

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangatlah penting bagi peneliti untuk menambah informasi mengenai masalah yang akan diteliti. Review penelitian ini memberikan rujukan mengenai daftar bacaan, teori dan pandangan dalam memahami permasalahan yang dihadapi. Berbagai penelitian terdahulu mengenai kegiatan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur.

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Evan Maxentia Tiwa, David P.E. Saerang dan Victorina Z. Tirayoh (2017). Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh pajak dan kepemilikan asing terhadap penerapan *transfer pricing* di lingkungan perusahaan multinasional yang bergerak di bidang manufaktur. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 141 perusahaan sektor manufaktur dan dengan menggunakan metode *purposive sampling* melalui kriteria-kriteria yang telah ditentukan, diperoleh 27 perusahaan sampel. Data yang digunakan adalah data sekunder yaitu arsip laporan keuangan tahunan perusahaan untuk periode pelaporan tahun 2013-2015 yang diperoleh dari website BEI. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda dengan hasil regresi yang menggambarkan bahwa variabel pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*, sedangkan variabel kepemilikan asing tidak berpengaruh positif secara tidak signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*. Dengan memantapkan peraturan perpajakan dan meminimalisir celah yang terdapat dalam peraturan yang berlaku yang sering dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional, otoritas perpajakan dapat meminimalisir penghindaran pajak yang dilakukan melalui penerapan *transfer pricing*. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain terkait *transfer pricing* serta menggunakan perusahaan pada sektor

lainnya agar dapat memberi hasil yang lebih luas mengenai penerapan *transfer pricing*.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Gusti Ayu Rai Surya Saraswati dan I Ketut Sujana (2017). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Data sekunder dipergunakan dalam penelitian ini yang diperoleh dari mengakses web www.idx.co.id. 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 pengumpulan data menggunakan metode observasi *non participant*. Regresi logistik merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. 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*. Koefisien determinasi sebesar 0,274 yang berarti 27,4% indikasi perusahaan melakukan *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel tersebut, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Hasil ini menunjukkan masih banyak variabel di luar penelitian yang dapat menjelaskan *transfer pricing*.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Putu Eka Putri Anagayanti dan Agus Fredy Maradona (2018). Penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengujian dan analisis atas kontribusi pajak, *tunneling incentive* dan profitabilitas terhadap *transfer pricing* dan nilai perusahaan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskripsi. Penelitian ini melakukan pengujian atas variabel pajak, *tunneling incentive*, profitabilitas, *transfer pricing* dan nilai perusahaan. Populasi yang digunakan yaitu emiten saham non-keuangan yang sudah bergabung di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 dengan 160 data sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan analisis jalur. Penelitian ini menghasilkan: (1) pajak berkontribusi terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan; (2) *tunneling incentive* berkontribusi terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan; (3) profitabilitas berkontribusi

terhadap *transfer pricing* secara positif dan signifikan; (4) pajak berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (5) profitabilitas berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan; (6) *transfer pricing* berkontribusi terhadap nilai perusahaan secara positif signifikan.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Saifudin dan Luky Septiani Putri (2018). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* dan Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kecuali yang bergerak di bidang keuangan. Pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel akhir 140 observasi periode tahun 2012-2015. Jenis data yang digunakan adalah sekunder yang diambil dari laporan keuangan perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi logistik. Dengan bantuan aplikasi program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Penelitian Kelima yang dilakukan oleh Zerni Melmusi (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*. Pajak diukur menggunakan ETR (*Cash effective tax rate*), Mekanisme Bonus diukur menggunakan *Indeks Trend Laba Bersih*, Kepemilikan asing diukur menggunakan proksi persentase kepemilikan, Ukuran Perusahaan diukur dengan menggunakan proksi log total aset, dan *transfer pricing* diukur menggunakan proksi rasio nilai transaksi pihak beralasan (*related party transaction/RPT*) piutang atas total piutang perusahaan. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 14 perusahaan dari 30 perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic Index dan Terdaftar Bursa Efek Indonesia 2012-2016. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data arsip sekunder.

Data arsip sekunder di peroleh dari laporan tahunan perusahaan jakarta islamic index dan Terdaftar Bursa Efek Indonesia 2012-2016 yang bersumber dari www.idx.co.id. Hipotesis dalam penelitian ini diuji menggunakan *Cross-section random effects*. Hasil penelitian menunjukkan pajak secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dengan tingkat signifikan $0,9851 > 0,05$. Mekanisme Bonus secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dengan tingkat signifikan $0,0072 < 0,05$. Kepemilikan asing secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dengan tingkat signifikan $0,1444 > 0,05$. Ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dengan tingkat signifikan $0,9763 > 0,05$. Secara simultan pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan tingkat signifikan $0,361738 > 0,05$. Dan berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) nilainya adalah 0.006058. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase kontribusi pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh sebesar 0,01% terhadap *transfer pricing* sisanya 99,99% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Penelitian keenam yang dilakukan oleh Fatjar Harimurti (2007). *Economic globalization have brought impact progressively the increasing of international transaction or cross border transaction. Goods current, people, service, and investment have come to collapsible duplicate. In this time movement of fund and capital from one state to other state become bigger than previously. In multinational environment, happened various transaction between member covering sale of service and goods, rights license and other intangible assets, ready of loan etcetera. Price picking to the various transaction between the corporation member recognized with the title transfer pricing. Practice of this transfer pricing before now is only done by company solely just for assessing performance between company division or member, but along with practice epoch growth of transfer pricing often also be wearied for the management of tax that is a effort for the minimization of the amount of tax which must be pay. The purpose of the transfer pricing finance data transmission among company divisions or departments when them using each other service and goods one another. Besides*

the target also used to evaluate division performance and motivate seller division manager and buyer division to compatible decision with a purpose to company as a whole.

Penelitian ketujuh yang dilakukan oleh Imam Santoso (2004). *Economic globalization impacts to the increase of international transactions. The Company does not boundary their operation within their county anymore, but also extends their business performance abroad and may become multinasional and transnational typed of enterprise. The company then will be operating through its affiliates and branches in many countries. This brings a consequence of a transfer pricing arrangement in their intergroup transactions. Transfer pricing could be conducted among others with taxes motivation, in which the main objective is to transfer the tax burden from the higher rated country to the lower rate jurisdiction. Under this circumstance, some countries may have losses the potential taxes revenue because of such transfer mechanism. To anticipate the conditions outlined above, Indonesian Tax Law introduces a transfer pricing resolution so called Advance Pricing Agreements (APA). APA are short of agreement between the tax authority and the tax payers on the reasonable (fair) selling prices of the product that has been concluded to the parties who has special relationship to justify that the transactions are arms length.*

Penelitian kedelapan yang dilakaukan oleh Indah Dewi Nurhayati (2013). *Transfer pricing is a term for a pricing mechanism that is not fair on the transaction supply of goods or delivery of services by those who have a special relationship (related parties). Transfer pricing is usually done multinationals companies. With such unfairly practices, resulting in the potential loss of tax that should be accepted, that manipulative activity is often associated with loss of state. In fact, the case of transfer pricing is actually not the first time it happened. It has long been the haunt of cases, even in the realm of taxation is not only the country, but also other countries in the world. Based on data from Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), 60% of total world trade in transfer pricing practice indicated. To manage this, the Directorate-General (DG) Tax Ministry of Finance is now updating the draft regulations focus on the*

Pricing. This draft as part of a strategic policy at 2013, that improved their capacity to cope with any issues about Transfer Pricing.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan atau teori agensi adalah teori yang menjelaskan tentang hubungan kerja antara pemilik perusahaan (pemegang saham) dan manajemen. Manajemen adalah agen yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principal*) yang diberi tugas atau kewenangan untuk membuat keputusan yang terbaik bagi *principal* (Ichsan, 2013). Jika *principal* dan agen memiliki tujuan yang sama maka agen akan mendukung dan melaksanakan semua yang diperintahkan oleh *principal*.

Pertentangan terjadi apabila agen tidak menjalankan perintah *principal* untuk kepentingannya sendiri. Hal yang terjadi apabila perusahaan sebagai agen lebih mengutamakan kepentingannya dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban, termasuk beban pajak dengan melakukan penghindaran pajak. Manajer perusahaan yang berkuasa dalam perusahaan untuk pengambilan keputusan sebagai agen memiliki kepentingan untuk memaksimalkan labanya dengan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan. Karakter manajer perusahaan tentunya mempengaruhi keputusan manajer untuk memutuskan kebijakannya untuk meminimalkan beban termasuk beban pajak dengan mempertimbangkan berbagai macam hal seperti *sales growth* atau *leverage*. Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai *principal* dan manajemen sebagai agen. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Karena mereka dipilih, maka pihak manajemen harus bertanggung jawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham.

Hendriksen dan Van Breda (2002) dalam Setyawati (2010) hal yang mendasari konsep teori keagenan muncul dari perluasan satu individu pelaku

ekonomi informasi menjadi dua individu. Salah satu individu ini menjadi agen untuk yang lain yang disebut *principal*. Jensen dan Meckling (1976) menyatakan bahwa teori keagenan mendeskripsikan pemegang saham sebagai *principal* dan manajemen sebagai agen. Karena unit analisis dalam teori keagenan adalah kontrak yang melandasi hubungan antara *principal* dan agen, maka fokus dari teori ini adalah pada penentuan kontrak yang paling efisien yang mendasari hubungan antara *principal* dan agen. Teori agensi berfungsi untuk menganalisa dan menemukan solusi terhadap masalah-masalah yang ada dalam hubungan keagenan antara manajemen dan pemegang saham.

Menurut Colgan (2001) ada 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 etis atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2. Penahanan Laba (*Earnings Retention*)

Masalah ini berkisar ada kecenderungan untuk melakukan investasi yang berlebihan oleh pihak manajemen (agen) melalui peningkatan dan pertumbuhandengan 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, dimana *principal* 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 pinjaman utang, karena mengalami kebangkrutan atau kegagalan.

2.2.2. *Transfer Pricing*

2.2.2.1. Pengertian *Transfer Pricing*

Transfer pricing (penentuan harga *transfer*) secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Walaupun istilah *transfer pricing* sebenarnya merupakan istilah yang netral, tetapi dalam praktiknya istilah *transfer pricing* sering kali diartikan sebagai upaya untuk memperkecil pajak dengan cara menggeser harga atau laba antar perusahaan dalam satu grup (Anang Mury Kurniawan, 2014 : 01).

Transfer pricing adalah transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar, bisa dengan menaikkan harga (*mark up*), kebanyakan dilakukan oleh perusahaan global (*multinational enterprise*). Yang dimaksud dengan perusahaan multinasional adalah perusahaan yang beroperasi lebih dari satu negara dibawah pengendalian satu pihak tertentu (Suryana, 2012).

Menurut Gunadi (2007), *transfer pricing* adalah jumlah harga atas penyerahan barang atau imbalan atas penyerahan jasa yang telah di sepakati oleh kedua belah pihak dalam transaksi bisnis finansial maupun transaksi lainnya. Secara umum *transfer pricing* adalah isu klasik dalam transaksi internasional. Sedangkan dari sisi pemerintahan, *transfer pricing* dapat mengakibatkan hilangnya atau berkurangnya potensi penerimaan negara, khususnya yang berasal

dari pajak, karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menetapkan tarif pajak yang rendah.

Transfer pricing merupakan bagian dari suatu kegiatan usaha dan perpajakan bertujuan untuk memastikan apakah harga yang diterapkan dalam transaksi antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa telah didasarkan atas prinsip harga pasar wajar (*arm's length price principle*) (Darussalam, Danny Septriadi, dan B Bawono Kristiaji, 2013:7).

Dari beberapa paparan di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan *transfer pricing* adalah harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Dalam penelitian ini perusahaan yang melakukan transaksi *transfer pricing* dihitung dengan menggunakan pendekatan dikotomi yaitu dengan melihat keberadaan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa atau berelasi.

2.2.2.2. Tujuan Transfer Pricing

Perusahaan melakukan *transfer pricing* memiliki tujuan yaitu untuk mentransmisikan data keuangan diantara divisi-divisi atau departemen-departemen perusahaan pada waktu mereka saling menggunakan barang dan jasa satu sama lain (Simamora dalam Lingga, 2012).

Penetapan harga *transfer (transfer pricing)* seharusnya membantu mencapai strategi dan tujuan perusahaan dan sesuai dengan struktur organisasi perusahaan. Secara khusus, *transfer pricing* seharusnya mendukung kesesuaian tujuan dan tingkat usaha manajemen puncak. Sub unit yang menjual produk dan jasa seharusnya di motivasi untuk menurunkan biaya mereka, sub unit yang membeli produk dan jasa seharusnya di motivasi untuk memperoleh dan menggunakan input secara efisien. *Transfer pricing* seharusnya juga membantu manajemen puncak mengevaluasi kinerja dari sub unit individual dan manajer

mereka. Jika manajemen puncak mendukung tingkat desentralisasi yang tinggi, harga *transfer* seharusnya mendukung tingkat otonomi sub unit yang tinggi dalam pengambilan keputusan. Ini manajer sub unit yang ingin memaksimalkan laba operasi dari sub unitnya seharusnya memiliki kebebasan untuk melakukan transaksi dengan sub unit lain dari perusahaan (atas dasar harga *transfer*) atas untuk melakukan transaksi dengan pihak eksternal (Hongren, Datar dan Foster, 2008:375).

Ada dua tujuan dilakukannya *transfer pricing* menurut Suryana (2012) adalah sebagai berikut :

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

Transfer pricing secara manajerial mempunyai fungsi yang cukup penting, diantaranya:

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

2.2.2.3. Metode Penentuan *Transfer Pricing*

Menurut Anang Mury Kurniawan (2014:28) bagi wajib pajak, metode *transfer pricing* diperlukan untuk menunjukkan bahwa harga *transfer* yang ditetapkan maupun transaksi yang dilakukan dengan afiliasi (ada hubungan istimewa) sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Berikut metode *transfer pricing* yang dilakukan:

1. Metode Perbandingan Harga (*Comparable Uncontrolled Price Method/ CUP*)
Metode penentuan harga *transfer*, yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga barang atau jasa dalam transaksi, yang dilakukan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi atau keadaan yang sebanding. Penggunaan metode CUP dapat mempergunakan data pembanding internal maupun eksternal. Metode ini dapat digunakan untuk barang-barang komoditas (yang umumnya diperdagangkan di bursa komoditas), bahan baku, produk pertanian, bahan kimia dan produk keuangan.
2. Metode Harga Penjualan Kembali (*Resale Price Method/RPM*)
Metode penentuan harga *transfer* yang dilakukan dengan membandingkan harga dalam transaksi suatu produk. Dilakukan diantara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa dengan harga jual kembali produk tersebut, setelah dikurangi laba kotor wajar, yang mencerminkan fungsi, aset dan risiko, atas penjualan kembali produk tersebut kepada pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa atau penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar.
3. Metode Biaya Plus (*Cost Plus Method/CPM*)
Metode penentuan harga *transfer*, yang dilakukan dengan menambahkan tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan lain dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Metode ini dapat diterapkan untuk transaksi barang setengah jadi dan transaksi biasa.
4. Metode Pembagian Laba (*Profit Split Method/PSM*)
Metode penentuan harga *transfer* dilakukan dengan membagi laba gabungan kepada pihak afiliasi, yang terlibat dalam transaksi afiliasi berdasarkan kontribusi yang diberikan. Mengidentifikasi laba gabungan atas transaksi afiliasi yang akan dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dengan menggunakan dasar yang dapat diterima secara ekonomi

memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya akan terjadi, dan akan tercermin dari kesepakatan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa, dengan metode kontribusi (*contribution profit split method*) atau metode sisa pembagian laba (*residual profit split method*).

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

Metode penentuan harga *transfer* yang dilakukan dengan membandingkan presentase laba bersih operasi terhadap biaya, penjualan, aktiva, atau terhadap dasar lainnya atas transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dengan persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding dengan pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa, atau persentase laba bersih operasi yang diperoleh atas transaksi sebanding yang dilakukan oleh pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa lainnya. Metode laba bersih transaksional menggunakan indikator laba (*Profit Level Indikator*) yang sesuai dengan penentuan kewajaran.

2.2.2.4. Hubungan Istimewa

Menurut pasal 18 ayat (4) Undang-undang Nomer 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan, hubungan istimewa adalah hubungan yang terjadi antara dua wajib pajak atau lebih yang menyebabkan pajak penghasilan yang terutang diantara wajib pajak tersebut menjadi lebih kecil daripada yang seharusnya terutang.

Hubungan istimewa antara Pengusaha Kena Pajak dengan pihak yang menerima penyerahan Barang Kena Pajak atau Jasa Kena Pajak dapat terjadi karena ketergantungan atau keterikatan satu dengan yang lain yang disebabkan oleh factor kepemilikan atau penyertaan maupun adanya penguasaan melalui manajemen atau menggunakan teknologi (Waluyo, 2011: 80).

Menurut Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.7, pihak yang mempunyai hubungan istimewa apabila satu pihak mempunyai kemampuan untuk mengendalikan pihak lain atau mempunyai pengaruh signifikan atas pihak

lain dalam mengambil keputusan keuangan dan operasional. Pengendalian dapat terjadi melalui kepemilikan langsung anak perusahaan dengan lebih dari setengah hak suara dari suatu perusahaan, atau adanya kepentingan substansial dalam hak suara dan kekuasaan untuk mengarahkan kebijakan keuangan dan operasi manajemen perusahaan berdasarkan anggaran dasar atau perjanjian (Anang Mury Kurniawan, 2014: 20).

2.2.2.5. Pengungkapan Transaksi Hubungan Istimewa

Pengungkapan transaksi hubungan istimewa menurut Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.7, berikut ini adalah contoh situasi transaksi antar pihak yang mempunyai hubungan istimewa di suatu perusahaan:

- a. Pembelian atau penjualan barang
- b. Pembelian atau penjualan properti dan aktiva lain
- c. Pemberian atau penerimaan jasa
- d. Pengalihan riset dan pengembangan
- e. Pendanaan (termasuk pemberian pinjaman dan penyeteroran modal, baik secara tunai maupun dalam bentuk natura).
- f. Garansi dan pinjaman
- g. Kontrak manajemen

Pengungkapan transaksi-transaksi antar perusahaan yang laporan keuangan telah dikonsolidasikan tidak diperlukan dalam laporan keuangan konsolidasi karena laporan keuangan konsolidasi telah menyajikan informasi mengenai induk perusahaan dan anak perusahaan sebagai satu kesatuan ekonomi (Anang Mury Kurniawan, 2014:22).

2.2.3. Tarif Pajak Efektif (*Effective Tax Rate/ETR*)

Effective tax rate (ETR) merupakan perbandingan antara beban pajak yang harus dibayar perusahaan dengan penghasilan sebelum pajak. Tarif pajak efektif sangat berguna untuk mengukur beban pajak yang sebenarnya. Tarif pajak efektif membantu untuk mengetahui berapa bagian dari penghasilan yang sebenarnya dibayarkan untuk pajak dibandingkan dengan tarif pajak marginal (Handayani dan Arfan, 2014: 14).

Menurut Gupta *et al.*, (1997) tarif pajak efektif (*effective tax rate*) perusahaan sering digunakan sebagai alat untuk menilai suatu kelayakan pada sistem pajak perusahaan yang sering dipakai oleh para pembuat kebijakan dan kelompok-kelompok kepentingan. Hal itu dianggap sangat berguna sebagai alat penilaian karena melalui tarif pajak efektif (*effective tax rate*) maka pihak berkepentingan dapat melihat efek dari berbagai insentif pajak dan tarif pajak perusahaan (Sari, 2013: 5).

Menurut Handayani dan Arfan (2014: 14) tarif pajak efektif (*effective tax rate*) memberikan gambaran mengenai insentif pajak dari pemerintah. Insentif ini mencerminkan rendahnya dasar pengenaan pajak atau lemahnya penegakan aturan. Perbandingan tarif pajak efektif antar negara memberikan indikasi apakah terdapat perbedaan perlakuan pajak pada perusahaan dengan karakteristik sama tapi berbeda lokasi.

Menurut Waluyo (2011) bahwa tarif pajak efektif adalah persentase tarif pajak yang efektif berlaku atau harus diterapkan atas dasar pengenaan pajak tertentu (Handayani dan Yumsih, 2016: 133). Sehingga menurut Handayani dan Arfan (2014: 15), dengan adanya transfer penghasilan yang dilakukan melalui praktik *transfer pricing* tersebut maka beban pajak perusahaan akan lebih kecil. Beban pajak kecil akan terlihat dari besaran tarif pajak efektif yang juga kecil.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Refgia (2017) dan Yuniasih (2012) *effective tax rate* diukur dari beban pajak dibagi dengan laba/rugi sebelum pajak.

Perusahaan membayar pajak yang rendah sehingga nilai *effective tax rate* juga rendah dikarenakan beberapa hal yaitu:

- a. Percepatan penyusutan dan amortisasi (Mc Intyre dan Nguyen, 2000)
- b. Item yang ada di laporan tahunan sedikit atau tidak ada rincian yang lebih mendalam atas pajak yang terutang (Mc Intyre dan Nguyen)
- c. Rekonsiliasi pajak (Spooner, 1986; Mc Intyre dan Nguyen, 2000)
rekonsiliasi pajak dapat menjelaskan perbedaan *effective tax rate* kepada perusahaan harus melakukan rekonsiliasi *effective tax rate* dengan menggunakan *statutory tax rate* yang diungkapkan di Catatan Atas Laporan Keuangan dengan membagi ke dalam perbedaan temporer dan permanen.
- d. Keadaan ekonomi yang lemah dan insentif pajak (Mc Intyre dan Nguyen, 2000; Derashid dan Zhang, 2003) pemerintah memberikan insentif pajak untuk mendukung sektor-sektor tertentu yang dianggap dapat meningkatkan investasi di negara yang bersangkutan.

2.2.4. Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan (*ownership structure*) adalah struktur kepemilikan saham yaitu perbandingan jumlah saham yang dimiliki oleh orang dalam (*insiders*) dengan jumlah saham yang dimiliki oleh investor. Atau dengan kata lain struktur kepemilikan saham adalah proporsi kepemilikan institusional, kepemilikan manajemen, dan kepemilikan asing dalam kepemilikan saham perusahaan (Ikbali, 2012).

Menurut Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, pada pasal 1 ayat 6 menjelaskan yang dimaksud dengan penanam modal asing adalah perseorangan warga negara asing, badan usaha asing, dan/atau pemerintah asing yang melakukan penanaman modal di wilayah negara Republik Indonesia.

Struktur kepemilikan akan memiliki motivasi yang berbeda dalam memonitor perusahaan, manajemen dan struktur dewan. Pemilik yang berbeda

mungkin menunjukkan ciri-ciri yang berbeda dari perilaku dan pilihan untuk tata kelola perusahaan yang cenderung memengaruhi struktur dewan perusahaan (Munisi dkk.,2014).

2.2.4.1. Definisi Struktur Kepemilikan

Struktur kepemilikan merupakan suatu mekanisme tata kelola yang penting untuk mengendalikan masalah keagenan. Terutama pada lingkungan dimana tata kelola seperti *market of corporate control*, *external auditors*, dan kerangka kerja institusi (sistem hukum dan lembaga keuangan) yang lemah. Indonesia merupakan negara dengan sistem hukum yang lemah dan terutama *control of corruption*-nya yang masih rendah. Mengingat kelemahan ini struktur kepemilikan bisa menjadi cara penting untuk mengontrol masalah keagenan melalui pemilihan agen atau dewan perusahaan untuk melakukan pengelolaan dan pengawasan. Struktur dewan perusahaan merupakan hasil dari menyeimbangkan kepentingan dari *stakeholders* yang berbeda termasuk pemilik atau investor. Artinya, pemilik yang berbeda mungkin menunjukkan ciri-ciri yang berbeda dari perilaku dan pilihan untuk tata kelola perusahaan yang cenderung memengaruhi struktur dewan perusahaan (Munisi dkk.,2014).

2.2.4.2. Kepemilikan Asing

Isu mengenai penanaman Modal Asing (PMA) saat ini semakin banyak dibicarakan. Hal ini, mengingat bahwa untuk kelangsungan pembangunan nasional membutuhkan banyak dana. Dana yang dibutuhkan untuk investasi tidak mungkin mencukupi dari pemerintah dan swasta nasional. Keadaan inilah yang semakin mendorong untuk mengupayakan semaksimal mungkin menarik penanaman modal asing ke Indonesia.

Kepemilikan asing adalah kepemilikan saham yang dimiliki oleh pihak pihak dari luar negeri baik individu maupun institusional (Munisi dkk.,2014). Dalam penelitian Aggarwal (2010) kepemilikan asing dalam perusahaan

merupakan pihak yang concern terhadap peningkatan *corporate governance* seperti dengan memiliki ukuran dewan direksi yang lebih kecil dan proporsi komisaris independen yang lebih tinggi dan cenderung menerapkan praktik *good corporate governance* yang diterapkan di negara asalnya dan dipromosikan ke negara lain seperti kebutuhan untuk memiliki *board size* yang kecil dan dengan proporsi komisaris independen yang lebih tinggi. Di sisi lain jarak geografis mereka dengan perusahaan dan operasi perusahaan mungkin menjadi hambatan untuk terus melakukan proses monitoring yang efisien sehingga perulunya monitoring oleh komisaris independen agar menghindari terjadinya *agency problem* (Essen dkk.,2011).

2.2.4.3. Jenis Jenis Struktur Kepemilikan

❖ Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan Manajerial adalah tingkat kepemilikan saham pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan, misalnya direktur dan komisaris (Wahidahwati, 2002). Kepemilikan manajerial ini diukur dengan proporsi saham yang dimiliki perusahaan pada akhir tahun dan dinyatakan dalam presentase, yang dirumuskan sebagai berikut : (Yuli Soesetio, 2007:390) Semakin besar proporsi kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan berusaha lebih giat untuk kepentingan pemegang saham yang

$$\text{Kepemilikan Manajerial} = \frac{\text{Jumlah Saham Manajer}}{\text{Total Saham Beredar}} \times 100$$

notabene adalah mereka sendiri (Mahadwartha dan Hartono, 2002).

Argumentasi di atas menjustifikasi perlunya managerial ownership. Program managerial ownership termasuk ke dalam program kebijakan remunerasi untuk mengurangi masalah keagenan antara manajemen dan pemegang saham. Kepemilikan manajerial dalam kaitannya dengan kebijakan utang dan dividen mempunyai peranan penting yaitu mengendalikan kebijakan keuangan perusahaan agar sesuai dengan keinginan pemegang saham atau sering disebut bonding mechanism. Bonding mechanism berusaha menyamakan kepentingan dari pemegang saham dengan kepentingan dari manajemen melalui program-

program yang mengikat kekayaan pribadi manajemen ke dalam kekayaan perusahaan.

❖ **Kepemilikan Institusional**

Kepemilikan suatu perusahaan dapat terdiri atas kepemilikan institusional maupun kepemilikan individual. Atau campuran keduanya dengan proporsi tertentu. Investor institusional memiliki beberapa kelebihan dibanding dengan investor individual, diantaranya yaitu:

1. Investor institusional memiliki sumber daya yang lebih daripada investor individual untuk mendapatkan informasi.
2. Investor institusional memiliki profesionalisme dalam menganalisa informasi, sehingga dapat menguji tingkat keandalan informasi.
3. Investor institusional, secara umum, memiliki realsi bisnis yang lebih kuat dengan manajemen.
4. Investor institusional memiliki motivasi yang kuat untuk melakukan pengawasan lebih ketat atas aktivitas yang terjadi di dalam perusahaan.
5. Investor institusional lebih aktif dalam melakukan jual beli saham sehingga Dapat meningkatkan jumlah informasi secara cepat yang tercermin di tingkat harga.

Adanya pemegang saham seperti *institutional ownership* memiliki arti penting dalam memonitor manajemen. Adanya kepemilikan oleh institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan-perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi-institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal. Mekanisme *monitoring* tersebut akan menjamin peningkatan kemakmuran pemegang saham. Signifikansi *institutional ownership* sebagai agen pengawas ditekankan melalui investasi mereka yang cukup besar dalam pasar modal. Apabila institusional merasa tidak puas atas kinerja manajerial, maka mereka akan menjual sahamnya ke pasar.

Perubahan perilaku *institutional ownership* dari pasif menjadi aktif dapat meningkatkan akuntabilitas manajerial sehingga manajer akan bertindak lebih hati-hati dalam pengambilan keputusan. Meningkatnya aktivitas *institutional*

ownership dalam melakukan *monitoring* disebabkan oleh kenyataan bahwa adanya kepemilikan saham yang signifikan oleh *institutional ownership* telah meningkatkan kemampuan mereka untuk bertindak secara kolektif. Kondisi ini akan memotivasi *institutional ownership* untuk lebih serius dalam mengawasi maupun mengoreksi semua perilaku manajer dan memperpanjang jangka waktu investasi.

Mekanisme pengawasan dapat dilakukan dengan menempatkan dewan ahli yang tidak dibiayai perusahaan sehingga posisinya tidak berada dibawah pengawasan manajer. Dengan demikian, dewan ahli dapat menjalankan fungsinya secara efektif untuk mengontrol semua tindakan manajer. Pengawasan lain yang dapat dilakukan adalah dengan cara memberikan masukan-masukan sebagai bahan pertimbangan bagi manajer dalam menjalankan usaha dan melalui Rapat Umum Pemegang Saham RUPS. Semakin besar prosentase saham yang dimiliki oleh *institutional ownership* akan menyebabkan pengawasan yang dilakukan menjadi lebih efektif karena dapat mengendalikan perilaku oportunistik manajer dan mengurangi *agency cost*.

2.2.4.4. Struktur Kepemilikan Terkonsentrasi

Kepemilikan terkonsentrasi adalah kepemilikan mayoritas saham oleh pihak manajerial. Kepemilikan dispersi dapat diwakili oleh persentase saham yang dimiliki pemegang saham yang kepemilikannya $\leq 5\%$ (Kusumawati, 2006:10).

Semakin terkonsentrasi kepemilikan saham, semakin sedikit informasi yang akan diungkapkan dalam laporan tahunan karena pihak manajemen mempunyai akses informasi yang luas tanpa harus melalui laporan tahunan perusahaan yang dipublikasikan atau manajemen sengaja menahan informasi untuk menghindari adanya pemanfaatan informasi yang diungkapkan oleh para pesaing perusahaan. Semakin menyebar kepemilikan saham, akan semakin banyak informasi yang diungkapkan dalam laporan tahunan karena adanya keinginan publik untuk memperoleh informasi seluas-luasnya mengenai perusahaan tempat ia berinvestasi dan untuk mengawasi tindakan manajemen

(Sutomo, 2004:32; Nuryaman, 2009:105). Di samping itu, pengungkapan yang luas juga merupakan bentuk usaha pemegang saham pengendali untuk menyelaraskan kepentingan antara pemegang saham pengendali dengan pemegang saham minoritas (Haniffa (2003) dan Mohd (2005) dalam Nuryaman, 2009:93). Teori agensi menyatakan bahwa pengungkapan akan lebih luas pada perusahaan yang struktur kepemilikannya lebih menyebar (Haniffa dan Cooke (2002) dalam Kusumawati, 2006:7).

Khomsiyah (2003) melakukan analisis korelasi sederhana dalam meneliti hubungan antara implementasi *corporate governance* dengan tingkat pengungkapan informasi dalam laporan tahunan perusahaan publik yang terdaftar di BEI. Penelitian ini membuktikan bahwa struktur kepemilikan publik mempunyai hubungan yang signifikan dengan indeks *corporate governance* dan pengungkapan informasi. Penelitian Nuryaman (2009) yang menguji pengaruh konsentrasi kepemilikan terhadap pengungkapan sukarela juga menunjukkan bahwa kepemilikan saham oleh publik berpengaruh secara positif terhadap pengungkapan pada tingkat signifikansi 0,1. Jadi, semakin terdispersinya kepemilikan saham maka semakin banyak pihak yang membutuhkan informasi tentang perusahaan. Tuntutan publik atas transparansi perusahaan untuk melakukan pengungkapan yang lebih luas dalam laporan tahunan juga semakin besar dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki kepemilikan terkonsentrasi.

2.2.5. Ukuran Perusahaan

Menurut Hormati (2009) dalam Dewi & Jati (2014) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai skala atau nilai yang dapat mengklasifikasikan suatu perusahaan ke dalam kategori besar atau kecil berdasarkan *total asset*, *log size*, dan sebagainya. Suatu perusahaan bisa saja dikatakan sebagai perusahaan besar, jika aset yang dimilikinya besar. Demikian pula sebaliknya, perusahaan tersebut dikatakan kecil, jika aset yang dimilikinya adalah sedikit. Biasanya masyarakat akan menilai besar kecilnya perusahaan dengan melihat bentuk fisik perusahaan. Dapat dibenarkan bahwa perusahaan yang dari luar terlihat megah dan besar

diartikan sebagai perusahaan berskala besar. Namun, hal itu tidak menutup kemungkinan bahwa perusahaan tersebut tidak memiliki kekayaan yang besar (Sulistiono, 2010: 36).

Penentuan ukuran perusahaan didasarkan kepada *total asset* perusahaan. Semakin besar *total asset* maka menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek baik dalam jangka waktu yang relatif panjang. Hal ini juga menggambarkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan perusahaan dengan total asset yang kecil (Ngadiman & Puspitasari, 2014). Menurut Indriani (2005) dalam Rachmawati dan Triatmoko (2007) tahap kedewasaan perusahaan ditentukan berdasarkan total aktiva, semakin besar total aktiva menunjukkan bahwa perusahaan semakin baik dalam jangka waktu relatif panjang. Hal ini juga menggambarkan bahwa perusahaan lebih stabil dan lebih mampu dalam menghasilkan laba dibanding dengan perusahaan dengan total aktiva yang kecil (Kurniasih dan Sari, 2013:3). Semakin besar *total asset* mengindikasikan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaannya maka transaksi yang dilakukan akan semakin kompleks. Semakin besar ukuran perusahaan, akan lebih mempertimbangkan risiko dalam hal mengelola beban pajaknya.

Perusahaan yang termasuk dalam perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang memiliki skala yang lebih kecil untuk melakukan pengelolaan pajak. Sumber daya manusia yang ahli dalam perpajakan diperlukan agar dalam pengelolaan pajak yang dilakukan oleh perusahaan dapat maksimal untuk menekan beban pajak perusahaan. Perusahaan berskala kecil tidak dapat optimal dalam mengelola beban pajaknya dikarenakan kekurangan ahli dalam perpajakan (Nicodeme, 2007 dalam Darmadi, 2013). Banyaknya sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan berskala besar maka akan semakin besar biaya pajak yang dapat dikelola oleh perusahaan (Darmawan dan Sukartha, 2014). Ketentuan untuk ukuran perusahaan diatur dalam UU RI No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil, menengah dan besar.

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 adalah :

1. Perusahaan dengan usaha 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 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,- serta 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 penjualan \geq Rp 50.000.000.000,-.

Dibeberapa kasus perusahaan besar memiliki masalah pembayaran pajak yang tinggi karena itulah ada beberapa perusahaan yang melakukan berbagai cara agar pembayaran pajak perusahaan menjadi rendah. Salah satu cara yang dilakukan adalah melalui *transfer pricing*, maka dari itu penelitian akan meneliti seberapa banyak perusahaan yang melakukan *transfer pricing*. Serta dalam penelitian ini akan digunakan *total asset* untuk mengukur ukuran perusahaan karena nilai aset lebih stabil dibandingkan penjualan. *Total aset* adalah sumber daya yang dikuasai oleh perusahaan sebagai akibat dari transaksi masa lalu dan diharapkan akan memberi manfaat ekonomi bagi perusahaan dimasa yang akan datang.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh *Effective Tax Rate* Terhadap Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut Noor *et al.*, (2010) keputusan *transfer pricing* mempengaruhi tarif pajak efektif (*effective tax rate*) perusahaan. Tarif pajak efektif merupakan ukuran dari beban pajak perusahaan yang berlaku atas penghasilan wajib pajak perusahaan karena menyatakan nilai pajak yang dibayar atas pendapatan perusahaan (Handayani dan Yumsih, 2016: 133).

Menurut Noviaastika (2016: 7) pajak menjadi salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Perusahaan yang melakukan transaksi kepada perusahaan afiliasi yang berada diluar negeri cenderung melakukan upaya untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar perusahaan sehingga dapat menurunkan besaran pajak efektif. Pengukuran pajak yang efektif dilakukan dengan menggunakan tarif pajak efektif (*effective tax rate*).

Selanjutnya, sebagaimana yang dinyatakan oleh Marfiah dan Azizah (2014: 158) suatu perusahaan yang melakukan bisnis multinasional dalam hal ini ekspor dan impor akan menghadapi berbagai jenis pajak. Perbedaan beban pajak dalam bisnis multinasional sudah biasa terjadi, sehingga negara-negara dengan perusahaannya yang kurang maju sering mengenakan tarif pajak yang rendah, sedangkan negara-negara dengan perusahaan yang maju justru mengenakan tarif pajak yang tinggi. Dengan adanya hal tersebut maka perusahaan-perusahaan maju akan berfikir bagaimana caranya untuk menekan pajak mereka karena pajak merupakan pengurang laba dan apabila pajak dapat ditekan maka dapat mengurangi *cost* perusahaan, sehingga dapat mengurangi tarif pajak efektif (*effective tax rate*) perusahaan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Noviaastika (2014) dan Yuniasih (2012) penelitiannya menunjukkan bahwa pajak yang diprosikan dengan *effective tax rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

H1 : *Effective Tax Rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.3.2. Pengaruh Kepemilikan Asing Terhadap *Transfer Pricing*

Kepemilikan asing merupakan kepemilikan saham yang dimiliki oleh perorangan atau institusional asing (Refgia, 2017). Menurut Dynaty dalam Nurjanah et al. (2015) semakin tinggi hak kendali yang dimiliki pemegang saham pengendali, termasuk pemegang saham pengendali asing, memungkinkan pemegang saham pengendali untuk melakukan penyalahgunaan hak kendali untuk melakukan kebijakan transaksi pihak berelasi yang bersifat merugikan pemegang saham non pengendali dan menguntungkan pemegang saham pengendali.

Pemegang saham pengendali asing menjual produk dari perusahaan yang ia kendalikan ke perusahaan pribadinya dengan harga di bawah pasar. Hal tersebut dilakukan pemegang saham pengendali asing untuk mendapatkan keuntungan dan merugikan pemegang saham non pengendali (Kiswanto & Purwaningsih, 2013). Ketika kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing semakin besar maka pemegang saham pengendali asing memiliki pengaruh yang semakin besar dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan, termasuk kebijakan penentuan harga maupun jumlah transaksi *transfer pricing*. Pengaruh kepemilikan asing terhadap *transfer pricing* didukung dalam penelitian Refgia (2017) dan Kiswanto & Purwaningsih, (2013) yang menunjukkan bahwa kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.3.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan menunjukkan kestabilan dan kemampuan perusahaan untuk melakukan aktivitas ekonominya. Semakin besar ukuran suatu perusahaan maka semakin besar menjadi pusat perhatian dari pemerintah dan akan menimbulkan kecenderungan bagi para manajer perusahaan untuk berlaku patuh (*compliances*) atau agresif (*tax avoidance*) dalam perpajakan (Kurniasih dan Sari, 2013).

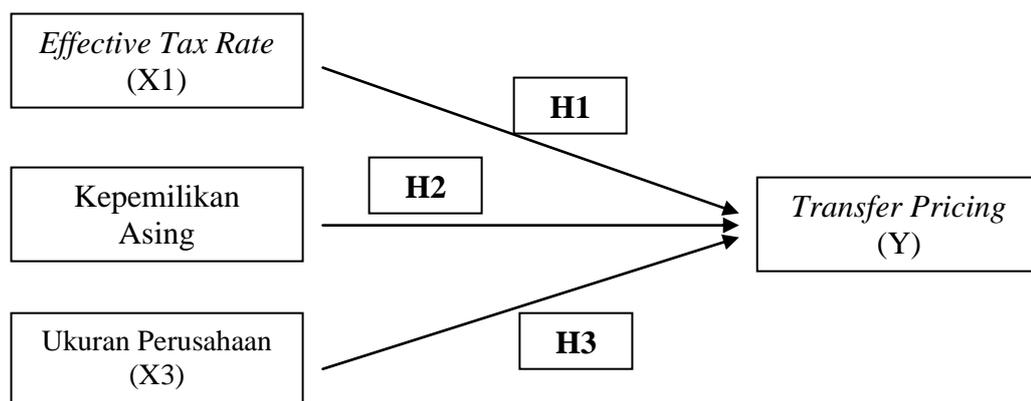
Penelitian yang dilakukan (Izadinia, *et al.*, 2013) menyatakan bahwa empat dari enam variabel yang mereka teliti berpengaruh terhadap *effective taxrate*. Keempat variabel tersebut adalah size (ukuran perusahaan), *Return on sales*, *Leverage*(tingkat utang) dan tipe industri. Hal ini memperjelas adanya hubungan antara ukuran perusahaan dengan kebijakan *transfer pricing* adalah mencapai tingkat *effective tax rate* yang rendah sehingga berdampak pada beban pajak yang rendah. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Kiswanto dan Purwaningsih, 2014) juga menunjukkan hasil dimana ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Izadinia *et al.*, 2013) serta (Kiswanti dan Purwaningsih, 2014) maka diduga ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan melakukan *transfer pricing*. Sehingga dalam penelitian ini hipotesis yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

H3 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.4. Kerangka Pemikiran

Adanya landasan teori dan penelitian terdahulu yang sudah diuraikan, maka kerangka penelitian dapat digambarkan pada gambar berikut



Gambar 2.1