

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Peneletian Terdahulu

Adapun penelitian terdahulu terkait dengan penelitian saat ini adalah sebagai berikut:

##### 1. **Dwi Noviaastika *et al* (2016)**

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh pajak, *tunneling incentive*, *good corporate governance* (GCG) terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance* (GCG) 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 BEI tahun 2012-2014 yang berjumlah 40 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 19,5% *transfer pricing* dipengaruhi oleh variabel pajak, *tunneling incentive*, dan *good corporate governance*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak dan *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian

terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu mekanisme bonus.

## 2. Mispiyanti (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2013. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan model regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* sedangkan pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data dan periode penelitian.

## 3. Clara Xiaoling *et al* (2015)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji faktor-faktor penentu dan konsekuensi otonomi *transfer pricing*. Variabel yang digunakan dalam penelitian

ini adalah standardisasi antara produk, investasi asing, perbedaan tarif pajak dan tingkat ukuran kinerja perusahaan sebagai variabel independen. Desentralisasi, interdependensi organisasi, ketidakpastian lingkungan, metode *transfer pricing*, ukuran divisi, transaksi internal dan kepemilikan negara sebagai variabel kontrol serta otonomi otonomi *transfer pricing* sebagai variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah manajer umum atau manajer keuangan dari divisi atau anak perusahaan milik perusahaan industri atau komersial di China. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dan analisis regresi OLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertama, otonomi *transfer pricing* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mencerminkan asimetri informasi antara manajemen puncak dan manajer divisi sebagai standardisasi antara produk, investasi asing, dan perbedaan tarif pajak. Kedua, otonomi *transfer pricing* dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mencerminkan keselarasan tujuan seperti tingkat ukuran kinerja perusahaan di manajer divisi.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian, sampel penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive* dan mekanisme bonus

#### 4. Pradeep Gupta (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak perusahaan dan tarif produk terhadap *transfer pricing* dari perusahaan multinasional (MNC) di India. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah insentif pajak dan tarif produk 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 industri yang melakukan impor ke India selama periode 2001-2008. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *generalized least square* (GLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa insentif pajak dan tarif produk memberikan kesempatan bagi perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing* dalam memaksimalkan keuntungan yang diperoleh dari operasi di seluruh dunia dan mengurangi kewajiban pembayaran pajak.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian, sampel penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive* dan mekanisme bonus.

#### 5. Winda Hartati et al (2014)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak dan

mekanisme bonus sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2012. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik pengambilan sampel, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak dan mekanisme bonus. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian, sampel penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu *tunneling incentive*.

#### **6. Ni Wayan Yuniasih et al (2012)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pajak dan *tunneling incentive* sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel penelitian yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2010. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan sama-sama menggunakan variabel independen yaitu pajak dan *tunneling incentive*. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini terletak pada teknik analisis data, periode penelitian dan pada penelitian saat ini variabel tambahan yang digunakan yaitu mekanisme bonus.

Berikut hasil penelitian dari penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel matriks di bawah ini :

Tabel 2.1  
MATRIKS PENELITIAN TERDAHULU

No	Peneliti	Tahun	Variabel Dependen	Variabel Independen		
				PJ	TI	MB
1.	Dwi Noviasatika <i>et al</i>	2016	<i>Transfer Pricing</i>	S	S	
2.	Mispiyanti	2015		TS	S	TS
3.	Clara Xiaoling <i>et al</i>	2015		S		
4.	Pradeep Gupta	2014		S		
5.	Winda Hartati <i>et al</i>	2014		S		S
6.	Ni Wayan Yuniasih <i>et al</i>	2012		S	S	

Sumber : Data Diolah

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Teori Agensi (Agency Theory)

Jensen dan Meckling (1967), menyatakan bahwa teori agensi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara manager sebagai agen dan pemegang saham sebagai *principal*. Hubungan tersebut dapat terwujud ketika ada perjanjian atau kontrak antara satu pihak atau lebih *principal* dimana *principal* memberi perintah kepada agen untuk melakukan jasa atas kepentingan *principal* dengan memberikan wewenang kepada agen untuk mengelola dan membuat keputusan yang terbaik bagi *principal* (Brundy, 2014:4). Pemberian wewenang tersebut secara tidak langsung membuat agen memiliki kewajiban dalam mempertanggungjawabkan setiap keputusan yang diambilnya terhadap pengguna laporan keuangan baik investor, pemegang saham, *stakeholders* maupun kreditor. Masalah keagenan dapat terjadi dalam 2 bentuk hubungan, yaitu: (1) antara pemegang saham dan manajer dan (2) antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas.

Teori agensi juga menyatakan bahwa terdapat pemisahan fungsi antara *principal* dengan agen. Perusahaan yang dikelola oleh mereka bukan pemilik akan cenderung terdapat perbedaan keinginan, utilitas, serta kepentingan antara *principal* dengan agen. Perbedaan ini disebut dengan permasalahan agensi (*agency problem*) yang mengarah pada ketidakseimbangan informasi karena agen biasanya memiliki informasi yang lebih dominan dibandingkan dengan *principal* tentang perusahaan sehingga informasi dominan yang dimilikinya akan mendorong agen untuk menyembunyikan sebagian informasi kepada *principal*.

Pada kondisi ini, agar agen bertindak sesuai dengan keinginan dari *principal*, maka *principal* perlu untuk mengeluarkan biaya-biaya dalam mengawasi dan mengontrol kegiatan dari agen, memberi gaji, dan kompensasi yang sesuai kepada agen serta membuat sistem pengendalian perusahaan agar agen bekerja secara jujur.

Hubungan teori agensi dengan *transfer pricing* adalah berdasarkan asumsi sifat dasar manusia dijelaskan bahwa setiap individu akan cenderung fokus pada kepentingan dirinya sendiri sehingga timbulnya masalah-masalah keagenan dapat terjadi karena terdapat pihak-pihak yang memiliki perbedaan kepentingan namun saling bekerja sama dalam pembagian tugas yang berbeda. Masalah keagenan tersebut dapat merugikan pihak *principal* yang tidak terlibat secara langsung dalam mengelola perusahaan sehingga *principal* hanya memiliki akses informasi yang terbatas. 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 perbedaan kepentingan antara *principal* dan agen dapat dikurangi dan diperlukan adanya pengendalian yang tepat untuk dapat mensejajarkan perbedaan kepentingan yang terjadi antara *principal* dan agen.

### **2.2.2 Teori 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 manager 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 yang 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 sosial 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 di negara lain yang tarif pajaknya lebih rendah dengan memperkecil harga jual.

### 2.2.3 *Transfer Pricing*

Pengertian dari transaksi *transfer pricing* dapat digolongkan menjadi 2, yaitu sisi netral dan sisi pejoratif (Mispiyanti, 2015). Dari sisi netral, *transfer pricing* diartikan sebagai strategi, taktik, dan motif yang digunakan untuk mengurangi beban pajak. *Transfer pricing* adalah suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer atau transaksi barang, jasa, harta tak berwujud maupun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. *Transfer pricing* juga diartikan sebagai nilai yang melekat pada pengalihan barang maupun jasa dimana terjadi transaksi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Dalam konteks praktik penghindaran pajak diketahui bahwa modus *transfer pricing* adalah merekayasa pembebanan harga transaksi antara perusahaan-perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dengan tujuan meminimalkan beban pajak atas grup perusahaan secara keseluruhan (Rahayu, 2010). *Transfer pricing* dapat terjadi dalam satu grup perusahaan dan antar perusahaan yang terikat dalam hubungan istimewa. Sedangkan dari sisi pejoratif, *transfer pricing* diartikan sebagai suatu upaya dalam menghemat atau meminimalkan beban pajak dengan cara mengalokasikan laba perusahaan di suatu negara ke perusahaan relasi yang berada di negara lain dengan tarif pajak lebih rendah sehingga beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan akan seminimal mungkin.

Menurut Dirjen Pajak, *transfer pricing* adalah penentuan harga dari transaksi pengalihan barang berwujud dan tidak berwujud maupun jasa yang dapat ditransfer dari satu divisi ke divisi yang lain dalam satu lingkup perusahaan atau dengan perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Menurut Suyana

(2012), *transfer pricing* adalah transaksi barang dan jasa antara beberapa divisi pada suatu kelompok usaha dengan cara menaikkan atau menurunkan harga pada harga yang tidak wajar yang biasanya dilakukan oleh perusahaan multinasional. Astuti (2008: 12), menyatakan bahwa *transfer pricing* merupakan pengalihan harga atas harga jual barang, jasa, maupun harta tidak berwujud dari satu perusahaan ke perusahaan relasinya yang berlokasi di berbagai negara. Menurut Suandy (2011:76-77), kebijakan dalam menetapkan *transfer pricing* dipilih oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu yaitu memaksimalkan laba yang diperoleh perusahaan secara global, mengamankan posisi kompetitif anak atau cabang perusahaan di mancanegara, menghindarkan pengendalian devisa, mengontrol kredibilitas asosiasi, mengurangi risiko moneter, mengatur arus kas anak atau cabang perusahaan yang memadai, membina hubungan yang baik dengan administrasi setempat, mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, serta mengurangi risiko pengambilalihan oleh pemerintah.

Penetapan *transfer pricing* atau harga transfer dapat berjalan efektif jika didukung oleh faktor-faktor sebagai berikut: (1) pihak-pihak yang memiliki pengaruh dalam kesuksesan organisasi baik pelanggan, karyawan, pemasok, dan lain-lain; (2) suasana baik yang mendukung dalam penetapan harga transfer yang adil; (3) produk yang akan ditransfer memiliki harga pasar di luar perusahaan; (4) adanya kebebasan dalam menentukan sumber perolehan barang ataupun jasa; (5) pihak-pihak yang berkepentingan memiliki informasi yang detail dalam pengambilan keputusan mengenai biaya dan pendapatan; (6) unit bisnis atau divisi memiliki proses negosiasi (Sumarman, 2013:232).

Sumarsan menjelaskan, bahwa penentuan *transfer pricing* atau harga transfer yang wajar dapat dilakukan dengan menggunakan tiga metode sebagai berikut (Sumarman, 2013:234-237):

1. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pasar

Merupakan penentuan harga transfer yang paling wajar dan independen karena barang ataupun jasa yang ditransfer dinilai berdasarkan pada harga pasar yang berlaku. Kelemahan pada metode ini adalah jika produk yang ditransfer antara unit bisnis dalam satu lingkup perusahaan tidak dijual dalam pasar maka, penentuan harga transfer disesuaikan dengan harga pokok produksi yang telah dikeluarkan oleh unit bisnis.

2. Penentuan harga transfer berdasarkan harga pokok

Merupakan penentuan harga transfer dimana terdapat biaya ditimbulkan oleh unit bisnis penjual dalam produksi barang ataupun jasa. Kelemahan pada metode ini adalah dapat menghasilkan keputusan yang buruk, pihak unit bisnis yang melakukan transfer cenderung menaikkan harga transfer dari harga pokok produksi produknya, dan lain-lain.

3. Penentuan harga transfer berdasarkan negosiasi

Merupakan penentuan harga transfer dimana terjadi kondisi tidak adanya ketersediaan harga produk di pasar sehingga perusahaan memberikan kebebasan kepada unit bisnis yang bersangkutan untuk melakukan negosiasi terhadap harga transfer yang diinginkan. Kelemahan pada metode ini adalah harga transfer tidak mudah untuk ditentukan karena

posisinya pada situasi sulit yang dapat menimbulkan *conflict of interest* antara kedua belah pihak yang terlibat.

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:

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

Metode ini 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.

2. 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.

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

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

4. 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 selukupnya dan tercermin dari kesepakatan antara pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa.

5. 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.

#### **2.2.4 Hubungan Istimewa atau Pihak Berelasi**

Pihak-pihak berelasi adalah orang atau entitas yang terkait dengan entitas tertentu dalam menyiapkan laporan keuangannya. Berdasarkan Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 7 Tahun 2010, pihak-pihak yang bersangkutan dianggap memiliki hubungan istimewa yaitu (1) perusahaan yang

melalui satu atau lebih perantara, mengendalikan atau dikendalikan oleh atau berada di bawah pengendalian bersama dengan perusahaan pelapor; (2) perusahaan asosiasi; (3) perorangan yang baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki hak suara di perusahaan pelapor yang berpengaruh secara signifikan dan anggota keluarga dekat perorangan tersebut yang diharapkan mempengaruhi atau dipengaruhi perorangan tersebut dalam transaksinya dengan perusahaan pelapor; (4) karyawan kunci yang meliputi dewan komisaris, direksi, dan manajer dari perusahaan serta keluarga dekat orang-orang tersebut; (5) perusahaan dimana suatu kepentingan substansial dalam hak suara dimiliki baik secara langsung maupun tidak langsung oleh setiap orang yang diuraikan dalam (3) atau (4) dimana setiap orang tersebut mempunyai pengaruh signifikan atas perusahaan tersebut baik mencakup perusahaan-perusahaan yang dimiliki oleh anggota dewan komisaris, direksi, atau pemegang saham utama dari perusahaan pelapor dan perusahaan-perusahaan yang mempunyai anggota manajemen kunci yang sama dengan perusahaan pelapor. Berdasarkan UU Nomor 36 Tahun 2008, hubungan istimewa dianggap ada, jika:

1. Wajib Pajak mempunyai penyertaan modal langsung maupun tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lainnya, hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan modal paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, atau hubungan di antara keduanya yang disebut terakhir. Jadi, dapat dikatakan bahwa hubungan istimewa dianggap ada jika terdapat hubungan kepemilikan dengan penyertaan modal sebesar 25% .

2. Wajib Pajak yang mempengaruhi wajib pajak lainnya baik dua atau lebih yang berada di bawah pengusaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung. Jadi, dapat dikatakan bahwa hubungan istimewa dianggap ada jika satu atau lebih wajib pajak berada dalam satu lingkup perusahaan atau karena penugasan melalui manajemen atau penggunaan teknologi meskipun tidak terdapat hubungan kepemilikan.
3. Adanya hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam satu garis keturunan lurus atau ke samping satu derajat. Jadi, dapat dikatakan bahwa hubungan keluarga sedarah dalam satu garis keturunan lurus satu derajat adalah ayah, ibu, dan anak sedangkan keluarga semenda dalam satu garis keturunan lurus satu derajat adalah mertua dan anak tiri.

#### **2.2.5 Tarif Pajak Efektif (*Effective Tax Rate/ETR*)**

Tarif pajak adalah besarnya nilai yang digunakan untuk menentukan pajak terutang yang harus dibayar oleh wajib pajak kepada pemerintah sesuai dengan undang-undang yang berlaku. Jenis tarif pajak yang digunakan dalam penelitian ini adalah tarif pajak efektif (*Effective tax rate*). *Effective tax rate* atau tarif pajak efektif pada dasarnya merupakan sebuah presentase besaran tarif pajak yang ditanggung oleh perusahaan. *Effective tax rate* (ETR) dihitung atau dinilai berdasarkan informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan sehingga *effective tax rate* merupakan perhitungan tarif pajak perusahaan. *Effective tax rate* digunakan untuk merefleksikan perbedaan antara perhitungan laba buku dengan laba fiskal. Keberadaan nilai *effective tax rate* merupakan bentuk perhitungan nilai tarif ideal pajak yang dihitung dalam sebuah perusahaan dan menjadi suatu

perhatian yang khusus pada berbagai penelitian karena merangkum efek kumulatif dari berbagai insentif pajak dan perubahan tarif pajak perusahaan (Liansheng *et al*, 2007).

### 2.2.6 *Tunneling Incentive*

Menurut Hartati *et al* (2014), *tunneling incentive* merupakan perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer baik aset maupun laba perusahaan demi keuntungan pribadi mereka dengan penetapan biayanya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* muncul dalam dua bentuk (Johnson, 2000:22), yaitu:

1. 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 aset, pemberian pinjaman, dan lain-lain
2. Pemegang saham pengendali atau mayoritas dapat meningkatkan porsi atas perusahaan tanpa harus memindahkan aset melalui penerbitan saham dilutif maupun transaksi keuangan lainnya yang mengakibatkan kerugian bagi pemegang saham non pengendali atau minoritas

Menurut Mutamimah (2008), 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.

Pada struktur kepemilikan terkonsentrasi, kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu baik keluarga, pemerintah, dan lain-lain sebagai pemegang saham pengendali. Kenaikan hak arus kas dapat menyebabkan insentif keuangan menjadi naik pada pemegang saham pengendali dimana kenaikan tersebut dapat memotivasi pemegang saham pengendali untuk menyelaraskan kepentingan dengan perusahaan maupun pemegang saham non pengendali bahkan termotivasi untuk melakukan ekspropriasi terhadap perusahaan (Mispiyanti, 2015). Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam praktek ekspropriasi yaitu pemegang saham pengendali berupaya untuk memperkaya dirinya sendiri dengan tidak membagikan atau membayarkan dividen kepada pemegang saham mayoritas atau mentransfer setiap keuntungan yang diperoleh ke perusahaan lain yang berada di bawah kendalinya. Dalam struktur kepemilikan terkonsentrasi, konflik dapat terjadi antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Seperti halnya pada pemegang saham mayoritas di Jepang yang dapat secara langsung melakukan monitoring dan kontrol terhadap manajemen perusahaan. Hal ini berbeda dengan kondisi di Indonesia, dimana struktur kepemilikan terkonsentrasi didominasi oleh keluarga pendiri sehingga pemegang saham minoritas tidak dapat melakukan kontrol terhadap manajemen perusahaan.

### 2.2.7 Mekanisme Bonus

Pride *et al* (2014:368), menjelaskan bahwa sebuah sistem penghargaan yang diberikan perusahaan kepada direksi maupun karyawan yang efektif harus memenuhi beberapa hal, yaitu: (1) memungkinkan direksi maupun karyawan untuk memenuhi kebutuhan dasar; (2) memberikan imbalan yang sebanding dengan yang ditawarkan oleh perusahaan lain; (3) didistribusikan secara adil dalam organisasi; (4) mengakui bahwa orang yang berbeda memiliki kebutuhan yang berbeda. Salah satu bentuk penghargaan yang diberikan perusahaan kepada direksi maupun karyawan adalah bonus atau kompensasi.

Bonus atau kompensasi merupakan sarana yang digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan prestasi kerja karyawannya dengan cara mengetahui apa yang dibutuhkan mereka dan berusaha untuk memenuhinya. Suatu sistem bonus atau kompensasi yang baik akan dapat memberikan kepuasan bagi karyawan dan sekaligus memungkinkan perusahaan untuk memperoleh, memperkerjakan, dan mempertahankan karyawannya. Bonus atau kompensasi menjadi salah satu faktor yang secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja pegawai (Pujianingsih, 2011). Menurut Sarwoto (1995), insentif adalah sarana motivasi dengan cara memberi bantuan atau dorongan kepada karyawan agar timbul rasa semangat dalam dirinya untuk lebih berprestasi bagi organisasi. Penentuan besarnya bonus yang diberikan tergantung pada kebijakan setiap perusahaan karena tidak ada ketentuan khusus yang mengatur mengenai bonus.

Blocher *et al* (2010:693-694), menjelaskan bahwa pemberian bonus dapat dikelompokkan menjadi tiga aspek, yaitu:

a. Dasar Kompensasi

Dasar kompensasi ditetapkan berdasarkan ukuran kinerja strategis atau *balanced scorecard*, harga saham, dan lainnya. Jika berdasarkan ukuran kinerja strategis, maka jumlah bonus dapat ditentukan dengan membandingkan kinerja saat ini dengan kinerja pada periode sebelumnya atau membandingkan kinerja manajer dengan manajer lainnya. Jika berdasarkan harga saham, maka jumlah bonus ditentukan pada jumlah kenaikan harga saham.

b. Sumber kompensasi

Sumber kompensasi dapat diperoleh dari sumber unit maupun perusahaan secara keseluruhan. Jika berasal dari sumber unit, maka bonus didasarkan pada kinerja unit bisnis manajer sehingga memotivasi manajer untuk memperoleh keuntungan yang lebih. Jika berasal dari sumber perusahaan secara keseluruhan, maka bonus yang diberikan kepada manajer akan didasarkan pada kinerja perusahaan secara keseluruhan.

c. Cara Pembayaran

Cara pembayaran bonus dapat dilakukan dengan empat cara, yaitu: (1) bonus saat ini yang biasanya diberikan setiap tahun; (2) bonus tertangguh yang diperoleh saat ini tetapi belum dibayarkan selama dua tahun atau lebih; (3) opsi saham dimana ada pemberian hak untuk membeli saham perusahaan dengan harga yang telah disepakati; (4) saham kinerja dimana

perusahaan memberikan saham ketika manajeer mencapai tujuan kinerja dalam dua tahun atau lebih.

Menurut Irpan (2010), skema bonus direksi diartikan sebagai pemberian imbalan diluar gaji kepada direksi perusahaan atas hasil kerja yang dilakukan dengan melihat kinerja direksi tersebut. Mekanisme bonus atau skema bonus direksi merupakan komponen perhitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap memiliki kinerja yang baik setiap tahun dan apabila perusahaan memperoleh laba (Suryatiningsih, 2009). Mekanisme bonus juga merupakan salah satu cara yang paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi. Terdapat istilah *creative accounting* dimana hal tersebut hanya dilakukan oleh pihak-pihak yang memiliki kekuasaan dan kepentingan seperti akuntan, manajer, pemerintah, dan lainnya. Berdasarkan hipotesis yaitu *mekanisme bonus plan hyphotesis* dijelaskan bahwa rata-rata seorang manajer seringkali berperilaku dengan didasarkan pada mekanisme bonus yang diberikan sehingga jika mekanisme bonus tersebut didasarkan atas laba yang dihasilkan, maka tidak menutup kemungkinan bahwa manajer akan melakukan *creative accounting* seperti menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan. Selain itu, mekanisme bonus yang didasarkan pada besarnya laba akan mengakibatkan direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan berupaya untuk melakukan manipulasi laba bahkan melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang diterimanya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan motif akuntansi

yang tujuannya untuk memaksimalkan besarnya kompensasi yang diperoleh direksi yang dapat dilakukan dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan (Hartati *et al*, 2015).

### **2.2.8 Pengaruh Pajak Terhadap *Transfer Pricing***

Setiap negara memiliki tarif pajak yang berbeda-beda yang disesuaikan dengan kebijakan yang diambil oleh negara tersebut sehingga perusahaan multinasional yang melakukan perdagangan internasional akan berusaha mencari jalan untuk menghindari pembayaran pajak yang terlalu tinggi terutama ketika melakukan operasi perdagangannya di negara yang memiliki tarif pajak tinggi. Perusahaan multinasional yang memiliki cabang perusahaan di beberapa negara yang memiliki tarif pajak tinggi akan terdorong untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* dilakukan dengan menggeser kewajiban pajak perusahaan ke perusahaan relasinya yang ada di negara-negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah yaitu dengan memperkecil harga jual sehingga laba yang dilaporkan perusahaan dalam laporan keuangannya akan terlihat rendah. Hal itu secara tidak langsung akan memperkecil jumlah pajak yang dibayarkan oleh perusahaan multinasional kepada negara. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih *et al* (2012), menunjukkan bahwa pajak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Semakin besar nilai tarif pajak efektif perusahaan, maka semakin besar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan sehingga akan mendorong perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

### 2.2.9 Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Struktur kepemilikan terkonsentrasi, kepemilikannya terkonsentrasi pada hak kontrol di pihak tertentu sebagai pemegang saham pengendali asing sehingga cenderung menimbulkan konflik kepentingan antara pemegang saham pengendali asing dan manajemen dengan pemegang saham non pengendali. Dalam hal ini, pemegang saham non pengendali mempercayakan sepenuhnya kepada pemegang saham pengendali asing yang memiliki posisi dan akses informasi yang lebih baik untuk mengawasi manajemen perusahaan. Namun, hal itu akan menimbulkan kecenderungan bagi pemegang saham pengendali untuk menyalahgunakan hak kendali untuk kesejahteraannya sendiri. Salah satunya dengan melakukan *tunneling* (ekspropriasi) melalui transaksi pihak berelasi. Pemegang saham pengendali asing dapat menjual produk dari perusahaan yang dikendalikannya ke perusahaan relasinya dengan harga di bawah pasar atau dengan tidak membagikan dividen kepada pemegang saham non pengendali. Ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, pemegang saham pengendali asing akan berupaya untuk memindahkan sumber daya tersebut untuk kepentingannya atau melakukan *tunneling* dibandingkan mebagikannya sebagai dividen (Mispiyanti, 2015). Hal tersebut dilakukan pemegang pengendali asing untuk mendapatkan keuntungan pribadi dan merugikan pemegang saham non pengendali.

Penelitian dari Yuniasih *et al* (2012), menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan pada keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Semakin besar kepemilikan saham yang dimiliki pemegang saham pengendali asing, maka semakin besar pula pengaruh pemegang saham

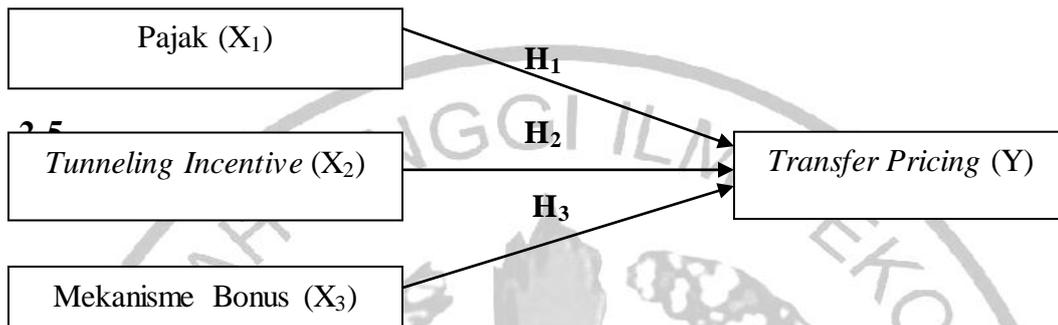
pengendali asing dalam menentukan berbagai keputusan dalam perusahaan termasuk kebijakan penentuan dalam melakukan *transfer pricing*.

#### **2.2.10 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing***

Mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba merupakan cara yang paling populer bagi pemilik perusahaan dalam memberikan penghargaan kepada direksinya dimana mekanisme bonus tersebut diharapkan dapat meningkatkan motivasi karyawan untuk meningkatkan kinerjanya terhadap perusahaan. Pemilik perusahaan menilai kinerja direksinya dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan sehingga para direksi akan berusaha meningkatkan laba perusahaan untuk memaksimalkan bonus yang akan diterima dengan menghalalkan segala cara misalnya melakukan *transfer pricing*. Para direksi perusahaan bekerja sama untuk melakukan transaksi pihak terkait dengan direksi grup perusahaan yang ada di negara lain untuk meningkatkan penjualan pada waktu tertentu dimana penjualan bisa dilakukan dengan menaikkan harga atau menurunkan harga. Dalam hal ini, ketika transaksi pihak terkait tersebut tidak memberikan keuntungan yang signifikan, maka para direksi akan berfokus pada angka-angka akuntansi yang akan diciptakan supaya kinerjanya terlihat baik dalam artian melakukan manipulasi laporan keuangan dengan menggeser laba dari periode yang akan datang ke periode saat ini. Akibat dari transaksi ini, maka akan ada salah satu subunit perusahaan yang dirugikan. Seperti pernyataan dari Lo *et al*, yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan bagi para direksi untuk memanfaatkan transaksi *transfer pricing* guna memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Jadi, semakin besar laba yang

ditetapkan oleh pemilik perusahaan, maka semakin besar kemungkinan para direksi berusaha untuk memaksimalkan bonusnya dengan *transfer pricing*.

### 2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1

### Kerangka Pemikiran

### 2.4 Hipotesis Penelitian

H1 : Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

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

H3 : Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

