitu :

- a. Asas Domisili (Asas Tempat Tinggal)

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas seluruh penghasilan Wajib Pajak yang bertempat tinggal

diwilayahnya, baik penghasilan yang berasal dari dalam maupun luar negeri.

b. Asas Sumber

Asas ini menyatakan bahwa negara berhak mengenakan pajak atas penghasilan yang bersumber di wilayahnya tanpa memperhatikan tempat tinggal Wajib Pajak.

c. Asas Kebangsaan

Asas ini menyatakan bahwa pengenaan pajak dihubungkan dengan kebangsaan suatu Negara

3. Sistem Pemungutan Pajak

Sistem pemungutan pajak dibagi menjadi tiga diantaranya *Official Assessment System*, *Self Assessment System* dan *With Holding System*

a. *Official Assessment System*

Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi kewenangan aparatur perpajakan untuk menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku dan memungut pajak sepenuhnya berada ditangan para aparatur perpajakan. Dengan demikian, berhasil atau tidaknya pelaksanaan pemungutan pajak banyak tergantung pada aparatur perpajakan (peranan dominan ada pada aparatur perpajakan)

b. *Self Assessment System*

Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang Wajib Pajak dalam menentukan sendiri jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

c. *With Holding system*

Yaitu sistem pemungutan pajak yang memberi wewenang kepada pihak ketiga yang ditunjuk untuk menentukan besarnya pajak yang terutang oleh Wajib Pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku.

2.2.6. Kepemilikan Asing

Definisi Kepemilikan asing menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 pasal 1 angka 6 adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing dan pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah Republik Indonesia.

Isu Penanaman Modal Asing (PMA) dewasa ini semakin ramai dibicarakan. Hal ini mengingat, bahwa untuk kelangsungan pembangunan nasional dibutuhkan banyak dana. Dana yang dibutuhkan untuk investasi tidak mungkin dicukupi dari pemerintah dan swasta nasional. Keadaan ini yang makin mendorong untuk mengupayakan semaksimal mungkin menarik penanaman modal asing ke Indonesia. Pengertian Penanaman Modal Asing dalam UU Nomor 25 tahun 2007 pasal 1 ayat 3 yaitu kegiatan menanam modal untuk melakukan usaha di wilayah negara Republik Indonesia yang dilakukan oleh penanam modal asing, baik yang menggunakan modal asing sepenuhnya maupun yang hanya berpatungan dengan penanam modal dalam negeri. Dengan adanya penanaman modal asing tersebut maka akan timbul kepemilikan asing.

Kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di Indonesia. Kepemilikan asing dapat diukur sesuai dengan proporsi saham biasa yang dimiliki oleh asing. Para pemegang saham memiliki beberapa hak yang hanya terdapat pada kepemilikan saham biasa, diantaranya adalah (Ross, Westerfield, dan Jordan, 2008) :

- a) hak suara dalam pemilihan langsung dewan direksi perusahaan. Jenis *voting* yang dapat dilakukan oleh pemegang saham ada dua jenis yaitu *cumulative voting* dan *straight voting*. *Cumulative voting*

adalah prosedur dimana pemegang saham dapat menggunakan seluruh hak *voting*-nya untuk memilih hanya satu calon anggota dewan direksi perusahaan. *Straight voting* adalah prosedur dimana pemegang saham menggunakan seluruh hak *voting* yang untuk masing-masing calon dewan direksi perusahaan. Perbedaan efek kedua jenis *voting* tersebut adalah pada pemegang saham minoritas. *Cumulative voting* memperjelas peran pemilik saham minoritas, sedangkan *straight voting* justru mengaburkan peran tersebut.

- b) hak *proxy voting* dimana pemegang saham dapat memberikan hak suaranya kepada pihak tertentu di dalam sebuah rapat pemegang saham. *Proxy* sering terjadi pada pengambilan suara di dalam perusahaan-perusahaan besar yang memiliki jutaan lembar saham yang beredar.
- c) hak mendapatkan dividen apabila perusahaan memutuskan untuk membagi dividen pada periode tertentu.
- d) hak ambil bagian dalam likuidasi aset perusahaan setelah perusahaan memenuhi kewajibannya kepada pemegang obligasi.
- e) hak suara dalam rapat pemegang saham luar biasa yang menentukan masa perusahaan, misalnya *merger*, akuisisi, dan lain-lain.
- f) hak memiliki saham yang baru diterbitkan oleh perusahaan. Hak ini disebut sebagai *preemptive right*.

Entitas asing yang memiliki saham sebesar 20% atau lebih dianggap memiliki pengaruh signifikan dalam mengendalikan perusahaan dapat disebut sebagai pemegang saham pengendali asing. Pemegang saham pengendali asing ini akan memungkinkan untuk memerintahkan manajemen untuk melakukan apa yang ia inginkan yang dapat menguntungkan mereka.

Kepemilikan asing merupakan proporsi kepemilikan saham perusahaan yang dimiliki oleh perorangan, badan hukum, pemerintah serta bagian-bagiannya yang berstatus luar negeri atau perorangan, badan hukum, pemerintah yang bukan berasal dari Indonesia melalui pembelian langsung pada perusahaan maupun melalui Bursa Efek. Kepemilikan asing juga dapat

menjadi salah satu pendukung mekanisme, di mana perusahaan dengan kepemilikan asing ini akan meningkatkan persaingan pasar di Indonesia. Peningkatan persaingan ini memaksa perusahaan untuk selalu melakukan peningkatan teknologi dan perbaikan di dalam sehingga terdapat keselarasan antara kepentingan manajer, investor, dan *stakeholders* lainnya. Kepemilikan asing didalam sebuah perusahaan baik institusi maupun individual dianggap sebagai suatu hal yang penting. Hal ini dikarenakan pembelian saham oleh pihak asing mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan pendapatan yang stabil sehingga menjadi tolok ukur bagi investor lain untuk ikut berinvestasi (Rakhmardi, 2011).

Kelebihan lain dari adanya kepemilikan asing adalah mereka dapat mempengaruhi keputusan manajemen perusahaan termasuk dalam penentuan harga saham perusahaan, sehingga harga saham perusahaan tersebut akan mengalami peningkatan begitu pula dengan tingkat pengembalian yang diterima.

2.2.7. Ukuran Perusahaan

Secara umum, ukuran dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar maupun kecilnya usaha dari suatu perusahaan atau organisasi (Sholichah, 2015). Ukuran perusahaan dibagi menjadi 3 yaitu : perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Maka pengertian ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aset, nilai pasar saham dan lain-lain (Prasetyorini, 2013). Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah bagi perusahaan dalam mendapatkan sumber pendanaan baik bersifat internal maupun eksternal.

Ketentuan perusahaan diatur dalam UU RI No. 20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah. Peraturan tersebut menjelaskan empat jenis ukuran perusahaan yang dapat dinilai dari jumlah penjualan dan

aset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran perusahaan tersebut antara lain :

- a) Perusahaan dengan usaha ukuran mikro, yaitu memiliki kekayaan bersih $\leq$ Rp 50.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) dan memiliki jumlah penjualan $\leq$ Rp 300.000.000,00.
- b) Perusahaan dengan usaha ukuran kecil, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp 50.000.000,00 sampai Rp 500.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp 300.000.000,00 sampai dengan Rp 2.500.000.000,00.
- c) Perusahaan dengan usaha ukuran menengah, yaitu memiliki kekayaan bersih Rp 500.000.000,00 sampai Rp 10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan Rp 2.500.000.000,00 sampai dengan Rp 50.000.000.000,00.
- d) Perusahaan dengan usaha ukuran besar, yaitu memiliki kekayaan bersih $\geq$ Rp 10.000.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan $\geq$ Rp 50.000.000.000,00.

2.2.8. *Transfer Pricing*

a. Definisi

Berdasarkan 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).

Budi dalam Hadi Setiawan (2014), *transfer pricing* merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi barang, jasa, harta tak berwujud maupun transaksi *financial* yang dilakukan perusahaan. *Transfer pricing* memiliki dua kelompok transaksi, yang pertama *intra-company transfer pricing* yaitu *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Kedua *inter-company transfer pricing* yaitu *transfer pricing* antar dua perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Transaksi tersebut

dapat dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*) atau dengan negara-negara yang berbeda (*international transfer pricing*).

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 (Revisi 2012), 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. Menurut Suryana (2012) tujuan dilakukannya *transfer pricing*, pertama untuk mengakali jumlah laba sehingga pembayaran pajak dan pembagian dividen menjadi rendah. Kedua, menggelembungkan keuntungan untuk memanipulasi (*window-dressing*) laporan keuangan.

b. Metode *Transfer Pricing* dan Penentuan Nilai Pasar Wajar

Horngren, Datar, dan Foster (2010) menjelaskan bahwa secara umum ada 6 (enam) metode yang paling sering digunakan oleh perusahaan, antara lain:

1) 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 price*) dengan harga pasar dikurangi diskon (*market-price minus discount*). Bentuk ini dijadikan tolok 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 dipakai apabila pasar perantara cukup bersaing dan saling ketergantungan antar unit usaha. Transfer barang atau jasa pada harga pasar secara umum akan mengarah pada keputusan optimal apabila kondisi berikut ini dipenuhi : a) harga untuk *intermediate product* secara sempurna kompetitif, b) independensi antara sub unit adalah minimal, c) tidak ada tambahan biaya atau manfaat untuk perusahaan secara keseluruhan dari membeli atau menjual harga pasar terbuka dibandingkan transaksi secara internal, d) suatu pasar yang secara sempurna, kompetitif ada pada saat terdapat suatu barang yang sama dengan harga beli sama dengan harga jual dan tidak ada pembeli individual atau penjual dapat mempengaruhi harga-harga tersebut. 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) Berdasarkan Biaya (*Cost-based Transfer Prices*) adalah harga yang didasarkan pada biaya produksinya. Biaya yang digunakan dalam harga transfer berdasarkan biaya dapat merupakan biaya aktual (*actual cost*) atau biaya yang dianggarkan (*budget*). Transfer berdasarkan biaya termasuk suatu *mark-up* atau *profit margin* yang menggambarkan tingkat pengembalian investasi suatu unit usaha: a) biaya variabel aktual (*actual variable costs*), b) biaya tetap standar (*standart variable fixed*), c) biaya tetap aktual (*actual fixed costs*), d) biaya total standar (*standard full costs*), e) biaya rata-rata(*average costs*), dan f) 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 tingkat aktivitas.

- 3) Berdasarkan Negosiasi (*Negotiated Transfer Prices*)
Pemberian tingkat otoritas dan pengendalian laba per divisi secara memadai menghendaki kemungkinan penentuan *transfer pricing* berdasarkan negosiasi. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa kedua unit usaha mempunyai posisi tawar-menawar yang sama, namun boleh jadi *transfer pricing* yang demikian akan memakan waktu negosiasi, mengulang pemeriksaan serta revisi *transfer pricing*.
- 4) Berdasarkan Biaya Total (*Full Cost Bases Transfer Prices*)
Dalam praktiknya, beberapa perusahaan menggunakan *transfer pricing* berdasarkan *full costs*. Untuk menaksir suatu harga mendekati harga pasarnya, *transfer pricing* berdasarkan biaya kadang-kadang dibuat pada *full costs plus* suatu margin. *Transfer pricing* ini kadang-kadang dapat mengarahkan pada keputusan unit usaha.
- 5) Harga Transfer Arbitrase (*Arbitrary Transfer Prices*) Dalam pendekatan ini, *transfer pricing* ditentukan berdasarkan interaksi kedua unit usaha dan pada tingkat yang dianggap terbaik bagi kepentingan perusahaan.
- 6) Harga Transfer Ganda (*Double Transfer Prices*) *Transfer pricing* ini digunakan untuk memenuhi disparitas tanggung jawab dari unit usaha perusahaan. *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) atau Organisasi untuk Kerjasama dan Pembangunan Ekonomi merupakan sebuah organisasi internasional dengan tiga puluh negara yang menerima prinsip demokrasi perwakilan dan ekonomi pasar bebas yang dibentuk pada tahun 1960. Bidang yang menangani perpajakan dalam OECD dilaksanakan oleh *Committee on Fiscal Affairs* (CFA). Terkait *transfer pricing*,

CFA melalui sub grupnya yaitu Working Party No. 6 telah menerbitkan *OECD Transfer Pricing Guidelines* (selanjutnya disebut dengan *OECD Guidelines*) sebagai panduan bagi perusahaan multinasional dan otoritas pajak dalam masalah *transfer pricing*. Dengan demikian, *OECD Guidelines* ini dibuat dengan maksud untuk membantu (a) otoritas pajak (tidak hanya terhadap negara-negara anggota saja, tetapi juga negara-negara yang bukan anggota OECD) maupun (b) perusahaan multinasional dalam memberikan panduan tentang cara penyelesaian perselisihan *transfer pricing* yang saling menguntungkan antara masing-masing otoritas pajak, dan antara otoritas pajak dengan perusahaan multinasional. Dalam menentukan harga pasar wajar (*Arm's Length*) ada beberapa metode yang dapat digunakan yang tujuan untuk memastikan bahwa transaksi yang terjadi antara perusahaan-perusahaan yang memiliki hubungan istimewa sudah memenuhi harga pasar wajar secara konsisten. Menurut *OECD Guidelines*, metode tersebut terbagi dalam 2 (dua) kelompok, yaitu:

a) Pendekatan Tradisional

- i. *Comparable uncontrolled price method* (CUP) atau Metode Harga Pasar Sebanding, pada pendekatan ini, harga transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dibandingkan dengan harga wajar transaksi serupa yang terjadi antara pihak-pihak yang sama sekali tidak berhubungan (berada pada kondisi wajar atau *arm's length*).
- ii. *Resale price method* (RPM) atau Metode Harga Jual Minus, pada *resale price method*, pedomannya adalah *gross margin* yang diperoleh untuk transaksi serupa pada kondisi *arm's length*. Harga koreksian dihitung

dari harga jual kembali produk itu dikurangi dengan *gross margin* tadi.

- iii. *Cost plus method* (CPM) atau metode harga pokok plus, metode ini sama dengan *resale price method*, yaitu menggunakan *gross margin* sebagai pedoman. Namun yang menjadi dasar perhitungan adalah total biaya yang dikeluarkan untuk membuat suatu produk.

b) Pendekatan Transaksional

- i. *Profit Split Method* (PSM) atau metode Pembagian Laba, metode ini dipergunakan ketika tidak terdapat data yang dapat di perbandingkan. Dalam pendekatan metode *profit split* ini, laba dari transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan yan dapat diketahui dengan cara melakukan analisis fungsi atas kegiatan usaha yang dilakukannya.
- ii. *Transactional Net Margin Method* (TNMM) atau Metode Laba Bersih Transaksi, pada pendekatan TNMM, laba bersih transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dibandingkan dengan satu dasar tertentu, misalnya jumlah aset, biaya, atau total penjualan. Hasilnya kemudian disandingkan dengan angka serupa tetapi yang diperoleh dari harga dengan pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

2.3. Hubungan Antar Variabel Penelitian

2.3.1. Hubungan Pajak Dengan *Transfer Pricing*

Menurut Rusli (2017), *transfer pricing* merupakan suatu harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota divisi disuatu perusahaan multinasional. Harga transfer yang ditentukan ini cocok oleh anggota antar divisi, namun dapat menyimpang dari harga wajar

pasar karena dalam praktiknya *transfer pricing* yang kebanyakan digunakan oleh perusahaan-perusahaan multinasional yang memiliki tujuan untuk menghindari pembayaran pajak yang besar dengan meminimalkan pajaknya serta menjadikan beberapa negara dalam penerimaan pajaknya mengalami kerugian.

2.3.2. Hubungan Kepemilikan Asing Dengan *Transfer Pricing*

Thesa (2017) menyatakan, kepemilikan perusahaan-perusahaan di Asia khususnya di Indonesia menggunakan struktur kepemilikan yang terkonsentrasi yaitu pemegang saham pengendali memiliki posisi yang lebih baik karena pemegang saham pengendali dapat mengawasi dan mewakili akses informasi yang lebih baik dibanding pemegang saham non pengendali. Sehingga pemegang saham pengendali menurut PSAK No.15 entitas yang memiliki saham 20% atau lebih baik secara langsung maupun tidak langsung. Pemegang saham pengendali dapat dimiliki oleh seseorang secara individu, pemerintah maupun asing.

2.3.3. Hubungan Ukuran Perusahaan Dengan *Transfer Pricing*

Menurut Kiswanto (2014) suatu perusahaan bisa saja dikatakan sebagai perusahaan besar, jika aset yang dimiliki juga besar. Sebaliknya, jika perusahaan tersebut dikatakan kecil, maka aset yang dimilikinya sedikit. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan aset yang kecil.

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Julaikeh (2014) dalam melakukan *transfer pricing* perusahaan multinasional cenderung mengalihkan kewajiban pajaknya dari negara-negara yang bertarif pajak besar (*high tax countries*) ke negara-negara yang bertarif pajak rendah (*low tax countries*) dengan cara meminimalkan harga jual antara perusahaan dalam satu grup karena belut ada alat yang tersedia untuk memperkuat hasil pemeriksaan *transfer pricing*, sehingga para tenaga ahli belum bisa mematahkan para wajib pajak dipengadilan sehingga banyak dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional.

Penelitian Hapsoro (2015) juga menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Beban pajak yang semakin besar menimbulkan perusahaan untuk melakukan tindakan *transfer pricing* dengan harapan dapat mengecilkan pajak. Karena dalam praktik kegiatan bisnis, hampir kebanyakan pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban bukan sebagai kewajiban sehingga akan selalu berusaha untuk meminimalkan beban pajak guna mendapatkan laba tinggi.

H₁ : Pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.4.2. Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*

Penelitian yang dilakukan oleh Ratna, Sri dan Edi (2018) menunjukkan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut mengungkapkan bahwa semakin besar persentase kepemilikan asing dalam suatu perusahaan maka perusahaan tersebut akan semakin besar melakukan *transfer pricing*. Hal ini juga dikarenakan perusahaan yang terdapat kepemilikan asing didalamnya memiliki kepedulian yang lebih tinggi terhadap nama baik perusahaan. Sehingga, perusahaan yang terdapat kepemilikan asing didalamnya lebih memilih untuk melakukan penekanan pada

tindakan pajak agresif karena salah satu kerugian dari tindakan ini adalah kualitas perusahaan akan menjadi jelek jika ditemukan dan diketahui pada saat di audit oleh para pemeriksa pajak dan deviden pemilik saham menjadi rendah.

H₂ : Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*

2.4.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Putri (2016), ukuran perusahaan diartikan sebagai upaya penilaian besar kecilnya sebuah perusahaan. Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan besar yang memiliki diversifikasi produk atau segmen yang banyak akan mendorong penggunaan kebijakan *transfer pricing* untuk melakukan transfer barang atau jasa antar segmen, antar divisi atau pun antar *parentsubsidiary company*. Karena suatu perusahaan pasti memiliki satu tujuan yakni mengoptimalkan laba dan meminimalkan tarif pajak yang harus dibayarkan. Untuk mencapai semuanya, keputusan mengenai *transfer pricing* sangat diperlukan dalam perusahaan multinasional (perusahaan besar).

Berdasarkan penelitian Putri (2016), bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Namun berbeda menurut Zerni (2016), Ratna Sri dan Edi (2018), Thesa (2017) yang menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* dimana semakin besar total aset yang dimiliki oleh perusahaan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Perusahaan yang umumnya berukuran besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat. Dengan demikian para manajer dan direksi pasti akan lebih berhati-hati serta transparan dalam mempublikasikan laporan keuangannya. Namun berbeda dengan perusahaan yang ukurannya kecil dianggap lebih memiliki kecenderungan melakukan *transfer pricing* guna memperlihatkan

kinerjanya yang memuaskan. Sehingga perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan perataan laba dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pihak investor. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan adalah :

H₃ : Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya dan hasil penelitian terdahulu, maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut *transfer pricing*, pajak, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan. Sehingga kerangka konseptual penelitian ini dapat digambarkan seperti berikut :

Gambar 2.1

Kerangka Konseptual Penelitian

