

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Landasan Teori

2.1.1. *Transfer Pricing*

Transfer pricing berdasarkan pengertian netral adalah penentuan dari harga pertukaran pada saat unit-unit bisnis yang berbeda di dalam suatu perusahaan bertukar produk atau jasa. Produk-produk tersebut mungkin merupakan produk akhir yang dapat dijual pada pelanggan luar atau produk menengah yang merupakan komponen produk akhir. Biasanya, *transfer pricing* ditetapkan untuk produk-produk antara (*intermediate product*) yang merupakan barang dan jasa yang dipasok oleh penjual kepada pembeli. Berdasarkan pengertian pejoratif, *transfer pricing* adalah jumlah yang dibebankan oleh satu segmen dari suatu organisasi untuk produk yang dipasokan ke segmen lain dalam organisasi yang sama pada perusahaan-perusahaan multinasional [14].

Hubungan istimewa merupakan kunci untuk melakukan *transfer pricing* dalam perpajakan. Menurut Undang-Undang PPh hubungan istimewa dapat terjadi karena faktor kepemilikan/penyertaan modal, penguasaan maupun hubungan keluarga. Kepemilikan/penyertaan modal mengakibatkan hubungan istimewa jika wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain, atau hubungan antar wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antar dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir [15]. Adanya hubungan istimewa mengakibatkan terjadinya *Transfer Pricing* yaitu dengan cara mengalihkan penghasilan atau dasar pengenaan pajak atau biaya dari satu wajib pajak ke wajib pajak lainnya, sehingga dapat direkayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak-wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut. *Transfer pricing* merupakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Kekurangwajaran tersebut dapat terjadi pada hal-hal berikut ini [15]:

1. Harga penjualan.
2. Harga pembelian
3. Alokasi biaya administrasi dan umum (*overhead cost*).

4. Pembebanan Bunga atas pembelian pinjaman oleh pemegang saham (*shareholder loan*).
5. Pembayaran komisi, lisensi, *franchise*, sewa, royalti, imbalan atas jasa manajemen, imbalan atas jasa teknik dan imbalan atas jasa lainnya.
6. Pembelian harta perusahaan oleh pemegang saham (pemilik) atau pihak yang mempunyai hubungan istimewa namun lebih rendah dari harga pasar.
7. Penjualan kepada pihak luar negeri melalui pihak ketiga yang kurang atau tidak mempunyai sustansi usaha (misalnya: *dummy company*, *letter box company* atau *re invoicing center*).

Terdapat beberapa metode dalam menghitung nilai wajar apabila dalam suatu transaksi terdapat indikasi melakukan praktik *transfer pricing* yaitu [15]:

1. Metode perbandingan harga antara pihak yang independen (*Comparable Uncontrolled Price/CUP*), membandingkan harga yang terjadi pada transaksi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dan transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa dalam lingkungan atau situasi yang setara.
2. Metode harga penjualan kembali (*Resale Price Method/RPM*), membandingkan harga dalam transaksi suatu produk yang dilakukan antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa dengan harga jual kembali produk setelah dikurangi laba kotor wajar, mencerminkan fungsi, aset dan resiko atas penjualan kembali produk yang dilakukan dalam kondisi wajar.
3. Metode biaya-plus (*Cost Plus-Method/CPM*), menambah tingkat laba kotor wajar yang diperoleh oleh perusahaan yang sama dari transaksi dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa atau tingkat laba kotor wajar yang diperoleh pihak lain dan transaksi yang sebanding dengan pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa pada harga pokok penjualan yang telah sesuai dengan prinsip kewajaran kelaziman usaha.
4. Metode pembagian laba (*Profit Split Method/PSM*), menentukan laba yang akan dibagi antara anggota grup dan transaksi yang dipengaruhi hubungan istimewa, selanjutnya laba tersebut dibagi antara perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa dengan dasar pertimbangan ekonomis sehingga pertimbangan itu mencerminkan seandainya transaksi itu tidak dipengaruhi hubungan istimewa.

5. Metode laba bersih transaksional (*Transactional Net Margin Method/TNMM*), menetapkan presentase laba bersih yang didasarkan atas perbandingan laba bersih terhadap aktiva yang diperoleh dari transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa.

Variabel *transfer pricing* diproksikan oleh *related party transactions* (RPT) terjadi antara induk perusahaan dengan anak perusahaannya atau dengan cabang-cabangnya atau perwakilannya yang berada di dalam negeri maupun di luar negeri. Yang dimana *related party transactions* (RPT) dianggap ada, apabila hubungan istimewa dianggap terjadi karena adanya penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain, atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih, demikian pula hubungan antara dua wajib pajak atau lebih yang disebut terakhir, wajib pajak menguasai wajib pajak lainnya, atau dua atau lebih wajib pajak berada dibawah penguasaan yang sama baik langsung maupun tidak langsung, serta terdapat hubungan keluarga baik sedarah maupun semenda dalam garis keturunan lurus dan atau ke samping satu derajat. Pengukuran dari *related party transaction* (RPT) adalah [14]:

$$\text{Related Party Transaction} = \frac{\text{Jumlah Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \quad (2.1)$$

Transfer Pricing digunakan dalam menentukan harga untuk keperluan pengendalian manajemen atas barang dan jasa yang dipertukarkan oleh divisi penjual dan divisi pembeli didalam grup perusahaan. *Transfer Pricing* dapat terjadi karena adanya hubungan istimewa antara pihak penjual dan pembeli seperti kepemilikan/penyertaan modal, penguasaan maupun hubungan keluarga. Indikasi terjadinya *Transfer Pricing* dapat dilihat dari kekurangwajaran dalam transaksi-transaksi seperti penjualan, pembelian, alokasi biaya administrasi dan umum, pembebanan bunga dan pembelian harta oleh pemegang saham.

2.1.2. Pajak

Pajak adalah iuran kepada Negara (yang dapat dipaksakan) yang terutang oleh yang wajib membayarnya menurut peraturan-peraturan, dengan tidak mendapat

prestasi kembali, yang langsung dapat ditunjuk, dan yang gunanya adalah untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran umum berhubungan dengan tugas Negara yang menyelenggarakan pemerintahan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri yang melekat pada pajak adalah [16]:

- a. Pajak dipungut berdasarkan Undang-Undang serta aturan pelaksanaannya yang sifatnya memaksa.
- b. Dalam pembayaran pajak tidak dapat ditunjukkan adanya kontrapretasi individual oleh pemerintah.
- c. Pajak dipungut oleh Negara baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.
- d. Pajak diperuntukkan bagi pengeluaran pemerintah, yang apabila dari pemasukkan masih terdapat surplus, dipergunakan untuk membiayai public investment.
- e. Pajak dapat pula mempunyai tujuan selain budgeter yaitu mengatur.

Dari sisi negara, pemungutan pajak adalah bentuk kedaulatan suatu negara. Tiap negara berhak menentukan kebijakan pemajakan terhadap penduduk di negaranya maupun terhadap bukan penduduk di negaranya manakala memperoleh penghasilan bersumber dari negara itu. Pajak umumnya menjadi sumber utama pembiayaan suatu negara. Beberapa negara yang mengenakan pajak dengan tarif yang cukup tinggi. Namun, ada beberapa negara yang mengenakan pajak dengan tarif yang lebih rendah. Perbedaan tarif pajak antarnegara menimbulkan pilihan negara tujuan pemajakan. Dari sisi tujuan untuk melakukan penghematan pajak, perusahaan multinasional cenderung menggeser penghasilan dari negara yang tarif pajaknya tinggi ke negara yang tarif pajaknya lebih rendah, sebaliknya memindahkan biaya dari negara yang tarif pajaknya rendah ke negara yang tarif pajaknya lebih tinggi [14]. Pajak memiliki beberapa fungsi yaitu fungsi penerimaan (*budgeter*) dan fungsi mengatur (*reguler*). Fungsi penerimaan (*budgeter*) yaitu sebagai sumber dana yang diperuntukkan bagi pembiayaan pengeluaran pemerintah dan fungsi mengatur (*reguler*) yaitu alat mengatur atau melaksanakan kebijakan dibidang sosial dan ekonomi [16].

Pilihan perusahaan multinasional dalam mendirikan anak perusahaan di suatu negara dipengaruhi oleh pertimbangan efisiensi maupun strategi bisnis. Perusahaan multinasional mungkin memilih mendirikan pabrik di negara yang upahnya rendah atau di negara yang dekat dengan suplai bahan baku dengan tujuan untuk menekan

biaya produksi, atau mengembangkan dan mematenkan harta tidak berwujud di negara yang memberikan perlindungan kekayaan intelektual. Demikian juga dengan pertimbangan efisiensi beban pajak, tidak dapat dipungkiri menjadi perhatian bagi perusahaan multinasional ketika melakukan investasi di suatu negara [14].

Tingginya tarif pajak, undang-undang pajak yang tidak tepat, hukuman yang tidak memberikan efek jera, dan ketidakadilan yang nyata adalah penyebab dari terjadinya penghindaran pajak dan pengelakan pajak (*tax avoidance dan tax evasion*). Pengelakan pajak (*tax evasion*) adalah manipulasi illegal terhadap sistem perpajakan untuk mengelak dari pembayaran pajak atau pengabaian terhadap peraturan perundang-undangan perpajakan yang disengaja untuk menghindari pembayaran pajak, misalnya pemalsuan pengembalian pajak. Penghindaran pajak (*tax avoidance*) adalah perencanaan pajak yang menjadi dasar pengenaan pajak yang masih sesuai dengan ketentuan perundang-undangan perpajakan yang berlaku [17].

Pungutan pajak tidak terlepas dari keadilan. Dengan keadilan dapat menciptakan keseimbangan sosial yang sangat penting untuk kesejahteraan masyarakat. dalam penetapan tarif harus mendasarkan pada keadilan. Dalam perhitungan pajak yang terutang digunakan *effective tax rate* atau tarif pajak efektif. Tarif pajak efektif adalah tarif untuk menghitung besarnya pajak terutang (pajak yang harus dibayar). Besarnya tarif pajak dinyatakan dalam persentase tarif efektif yaitu persentase pajak yang efektif berlaku atau harus diterapkan atas dasar pengenaan pajak tertentu [16].

Perencanaan pajak (*agresivitas pajak*) merupakan tindakan yang mempunyai tujuan untuk mengurangi penghasilan kena pajak baik menggunakan metode yang diklasifikasikan atau tidak diklasifikasikan sebagai penggelapan pajak. Perencanaan pajak memberikan keuntungan bagi wajib pajak dalam bentuk jumlah penghematan pajak yang diterima wajib pajak karena jumlah beban pajak perusahaan menjadi lebih kecil. Semakin besar penghematan pajak, semakin besar kas yang dapat dinikmati oleh pemilik atau pemegang saham. Namun, perencanaan pajak juga dapat menimbulkan kerugian seperti sanksi administrasi seperti bunga dan denda dari fiskus. Selain itu, kerugian berupa rusaknya reputasi perusahaan juga dapat diakibatkan karena adanya pemeriksaan pajak dari fiskus [16]. Cara menilai atau mengukur sebaik apa sebuah perusahaan mengelola pajaknya dapat dilakukan dengan menghitung *effective tax rate*

atau tarif pajak efektif idealnya yang merupakan hasil perbandingan antara pajak *rill* yang dibayar dengan laba komersial sebelum pajak. Pada penelitian ini pajak diukur dengan menggunakan proksi *effective tax rate* (ETR) atau tarif pajak efektif yaitu [16]:

$$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{Beban pajak}}{\text{Laba sebelum pajak}} \quad (2.2)$$

Berdasarkan penjelasan diatas, pajak menjadi pertimbangan oleh suatu perusahaan atas penghasilan yang diperoleh. Semakin tinggi penghasilan yang diperoleh suatu perusahaan, semakin tinggi pula pajak yang harus dibayarkan ke negara. Oleh sebab itu, perusahaan akan membuat cabang/anak perusahaannya di negara lain untuk menghindari pajak dengan mentransfer penghasilannya ke negara-negara yang memiliki pajak rendah bahkan negara yang bebas dari pemungutan pajak.

2.1.3. *Tunneling Incentive*

Tunneling incentive adalah pemindahan aktiva dan laba perusahaan untuk kepentingan saham pengendali yang mengalihkan pemegang saham minoritas. Transaksi antarpihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pembelian barang atau jasa diatas nilai wajar dan penjual barang atau jasa dibawah harga wajar merupakan cara melakukan *tunneling incentive*. Dengan dilakukannya *tunneling incentive* oleh pemegang saham pengendali, maka tidak dilakukan pembayaran dividen sehingga pemegang saham pengendali, maka tidak dilakukan pembayaran dividen sehingga pemegang saham minoritas kurang diuntungkan, mentransfer aktiva dari entitas yang mereka kendalikan ke entitas lain yang pemegang saham pengendali dengan mengesampingkan prinsip kewajaran usaha, dan menempatkan keluarganya untuk menjabat posisi penting di dalam perusahaan tanpa memiliki kualifikasi yang cukup [18].

Pemegang saham pengendali melakukan *tunneling incentive* bertujuan untuk mengalihkan aset sementara ke anak perusahaan atau divisi lain dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan sehingga meningkatkan keuntungan divisi lain tersebut. Jadi, perusahaan

yang terdaftar di bursa saham akan lebih cenderung menggeser keuntungan untuk divisi yang belum terdaftar melalui cara *transfer pricing* [19].

Jika praktek *transfer pricing* dalam *tunneling* dilakukan oleh perusahaan anak dengan cara menjual persediaan kepada perusahaan induk dengan harga jauh di atas harga pasar, maka secara otomatis akan berpengaruh pada pendapatan yang diperoleh perusahaan induk dengan harga yang jauh lebih mahal dari harga wajar maka pembebanan biaya bahan baku itu juga akan sangat berpengaruh terhadap laba yang diperoleh perusahaan anak. Dan hal ini, akan sangat menguntungkan bagi perusahaan anak tersebut. Berbeda halnya dengan yang dialami oleh pemegang saham minoritas jelas dirugikan oleh adanya praktik ini, yaitu dividen yang akan mereka terima akan semakin kecil atau bahkan tidak ada pembagian dividen akibat perusahaan mengalami kerugian dengan besarnya pembebanan atas biaya persediaan yang dilakukan oleh perusahaan [20].

Variabel *tunneling incentive* pada penelitian ini didasarkan pada besarnya kepemilikan saham 20% atau yang lebih dimiliki oleh pemegang saham yang berada di negara lain. Hal ini sesuai dengan PSAK nomor 15 yang menyatakan tentang pengaruh signifikan yang dimiliki pemegang saham pengendali dengan persentase 20% atau lebih. *Tunneling incentive* pada penelitian ini diukur dengan nilai 1 apabila kepemilikan saham asing di atas 20% dan 0 apabila kepemilikan saham asing di bawah 20% [21].

Berdasarkan penjelasan di atas, maka *tunneling incentive* dilakukan oleh pemegang saham pengendali (kepemilikan di atas 20%) yang ingin menguasai semua keuntungan dari dalam perusahaan tanpa menghiraukan pemilik saham minoritas. *Tunneling* dilakukan dengan cara mentransfer aset, keuntungan, sumber daya perusahaan kepada pemegang saham pengendali yang mengakibatkan pemegang saham pengendali memiliki kekuatan dan insentif atas perusahaan tersebut.

2.1.4. Profitabilitas

Rasio profitabilitas menunjukkan gambaran tentang tingkat efektivitas pengelolaan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Rasio ini juga dapat digunakan sebagai ukuran apakah pemilik atau pemegang saham dapat memperoleh tingkat pengembalian yang pantas

atas investasinya. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan yang ditunjukkan dari laba yang dihasilkan dari penjualan atau dari pendapatan investasi. Dikatakan perusahaan rentabilitasnya baik apabila mampu memenuhi target laba yang telah ditetapkan dengan menggunakan aktiva atau modal yang dimilikinya. Rasio profitabilitas atau rasio rentabilitas dibagi dua yaitu sebagai berikut [22] :

1. Rentabilitas ekonomi, yaitu dengan membandingkan laba usaha dengan seluruh modal (modal sendiri dan asing).
2. Rentabilitas usaha (sendiri), yaitu dengan membandingkan laba yang disediakan untuk pemilik dengan modal sendiri. Rentabilitas tinggi lebih penting dari keuntungan yang besar.

Pengukuran rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada didalam laba rugi dan/atau neraca. Pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode. Tujuannya adalah untuk memonitor dan mengevaluasi tingkat perkembangan profitabilitas perusahaan dari waktu ke waktu. Dengan melakukan analisis rasio keuangan secara berkala memungkinkan bagi manajemen untuk secara efektif menetapkan langkah-langkah perbaikan dan efisiensi. Selain itu, perbandingan juga dapat dilakukan terhadap target yang telah ditetapkan sebelumnya, atau bisa juga dibandingkan dengan standar rasio rata-rata industri. Penggunaan rasio profitabilitas dapat disesuaikan dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Perusahaan dapat menggunakan rasio profitabilitas secara keseluruhan atau hanya sebagian dari jenis rasio profitabilitas yang ada. Penggunaan rasio secara sebagian berarti bahwa perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio saja yang memang dianggap perlu untuk diketahui seperti penggunaan *return on assets (ROA)* [23].

Manajemen dituntut untuk meningkatkan imbalan hasil (return) bagi pemilik perusahaan dan para investor, sekaligus meningkatkan keuntungan dalam aktivitas operasionalnya. Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset (ROA)*. *Return on assets (ROA)* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu [24]. Dengan kata lain rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Rasio ini dihitung dengan

membagi laba bersih terhadap total aset. *Return on assets* (ROA) mengukur produktifitas total aset dalam menghasilkan laba bersih, dihitung dengan membagi laba bersih dengan total aset. Nilai standar industri dari *return on assets* (ROA) adalah 30% (0,3:1). Semakin besar *return on assets* (ROA) suatu perusahaan menunjukkan tingginya produktifitas aset perusahaan dalam menghasilkan laba bersih, namun perlu diperhatikan bahwa dalam kondisi perusahaan tidak berubah, secara otomatis total aset makin lama makin kecil karena ada penambahan dalam akumulasi penyusutan aset tetap) [23]. Berikut adalah tujuan dan manfaat rasio profitabilitas secara keseluruhan [22]:

- a. Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu;
- b. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
- c. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
- d. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset;
- e. Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan di hasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas;
- f. Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih;
- g. Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih;
- h. Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Return on assets (ROA) digunakan untuk mengukur keberhasilan perusahaan dalam menggunakan aset untuk menghasilkan laba. Kreditur telah meminjamkan uang, dan bunga yang mereka terima merupakan pengembalian atas investasinya. Para pemegang saham membeli saham perusahaan, dan laba bersih merupakan bentuk pengembalian atas investasinya. Semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Pengukuran dari *return on assets* (ROA) adalah [24]:

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Earning after tax}}{\text{Total asset}} \quad (2.3)$$

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu. Pada penelitian ini, profitabilitas diproksikan dengan *Return on asset* (ROA) yaitu rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi aset dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain semakin tinggi hasil pengembalian atas aset berarti semakin tinggi pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset. Sebaliknya, semakin rendah hasil pengembalian atas aset berarti semakin rendah pula jumlah laba bersih yang dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset.

2.1.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran dari besar kecilnya aset yang digunakan oleh perusahaan. Perusahaan berukuran sedang dan besar memiliki tekanan yang lebih besar dari para *stakeholders*-nya, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar dianggap mempunyai risiko yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil [25].

UU No.20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut. UU No. 20 Tahun 2008 pasal 1 tersebut mengidentifikasi usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut [26]:

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang – undang ini.
- b. Usaha kecil adalah ekonomi 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 baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang – undang ini.

- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorang 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 ini.
- d. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 adalah [26]:

- a. Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- b. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- c. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut: memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Suatu ukuran perusahaan didasarkan kepada total aktiva perusahaan. Jadi ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan. salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah aktiva dari perusahaan tersebut. Ukuran perusahaan diproksikan dengan *size*

adalah total aset perusahaan. Karena aset biasanya sangat besar nilainya dan untuk menghindari bias skala maka besaran aset perlu dikompres [27]. Berikut ini adalah rumus yang digunakan untuk menghitung ukuran perusahaan [27]:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln} (\text{Total Asset}) \quad (2.4)$$

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan melalui total aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan akan menjadikan perusahaan memiliki peluang atau kesempatan untuk melakukan tindakan *transfer pricing*.

2.1.6. Exchange Rate

Nilai tukar (*exchage rate*) adalah nilai tukar yang menunjukkan jumlah unit mata uang tertentu yang dapat ditukar dengan satu mata uang lain. Ada tiga macam sistem penetapan kurs (*forex rate*), yaitu [28]:

- a. Sistem kurs tetap atau stabil (*fixed exchange rate system*) yaitu sistem ini mulai dilakukan pasca perang dunia kedua yang ditandai dengan gelarnya konferensi internasional mengenai sitem nilai tukar yang diadakan di Bretton Woods, New Hampshire, Amerika Serikat 1944.
- b. Sistem kurs mengambang atau berubah (*floating exchange rate system*) yaitu nilai tukar dapat memungkinkan untuk bergerak bebas. Nilai tukar ini dapat ditentukan berdasarkan kekuatan permintaan dan penawaran valuta tersebut dipasar. Dalam pelaksanaan terdapat dua macam *floating exchange rate system* yaitu *free floating exchange rate system* dan *managed (dirty) floating exchange rate system*. Dalam *free floating exchange rate system* yaitu nilai tukar dapat berfluktasi secara bebas. Fluktasi sepenuhnya bergantung dari kekuatan penawaran dan permintaan di pasar. Bank sentral tidak melakukan intervensi ke pasar guna mempengaruhi nilai tukar mata uangnya. Dalam sistem ini, fluktasi nilai tukar tidak akan mempengaruhi cadangan devisa negara karena begitu ada perubahan penawaran atau permintaan akan berdampak langsung pada naik turunnya nilai tukar valuta. Dalam *managed (dirty) floating exchange rate system*, bank sentral dapat melakukan intervensi ke pasar guna mempengaruhi pergerakan

nilai tukar valuta. Intervensi ini biasanya disebabkan adanya pergerakan kurs valuta yang dipandang tidak menguntungkan perekonomian negara tersebut untuk mencegah akibat yang lebih buruk lagi. Pada sistem ini, naik turunnya cadangan devisa ditentukan oleh ada tidaknya intervensi bank sentral ke pasar.

- c. Sistem kurs terikat (*pegged exchange rate system*) sistem nilai tukar diimplementasikan dengan cara menghubungkan nilai tukar mata uang suatu Negara dengan nilai tukar Negara lain atau sejumlah mata uang tertentu.

Dalam melakukan transaksi valuta asing digunakan kurs atau nilai tukar, yaitu harga dari suatu mata uang dalam ukuran mata uang asing lain. Kurs dapat berubah-ubah sesuai dengan kondisi dari waktu ke waktu yang disebabkan oleh berbagai factor, misalnya factor ekonomi, politik dan keamanan. Dalam perdagangan valuta asing internasional, mata uang asing dibedakan antara *convertible currencies*, yaitu mata uang yang sering digunakan, antara lain Dollar Amerika Serikat (US\$), Yen Jepang (JPN), Dolar Australia (AUD), Dolar Kanada (CAD), Deutsche Mark Jerman (DM), Franc Prancis (FRF), Dolar Singapura (SGD), dan lain-lain. Sedangkan mata uang *soft currencies*, yaitu mata uang lemah atau jarang diperjualbelikan, antara lain Rupee India, Peso Philipina, Rupiah Indonesia dan lain-lain [29]. Ada beberapa macam pasar valuta asing yaitu [28]:

- a. *Spot market* yaitu transaksi valuta dengan penyerahan saat itu juga (secara teoritis, meskipun dalam praktiknya transaksi spot diselesaikan dalam dua atau tiga hari) untuk pembayarannya.
- b. *Forward market* yaitu transaksi dengan menyerahkan pada beberapa waktu mendatang sejumlah mata uang tertentu yang lain. Kurs dalam transaksi *forward* ditentukan dimuka, sedangkan penyerahan dan pembayaran dilakukan beberapa waktu mendatang. *Forward contract* bertujuan untuk menghilangkan resiko kerugian akibat perubahan nilai tukar karena kedua pihak sepakat untuk mematok harga pada tingkat kurs tertentu. Dengan demikian, berarti pihak perusahaan tidak lagi secara langsung menghadapi resiko fluktuasi nilai tukar tersebut karena resiko telah dialihkan kepada penjual *forward contract* tersebut.
- c. *Swap*, merupakan transaksi pembelian dan penjualan sejumlah mata uang tertentu secara simultan pada dua tanggal (*value date*). Kedua transaksi tersebut dilakukan dengan bank lain yang sama. Pembelian dan penjualan dilakukan dengan pihak

yang sama. Dengan kata lain, *currency swap market* adalah pembelian dan penjualan simultan suatu jumlah tertentu valuta asing untuk dua *value date* yang berlainan. Pembelian dan penjualan itu dilakukan dengan pihak yang sama.

- d. *Derivative* (baik *currency forward market*, *future market*, ataupun *option market*), biasanya digunakan untuk dua tujuan, yaitu spekulasi (mencari keuntungan) dan *hedging* (indung nilai).

Serta selain itu nilai tukar terdapat lima yaitu [28]:

- a. Kurs *banks notes transfer* adalah kurs yang digunakan untuk jual/beli bank notes secara tunai kepada atau dari pelaku transaksi.
- b. Kurs *telegraphic transfer* adalah kurs yang digunakan untuk jual/beli mata uang asing yang dilakukan secara pindah buku atau transfer.
- c. Kurs *traveller's cheque* adalah kurs yang digunakan untuk jual beli *traveller's cheque*.
- d. *Book rate* adalah kurs yang digunakan untuk transaksi dengan mata uang yang sama.
- e. Kurs tengah BI adalah kurs yang digunakan untuk pembukuan / pelaporan.

Arus kas perusahaan multinasional didenominasikan dalam beberapa mata uang dimana nilai setiap mata uang relatif kepada nilai dolar akan berbeda seiring dengan perbedaan waktu. *Exchange rate* yang berbeda-beda inilah yang nantinya akan mempengaruhi praktik *transfer pricing* pada perusahaan multinasional. Sebagai contoh, 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. variabel *exchange rate* diukur dari keuntungan atau kerugian transaksi perusahaan yang menggunakan mata uang asing. *Exchange rate* dihitung dari laba atau rugi selisih kurs dibagi dengan laba atau rugi penjualan dengan rumus berikut ini [12]:

$$\text{Exchange Rate} = \frac{\text{Laba Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba Rugi Sebelum Pajak}} \quad (2.5)$$

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa perusahaan harus menerima konsekuensi atas nilai tukar mata uang asing yang digunakan dalam transaksi penjualan, pembelian, dan lain-lain sesuai dengan nilai kurs yang setiap saat berubah.

1.1.7.Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus adalah suatu penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian kinerja dengan tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan. Dalam mekanisme bonus harus ada kompensasi manajemen yang mengatur di dalam perusahaan. Program kompensasi manajemen adalah kebijakan dan prosedur untuk member tunjangan kepada manajer. Kompensasi mencakup satu atau lebih hal yaitu gaji adalah pembayaran tetap, bonus didasarin pada pencapaian hasil kinerja dalam sebuah periode, dan tunjangan mencakup perjalanan, keanggotaan klub kebugaran, asuransi, tunjangan kesehatan, tiket pertunjukkan hiburan, dan pembayaran ekstra lainnya yang dibayar perusahaan [30].

Kompensasi bisa dibayarkan sekarang (biasanya berupa jumlah tahunan yang dibayar perbulan, dua kali sebulan, atau mingguan) atau ditangguhkan di tahun mendatang. Gaji dan tunjangan biasanya diberikan pada masa sekarang, bonus diberikan baik masa kini atau ditangguhkan, walaupun banyak macam rencana ditemukan dalam praktik. Peran strategis kompensasi manajemen memiliki tiga aspek yaitu kondisi strategis perusahaan, dampak penghindaran resiko pada pengambilan keputusan manajer, dan isu-isu etis tertentu [30].

Adanya tujuan utama perusahaan adalah mengembangkan program kompensasi manajemen yang mendukung tujuan strategis perusahaan, seperti yang ditetapkan oleh manajemen dan pemilik. Tujuan kompensasi manajemen harus konsisten dengan tiga tujuan pengendalian manajemen seperti [30]:

- a. Memotivasi manajer untuk melakukan upaya semaksimal mungkin dalam mencapai tujuan yang ditetapkan oleh manajemen puncak .
- b. Memberikan insentif kepada para manajer agar membuat keputusan yang konsisten dengan tujuan yang ditetapkan oleh manajemen puncak.
- c. Menentukan secara adil penghargaan yang diperoleh para manajer atas usaha dan keahlian mereka serta efektivitas mereka dalam mengambil keputusan.

Tujuan utama dalam menentukan dasar kompensasi adalah memadukan insentif manajer dengan target strategis perusahaan. Kompensasi bonus dapat ditentukan berdasarkan harga saham, ukuran kinerja strategis (SBU biaya, pendapatan, laba, atau investasi). Sebagai contohnya, apabila SBU manajer merupakan SBU public, harga sahamnya merupakan factor yang relevan. Apabila harga saham digunakan, jumlah bonus dapat didasarkan pada jumlah kenaikan harga saham atau pada apakah harga saham tersebut mencapai sasaran tertentu yang telah ditentukan. Apabila ukuran akuntansi atau CSF digunakan, jumlah bonus dapat ditentukan melalui salah satu dari tiga cara berikut [30]:

- a. Membandingkan kinerja sekarang dengan kinerja tahun sebelumnya.
- b. Membandingkan kinerja dengan anggaran yang telah ditentukan
- c. Membandingkan kinerja manajer dengan kinerja manajer lainnya.

Ada beberapa trik yang harus diperhatikan dalam pemberian bonus dan gratifikasi, tantieme dan jasa produksi kepada komisaris, direksi, atau pegawai sebagai berikut [31]:

- a. Dalam pemberian bonus dan gratifikasi, tantieme dan jasa produksi tersebut, bisa diperlakukan sebagai biaya perusahaan (*deductible*), bilamana dibebankan dalam biaya tahun berjalan. Namun bila dibebankan ke pos laba ditahan (*retained earning*), tidak bisa merupakan biaya perusahaan.
- b. Tantiem merupakan bagian keuntungan yang diberikan kepada direksi dan komisaris dari pemegang saham didasarkan pada presentase tertentu dari laba perusahaan setelah kena pajak, tidak dapat dibebankan sebagai biaya dalam menghitung penghasilan kena pajak dan bagi penerimanya merupakan penghasilan dan dikenakan PPh pasal 21.
- c. Untuk keperluan perencanaan pajak, harus dihindari pembayaran gaji, bonus, gratifikasi jasa produksi yang melebihi kewajiban kepada pemegang saham yang juga menjadi komisaris, direksi, atau pegawai karena pembayaran tersebut merupakan dividen dan tidak boleh dibebankan sebagai biaya perusahaan, sehingga dipotong PPh pasal 25/26.

Untuk memaksimalkan laba periode, maka manajer harus menyesuaikan dengan prosedur akuntansi yang diterapkan apabila ada rencana pemberian bonus oleh pemilik. Jika bonus yang diterima oleh manajer didasarkan atas pencapaian laba bersih

yang tinggi dan apabila komite pengawas tidak menyesuaikan dengan metode yang dipilih, maka manajer memilih metode akuntansi yang memaksimalkan laba yang dilaporkan dengan melakukan *transfer pricing*. Semakin tinggi laba perusahaan secara keseluruhan yang dicapai, maka semakin tinggi apresiasi yang diberikan oleh pemilik direksi. Oleh sebab itu, praktek transfer pricing dipilih oleh direksi untuk memaksimalkan laba perusahaan. Dalam mencapai tugasnya, direksi menunjukkan kinerja yang baik kepada pemilik perusahaan untuk memperoleh bonus dalam mengelola perusahaan. Pemilik perusahaan tidak hanya memberikan bonus kepada direksinya yang menghasilkan laba untuk divisi, tetapi direksi yang bekerjasama demi kebaikan dan keuntungan perusahaan secara bersamaan. Mekanisme bonus diukur dengan rumus pencapaian laba bersih tahun t terhadap laba bersih pada tahun t-1 [30]:

$$\text{Mekanisme Bonus} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun}_t}{\text{Laba Bersih Tahun}_{t-1}} \quad (2.6)$$

Keterangan :

Laba bersih tahun t : Laba bersih tahun berjalan

Laba bersih tahun t-1 : Laba bersih tahun berjalan sebelumnya

Berdasarkan penjelasan diatas, maka para manajer yang menginginkan kompensasi bonus yang tinggi setiap tahunnya akan cenderung melakukan *transfer pricing* dengan cara menaikkan laba bersih tahun berjalan sebesar mungkin.

1.2. Review Peneliti Terdahulu

Beberapa peneliti terdahulu akan diuraikan secara ringkas mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya. Adapun *review* dari beberapa peneliti terdahulu, antara lain:

1. Ayu Nurmala Sari dan Siti Puryandani melakukan penelitian pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, *Good Corporate Governance* dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 56 perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pajak,

tunneling incentive, *good corporate governance* dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak, *tunneling incentive*, *good corporate governance* dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing* [7].

2. Dwi Noviastrika F, Yuniadi Mayowan dan Suhartini Karjo melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Good Corporate Governance* (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 40 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pajak, *tunneling incentive* dan *good corporate governance* (GCG) berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan *transfer pricing*, sedangkan *good corporate governance* (GCG) tidak menunjukkan berpengaruh terhadap indikasi melakukan *transfer pricing* [32].
3. Eling Pamungkas Sari dan Abdullah Mubarak melakukan penelitian pada tahun 2018 dengan judul “Pengaruh Profitabilitas, Pajak, dan *Debt Covenant* terhadap *Transfer Pricing*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 19 perusahaan manufaktur terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa profitabilitas, pajak, dan *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* sedangkan pajak dan *debt covenant* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*[8].
4. Erika Handayani dan Yeni Widyanti melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 20 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, mekanisme

bonus, kepemilikan asing dan *exchange rate* terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* sedangkan kepemilikan asing dan *exchange rate* tidak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* [11].

5. Nur Chalimatussa Diyah, Nur Diana dan Muhammad Cholid Mawardi melakukan penelitian pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*”. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 9 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing* sedangkan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [13].
6. Nurul Afifah Agustina melakukan penelitian pada tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Mekanisme Bonus Terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 8 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, multinasionalitas, ukuran perusahaan, profitabilitas dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* sedangkan multinasionalitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* [9].
7. Marfuah dan Andri Puren Nor Azizah melakukan penelitian pada tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Tunneling incentive* dan *Exchange Rate* Pada Keputusan *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 84 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi logistik. Hasil penelitian

secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak dan *exchange rate* berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* [12].

8. Ratna Marisa melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, *Bonus Plan*, *Tunneling Incentive* dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 81 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2014. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, *bonus plan*, *tunneling incentive* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak dan *bonus plan* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* sedangkan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*, serta *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing* [10].
9. Sri Yulianti dan Sistya Rachmawati melakukan penelitian pada tahun 2019 dengan judul “*Tax Minimization* sebagai Pemoderasi pada Pengaruh *Tunneling Incentive* dan *Debt Covenant* Terhadap ketetapan *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *tax minimization* sebagai pemoderasi pada pengaruh *tunneling incentive* dan *debt covenant* berpengaruh terhadap ketetapan *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap ketetapan *transfer pricing* sedangkan, *debt covenant* berpengaruh negatif terhadap ketetapan *transfer pricing*, serta *tax minimization* tidak memoderasi pengaruh antara *tunneling incentive* dan *debt covenant* terhadap ketetapan *transfer pricing* [6].
10. Thesa Refgia melakukan penelitian pada tahun 2017 dengan judul “Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*.” Penelitian ini menggunakan sampel

sebanyak 13 perusahaan sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2014. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, kepemilikan asing dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak, kepemilikan asing, dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* sedangkan, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* [5].

11. Zerni Melmusi melakukan penelitian pada tahun 2016 dengan judul "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*". Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 70 perusahaan yang tergabung dalam Jakarta Islamic index yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2016. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi data panel. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh pajak, mekanisme bonus, kepemilikan asing dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* sedangkan, mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* [4].

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
Ayu Nurmalasari dan Siti Puryandani (2019) [7].	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Kasus pada Perusahaan Pertambangan yang tercatat di BEI periode 2014-2017	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. <i>Tunneling Incentive</i> c. <i>Good Corporate Governance</i> d. Mekanisme Bonus	<u>Secara Simultan:</u> Variabel Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan Mekanisme Bonus Berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . <u>Secara Parsial :</u> Variabel Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan Mekanisme Bonus berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .
Dwi Noviasatika F, Yuniadi Mayowan dan Suhartini Karjo (2016) [32].	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) Terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer</i>	<u>Variabel Dependen:</u> Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. <i>Tunneling Incentive</i>	<u>Secara Simultan:</u> Variabel Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> Dan <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh Terhadap Indikasi

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
	<i>Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	c. <i>Good Corporate Governance</i>	Melakukan <i>Transfer Pricing</i> . Secara Parsial : a. Variabel Pajak dan <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap indikasi melakukan <i>transfer pricing</i> . b. Variabel <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) berpengaruh positif dan tidak signifikan Terhadap Indikasi Melakukan <i>Transfer Pricing</i> .
Eling Pamungkas Sari dan Abdullah Mubarak (2018) [8]	Pengaruh Profitabilitas, Pajak, dan <i>Debt Convenant</i> terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar di BEI 2012-2016)	Variabel Dependen: Indikasi <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: a. Profitabilitas b. Pajak c. <i>Debt Convenant</i>	Secara Simultan: Variabel Profitabilitas, Pajak, dan <i>Debt Convenant</i> berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Secara parsial, variabel Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan Mekanisme Bonus berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . Secara Parsial : a. Variabel Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . b. Variabel Pajak berpengaruh negatif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i> . c. Variabel <i>Debt Covenant</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>
Erika Handayani dan Yeni Widyanti (2017) [11].	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan <i>Exchange Rate</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen: <i>Transfer Pricing</i> Variabel Independen: a. Pajak b. Mekanisme Bonus c. Kepemilikan Asing d. <i>Exchange Rate</i>	Secara Simultan: Variabel Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan <i>Exchange Rate</i> berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> Secara Parsial : a. Variabel Pajak dan Mekanisme Bonus berpengaruh positif

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
			<p>terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p>b. Variabel Kepemilikan Asing dan <i>Exchange Rate</i> tidak pengaruh positif Terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p>
Nur Chalimatussa Diyah, Nur Diana dan Muhammad Cholid Mawardi (2020) [13].	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus Terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.	<p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i></p> <p><u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. <i>Tunneling Incentive</i> c. Mekanisme Bonus</p>	<p><u>Secara Simultan:</u> variabel Pajak, <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Secara Parsial :</u> a. Variabel Pajak berpengaruh terhadap <i>Transfer Pricing</i>. b. variabel <i>Tunneling Incentive</i> dan Mekanisme Bonus tidak pengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i></p>
Nurul Afifah Agustina (2019) [9].	Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Mekanisme Bonus Terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>Transfer Pricing</i>	<p><u>Variabel Dependen:</u> keputusan perusahaan melakukan <i>Transfer Pricing</i></p> <p><u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. Multinasionalitas c. Ukuran Perusahaan d. Profitabilitas e. Mekanisme Bonus</p>	<p><u>Secara Simultan:</u> Variabel Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Secara parsial:</u> a. variabel multinasionalitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif Dan signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>Transfer Pricing</i>. b. variabel pajak, profitabilitas, dan mekanisme bonus tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan <i>Transfer Pricing</i></p>
Marfuah dan Andri Puren Nor Azizah (2014) [12].	Pengaruh Pajak, <i>Tunneling incentive</i> dan <i>Exchange Rate</i> Pada Keputusan	<p><u>Variabel Dependen:</u> Keputusan <i>Transfer Pricing</i></p>	<p><u>Secara Simultan:</u> variabel Pajak, <i>Tunneling incentive</i> dan <i>Exchange Rate</i> berpengaruh Pada</p>

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
	<i>Tranfer Pricing</i>	<p><u>Variabel Independen:</u></p> <p>a. Pajak</p> <p>b. <i>Tunneling incentive</i></p> <p>c. <i>Exchange Rate</i></p>	<p>Keputusan <i>Tranfer Pricing</i></p> <p><u>Secara Parsial :</u></p> <p>a. Variabel Pajak berpengaruh negative dan signifikan Pada Keputusan <i>Tranfer Pricing</i>.</p> <p>b. <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif Pada Keputusan <i>Tranfer Pricing</i>.</p> <p>c. <i>Exchange Rate</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan Pada Keputusan <i>Tranfer Pricing</i>.</p>
Ratna Marisa (2017) [10].	Pengaruh Pajak, <i>Bonus Plan, Tunneling Incentive</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .	<p><u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Variabel Independen:</u></p> <p>a. Pajak</p> <p>b. <i>Bonus Plan</i></p> <p>c. <i>Tunneling Incentive</i></p> <p>d. Ukuran Perusahaan</p>	<p><u>Secara Simultan:</u> Variabel Pajak, <i>Bonus Plan, Tunneling Incentive</i> dan Ukuran Perusahaan berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Secara Parsial :</u></p> <p>a. Variabel Pajak dan <i>Bonus Plan</i> tidak berpengaruh dan signifikan Terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p>b. Variabel <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh negatif Terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p>c. Variabel Ukuran Perusahaan berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i>.</p>
Sri Yulianti dan Sistya Rachmawati (2019) [6].	<i>Tax Minimization</i> sebagai Pemoderasian pada Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> dan <i>Debt Covenant</i> Terhadap Ketetapan <i>Transfer Pricing</i> .	<p><u>Variabel Dependen:</u> Ketetapan <i>Transfer Pricing</i>.</p> <p><u>Variabel Independen:</u></p> <p>a. <i>Tunneling Incentive</i></p> <p>b. <i>Debt Covenant</i></p> <p>c. Mekanisme Bonus</p> <p>d. <i>Return On Equity</i> (ROE)</p> <p>e. Auditor Eksternal</p> <p>f. <i>related Party Transaction</i></p> <p>g. <i>Firm Size</i></p>	<p><u>Secara Simultan:</u> <i>Tunneling Incentive, Debt Covenant, Mekanisme Bonus, Return On Equity</i> (ROE), Auditor Eksternal, <i>Related Party Transaction</i>, dan <i>Firm Size</i> berpengaruh Terhadap ketetapan <i>Transfer Pricing</i>.</p>

Tabel 2.1. Sambungan

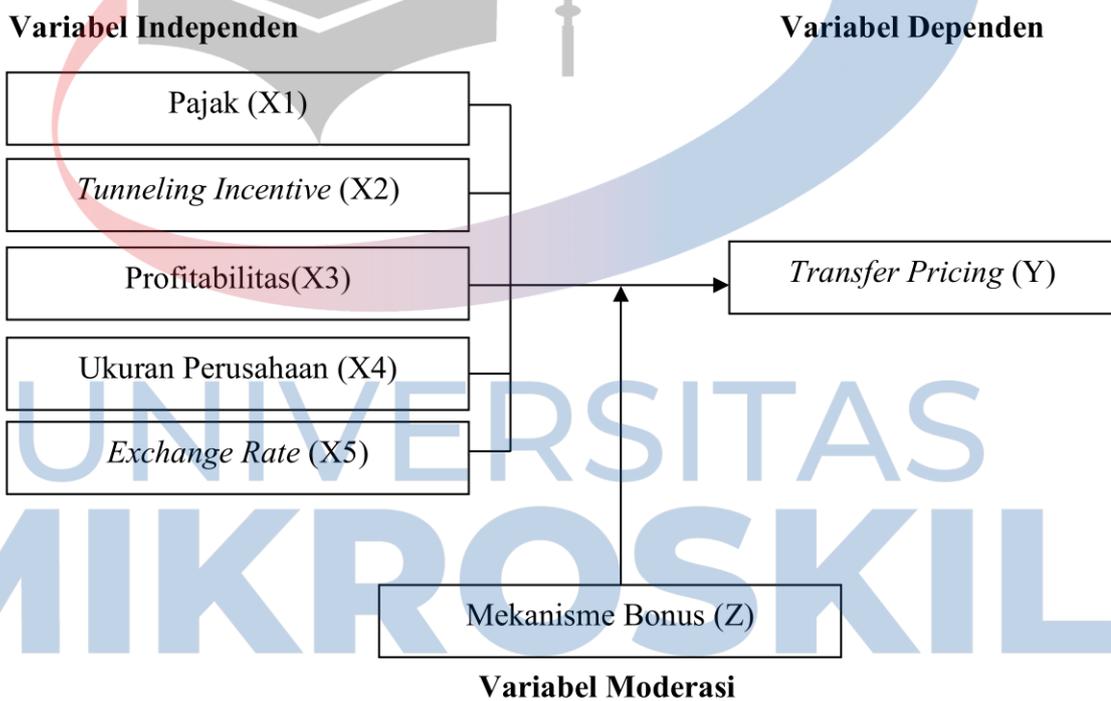
Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian <u>Variabel Moderasi:</u> <i>Tax Minimization</i>	Hasil yang diperoleh
Thesa Refgia (2017) [5].	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap <i>Transfer Pricing</i> (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di BEI Tahun 2011-2014)	<u>Variabel dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. Mekanisme Bonus c. Ukuran Perusahaan d. Kepemilikan Asing <i>Tunneling Incentive</i>	<u>Secara Parsial :</u> a. Variabel <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap ketetapan <i>Transfer Pricing</i> . b. Variabel <i>Debt Covenant</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap ketetapan <i>Transfer Pricing</i> . c. Variable <i>tax minimization</i> tidak memoderasi pengaruh antara <i>tunneling incentive</i> dan <i>debt covenant</i> terhadap ketetapan <i>transfer pricing</i>
Zerni Melmusi (2016) [4].	Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing dan Ukuran Perusahaan terhadap <i>Transfer Pricing</i> pada Perusahaan Yang Tergabung dalam Jakarta <i>Islamic Index</i> dan Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016	<u>Variabel Dependen:</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel Independen:</u> a. Pajak b. Mekanisme Bonus c. Kepemilikan Asing d. Ukuran Perusahaan	<u>Secara Simultan:</u> Variabel Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> <u>Secara Parsial :</u> a. Variabel Pajak, kepemilikan asing dan <i>Tunneling Incentive</i> berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> . b. Variabel Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh Terhadap <i>Transfer Pricing</i> .

Tabel 2.1 Sambungan

Nama Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil yang diperoleh
			<i>Transfer Pricing.</i>
		b. Variabel Bonus	Mekanisme Bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Transfer Pricing.</i>

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual merupakan suatu gambaran ringkas mengenai hubungan antara satu konsep lainnya yang akan diteliti, atau menggambarkan pengaruh atau hubungan antara satu kejadian/fenomena dengan kejadian/fenomena lainnya. Kerangka Konseptual yang dibuat dalam penelitian ini adalah :



Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan kerangka konseptual di atas, variabel dependen pada penelitian ini adalah *Transfer Pricing*. Variabel independen pada penelitian ini adalah Pajak, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan *Exchange Rate*, sedangkan variabel moderasi pada penelitian ini adalah Mekanisme Bonus.

2.4. Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing* dengan Mekanisme Bonus sebagai Variabel Moderasi

Salah satu upaya perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan merekayasa harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Semakin besar pajak yang ditanggung perusahaan, maka akan semakin terpicu perusahaan tersebut untuk menerapkan transfer pricing yaitu memindahkan laba perusahaan ke anak perusahaan atau instansi lain yang memiliki hubungan istimewa dalam rangka menekan jumlah beban pajak tersebut [4].

Dengan diadakannya kegiatan mekanisme bonus yang ada di perusahaan, maka produktivitas perusahaan meningkat dan mendapatkan hasil laba yang tinggi. Dari laba yang tinggi akan meningkatkan pajak penghasilan yang akan dibayarkan maka dari itu akan terjadinya kegiatan *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H_{1a} : Pajak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*

H_{2a} : Mekanisme Bonus mampu memoderasi hubungan antara Pajak dengan *Transfer Pricing*.

2.4.2 Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* dengan Mekanisme Bonus sebagai Variabel Moderasi

Semakin besar saham yang dimiliki oleh pemegang saham maka semakin besar kemungkinan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini dikarenakan, perusahaan untuk mengalihkan aset sementara ke anak perusahaan atau divisi lain dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan sehingga meningkatkan keuntungan divisi lain tersebut [5].

Mekanisme bonus yang tinggi dapat mempengaruhi *tunneling incentive* karena semakin diadakannya mekanisme bonus semakin besar pemegang saham mayoritas untuk mengambil keputusannya dan perusahaan akan mendapatkan laba / keuntungan yang tinggi maka terjadinya *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H_{1b} : *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

H_{2b} : Mekanisme Bonus mampu memoderasi hubungan antara *Tunneling Incentive* dengan *Transfer Pricing*.

2.4.3 Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing* dengan Mekanisme Bonus sebagai Variabel Moderasi

Profitabilitas diproksikan dengan *return on asset* (ROA) yang bertujuan untuk suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan [8]. Profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan laba atau keuntungan perusahaan maka perusahaan akan melakukan praktik *transfer pricing* untuk memindahkan keuntungannya.

Mekanisme bonus dapat meningkatkan profitabilitas yaitu keuntungan perusahaan yang tinggi maka perusahaan akan melakukan *transfer pricing* agar laba yang dihitung lebih rendah dan laba yang stabil dari setiap periodenya dengan cara memindahkan keuntungan perusahaan.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H_{1c} : Profitabilitas berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

H_{2c} : Mekanisme Bonus mampu memoderasi hubungan antara Profitabilitas dengan *Transfer Pricing*.

2.4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* dengan Mekanisme Bonus sebagai Variabel Moderasi.

Ukuran perusahaan yang besar cenderung menginginkan profit yang besar dan pemilik perusahaan besar juga pasti memiliki kemampuan untuk membangun cabang perusahaan baik di dalam negeri maupun di luar negeri [9]. Maka perusahaan besar lebih cenderung melakukan kegiatan *transfer pricing* agar laba yang dihasilkan stabil.

Mekanisme bonus dapat meningkatkan kinerja karyawan pada suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan/laba yang tinggi maka akan terjadinya *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah:

H_{1d} : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

H_{2d} : Mekanisme Bonus mampu memoderasi hubungan antara Ukuran Perusahaan dengan *Transfer Pricing*.

2.4.5 Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* dengan Mekanisme Bonus sebagai variabel Moderasi

Exchange rate sangat berhubungan erat dengan perdagangan internasional, karena pada saat transaksi terjadi pada perdagangan internasional terjadilah proses nilai tukar. Nilai tukar tersebut mengakibatkan sebuah perusahaan maupun instansi lain harus menerima konsekuensi dari perubahan nilai kurs yang sangat fluktuatif. Dengan demikian, nilai kurs akan mempengaruhi transaksi pihak berelasi dalam melakukan transfer pricing karena jumlah yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti. Konsekuensinya adalah jumlah nilai kurs asal yang dibutuhkan untuk membayar dari luar negeri bisa berubah-ubah walaupun pemasoknya tidak merubah harganya [11].

Dari tingkat mekanisme bonus yang akan meningkatkan produktivitas dalam suatu perusahaan dengan menggunakan mata uang asing akan membuat nilai tukar semakin tinggi dan dapat mempengaruhi laba perusahaan dan terjadinya *transfer pricing*.

Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang dapat dikembangkan adalah

H_{1e} : *Exchange Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

H_{2e} : Mekanisme Bonus mampu memoderasi hubungan antara *Exchange rate* dengan *Transfer Pricing*.

UNIVERSITAS
MIKROSKIL