

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tentu tidak lepas dari penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain sehingga penelitian yang akan dilakukan memiliki keterkaitan yang sama beserta persamaan maupun perbedaan dalam objek yang akan diteliti.

1. Hani Sri Mulyani *et al* (2020)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan dan memperoleh bukti empiris tentang efek pajak, *tunneling incentive* dan nilai tukar pada keputusan penetapan *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* (nilai tukar) sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 144 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2013-2017. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis statistik deskriptif dan verifikatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel *tunneling incentive* dan *exchange rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Sampel penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Variabel independen penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan pajak dan *exchange rate*.
- c. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu metode *purposive sampling*.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate*. Sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.
- b. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu yaitu analisis regresi logistic, sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

2. **Desi Alfiatus Sarifah et al (2019)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh tarif pajak efektif (ETR), *tunneling incentive*, indeks trend laba bersih dan *exchange rate* pada keputusan *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah tariff pajak efektif (ETR), *tunneling incentive*, indeks trend laba bersih (mekanisme bonus) dan *exchange rate* sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive*

sampling. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah 52 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2016-2018. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tarif pajak efektif (ETR), *tunneling incentive*, *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Sampel penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu analisis regresi linear berganda.
- c. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu *exchange rate*.
- d. Teknik pengambilan sampel penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu yaitu tarif pajak efektif (ETR), *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan *exchange rate*.

Sedangkan penelitian saat ini menggunakan variabel independen yaitu pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.

- b. Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sedangkan penelitian saat ini juga menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia khususnya sektor aneka industry.

3. **Bella Pratiwi (2018)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan efek pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage* sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia khususnya sektor aneka industry dari tahun 2012-2016. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis model regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Sampel penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur khususnya sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Teknik pengambilan sampel penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Teknik analisis yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan analisis model regresi logistic, sedangkan penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear berganda.
- b. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, *exchange rate*, *tunneling incentive*, dan *leverage*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.

4. **Sulistiyowati et al (2018)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh efek pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing, *leverage* dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di

Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015 berjumlah 30 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi data panel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Sampel penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- b. Variabel independen penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan pajak, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *leverage*.
- c. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan metode *purposive sampling*.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Teknik analisis yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode regresi data panel, sedangkan penelitian saat ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.
- b. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *leverage*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.

5. Gusti Ayu Rai *et al* (2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* pada indikasi melakukan *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015 berjumlah 100 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Teknik pengambilan sampel penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini menggunakan teknik *purposive sampling*.
- b. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan variabel pajak.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Teknik analisis yang digunakan yaitu penelitian terdahulu menggunakan analisis regresi logistik, sedangkan penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

- b. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.

6. Thesa Refgia (2017)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia khususnya sektor industry dasar dan kimia periode 2011-2014. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak, kepemilikan asing dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu analisis regresi linear berganda.

- b. Teknik pengambilan sampel penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu teknik *purposive sampling*.
- c. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan variabel pajak, ukuran perusahaan dan kepemilikan asing.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *tunneling incentive*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.
- b. Sampel penelitian terdahulu menggunakan perusahaan sektor industry dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian saat ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

7. **Elsa Kisari (2016)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage* sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

2014 yang berjumlah 147 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel kepemilikan asing dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu teknik *purposive sampling*.
- b. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan variabel kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.
- b. Sampel penelitian yang digunakan penelitian terdahulu yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014, sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

- c. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu yaitu analisis regresi logistic, sedangkan penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

8. Marfuah *et al* (2014)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate* sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel pajak dan *exchange rate* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yaitu teknik *purposive sampling*.

- b. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan variabel pajak dan *exchange rate*.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada :

- a. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, *tunneling incentive*, dan *exchange rate*, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.
- b. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu yaitu analisis regresi logistic, sedangkan penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear berganda.
- c. Sampel penelitian yang digunakan penelitian terdahulu yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2012, sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

9. **Nancy Kiswanto et al (2014)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013 yang berjumlah 125 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini

adalah metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Persamaan pengujian pada penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.
- b. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yaitu teknik *purposive sampling*.

Perbedaan antara peneliti sekarang dan peneliti terdahulu terletak pada :

- a. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.
- b. Sampel penelitian yang digunakan penelitian terdahulu yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2013, sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

10. Harry Grubert *et al* (2013)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pajak dan tarif terhadap pembuatan keputusan perusahaan multinasional terkait *transfer pricing*. Pada penelitian ini variabel yang digunakan adalah pajak dan tarif sebagai variabel independen, sedangkan *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan tarif berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Terdapat persamaan antara penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu yang terletak pada :

- a. Teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian terdahulu dengan penelitian saat yaitu teknik *purposive sampling*.
- b. Variabel independen yang digunakan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini menggunakan variabel pajak.

Perbedaan antara penelitian saat ini dan penelitian terdahulu terletak pada:

- a. Variabel independen penelitian terdahulu menggunakan pajak dan tarif, sedangkan penelitian saat ini menggunakan pajak, *exchange rate*, kepemilikan asing, ukuran perusahaan dan *leverage*.

- b. Sampel penelitian yang digunakan penelitian terdahulu yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sedangkan penelitian saat ini menggunakan perusahaan manufaktur sektor aneka industry yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- c. Teknik analisis yang digunakan penelitian terdahulu yaitu analisis regresi logistic, sedangkan penelitian saat ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Berikut hasil penelitian dari peneliti terdahulu yang berhubungan dengan penelitian saat ini dapat dilihat pada tabel matrix dibawah ini :

Tabel 2.1

MARIKS PENELITIAN TERDAHULU

No	Peneliti	Tahun	Variabel Dependen	Variabel Independen							
				PJ	TRF	KA	UP	TI	ER	LE	MB
1	Hani Sri M. <i>et al</i>	2020	<i>Transfer Pricing</i>	S	-	-	-	TS	TS	-	-
2	Desi A. S. <i>et al</i>	2019		-	-	-	-	S	S	-	TS
3	Bella Pratiwi	2018		TS	-	-	-	TS	TS	S	-
4	Sulistyowati <i>et al</i>	2018		TS	-	S	S	-	-	S	-
5	Gusti Ayu <i>et al</i>	2017		S	-	-	-	S	-	-	TS
6	Thesa Refgia	2017		S	-	S	TS	S	-	-	TS
7	Elsa Kisari	2016		-	-	TS	S	-	-	TS	-
8	Marfuah <i>et al</i>	2014		TS	-	-	-	S	TS	-	-

No	Peneliti	Tahun	Variabel Dependen	Variabel Independen							
				PJ	TRF	KA	UP	TI	ER	LE	MB
9	Nancy <i>et al</i>	2014	<i>Transfer</i>	S	-	S	TS	-	-	-	-
10	Harry G. <i>et al</i>	2013	<i>Pricing</i>	S	S	-	-	-	-	-	-

Sumber : Data Diolah

Keterangan :

PJ : Pajak

TRF : Tarif

KA : Kepemilikan Asing

UP : Ukuran Perusahaan

TI : *Tunnelling Incentive*

ER : *Exchange Rate*

LE : *Leverage*

MB : Mekanisme Bonus

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi ini menjelaskan bahwa adanya perbedaan kepentingan dalam suatu perusahaan. Prinsip utama dalam teori keagenan (*Agency Theory*) menyatakan bahwa adanya hubungan kerjasama antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal)

yaitu pemegang saham dengan pihak yang menerima wewenang (agensi) yaitu manajer dalam bentuk kerja sama untuk mendelegasikan suatu pengambilan keputusan dalam aktivitas perusahaan. Hubungan keagenan yaitu sebagai kontrak dimana satu atau beberapa orang (*principal*) dapat mempekerjakan orang atau pihak lain (agensi) untuk melaksanakan sejumlah jasa dan mendelegasikan wewenang tersebut untuk pengambilan keputusan. Dari hal ini dapat diketahui bahwa manajemen wajib untuk mempertanggungjawabkan semua keputusan terhadap pengguna laporan keuangan termasuk investor, stakeholders, pemegang saham, dan kreditor.

Hubungan ini dapat terwujud apabila satu pihak atau lebih *principal* terdapat perjanjian atau kontrak dimana *principal* memberi perintah kepada agen untuk melakukan jasa atas kepentingan *principal* dengan memberikan wewenang tersebut untuk mengelola dan membuat keputusan yang terbaik bagi *principal*. Dengan *principal* memberikan wewenang tersebut kepada agen dapat menimbulkan masalah informasi asimetris antara *principal* sebagai pemegang saham dan agen sebagai manajemen perusahaan. Struktur kepemilikan dari suatu perusahaan dapat mempengaruhi masalah keagenan yang besar kemungkinannya adalah konflik antara pemegang saham dan manajer (Jensen dan Meckling, 1976).

Muncul masalah keagenan (*agency problems*) antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan pihak manajemen (*agent*). Masalah keagenan tersebut dapat terjadi dalam 2 bentuk hubungan yaitu (1) masalah antara pemegang saham dan manajer dan (2) masalah antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham

minoritas. Transfer *pricing* merupakan harga yang terkandung pada setiap produk dan jasa dari satu divisi yang di transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa (Gusti Ayu, 2017).

Hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* adalah berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu cenderung focus pada kepentingan dirinya sendiri, sehingga dapat menimbulkan masalah-masalah keagenan yang akan terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan tersebut bisa saja dapat merugikan untuk pihak *principal* yang tidak terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mengelola perusahaan sehingga *principal* hanya bisa memiliki akses informasi yang terbatas. Kewenangan dalam mengelola aktiva perusahaan yang diberikan oleh *principal* kepada agen dapat membuat agen mengenyampingkan kepentingan dari pemegang saham dengan memanfaatkan insentifnya untuk melakukan *transfer pricing*. Dengan tujuan untuk menurunkan pajak yang harus dibayar, maka dari itu dengan adanya teori agensi ini diharapkan masalah antara perbedaan kepentingan *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 Biaya Politik (*Political Cost Theory*)

Teori biaya politik merupakan teori yang berhubungan dengan kebijakan dimana dalam teori ini dijelaskan bahwa semakin besar *political cost* yang

ditanggung perusahaan, maka semakin besar pula kemungkinan manajer untuk memilih metode atau prosedur akuntansi yang dapat menagguhkan pelaporan laba dari periode saat ini ke periode yang akan datang (menurunkan laba yang dilaporkan saat ini). Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi, pemerintah akan cenderung mengambil tindakan, misalnya menaikkan pajak pendapatan perusahaan yang harus dibayar kepada negara. Perusahaan yang berukuran besar cenderung menggunakan pilihan akuntansi yang dapat mengurangi laba yang dilaporkan atau membuat pengungkapan lain untuk mengurangi biaya politik. Hipotesis biaya politik memperkenalkan suatu dimensi politik pada pemilihan kebijakan akuntansi.

Hubungan teori biaya politik dengan *transfer pricing* adalah perusahaan-perusahaan yang berukuran besar mungkin akan dikenakan standar kinerja lebih tinggi terutama jika perusahaan juga memiliki kemampuan meraih profit yang tinggi, maka akan memperbesar biaya politik. Persaingan luar negeri secara tidak langsung mungkin dapat menurunkan profitabilitas suatu perusahaan terkecuali bagi perusahaan yang terkena dampaknya ini bisa mempengaruhi proses politik pada suatu Negara. Selain itu, adanya tekanan social terutama dari pemerintah yang menuntut perusahaan untuk membayar pajak kepada negara secara tidak langsung akan membuat perusahaan untuk melakukan transfer pricing guna meminimalkan pajak yang dibayarkan. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengalihkan kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang berada dinegara lain yang memiliki tariff pajak yang lebih rendah dengan memperkecil harga jual.

2.3 Penjelasan Variabel

1. Pajak

a. Definisi

Menurut UU Pajak Penghasilan (UU No.36 Tahun 2008) pengertian pajak yakni : “Kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh 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”. Salah satu alasan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah adanya pembayaran pajak. pembayaran pajak yang tinggi membuat perusahaan melakukan penghindaran pajak yaitu dengan melakukan *transfer pricing*. Dalam kegiatan *transfer pricing*, perusahaan-perusahaan multinasional dengan beerapa cabang diberbagai negara cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak yang tinggi ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah.

Praktik *transfer pricing* sering kali dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan multinasional untuk meminalkan jumlah pajak yang harus dibayar. Praktik *transfer pricing* dapat dilakukan dengan cara memperbesar harga beli atau memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada grup yang kedudukan dinegara yang menerapkan tariff pajak

rendah. Sehingga semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan memanipulasi agar mengalihkan penghasilannya kepada perusahaan dinegara yang memiliki tarif pajaknya lebih sedikit. Namun karena belum tersedianya peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing* (Thesa Refgia,2017).

b. Fungsi Pajak

Menurut Resmi (2014), Pajak memiliki beberapa fungsi yaitu :

- Fungsi *Budgeter* (Sumber keuangan negara)

Pajak memiliki fungsi *budgeter* sebagai sumber pendanaan bagi pemerintah untuk membiayai pengeluaran-pengeluarannya (secara rutin dan pengeluaran untuk pembangunan). Pajak sebagai sumber keuangan negara sehingga pemerintah terus berupaya dalam hal memaksimalkan penerimaan negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi dan intensifikasi pemungutan pajak penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak.

- Fungsi *Regularend* (Fungsi pengatur)

Pajak mempunyai fungsi pengatur yaitu pajak sebagai alat untuk mengatur dan melaksanakan kebijakan pemerintah (social dan ekonomi) serta mencapai tujuan-tujuan tertentu diluar sektor keuangan.

c. System pemungutan pajak

Terdapat tiga jenis system pemungutan pajak yaitu :

- *Official Assessment System*

Merupakan suatu system yang cara pemungutan pajaknya dilakukan oleh aparatur perpajakan untuk menentukan berapa besar jumlah pajak yang terutang bagi wajib pajak tersebut setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku sampai saat ini. Inisiatif serta kegiatan menghitung dan memungut pajak sepenuhnya berada pada tangan aparatur perpajakan.

- *Self Assessment System*

Merupakan system pemungutan pajak yang diberikan kepada wajib pajak itu sendiri untuk menentukan berapa banyak jumlah pajak yang terutang pada setiap tahunnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku sampai saat ini. Inisiatif serta kegiatan untuk menghitung dan memungut

diserahkan langsung pada wajib pajak itu sendiri dan wajib pajak harus mampu memahami undang-undang pajak yang berlaku serta mempunyai kejujuran yang tinggi dan menyadari arti pentingnya membayar pajak.

- *With Holding System*

Yaitu system pemungutan pajak yang diberikan kepada pihak ketiga untuk menghitung seberapa besar jumlah pajak yang terutang setiap tahunnya oleh wajib pajak. Penunjukkan pihak ketiga berdasarkan peraturan undang-undang perpajakan, keputusan presiden dan peraturan lainnya untuk dapat memotong serta memungut pajak dan menyeter serta mempertanggungjawabkan melalui saran perpajakan yang berlaku.

2. *Exchange Rate*

a. Definisi

Exchange rate (nilai tukar atau dikenal sebagai kurs) adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau dimasa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda. Menurut Marfuah *et al* (2014) karena perbedaan mata uang sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-

menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Akibatnya perusahaan multinasional mencoba untuk mengurangi risiko *exchange rate* (nilai tukar) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Nilai tukar mata uang menurut FASB adalah rasio antara suatu unit mata uang dengan sejumlah mata uang lain yang bisa ditukar pada waktu tertentu.

Perbedaan nilai tukar rill dengan nilai tukar nominal penting untuk dipahami karena keduanya mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap resiko nilai tukar. Perubahan nilai tukar nominal akan diikuti oleh perubahan harga yang sama yang menjadikan perubahan tersebut tidak berpengaruh terhadap posisi persaingan relative antara perusahaan domestic dengan pesaing luar negerinya dan tidak ada pengaruh terhadap aliran kas. Sedangkan perubahan nilai tukar rill akan menyebabkan perubahan harga relative (yaitu perubahan perbandingan antara harga barang domestic dengan harga barang luar negeri). Dengan demikian perubahan tersebut mempengaruhi daya saing barang domestic.

b. Fungsi nilai tukar (*Exchange Rate*)

Penentuan system nilai tukar merupakan suatu hal penting bagi perekonomian suatu negara karena hal tersebut merupakan satu alat yang

dapat digunakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengisolasi perekonomian suatu negara dari gejolak perekonomian global. Pada dasarnya kebijakan nilai tukar yang ditetapkan suatu negara mempunyai beberapa fungsi utama yaitu :

- Mempertahankan keseimbangan neraca pembayaran dengan sasaran akhir menjaga kecukupan cadangan devisa.
- Menjaga kestabilan pasar domestic.
- Sebagai instrument moneter khususnya bagi negara yang menerapkan suku bunga dan nilai tukar sebagai sasaran operasional kebijakan moneter.

Selain itu, menurut Kewal (2012) mengatakan bahwa nilai tukar atau disebut juga kurs valuta dalam berbagai transaksi ataupun jual beli valuta asing, dikenal ada empat jenis yaitu :

- *Selling rate* (kurs jual), yaitu kurs yang ditentukan oleh suatu bank untuk penjualan valuta asing tertentu pada saat tertentu.
- *Middle rate* (kurs tengah), yaitu kurs tengah antara kurs jual dan kurs beli valuta asing terhadap mata uang nasional yang ditetapkan oleh Bank Central pada suatu saat tertentu.
- *Buying rate* (kurs beli), yaitu kurs yang ditentukan oleh suatu bank untuk pembelian valuta asing tertentu pada saat tertentu.

- *Flat rate* (kurs flat), yaitu kurs yang berlaku dalam transaksi jual beli bank notes dan traveler cheque, dimana dalam kurs tersebut telah diperhitungkan promosi dan biaya lain-lain.

Exchange rate dapat diukur dari keuntungan dan kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing. *Exchange rate* dapat dirumuskan dengan cara sebagai berikut yaitu laba rugi selisih kurs dibagi dengan laba rugi sebelum pajak.

3. *Tunneling Incentive*

Menurut Desi Alfiatus *et al* (2019), *tunneling incentive* merupakan perilaku dari manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset atau profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* muncul dalam dua bentuk (Johnson,2000:22), yaitu :

- Pemegang saham pengendali atau mayoritas dapat memindahkan seluruh sumber daya perusahaan pada dirinya sendiri melalui transaksi antara perusahaan dengan pemilik. Hal tersebut dapat dilakukan dengan menjual asset, pemberian pinjaman dan lain-lain.
- Pemegang saham pengendali atau mayoritas dapat meningkatkan porsi atas perusahaan tanpa harus memindahkan asset melalui penerbitan saham delutive maupun transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non pengendali atau minoritas.

Menurut Marfuah (2014), ada dua jenis struktur kepemilikan yang mencerminkan suatu konflik keagenan yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi. Dalam struktur kepemilikan tersebar, konflik terjadi antara manajer dengan pemegang saham dimana manajer biasanya lebih mengutamakan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan pemegang saham. Hal tersebut juga terjadi karena pemegang saham tidak bersedia melakukan monitoring terhadap manajemen perusahaan dan hanya ingin memperoleh keuntungan sesuai dengan proporsi kepemilikan saham mereka. Struktur kepemilikan modal di Indonesia terkonsentrasi pada sedikit pemilik sehingga menyebabkan konflik keagenan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas.

Dalam hal ini pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas terjadi dikarenakan pemegang saham mayoritas dapat mengendalikan manajemen, hal ini mengakibatkan pemegang saham mayoritas lebih memiliki kendali terhadap keputusan di bandingkan pemegang saham minoritas. Pemegang saham mayoritas dapat membuat keputusan yang dapat menguntungkan dirinya sendiri tanpa memperdulikan pemegang saham minoritas.

Tunneling Incentive = Jumlah Kepemilikan Saham Terbesar

Jumlah Saham Beredar

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Thesa, 2017). Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar kecilnya suatu objek. 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 asset yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Keempat jenis ukuran perusahaan tersebut antara lain :

- Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. 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,-.
- Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang. 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,-.

- Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang. 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,-.
- Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan sejumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah yang meliputi usaha nasional milik negara atau usaha swasta, usaha patungan dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Perusahaan dengan ukuran besar yaitu yang memiliki kekayaan bersih \geq Rp 10.000.000.000,- (tidak termasuk tanah dan bangunan) serta memiliki jumlah penjualan \geq Rp 50.000.000.000,-.

Ukuran perusahaan dapat dinilai dari beberapa segi seperti yang sudah dijelaskan diatas. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya. Jadi semakin besar nilai item-item tersebut maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu. Semakin besar asset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula perusahaan tersebut dikenal didalam masyarakat (Elsa Kisari, 2016).

Menurut E;sa (2016) menyatakan bahwa ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan total asset yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan. Dalam ukuran perusahaan terdapat tiga variabel yang dapat menentukan ukuran perusahaan yaitu total asset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Karena variabel itu dapat menentukan besarnya suatu perusahaan. Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Aset})$$

5. *Leverage*

Menurut Elsa (2016) *leverage* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana asset perusahaan dibiayai dengan hutang, dengan kata lain sejauh mana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). Pembiayaan dengan hutang menimbulkan beban yang bersifat tetap. Rasio *leverage* mengukur seberapa besar *leverage* keuangan yang ditanggung perusahaan. Setiap penggunaan hutang oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap resiko dan pengembalian.

Jika semakin besar hutang maka akan berdampak terhadap profitabilitas yang diperoleh perusahaan karena sebagiannya digunakan untuk membayar bunga pinjaman. Dalam UU Perpajakan No. 36 Tahun 2008 menjelaskan tentang penentuan besarnya perbandingan antara utang dan modal perusahaan untuk keperluan perhitungan pajak penghasilan. UU No. 36 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (3) & (4) menjelaskan bahwa saldo utang jangka pendek yang termasuk saldo utang dagang yang dibebani bunga dan modal adalah saldo rata-rata modal pada satu tahun pajak. Dalam UU No. 36 Tahun 2008 pasal 6 menjelaskan bahwa besarnya penghasilan kena pajak bagi wajib pajak dalam negeri dan bentuk usaha tetap dapat ditentukan berdasarkan penghasilan seperti beban bunga. Dengan biaya bunga yang semakin besar maka profitabilitas semakin berkurang (karena sebagian digunakan untuk membayar bunga), maka hak pemegang saham

(dividen) juga akan semakin berkurang. Bahkan pertimbangan pajak muncul untuk membuat hutang menjadi pembiayaan dalam pajak tinggi dan ekuitas dalam pajak rendah.

Analisis rasio keuangan diperlukan untuk mencerminkan aspek-aspek tertentu salah satu rasio keuangan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan menggunakan hutang yang disebut dengan rasio *leverage*. Ada beberapa rasio yang mungkin dinyatakan adalah sebagai berikut :

- Rasio Hutang

Rasio hutang mungkin dihitung berdasarkan atas hutang jangka panjang (termasuk kewajiban membayar sewa guna atau *leasing*), mungkin juga seluruh hutang. Rasionya dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Rasio hutang} = \frac{\text{Hutang Jangka Panjang} + \text{Sewa}}{\text{Hutang Jangka Panjang} + \text{Sewa guna} + \text{Modal}}$$

- *Debt to Equity Ratio*

Rasio ini menunjukkan perbandingan antara hutang dengan total ekuitas.

$$\text{Debt to Equity Ratio (DER)} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

- *Times Interest Earned*

Rasio ini dapat diukur dari seberapa banyak laba operasi (terkadang ditambah dengan penyusutan) yang mampu untuk membayar bunga hutang. Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{Laba Operasi (+ penyusutan)}}{\text{Bunga}}$$

- *Debt Service Coverage*

Kewajiban finansial yang timbul karena menggunakan hutang tidak hanya karena untuk membayar bunga dan sewa guna (*leasing*). Ada juga kewajiban lain dalam bentuk pembayaran angsuran pokok pinjaman. *Debt Service Coverage* (DSC) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{DSC} = \frac{\text{Laba Operasi + Penyusutan}}{\text{Bunga + Sewa guna + Angsuran pokok pinjaman/ (1-t)}}$$

Jadi rasio hutang (*leverage ratio*) dalam penelitian ini adalah *debt to equity ratio*. *Debt to equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai hutang terhadap ekuitas. Rasio ini dapat menggambarkan perbandingan hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajibannya.

6. *Transfer Pricing*

a. Definisi

Transfer pricing merupakan harga yang terkandung pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang ditransfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. *Transfer pricing* digolongkan menjadi dua yaitu penentuan harga transfer antar divisi yang masih dalam satu perusahaan dan penentuan harga transfer atas transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Metode penentuan harga transfer untuk transaksi yang dilakukan antar divisi yang masih berada dalam perusahaan yang sama dinamakan *intra-company transfer pricing*. Sedangkan metode penentuan harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa disebut *inter-company transfer pricing*.

Inter-company transfer pricing sendiri dapat digolongkan menjadi *domestic transfer pricing* dan *internasional transfer pricing*. Perbedaan keduanya adalah *domestic transfer pricing* dilakukan antar perusahaan yang berada dinegara yang sama sedangkan *internasional transfer pricing* dilakukan antar perusahaan yang berkedudukan dinegara yang berbeda. Dalam lingkungan perusahaan multinasional akan timbul transaksi hubungan istimewa dimana terjadi transaksi antar sesama anggota perusahaan atau dalam satu grup (*intra-group transaction*). Hal tersebut dapat menimbulkan adanya indikasi dilakukannya praktik *transfer pricing*

untuk penghindaran pajak, karena dilakukan dengan pihak istimewa maka penetapan harga jual dapat terjadi secara tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya (Gusti Ayu, 2017).

Pengertian hubungan istimewa diatur di dalam UU pajak penghasilan Pasal 18 ayat 4 UU No. 36 Tahun 2008, cakupan hubungan istimewa terjadi apabila ada penyertaan kepemilikan secara langsung maupun tidak langsung minimal 25% pada wajib pajak lainnya. Lebih lanjut pengertian hubungan istimewa terjadi apabila beberapa wajib pajak secara langsung maupun tidak langsung berada dibawah penguasaab yang sama. Sedangkan menurut PSAK 7, 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. Apabila entitas induk, entitas anak, dan entitas anak berikutnya saling terkait dengan entitas lainnya juga disebut dengan hubungan istimewa. Lebih lanjut cakupan hubungan istimewa terjadi apabila beberapa perusahaan berada dibawah penguasaan yang sama (entitas sepengendali) termasuk entitas induk dan entitas anak.

Transaksi hubungan istimewa ini dapat menyebabkan perbedaan harga transfer dimana harga menjadi tidak wajar karena kekuatan pasar tidak berlaku apa adanya. Perbedaan tarif pajak yang berlaku antar negara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen

perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik *transfer pricing*. Perusahaan multinasional sering memanfaatkan celah peraturan perpajakan untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu memindahkan keuntungan atau penghasilan yang didapat ke perusahaan afiliasi yang berada dinegara lain, sehingga total pajak perusahaan yang dibayarkan menjadi lebih rendah dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut semakin tinggi. Hal tersebut telah menyebabkan kerugian yang besar bagi negara berkembang termasuk Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN bagi negara Indonesia. Sehingga saat ini *transfer pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak.

b. Metode *transfer pricing* dan penentuan harga transfer yang wajar.

Penentuan dalam *transfer pricing* atau harga transfer yang wajar dapat dilakukan dengan menggunakan tiga metode yaitu sebagai berikut :

- Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar.

Merupakan penentuan harga transfer yang paling wajar dan independen karena barang ataupun jasa yang ditransfer akan dinilai berdasarkan pada harga pasar yang berlaku.

- Penentuan harga transfer berdasarkan harga pokok.

Merupakan penentuan harga transfer dimana terdapat biaya yang ditimbulkan oleh unit bisnis penjual dalam produksi barang ataupun jasa.

- Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi.

Merupakan penentuan harga transfer dimana kondisi tidak adanya ketersediaan harga produk dipasar sehingga perusahaan akan memberikan kebebasan kepada unit bisnis yang bersangkutan untuk melakukan negosiasi terhadap harga transfer yang diinginkan.

Perjanjian modal *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD), menyatakan bahwa harga-harga transfer sebaiknya disesuaikan dengan menggunakan standar harga pasar wajar (*arm's-length standard*). Negara-negara OECD mempunyai metode untuk menguji apakah harga transfer dari perusahaan multinasional sama dengan harga pasar dan bebas melakukan transaksi. *Arm's-length standard* dapat diterapkan dengan beberapa metode sebagai berikut :

- Metode perbandingan harga antara pihak yang independen (*Comparable Uncontrolled Price/ CUP*).

Metode ini dapat dilakukan dengan cara membandingkan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa

dengan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam kondisi yang sepadan.

- Metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method/ RPM*).

Metode ini dilakukan dengan cara membandingkan harga suatu produk antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan menetapkan kembali harga jual produk tersebut setelah dikurangi laba kotor wajar kepada pihak lain yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

- Metode biaya plus (*Cost Plus Method/ CPM*).

Metode ini dilakukan dengan menambah tingkat laba kotor wajar yang diperoleh perusahaan yang sama dari transaksi sebanding dengan pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

- Metode pembagian laba (*Profit Split Method/ PSM*).

Metode ini berbasis laba transaksional dimana dilakukan dengan cara mengidentifikasi laba gabungan dari transaksi afiliasi yang dibagi oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan memberikan perkiraan pembagian laba yang selayaknya dan tercermin dari kesepakatan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

- Metode laba bersih transaksional (*Transactional Net Margin Method/ TNMM*).

Metode ini dilakukan dengan cara membandingkan persentase laba bersih operasi terhadap biaya, penjualan, aktiva tetap, atau lainnya antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan persentase laba bersih operasi sebanding dengan pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

2.4 Pengaruh Antar Variabel

A. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*.

Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang perpajakan menjelaskan bahwa pajak merupakan 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. Setiap negara memiliki tarif pajak yang berbeda yang disesuaikan dengan kebijakan masing-masing negara tersebut. Praktik bisnis umumnya pengusaha mengidentikkan pembayaran pajak sebagai beban sehingga akan senantiasa perusahaan berusaha untuk dapat meminimalkan beban pajak tersebut, sehingga perusahaan multinasional yang melakukan transaksi antar negara atau perdagangan internasional akan berusaha mencari jalan untuk menghindari pembayaran pajak yang terlalu tinggi dan terutama ketika

melakukan operasi perdagangan dinegara yang memiliki tarif pajak tinggi (Thesa, 2017).

Transfer pricing yang dilakukan perusahaan multinasional didorong alasan pajak, dimana pemerintah mewajibkan atau menuntut suatu perusahaan multinasional untuk membayar pajak. Hal ini membuat perusahaan multinasional merasa tertekan dan harus secara rutin membayar pajak, bagi pemerintah pajak merupakan pendapatan untuk negara. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. *Transfer pricing* dalam transaksi penjualan barang dan jasa dilakukan dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan dinegara yang menerapkan tarif pajak yang rendah. Namun karena belum tersediannya alat, tenaga ahli, dan peraturan yang baku maka pemeriksaan *transfer pricing* sering kali dimenangkan oleh wajib pajak dalam pengadilan pajak sehingga perusahaan multinasional semakin termotivasi untuk melakukan *transfer pricing*.

Hubungan teori agensi yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel pajak yaitu pertentangan terjadi apabila agen tidak menjalankan perintah principal untuk kepentingannya sendiri. Dalam penelitian ini, pemerintah adalah *principal* sedangkan perusahaan

adalah agen. Pemerintah yang bertindak sebagai *principal* memerintahkan kepada perusahaan untuk membayar pajak sesuai dengan undang-undang pajak. Hal yang terjadi adalah perusahaan sebagai agen lebih mengutamakan kepentingannya dalam mengoptimalkan laba perusahaan sehingga meminimalisir beban termasuk beban pajak dengan melakukan penghindaran pajak dengan cara melakukan *transfer pricing*. Manajer perusahaan yang berkuasa dalam perusahaan untuk pengambilan keputusan sebagai agen memiliki kepentingan untuk memaksimalkan labanya dengan kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan. Hal inilah yang menjadikan adanya konflik keagenan.

Penelitian yang dilakukan oleh Gustu Ayu et al (2017) yang menemukan bahwa pajak mempunyai hubungan terhadap keputusan *transfer pricing*. Alasan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* adalah salah satunya untuk menekan beban pajak yang semakin besar. Namun penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati et al (2018), Bella Pratiwi (2018), dan Marfuah et al (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh pajak terhadap keputusan *transfer pricing*. Sehubungan dengan perbedaan hasil penelitian tersebut, peneliti ini kembali untuk menguji pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*.

B. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*.

Exchange rate merupakan harga suatu mata uang relative terhadap mata uang lainnya (kurs) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (suplly) dan permintaan (demand) mata uang tersebut. Berkembangnya dunia bisnis membuat berkembang pula motif perusahaan dalam menerapkan *transfer pricing* di perusahaannya. Salah satu motif perusahaan menggunakan skema *transfer pricing* adalah mengejar arus kas. Saat ini perusahaan multinasional telah berlomba-lomba untuk dapat meluaskan jaringannya ke luar negeri. Adanya perbedaan mata uang sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti.

Konsekuensinya adalah jumlah unit valuta negara asal yang dibutuhkan untuk membayar bahan baku dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harga. Sedangkan arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relative kepada nilai dollar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Oleh karena itu perubahan nilai tukar dapat

dimanfaatkan oleh perusahaan multinasional untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui kegiatan *transfer pricing*. Profitabilitas sangat penting bagi investor dan dijadikan sebagai salah satu indikator penilaian dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan.

Hubungan teori yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel *exchange rate* (nilai tukar) yaitu investor sebagai *principal* dan perusahaan sebagai agen. Perusahaan yang bertindak sebagai agen akan mementingkan kepentingannya sendiri untuk dapat memperoleh laba yang baik, karena perubahan nilai tukar dapat dimanfaatkan perusahaan multinasional untuk dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan melakukan *transfer pricing*. Profitabilitas dari suatu perusahaan sangat penting bagi investor sebagai *principal* yang menjadikan hal tersebut sebagai salah satu penilaian dari perusahaan tersebut untuk dapat mengambil keputusan dalam berinvestasi pada perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Alfiatus et al (2019) yang menemukan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hani Sri Mulyani et al (2020), Bella Pratiwi (2018) dan Marfuah et al (2014) menunjukkan hal yang berbeda, yaitu tidak adanya pengaruh antara *exchange rate* terhadap *transfer pricing*.

C. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*.

Menurut Hani Sri Mulyani *et al* (2020), *tunneling incentive* merupakan kondisi untuk menggambarkan pengambilan asset suatu pemegang saham non pengendali melalui pengalihan asset dan keuntungan demi kepentingan pemegang saham pengendali. Teori agensi yang menjelaskan dimana terdapat hubungan antara agen dan *principal* dimana pemegang saham pengendali asing berupaya untuk dapat memperoleh pengembalian modal yang maksimal dari tingkat kepemilikannya yaitu dengan cara memerintah manajemen untuk melakukan transaksi dengan pihak berelasi yang tentunya merugikan pemegang saham non pengendali. Salah satu transaksi dengan pihak berelasi yang dapat dilakukan adalah *transfer pricing*. Sarifah Alfiatus *et al* (2019), menyatakan bahwa *tunneling incentive* merupakan perilaku dari manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer asset dan profit perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas.

Dalam hal ini pemegang saham pengendali asing secara bebas melakukan *tunneling incentive* yaitu dengan menjual produk perusahaan di bawah harga pasar atau tidak membagikan dividen kepada pemegang saham non pengendali. Beberapa peneliti sebelumnya meneliti tentang pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*, diantaranya Desi Alfiatus *et al* (2019), Thesa Refgia

(2017), Gusti Ayu et al (2017), dan Marfuah et al (2014) yang menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Hani Sri Mulyani et al (2020) dan Bella Pratiwi (2018) menunjukkan hal yang berbeda yaitu *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

D. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*.

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala perusahaan yang dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun. Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan. Karena biaya-biaya yang mengikuti penjualan cenderung lebih besar, maka perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi cenderung memilih kebijakan akuntansi yang mengurangi laba (Thesa, 2017). Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total asset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Perusahaan yang dimiliki 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 relative lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relative lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba disbanding perusahaan dengan total asset yang kecil.

Semakin besar asset suatu perusahaan dapat disimpulkan bahwa kompleksitas yang dimiliki perusahaan juga bertambah luas, termasuk pengambilan keputusan-keputusan manajemen. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik *transfer pricing* pada perusahaan. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan.

Hubungan teori yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel ukuran perusahaan yaitu pemegang saham sebagai *principal* dan manajer sebagai agen. Dimana pemegang saham ingin menunjukkan kinerja perusahaan yang baik kepada masyarakat dan investor. Pada perusahaan yang berukuran relative lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat sehingga para direksi atau manajer perusahaan tersebut akan lebih berhati-hati dan transparan dalam melaporkan kondisi keuangannya. Sedangkan perusahaan yang berukuran lebih kecil dianggap lebih mempunyai kecenderungan melakukan *transfer pricing* untuk menunjukkan kinerja yang memuaskan. Sehingga perusahaan yang besar pemiliknya lebih cenderung untuk meningkatkan laba yang besar dengan pajak yang kecil maka pemilik perusahaan besar membuka cabang-cabang

perusahaan untuk dapat membagi labanya agar jumlah pajaknya kecil dan pemilik perusahaan besar dapat membuka cabang perusahaan di negara yang bertarif pajak rendah untuk dapat melakukan *transfer pricing* untuk dapat menghindari pajak dinegaranya. Oleh sebab itu ada beberapa perusahaan melakukan berbagai cara agar pembayaran pajak menjadi rendah yaitu dengan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyowati et al (2018) dan Elsa Kisari (2016) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Thesa Refgia (2017) dan Nancy Kiswanto et al (2014) menunjukkan hal yang berbeda yaitu ukuran perusahaan tidak adanya pengaruh terhadap *transfer pricing*.

E. Pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer pricing*.

Leverage merupakan rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal, rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (Elsa Kisari, 2016). Perusahaan memiliki berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan bisnisnya salah satunya dengan utang. *Leverage* mengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang. Semakin besar utang maka laba kena pajak akan menjadi lebih kecil karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar.

Perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memilih untuk berutang agar mengurangi pajak, dengan sengaja perusahaan berutang untuk mengurangi beban pajak maka dapat disebutkan bahwa perusahaan tersebut agresif terhadap pajak. perusahaan multinasional biasanya membiayai anggota kelompok dengan transfer utang dan/atau modal. Utang dan/atau transfer modal sebagian didorong oleh peluang untuk arbitrase pajak dan dengan demikian perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi utang selektif untuk keperluan pajak lebih cenderung agresif dalam hal pengaturan penetapan harga *transfer pricing* (Sulistyowati et al, 2018). Ada kemungkinan bahwa *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti harga transfer dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup.

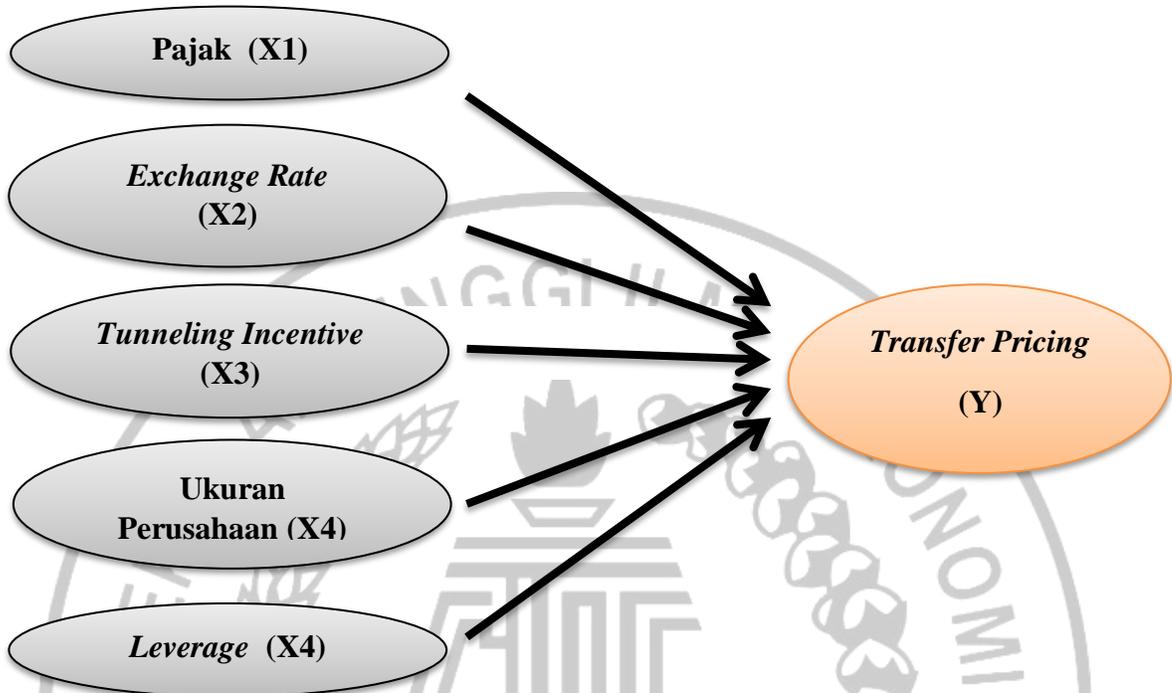
Hubungan teori agensi yang digunakan dalam penelitian ini dengan variabel *leverage* yaitu teori keagenan menyatakan bahwa antara manajer, pemegang saham dan kreditor mungkin terjadi konflik kepentingan ketika perusahaan menggunakan hutang sebagai salah satu sumber pendanaannya. Konflik tersebut tercermin dari kebijakan dividen, kebijakan investasi serta penambahan hutang baru. Ketiga kebijakan tersebut dapat digunakan pemegang saham untuk mengatur manajemen dan mentransfer kekayaan dari tangan kreditor. Sementara itu pihak kreditor mempunyai kepentingan terhadap keamanan

dananya yang diharapkan akan menghasilkan keuntungan bagi dirinya dimasa mendatang.

Pada perusahaan yang mempunyai hutang relative tinggi, kreditor mempunyai hak lebih besar untuk mengetahui dan mengawasi penyelenggaraan operasi pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memilih untuk berutang. Perusahaan yang terlibat dalam lokalisasi utang selektif untuk keperluan pajak lebih cenderung agresif dalam hal pengaturan penetapan harga *transfer pricing* dan ada kemungkinan *leverage* dapat bertindak sebagai pengganti harga transfer dalam mencapai pengurangan kewajiban pajak perusahaan grup.

Penelitian yang dilakukan oleh Bella Pratiwi (2018) dan Sulistyowati et al (2018) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Namun penelitian yang dilakukan oleh Elsa Kisari (2016) menunjukkan hal yang berbeda yaitu tidak adanya pengaruh terhadap *transfer pricing*.

2.5 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
KERANGKA PEMIKIRAN

2.6 Hipotesis Penelitian

Rerangka pemikiran yang mendasari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2.1. Berdasarkan rerangka penelitian tersebut, maka dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H2 : *Exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H3 : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*
- H5 : *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.