

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 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 betukar produk atau jasa. Produk – produk tersebut mungkin merupakan produk akhir yang dapat dijual pada pelanggan luar atau produk menengah yang merupakan komponen produk akhir (Erly Suandy, 2011:71).

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 dipasokkan ke segmen lain dalam organisasi yang sama pada perusahaan-perusahaan multinasional, *transfer pricing* digunakan untuk meminimalkan pajak penghasilan dan bea masuk di seluruh dunia (Erly Suandy, 2011:71).

Saat ini, banyak wajib pajak yang marak melakukan tindakan *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak yang akan dibayar karena tarif pajak yang tinggi, Undang – Undang yang tidak tepat, hukuman yang tidak memberikan efek jera, dan ketidakadilan yang nyata.

*Transfer pricing* cenderung mengarah ke perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Menurut Undang – Undang Pajak Penghasilan (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 (Anang Mury Kurniawan, 2015:17).

Sebagian besar negara / wilayah saat ini memiliki aturan yang menetapkan bahwa setiap perusahaan harus menyatakan secara jelas dan dengan bukti pendukung apakah kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan telah sesuai dengan *arm's length*

*principle. Arm's length principle* (prinsip kewajaran) adalah sebuah standar prinsip yang mengatur bahwa dalam hal kondisi transaksi (ada hubungan istimewa) sama dengan kondisi transaksi independen yang menjadi pembanding, maka harga dan keberadaan transaksi afiliasi tersebut harus sama dengan harga dan keberadaan transaksi independen (tidak ada hubungan istimewa) yang menjadi pembanding (Gary Stone, 2013:4).

Sebaliknya, dalam hal kondisi transaksi afiliasi berbeda dengan kondisi transaksi independen yang menjadi pembanding, maka harga dan keberadaan afiliasi harus berbeda dibandingkan harga dan keberadaan transaksi independen yang menjadi pembanding, dan nilai beda kondisi transaksi sama dengan nilai dari beda harga transaksi (Anang Mury Kurniawan, 2015:10).

Tujuan yang ingin dicapai dalam harga *transfer* adalah sebagai berikut:

1. Memaksimalkan penghasilan global.
2. Mengamankan posisi kompetitif anak / cabang perusahaan dan penetrasi pasar.
3. Mengevaluasi kinerja anak / cabang perusahaan mancanegara.
4. Menghindarkan pengendalian devisa.
5. Mengontrol kredibilitas asosiasi.
6. Mengurangi risiko moneter.
7. Mengatur arus kas anak / cabang perusahaan yang memadai.
8. Membina hubungan baik dengan administrasi setempat.
9. Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk.
10. Mengurangi risiko pengambilalihan oleh pemerintah (Erly Suandy, 2011).

*Transfer pricing* sering dikaitkan dengan modus penghindaran pajak. *Transfer pricing* dapat mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan atau dasar pengenaan pajak dan atau biaya dari satu wajib pajak ke wajib pajak lainnya, yang dapat direayasa untuk menekan keseluruhan jumlah pajak terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Anang Mury Kurniawan, 2015:129).

Perlakuan *transfer pricing* adalah relevan apabila pihak yang terkait adalah pihak yang memiliki hubungan istimewa, sehingga otoritas pajak harus punya alasan yang kuat untuk mengatakan bahwa wajib pajak telah melakukan penghindaran / penggelapan pajak. *Transfer Pricing* diukur dengan menggunakan rasio nilai transaksi pihak berelasi (*related party transaction / RPT*) piutang atas total piutang.

$$\text{Transfer pricing} = \frac{\text{Jumlah piutang pihak berelasi}}{\text{Total piutang}}$$

Sumber: Erly Suandy, 20011:76 - 77

### 2.1.2. Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Kismanto Petrus 2009:1). Pajak merupakan pemindahan sumber daya dari sektor privat (perusahaan) ke sektor publik. Pemindahan tersebut akan mempengaruhi daya beli (*purchasing power*) atau kemampuan belanja (*spending power*) dari sektor privat (Erly Suandy, 2011:1).

Pengertian pajak memiliki beberapa ciri – ciri, diantaranya adalah:

1. Pajak merupakan kontribusi wajib dari masyarakat kepada Negara
2. Dipungut berdasarkan Undang – undang dan aturan pelaksanaannya, sehingga sanksinya tegas dan bisa dipaksakan
3. Tanpa kontra prestasi secara langsung
4. Dipungut oleh pemerintah pusat (negara) maupun oleh pemerintah daerah (propinsi, kabupaten / kota)
5. Digunakan untuk membiayai pelaksanaan pemerintahan demi kemakmuran masyarakat (Jeni Susyanti dan Ahmad Dahlan, 2015:1).

Pajak memiliki dua fungsi, yakni:

1. Fungsi *budgetair*

Pajak berfungsi untuk menghimpun dana dari masyarakat bagi Kas Negara, yang diperuntukan bagi pembiayaan pengeluaran – pengeluaran pemerintah. Untuk menjalankan tugas – tugas rutin negara dan melaksanakan pembangunan, negara membutuhkan biaya. Biaya ini dapat diperoleh dari penerimaan pajak. Dewasa ini pajak digunakan untuk pembiayaan rutin seperti belanja pegawai, belanja barang, pemeliharaan, dan lain sebagainya.

## 2. Fungsi mengatur (*regulend*)

Pajak berfungsi sebagai alat untuk mengatur struktur pendapatan di tengah masyarakat dan struktur kekayaan antara pelaku ekonomi. Fungsi mengatur ini sering menjadi tujuan pokok dari sistem pajak, paling tidak dalam sistem perpajakan yang benar tidak terjadi pertentangan dengan kebijaksanaan Negara dalam bidang ekonomi dan sosial. Selain itu, pajak berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan tertentu di luar bidang keuangan, terutama banyak ditujukan terhadap sektor swasta (Thomas Sumarsan, 2015:5-6).

Cara menilai / mengukur sebaik apa sebuah perusahaan mengelola pajaknya dapat dilakukan dengan menghitung tarif pajak idealnya yang merupakan hasil perbandingan antara pajak *riil* yang dibayar dengan laba komersil sebelum pajak.

$$\text{Effective Tax Rate} = \frac{\text{differed tax expense} - \text{tax expense}}{\text{pretax income}}$$

Sumber: Nurmantu, 2005:123

### 2.1.3. Kepemilikan Asing

Perusahaan multinasional merupakan perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terikat hubungan istimewa baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi. Perusahaan multinasional dapat berupa anak perusahaan, cabang perusahaan, agen, dan sebagainya, dengan berbagai tujuan, antara lain untuk memaksimalkan laba setelah pajak (meminimalkan pajak) (Erly Suandy, 2011:75).

Struktur kepemilikan merupakan bentuk komitmen dari para pemegang saham untuk mendelegasikan pengendalian dengan tingkat tertentu kepada para manajer. Istilah struktur kepemilikan digunakan untuk menunjukkan bahwa variabel-variabel yang penting didalam struktur modal tidak hanya ditentukan oleh jumlah utang dan ekuitas tetapi juga oleh persentase kepemilikan oleh pemegang saham. Struktur kepemilikan terdiri dari beberapa jenis salah satunya adalah kepemilikan asing.

Kepemilikan asing adalah jumlah saham yang dimiliki oleh pihak asing (luar negeri) baik oleh individu maupun lembaga terhadap saham perusahaan di dalam negeri. Pemegang saham dalam perusahaan dapat dimiliki oleh seseorang secara

individu, masyarakat luas, pemerintah, pihak asing, maupun orang dalam perusahaan tersebut (kepemilikan manajerial).

Karena *transfer pricing* merupakan transaksi yang dilakukan oleh perusahaan dengan pihak asing maka pemegang saham pengendali asing dalam perusahaan memiliki pengaruh pada keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Di samping itu, kepemilikan saham pada perusahaan di Asia cenderung terkonsentrasi. Kepemilikan dengan konsentrasi hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu (asing) sebagai pemegang saham pengendali.

Pemegang saham pengendali asing memiliki kemungkinan melakukan praktik *transfer pricing* dengan cara menjual barang dari perusahaan yang dikendalikan dengan harga dibawah pasar kepada perusahaan pribadinya. Dengan tersebarnya mayoritas kepemilikan pada pihak asing (*foreign ownership*), maka pelaksanaan monitoring para pemegang saham kepada pihak manajemen perusahaan menjadi lemah karena pemegang saham tidak mempunyai insentif dan kemampuan untuk memonitor manajemen. Kepemilikan asing dapat diukur dengan perbandingan saham biasa yang dimiliki oleh pihak asing dibagi dengan total saham yang beredar.

$$\text{Kepemilikan asing} = \frac{\text{Jumlah kepemilikan pihak asing}}{\text{Total saham yang beredar}}$$

Sumber: A. Prasetyantoko, 2009:13

#### 2.1.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan gambaran besar kecilnya suatu perusahaan melalui total aset yang dimiliki perusahaan tersebut. Semakin besar ukuran perusahaan, informasi yang tersedia untuk investor / pemegang saham dalam pengambilan keputusan yang salah satunya adalah pengambilan keputusan *transfer pricing* semakin banyak. Ukuran perusahaan dihitung dari total aktiva (*assets*) yang dimiliki perusahaan. Aktiva (*assets*) merupakan harta kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Harta kekayaan ini harus dapat diukur dengan satu satuan uang dan diurutkan berdasarkan kecepatannya kembali menjadi uang kas (Ryan Suhardiyanto, 2015:51).

Ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal dan menentukan kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) dalam kontrak keuangan. Perusahaan besar biasanya dapat memilih pendanaan dari berbagai bentuk utang, termasuk penawaran spesial yang lebih menguntungkan dibandingkan yang ditawarkan oleh perusahaan kecil (Agnes Sawir, 2004:101-102).

Ukuran perusahaan dapat menentukan besar kecilnya aset yang dimiliki perusahaan, semakin besar aset yang dimiliki semakin meningkat pula jumlah produktifitas. Hal tersebut akan menghasilkan laba yang semakin meningkat dan mempengaruhi tingkat pembayaran pajak. Namun, aset akan mengalami penyusutan setiap tahunnya yang dapat mengurangi laba bersih perusahaan, sehingga menurunkan beban pajak yang akan dibayarkan. Besarnya suatu perusahaan dapat diukur dengan *logaritma natural* atas total aktiva yang dimiliki.

$$\text{Ukuran perusahaan} = \ln (\text{Total asset})$$

Sumber: Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, 2005:274

### 2.1.5. Bonus Plan

Kompensasi merupakan sesuatu yang diterima karyawan sebagai pengganti kontribusi jasa mereka pada perusahaan. Pemberian kompensasi merupakan salah satu pelaksanaan fungsi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) yang berhubungan dengan semua jenis pemberian penghargaan individual sebagai pertukaran dalam melakukan tugas keorganisasian (Zainal,2014:541). Bentuk kompensasi dibagi menjadi dua, yaitu kompensasi finansial dan kompensasi non finansial. Dalam kompensasi finansial / kompensasi langsung terdapat unsur –unsur yang salah satunya adalah *bonus*.

*Bonus plan* dikenal dalam istilah Hipotesis Rencana Bonus (*The Bonus Plan Hypothesis*). Para manajer perusahaan dengan rencana *bonus* cenderung untuk memilih prosedur akuntansi dengan perubahan laba yang dilaporkan dari periode masa depan ke periode masa kini. Para manajer menginginkan imbalan yang tinggi dalam setiap periode. Jika imbalan mereka bergantung pada *bonus* yang dilaporkan pada pendapatan bersih, maka kemungkinan para manajer bisa meningkatkan *bonus* pada periode tersebut dengan melaporkan pendapatan bersih setinggi mungkin.

Tujuan dari kompensasi *bonus* adalah untuk memotivasi manajer untuk melakukan upaya semaksimal mungkin dalam mencapai tujuan perusahaan dan memberikan insentif yang tepat bagi manajer agar membuat keputusan yang konsisten dengan tujuan perusahaan (Edward Blocher, David Stout, dan Gary Cokins, 2012:692). *Bonus plan* dalam penelitian ini diukur dengan komponen perhitungan indeks trend laba bersih. Indeks trend laba bersih dihitung berdasarkan persentase pencapaian laba bersih tahun  $t$  terhadap laba bersih tahun  $t-1$ .

$$\text{Bonus plan} = \frac{\text{laba bersih tahun } t - \text{laba bersih tahun } t-1}{\text{laba bersih tahun } t}$$

Sumber: Edward Blocher, David Stout, Gary Cokins 2012:693

## 2.2. *Review* Penelitian Terdahulu

Telah banyak peneliti yang melakukan penelitian mengenai *transfer pricing*, diantaranya adalah:

### 1. Yuniasih, Rasmini, Wirakusuma (2012)

Pada tahun 2012, Yuniasih, Rasmini, dan wirakusuma melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pajak dan *tunneling Incentive* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian dari Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma adalah secara simultan, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*, dan secara parsial, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

### 2. Nancy Kiswanto (2014)

Pada tahun 2014, Nancy Kiswanto melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010 – 2013”. Hasil yang didapat secara simultan adalah pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak dan kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*. *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

### 3. Tan Hung Wen (2014)

Tan Hung Wen pada tahun 2014, melakukan penelitian yang berjudul “pengaruh pajak dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* (perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia)”. Hasil penelitian dari Tan Hung Wen menunjukkan bahwa secara simultan, pajak dan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan secara parsial, pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*.

### 4. Hartati, Desmiyawati, Azlina (2014)

Pada tahun 2014, Hartati, Desmiyawati, dan Azlina melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme *Bonus* terhadap Keputusan *transfer pricing* (Studi Empiris Pada Seluruh Perusahaan yang Listing di Bursa Efek Indonesia). Hasil penelitian dari Hartati, Desmiyawati, dan Azlina secara simultan, pajak dan mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Secara parsial, pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Secara ringkas *review* peneliti terdahulu dapat dilihat pada tabel dibawah berikut ini:

**Tabel 2.1**

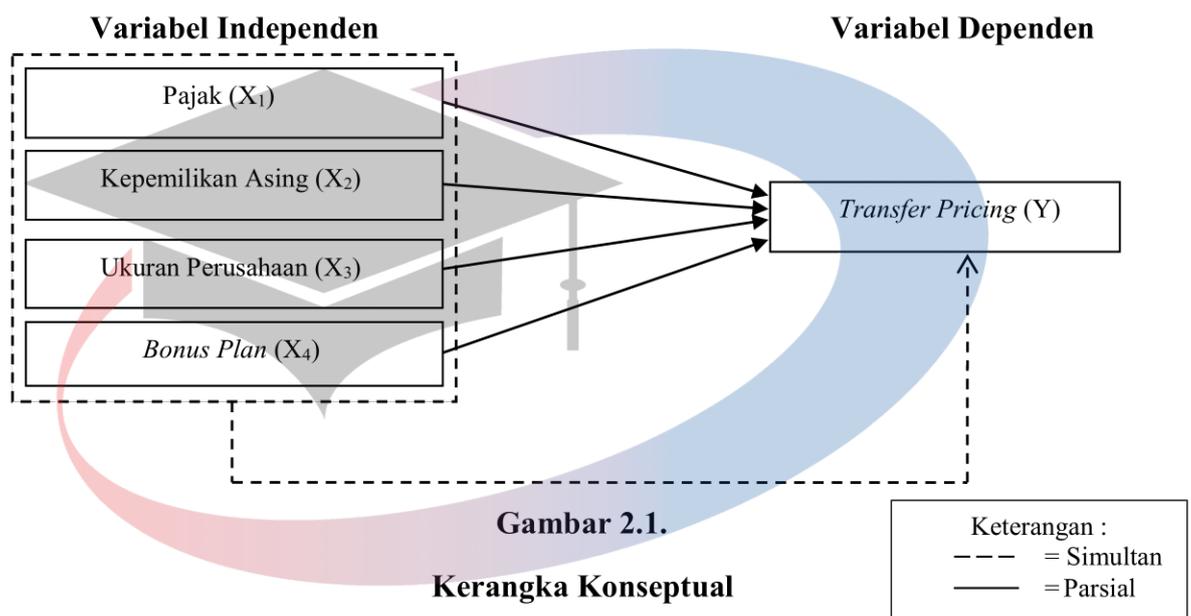
**Review Peneliti Terdahulu**

Nama peneliti	Tahun	Judul penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil yang diperoleh
Ni Wayan Yuniasih, Ni Ketut Rasmini, Made Gede Wirakusuma	2012	Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia	Variabel <u>Dependen</u> Keputusan <i>Transfer Pricing</i> Variabel <u>Independen</u> Pajak, <i>Tunneling Incentive</i>	Secara simultan Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . Secara parsial, a) Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . b) <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .

Nama peneliti	Tahun	Judul penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil yang diperoleh
Nancy Kiswanto	2014	Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing	<u>Variabel</u> <u>Dependen</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel</u> <u>Independen</u> Pajak, Kepemilikan asing, Ukuran Perusahaan	<u>Secara simultan</u> Pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . <u>Secara parsial</u> a) Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . b) Kepemilikan asing berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . c) Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
Tan Wen	Hung 2014	Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing (perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia)	<u>Variabel</u> <u>Dependen</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel</u> <u>Independen</u> Pajak, <i>Tunneling Incentive</i>	<u>Secara simultan</u> Pajak dan <i>tunneling incentive</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . <u>Secara parsial</u> a) Pajak berpengaruh negatif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . b) <i>Tunneling incentive</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .
Winda Hartati, Desmiyawati, Nur Azlina	2014	Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing	<u>Variabel</u> <u>Dependen</u> <i>Transfer Pricing</i> <u>Variabel</u> <u>Independen</u> Pajak, Mekanisme <i>Bonus</i>	<u>Secara simultan</u> Pajak dan mekanisme <i>bonus</i> berpengaruh terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . <u>Secara parsial</u> a) Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> . b) mekanisme <i>bonus</i> berpengaruh positif terhadap keputusan <i>transfer pricing</i> .

### 2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual menghubungkan variabel – variabel penelitian secara teoritis. Dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah *Transfer Pricing*. Variabel independen yang digunakan adalah Pajak, Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, *Bonus Plan*. Berdasarkan gambaran yang dipaparkan diatas, hubungan antar variabel akan diperlihatkan dalam model penelitian berikut ini:



Gambar 2.1.  
Kerangka Konseptual

### 2.4. Pengembangan Hipotesis

#### 2.4.1. Pengaruh Pajak terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Di Indonesia, transaksi antar anggota perusahaan multinasional tidak lepas dari rekayasa *transfer pricing*. Hal tersebut dikarenakan adanya penerapan *schedular taxation*. Tarif yang diterapkan di Indonesia mengakibatkan seorang Wajib Pajak berusaha memanipulasi laba agar dikenakan tarif pajak yang paling rendah (*low bracker*). Praktik *transfer pricing* dimanfaatkan perusahaan untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Erly Suandy, 2011:72). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, semakin tingginya pajak yang harus dibayar akan mendorong semakin tinggi terjadinya tindakan *transfer pricing*, dan sebaliknya, semakin rendah pajak yang harus dibayar maka tindakan *transfer pricing* akan menurun. Hal ini disebabkan karena perusahaan cenderung akan menghindari pembayaran jumlah pajak dengan melakukan tindakan *transfer pricing*.

**H<sub>1</sub> : Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.**

#### **2.4.2. Pengaruh Kepemilikan Asing terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Perdagangan internasional melibatkan pertukaran dalam skala luas. Pertukaran dapat dilakukan pada aset – aset yang mengandung risiko, seperti saham, valuta asing, dan obligasi yang menguntungkan kedua belah pihak (Hendra Halwani, 2005:1). Perusahaan di Asia pada umumnya memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi. Struktur kepemilikan yang terkonsentrasi menimbulkan potensi pada pemegang saham pengendali untuk terlibat jauh dalam pengelolaan perusahaan serta memperoleh kekuasaan untuk dapat bernegosiasi dan mendorong kontrak perusahaan dengan para *stakeholders* (Mike Wright, Donald S. Siegel, Kevin Keasey, Igor Filatotchev, 2013:468). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, ketika persentase kepemilikan asing semakin besar, maka akan mendorong tindakan *transfer pricing* meningkat. Sebaliknya, ketika persentase kepemilikan asing rendah, maka tindakan *transfer pricing* akan menurun.

**H<sub>2</sub> : Kepemilikan asing berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.**

#### **2.4.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Manajer perusahaan biasanya diberikan kompensasi yang lebih tinggi untuk kenaikan dalam ukuran perusahaan dibandingkan dengan pertumbuhan laba, maka manajer perusahaan cenderung merekomendasikan strategi yang menghasilkan pertumbuhan ukuran perusahaan, seperti merger dan akuisisi, misalnya dengan melakukan pertukaran aset antar negara dengan menggunakan metode *transfer pricing* (John A. Pearce dan Richard B. Robinson, 2007:49). Oleh sebab itu, dapat disimpulkan bahwa, dengan semakin besar ukuran suatu perusahaan, akan mendorong meningkatnya tindakan *transfer pricing*, dan sebaliknya, ketika ukuran perusahaan menurun, maka peluang terjadinya tindakan *transfer pricing* akan menurun.

**H<sub>3</sub> : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.**

#### **2.4.4. Pengaruh *Bonus Plan* terhadap Keputusan *Transfer Pricing***

Manajemen puncak mempertimbangkan kondisi – kondisi strategis khusus yang dihadapi perusahaan sebagai suatu pertimbangan dasar dalam mengembangkan program kompensasi (*bonus*) dan membuat perubahan – perubahan sejalan dengan

berubahnya kondisi – kondisi strategis. Salah satu strategis khusus yang dapat digunakan manajer dalam memaksimalkan *bonus* adalah dengan melakukan tindakan *transfer pricing* (Edward J. Blocher, Kung H. Chen, Gary Cokins, Thomas W. Lin, 2007:583). Sehingga dapat disimpulkan bahwa, ketika *bonus plan* meningkat, maka akan mendorong meningkatnya peluang terjadinya tindakan *transfer pricing*. Sebaliknya, ketika *bonus plan* menurun, maka kemungkinan terjadinya tindakan *transfer pricing* akan menurun.

**H<sub>4</sub> : *Bonus plan* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.**

